

## CULTURA ORGANIZACIONAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN DE GUAYAQUIL

Fecha de Recepción  
26/03/24

Fecha de Aceptación  
06/06/24



Christian Guillermo Troya Zambrano

Investigador independiente  
guilltroy@hotmail.com  
Guayaquil-Ecuador

**ORCID ID**

Ingeniero en contabilidad y auditoría, con una Diplomado en Gestión Tributaria Empresarial y una Maestría en Administración de Empresas mención gestión financiera, con 18 años de experiencia laboral especializado en temas contables, tributarios, y empresariales. Asesor tributario para pymes y personas naturales. Docente de las materias de Administración Tributaria, Auditoría Financiera y Estadística en el Instituto Tecnológico Superior TECLEMAS



Roxana Stefania Padilla Miranda

Investigador independiente  
roxipadilla@hotmail.com  
Guayaquil-Ecuador

**ORCID ID**

Profesional con más de 9 años de experiencia en administración financiera y una sólida formación académica, incluyendo una Maestría en Administración de Empresas con mención en Finanzas. Actualmente trabajo como Analista Financiera en PDV Ecuador S.A., con experiencia previa en análisis de crédito y operaciones. Destaco en comunicación efectiva, gestión de efectivo y previsión financiera. Mis habilidades en trabajo en equipo y resiliencia me permiten aportar resultados tangibles y contribuir al éxito de las organizaciones. Poseo certificaciones actualizadas en legislación tributaria y protección de datos, y he publicado un artículo sobre Responsabilidad Social Empresarial.

## Resumen

El objetivo de la presente investigación es comprobar si existe una relación entre la cultura organizacional y responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil. Se efectuó una investigación correlacional, mediante un diseño de tipo no experimental, transversal. Se determinó el coeficiente Alfa de Cronbach para Responsabilidad Social Empresarial 0.984 y Cultura Organizacional 0.991. Para la correlación de la responsabilidad social empresarial con la cultura organizacional del sector de radiodifusión de Guayaquil se empleó el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados llevan a aceptar dicha hipótesis, de acuerdo al coeficiente de correlación de 0.897, el cual es significativo (Sig. <0.05). Se determina que hay una correlación estadísticamente significativa, al nivel 0.01 (bilateral). Este artículo muestra la importancia del análisis de la cultura organizacional en el sector estudiado y su efecto en la producción, evolución y progreso de las organizaciones

**Palabras Clave:** Cultura Organizacional, Responsabilidad Social Empresarial, Sector Radiodifusión.

**ORGANIZATIONAL CULTURE AND  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
OF THE BROADCASTING SECTOR IN  
GUAYAQUIL**

**CULTURE ORGANISATIONNELLE  
ET RESPONSABILITÉ SOCIALE DES  
ENTREPRISES DANS LE SECTEUR DE LA  
RADIODIFFUSION DE GUAYAQUIL**

**Abstract**

The objective of this research is to verify if there is a relationship between organizational culture and corporate social responsibility in companies of the broadcasting sector in Guayaquil. A correlational research was carried out through a non-experimental, cross-sectional design. Cronbach's Alpha coefficient was determined for Corporate Social Responsibility (0.984) and Organizational Culture (0.991). Spearman's correlation coefficient was used to correlate corporate social responsibility with the organizational culture of the broadcasting sector in Guayaquil. The results lead to the acceptance of this hypothesis, based on a correlation coefficient of 0.897, which is significant (Sig. <0.05). It is determined that there is a statistically significant correlation, at the 0.01 level (bilateral). This article shows the importance of the analysis of

**Résumé**

L'objectif de cette recherche est de vérifier s'il existe une relation entre la culture organisationnelle et la responsabilité sociale des entreprises dans les sociétés du secteur de la radiodiffusion à Guayaquil. Une étude corrélationnelle a été réalisée à l'aide d'un modèle transversal non expérimental. Le coefficient alpha de Cronbach a été déterminé pour la responsabilité sociale des entreprises (0,984) et la culture organisationnelle (0,991). Pour la corrélation entre la responsabilité sociale des entreprises et la culture organisationnelle dans le secteur de la radiodiffusion à Guayaquil, le coefficient de corrélation de Spearman a été utilisé. Les résultats conduisent à l'acceptation de cette hypothèse, selon le coefficient de corrélation de 0,897, qui est significatif (Sig. < 0,05). Il est établi qu'il existe une corrélation statistiquement significative, au niveau de

---

the organizational culture in the studied sector and its effect on the production, evolution and progress of the organizations

**Keywords:** Organizational culture, Corporate Social responsibility, broadcasting sector, Guayaquil

confiance de 0,01 (bilatéral). Cet article montre l'importance de l'analyse de la culture organisationnelle dans le secteur étudié et son effet sur la production, l'évolution et le progrès des organisations

**Mots clés:** culture organisationnelle, responsabilité sociale des entreprises, secteur de la radiodiffusion, Guayaquil

## Introducción

En la actualidad, las organizaciones son parte indispensable del desarrollo de una sociedad, sus decisiones estratégicas impactan considerablemente en el beneficio que pueden generar sus actividades, debido a esto es imperiosa la creación e implementación de medidas de desarrollo sustentable que busquen alcanzar un equilibrio a nivel ambiental, social, económico entre las actividades productivas de las organizaciones y el entorno sobre el cual se desarrollan.

Para las sociedades, la sostenibilidad ha logrado generar nuevos desafíos, ya que han surgido nuevos compromisos tanto locales como internacionales que deben cumplir en materia ambiental y social, el incremento de la conciencia sobre este tema ha creado mayor presión por parte de accionistas, clientes, inversionistas, empleados y comunidades, para que las empresas apliquen medidas de acción responsable que surja desde la dirección consensuada con su entorno social y económico.

Por lo tanto, la responsabilidad social y cultura organizacional forman el nuevo presente intercultural de las compañías, son parte de la nueva dirección estratégica que las sociedades esperan poner en marcha en este nuevo entorno global para la exitosa realización de sus actividades.

Es muy importante para las organizaciones bosquejar estrategias mucho más tolerantes a la transformación cultural organizacional, esto se producirá mediante el proceso de aprendizaje de los stakeholders, y a través de una activa cultura organizacional que sea utilizada como parámetro de consulta por todos los grupos dentro de la organización y de esta manera establecer los lineamientos acerca de cómo proceder con responsabilidad social.

Por lo cual, cada individuo posee sus propias creencias, costumbres, maneras, experticias que vienen dadas con su personalidad, la cultura organizacional es el medio que permite adaptar todas esas características a una postura empresarial con visión de responsabilidad social permitiendo una mejor implicación de todos para la obtención de objetivos y metas trazados.

De manera que el objetivo de este artículo es analizar si la cultura organizacional se



encuentra directamente relacionada con la responsabilidad social empresarial en el sector de Radiodifusión de Guayaquil.

## **Antecedentes y objetivos**

Desde el 25 de junio del año 2013, fecha de publicación de la Ley Orgánica de Comunicación en el Registro Oficial, el sector de las telecomunicaciones más específicamente el sector de Radiodifusión, ha tenido una especial atención de la opinión pública, Dicha aprobación provocó reacciones divididas entre sus miembros, ya que sus defensores sostienen que garantizaba una distribución ecuánime de las frecuencias del espacio radioeléctrico, concentrada en pocos grupos de poder y a su vez sus contrarios vieron en el texto una Ley de Comunicación que fomentaba la censura y entregaban al Estado importantes instrumentos de regulación y sanción que reprimían la libertad de expresión periodística, todos estos antecedentes crearon que los diferentes sectores de las telecomunicaciones se vean en la necesidad de transparentar sus actividades, mejorar su funcionamiento, y encaminar sus actividades a una responsabilidad social empresarial acorde al nuevo marco sobre el cual estaban operando.

Para el desarrollo de este trabajo nos centraremos en el sector de la Radiodifusión, debido al alcance y facilidad de transmisión de la misma, ya que posee el más grande alcance, llegando a las regiones más distantes de nuestro país, además de ser el segundo medio en cuanto a preferencia por parte de los usuarios según la Deutsche Welle Akademie en su estudio Panorama de los medios en Ecuador. El sector privado se ha distinguido por ser el impulsor más trascendental de la radio en el país, especialmente en la ciudad de Guayaquil, con su financiación en beneficio del progreso tecnológico, consiguiendo aumentar aún más la cobertura, por ende, los radioescuchas beneficiados.

Sobre lo mencionado se planteó el siguiente problema general de investigación.

¿En qué medida se relaciona la cultura organizacional con la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil?

Además, se formularon (3) problemas específicos:

- ¿Cómo se relacionan las dimensiones de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil?
- ¿Cuál es la importancia que tienen los sistemas de control en la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil?
- ¿Qué estrategias de cultura organizacional y acciones de responsabilidad social se pueden proponer para las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil?

## Objetivo General

Determinar en qué medida la cultura organizacional se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.

## Objetivos Específicos

- Determinar cómo se relaciona las dimensiones de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.
- Analizar la importancia que tienen los sistemas de control en la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.
- Proponer estrategias de cultura organizacional y acciones de responsabilidad social en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.

## Cultura Organizacional

El término Cultura organizacional conforme pasan las épocas ha venido actualizando y reforzando su interpretación, no existiendo una definición totalmente consensuada de la misma, en la actualidad viene tomando un creciente impulso en el ámbito empresarial, cada vez son más las organizaciones que consideran este factor como un promotor de productividad y un medio muy importante para poder lograr la identificación plena de los empleados con su entorno laboral lo que se traduce en un alto cumplimiento de sus objetivos estratégicos.



La cultura organizacional viene dada por el estudio de los rasgos característicos de una comunidad humana desde una perspectiva científica (Smircich, 1983, pág. 339).

Chiavenato, (2009) indica que “la cultura organizacional se encuentra conformada por todos los testimonios no escritos que se encargan de orientar la conducta habitual de los individuos de una organización, además, orientan los esfuerzos para cumplir con las metas planteadas bajo la participación de todos los sujetos” (pág. 9).

En otras palabras, la Cultura Organizacional se considera como un método común entre todos los integrantes de la organización, que va marcando una diferenciación entre las demás tomando en cuenta varias particularidades: fijación en los detalles estabilidad, equipos, resultados, innovación, clientes, y dinamismo (Robbins & Judge, 2013, pág. 512).

Bajo este panorama, las sociedades se distinguen como pequeñas organizaciones debido a que poseen características culturales y habilidades de generación de valor, otorgando una utilidad de forma positiva para la misma (Rodríguez, 2009).

(Schein, 2004, pág. 1) Precisa a la cultura organizacional como el conjunto de patrones que un conjunto humano creó, desplegó y probó al resolver problemas dentro de las organizaciones y que cree valioso para ser enseñado y replicado en cada nuevo miembro facilitando su adaptación interna.

Acorde a (Ritter, 2008, pág. 10) la cultura organizacional es el medio por el cual proceden los componentes de una organización o equipo y que tiene su génesis a través de una serie de valores y convicciones comunes. La cultura organizacional es el instrumento que permite conservar adherida a las sociedades con sus trabajadores, al proveerles las pautas necesarias de cómo deben proceder y comunicarse.

De acuerdo con (Rodríguez & Gómez Díaz, 2001, pág. 2) la cultura es el comportamiento que tienen los individuos ante los diferentes contextos de la vida, que se ven replicadas en su conducta dentro de las organizaciones. La cual se puede orientar a la sostenibilidad para la innovación y mejorar la continuidad de estrategias y así crear un ambiente propicio para generación de nuevas ideas y mejorar desempeño en la organización.



Por otro lado, para (Segredo, García, León, & Perdomo, 2017) la cultura organización es la personalidad que tiene cada empresa que viene dada por el grupo de valores, tradiciones costumbres y la forma de hacer las cosas que inciden en el comportamiento de cada uno de los miembros de la organización.

Para (Muñoz, 2018) la cultura organizacional es el medio que nos permite comprender el desenvolvimiento de una organización dentro de las actividades productivas de un país. A su vez, para (Obando Changúan, Cuenca Caraguay, & Rea Dávalos, 2020) la cultura organizacional nos indica el fracaso o éxito de una sociedad, ya que su estudio incide directamente en el rendimiento de las compañías.

Bajo esta premisa, los constantes cambios y exigencias que viven las organizaciones invitan a que traten de entender con mayor énfasis la afectación que tiene la cultura organizacional en el factor humano. (Llanos & Heredia, 2018). El entender la influencia que tiene la cultura organizacional dentro de las organizaciones es un factor determinante para su crecimiento en materia de innovación o reprimir su desarrollo. (Maya, Vallejo, Ramos, & Borsic, 2018).

Es así como el autor, (Llanos M. , 2020) demuestra lo importante de unificar a la cultura organizacional la percepción de calidad que tiene cada persona para así generar un impacto global en la organización desde su desempeño individual para el colectivo.

De esta manera (Reyes Hernández, & Moros Fernández, 2019) concluyen que cada individuo dentro de la organización puede marcar y hacer la diferencia desde sus tareas y actividades individuales particulares mediante una cultura que lo desarrolle hacia la manera en que la organización desea acorde a sus intereses y expectativas.

Es importante resaltar que entre las teorías que fundamentan la presente información se encuentran:

Teoría de las relaciones humanas, se origina en 1920 y se concreta bajo las comprobaciones de Hawthorne (1924-1932), efectuados por Elton Mayo. Está orientada a la conducta de los individuos en las organizaciones, es decir, que se enfoca en el manejo de las personas,



considerando la relevancia del talento humano, debido a que los recursos humanos responden de manera positiva si se preocupan de ellos, tomando en cuenta sus carestías y haciéndolos parte de las dificultades en la organización, produciendo el incremento de la producción (Macias & Vidal, 2002, pág. 263).

Teoría del Desarrollo Organizacional (DO), se origina en 1962, entre las contribuciones más relevantes están Blake y Shepard (1951) y Bennis (1973). Esta teoría es conocida por la inserción y relevancia en el factor humano en las organizaciones y su imagen corporativa al exterior, para alcanzar el éxito en la implementación de mejoras. Las sociedades consiguen acomodarse a los desafíos, tecnologías, y variaciones del mercado, si conciben avances en los valores, creencias, actitudes, y en todo el sistema de la organización (Suárez, Álvarez, & Vásquez, 2020).

Teoría de la Calidad Total, se inicia en el año 1894 y se fundamenta bajo la mejora continua, sin embargo, en la Segunda Guerra Mundial se empleó por primera ocasión en los EEUU, con la finalidad de revisar la calidad de las municiones. En Japón surge a finales de los años 40, por medio de Edwards Deming, administrar es adelantarse, en su modelo estadístico, en donde se desechan las equivocaciones y se supervisan las innovaciones en los procesos. Los investigadores Joseph Juran, Philip Crosby, Kaoru Ishikawa, son distinguidos por sus contribuciones bajo diversos criterios sobre el control y gestión de la calidad. Armand Feigenbaum promovió la expresión total a la orientación de calidad, lo que abarca la implicación de cada uno de los individuos de la organización. La Gestión de la Calidad Total (TQM), constituye el manejo práctico de todos los procesos productivo de un producto o servicio, buscando y fomentando el aumento de la producción y la satisfacción al cliente. (Macias & Vidal, 2002, pág. 267).

## Dimensiones del estudio

**Orientación a los equipos.** Es la competencia de formar parte de un equipo, con la intención de laborar de forma conjunta por un fin común, lo cual consigue el incremento de la producción en la realización de tareas fijadas y que éstas sean óptimas para avalar los

resultados acordes a lo esperado y estipulado (Vásquez, 2019).

Por lo tanto, es importante que se reúnan este conglomerado de recursos humanos y compartan conocimientos determinados de su función y promover sus aptitudes para lograr el objetivo común, creando diferentes estrategias, metodologías y procedimientos para desarrollar de forma adecuada sus gestiones.

**Evitación de la incertidumbre.** “Es el grado en que las personas se sienten amenazadas por diversas situaciones ambiguas, a las cuales pretenden evitar a través de códigos y creencias estrictas” (González, Salazar, & Verdugo, 2019).

Por ende, es importante que los líderes de cada área promuevan confianza en sus equipos para que estos puedan desarrollarse de la mejor manera y lograr los objetivos planteados, ya que hoy en día existen muchos colaboradores que se cohíben ante sus superiores y no logran desarrollar el potencial que posee.

**Orientación a la gente.** “Es uno de los primeros pasos que sirve para emplearlas de forma adecuada en diferentes actividades de la organización, ya que trata de posicionarla en sus labores y mostrarles de forma clara sus funciones, actividades y objetivos” (Guerrero, Ballesteros, & Herrera, 2018).

Esto significa que forman parte del proceso de recursos humanos integrados y diseñados para desarrollar, retener y cautivar a los participantes de una organización, explotando su talento y habilidades para la clave del éxito del trabajador.

**Orientación a los resultados.** “La orientación a los resultados se refiere a la capacidad de encaminar todos los actos hacia los objetivos esperados, basados en la velocidad y sentido de urgencia ante decisiones importantes esenciales” (Hahn, 2019, pág. 17).

Por ende, para aplicarlo se debe tener las metas claras, ser persistente con el trabajo diario, evaluar la interrelación entre resultados y recursos, y precisar indicadores de medición para una constante retroalimentación.

**Estabilidad.** La estabilidad laboral depende de forma exclusiva de la responsabilidad que poseen los empresarios de asegurarse que los despidos se realicen en circunstancias justificadas de la tenencia o no del empleo por parte de los recursos humanos; esto se manifiesta en que ninguno de estos dos elementos brinda una real señal de estabilidad (Calderón, 2015).

Desde una perspectiva general, establece que las sociedades implicadas con el éxito constantemente están dispuestas al aprendizaje, lo cual incluye provocar condiciones que les permita sostener un aprendizaje constante para brindarles a sus colaboradores una estabilidad laboral permanente dentro de la misma.

**Responsabilidad económica.** La responsabilidad económica empresarial se fundamenta en el bienestar económico y mental de la sociedad, de un país o estado, en que las organizaciones podrían ayudar a la edificación de una sociedad equitativa y más justa o, por el contrario, agudizando las diferencia e incrementando la pobreza (Bermeo, 2019).

Por lo tanto, en una organización los consumidores también son partícipes en la creación de efectos económicos favorables o negativas bajo la sociedad, al seleccionar artículos o servicios y en qué lugar se lo realiza.

**Responsabilidad legal.** La RSE legal hace énfasis en la participación y ejecución de tareas adecuadas que permiten conservar y mejorar el mercado, en donde se desenvuelve la compañía, la comunidad que la rodea y los bienes que emplea, ya que en la actualidad no solo se necesita de ayuda económica, igualmente de apoyo con tiempo y recursos. (Pérez & Espinoza, 2016).

Por consiguiente, también puede relacionarse con la esencia de la organización en cuanto al pago de salarios, brindar los beneficios, clientes y trato con proveedores, etc., y otro referente al cumplimiento de las normas que la pueden perjudicar, tales como impuestos y seguridad social.

**Responsabilidad ética.** La ética estudia qué es la moral, también estudia la manera en que se demuestra dentro de un sistema lógicamente y de qué forma se implementará a

continuación en distintos contextos de la vida social y personal (Fernández, 2016, pág. 33). Por consiguiente, la responsabilidad social ética está vinculada con los principios y valores de una sociedad como equidad, respeto, tolerancia, justicia, tolerancia responsabilidad, etc.

**Responsabilidad filantrópica.** La filantropía es velar por el bien e intereses de los demás sin esperar nada a cambio, incluso a costa del propio. También se trata de diferentes formas que puede adoptar un tipo de acción sin ánimo de lucro, de una forma de llevar a cabo acciones que permiten mejorar el estado de la comunidad donde se convive.

Eso quiere decir, que en cuanto a la responsabilidad filantrópica consiste en realizar contribuciones económicas, proyectos de inclusión social, programas de voluntariado, etc. Así como el desarrollo en ámbitos de la cultura, educación, la salud, el arte, y la investigación.

**Responsabilidad Social Empresarial.** Hace casi 100 años la responsabilidad social se ha encontrado entre los objetivos primarios de las grandes organizaciones, ya que siempre buscaros aproximarse a los consumidores y/o futuros clientes para brindarles respuesta oportuna a las necesidades que presentaban. Este apoyo era de carácter económico, por lo general siempre conlleva un fin de reputación prestigio, e imagen; esta ayuda en principio era por voluntad propia, no obstante, desde los años 90, se transformó en un compromiso que se lo definió como Responsabilidad Social Empresarial, RSE (González E. J., 2011).

La responsabilidad social empresarial en la actualidad es un instrumento importante para medir la inclusión de las organizaciones en la colectividad, para entender su grado de compromiso en no sólo obtener réditos y buscar su propio provecho, sino en cómo sus actividades tienen incidencia en su entorno, como sus políticas-objetivos macro están alineados con la comunidad sobre el cual se desenvuelven y en qué medida la misma logra obtener beneficios producto de dichas actividades.

Por consiguiente, se manifiesta el compromiso y la ética de las compañías que se encuentran relacionadas con la RSE, la misma que puede intervenir en el incentivo del recurso humano que la integran. También se puede llegar a promover el equilibrio entre la vida personal y el trabajo, fomentando el desarrollo personal y profesional, finalmente creando un entorno



más apropiado para la creatividad y la producción (Guevara, 2019).

Bajo este punto de vista, es esencial que las organizaciones posean procedimientos de asesorías para identificar cuales serias las plazas de responsabilidad social a los que se pueda consentir, de acuerdo a sus habilidades, así como la de implementar módulos de comunicación antes, durante y después de la acción. Este tipo de asesorías tienen posibilidad de divulgar sus actividades de RSE, ya que los consumidores aprecian los esfuerzos de las organizaciones por el cuidado social y del medio ambiente (Molina, Córdova, Meza, & López, 2017).

Según (López & Vázquez, 2004, pág. 65) la Responsabilidad Social Empresarial es la oportunidad adecuada y consecuente de cumplir totalmente con los objetivos de las organizaciones, tanto externo como interno tomando en consideración las expectativas sociales económicas, y ambientales de todos sus miembros.

De acuerdo con (Avellán Herrera, 2019) la responsabilidad social es una ventaja competitiva empresarial que permite crecer económica y sosteniblemente a las organizaciones.

A su vez (Peña, Vallejo, Malla, & Sarmiento, 2019) remarcan la importancia de la adaptación de la RSE como una estrategia diferenciadora, logrando alcanzar una ventaja competitiva que permite marcar una distancia respecto al comportamiento de las demás sociedades, siendo un factor muy apreciado en un mundo tan globalizado.

El crecimiento económico ha creado la necesidad de diseñar nuevas prácticas socialmente responsables en las organizaciones que van de la mano con los resultados económicos. (Coba Molina, Díaz Córdova, Zurita Meza,, & Proaño López, 2017).

De esta manera se puede determinar la importancia que tiene la RSE (López, Ojeda, & Ríos, 2017) interpretan que, al aplicarla como una política empresarial sostenible en materia laboral, comunitaria y medio ambiental permite a los empleados identificarse plenamente con su organización al valorar significativamente la implicación de la compañía con su entorno de manera global mejorando sus niveles de productividad y desempeño.

## **Relación de la Cultura Organizacional con la Responsabilidad Social**

## Empresarial

Para (Encalada, 2017) en su estudio concluye que un rediseño y mejora de la cultura organizacional incurriendo de manera beneficiosa en el desempeño de los trabajadores, en el criterio moral de sus decisiones, en el nexos con la comunidad, en definitiva, con la responsabilidad social.

A su vez (Gutiérrez & Montañez, 2017) deducen que el unificar la RSE dentro de la cultura organizacional, permite crear practicas socialmente responsables logrando un mayor compromiso y participación de todos los participantes de la sociedad, generando un bien común y nuevos parámetros que generan credulidad y colaboración entre ellos.

### Hipótesis de la investigación

**Hipótesis general.** La cultura organizacional se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.

#### Hipótesis Específicos

- Las dimensiones de la cultura organizacional se relacionan significativamente con las dimensiones de la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.

- Los sistemas de control se relacionan significativamente con la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil.

- Las estrategias de cultura organizacional se relacionan significativamente con las acciones de responsabilidad social con en las compañías del sector de Radiodifusión empresarial de Guayaquil.

## Materiales y Métodos

Para la presente investigación se utilizó el objeto de estudio aplicada porque trató de resolver el problema planteado. Además, su objetivo fue determinar en qué medida la cultura organizacional está relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial.

Por su parte, el tipo de datos de la investigación con el que se trabajó fue mixto refiriéndonos que es cualitativo-cuantitativo, transversal, y correlacional por qué se utilizó una descripción analítica de la variable cultura organizacional, ya que permitió analizar la importancia que tienen los sistemas de control frente a la Responsabilidad Social Empresarial. Para la información cuantitativa se medirán los datos que resultan de la investigación por parte de los registros de las compañías de radiodifusión de Guayaquil y la exploración de campo a realizar. De las encuestas, se tabularon sus resultados a fin de proporcionar tablas y gráficos que permitieron presentar resultados del problema planteado.

Se realizó una investigación descriptiva y correlacional porque nos permitió establecer una descripción completa de la situación evaluada y el entorno de las compañías de Radiodifusión de Guayaquil intentando determinar en qué medida se relaciona las dimensiones de la cultura organizacional y la responsabilidad social empresarial en las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil. Así mismo, persigue responder las causas que originan proponer nuevas estrategias y que las mismas logren o no la aceptación y sostenibilidad a largo plazo evidenciando un crecimiento y desarrollo.

Se puede indicar que la investigación tiene un diseño no experimental, ya que no se realizó ningún experimento en un laboratorio. No obstante, es de tipo transversal porque se analizó el comportamiento de las compañías de radiodifusión de Guayaquil en el periodo 2020, es decir, se analizaron en un espacio y tiempo determinado. La unidad de análisis serán los directores, administradores, personal financiero y operativo de las compañías del sector de Radiodifusión, que cuenten con una frecuencia activa y habilitada por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (Arcotel).

La población de estudio está conformada por el total del personal Directivo, Administrativo,



Financiero y Operativo (280 personas) de las compañías Radiodifusoras de Amplitud Modulada AM y Frecuencia Modulada FM de la ciudad de Guayaquil las mismas que son controladas por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (Arcotel, 2019), las cuales deben contar con una frecuencia activa y habilitada para el período 2020, las mismas que ascienden a un total de 70 radiodifusoras compuestas por AM (20) y FM (50). Con base en esto, se obtuvo una muestra de 128 personas de la población a estudiar.

Se empleó la encuesta como instrumento de recopilación de información, la misma que fue validada por expertos. Para la manipulación de los datos recolectados y posterior contraste de hipótesis se utilizó la herramienta de análisis estadístico IBM SPSS25, entre las pruebas ejecutadas se encuentra la validación de los cuestionarios, describir cada variable y sus escalas, además de analizar la correlación su covarianza inter-elementos y sus respuestas mediante el coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach que analiza si el planteamiento de la escala fue apropiado.

Se dispuso trabajar con la escala de Likert acorde a (Matas, 2018) con los siguientes parámetros:

Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo=4 Ni en acuerdo ni en desacuerdo = 3 En desacuerdo =2 Totalmente en desacuerdo = 1

El coeficiente Alfa deberá tener valores superiores al 0,7 para evitar el cuestionamiento de los resultados posteriores; Además, el baremo de interpretación metodológica según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) considera este valor como bueno para fines explicativos.

El análisis de correlación entre variables también fue empleado, puesto que permite conocer de forma preliminar si existe una relación estadísticamente significativa de variables, tal como fue planteado en las hipótesis y si esta relación es positiva/negativa, fuerte/débil o nula y dado este último escenario concluiría la investigación. El análisis sobre la cantidad de datos recolectados para la producción de resultados está dado por la significancia del coeficiente Kaiser Mayer Olkin cuyo resultado puede verse comprometido debido a que la cantidad de la

muestra no fue obtenida mediante el cálculo de la misma.

Por último, el análisis de regresión utilizado busca establecer la relación causal entre las variables, que a su vez se interpretará como el nivel de predicción y comportamiento que tiene la Responsabilidad Social Empresarial de las radiodifusoras activas en la ciudad de Guayaquil para el año 2020, ante cambios y/o variaciones en la medición de los indicadores correspondientes a la Cultura Organizacional, considerando que estos resulten estadísticamente significativos.

## **Resultados y Discusiones**

### **Alfa de Cronbach**

Dentro de estudios de carácter psicométrico donde la recolección de datos depende de la percepción de un grupo de personas que responden a una problemática, es necesario un indicador que nos asegure que tanto el instrumento utilizado (encuesta/formulario), la escala de medición, como los datos recolectados sean confiables y que los cálculos que se obtengan de forma posterior no se vean entorpecidos por esto; el indicador Alfa de Cronbach permite identificar este tipo de problemas, su escala de medición se encuentra entre los valores de cero a uno donde los valores de este indicador cercanos a uno serán deseables, sin embargo, valores aceptables pueden ser aquellos superiores a 0.7.

El cálculo de este indicador se realiza mediante una media ponderada de las correlaciones entre los ítems, en esta ocasión el indicador encontrado para las diferentes instancias es cercano a uno y la dimensión que tiene el valor menor del indicador corresponde a Responsabilidad Filantrópica donde el valor es 0.897 como se puede observar en la Tabla 1. Posterior a conocer los valores del indicador es posible continuar con los análisis posteriores.

Responsabilidad Social Empresarial vs Cultura Organizacional				
0.94	Responsabilidad Social Empresarial 0.984	Responsabilidad Económica	RECO1 0.994	
			RECO2 0.994	
			RECO3 0.994	
		Responsabilidad Legal	RLEG1 0.994	
			RLEG2 0.994	
			RLEG3 0.994	
		Responsabilidad Social Empresarial	RET11 0.994	
			RET12 0.994	
			RET13 0.994	
			RET14 0.994	
		Responsabilidad Filantrópica	RFIL1 0.994	
			RFIL2 0.994	
	Orientación a los equipos		OEQUI1 0.994	
			OEQUI2 0.994	
			OEQUI3 0.994	
			OEQUI4 0.994	
	Evitar la incertidumbre		EVIT1 0.994	
			EVIT2 0.994	
	Cultura Organizacional		OGENT1 0.994	
			OGENT2 0.994	
		Orientación a la gente		OGENT3 0.994
				OGENT4 0.994
			OGENT5 0.994	
			OGENT6 0.994	
Orientación a los resultados		ORES1 0.994		
		ORES2 0.994		
		ORES3 0.994		
		ORES4 0.994		
		ORES5 0.994		
Estabilidad		ESTAB1 0.994		
		ESTAB2 0.994		
		ESTAB3 0.994		
		ESTAB4 0.994		

**Tabla 1. Análisis Alfa de Cronbach**

**Fuente: Datos-Levantamiento de información- Cálculo SPSS**

La correlación indica la asociación de variables que se traduce como si una variable influye en otra, la correlación oscila entre uno y uno negativo, considerando los extremos como una asociación perfecta negativa o positiva y el centro (cero) indicaría una correlación nula entre las variables. En el presente análisis se consideró la correlación entre las dimensiones de la variable dependiente (Responsabilidad Social Empresarial) con las dimensiones de la variable independiente (Cultura Organizacional) con la finalidad de conocer si existe una relación entre dimensiones y la cultura organizacional, si esta es relevante, como se puede observar en la tabla 2: como las correlaciones resultan positivas cercanas a uno y significativas (considerando el nivel  $\alpha=0.01$ ).al respecto de diferentes características de la economía digital.

Rho de Spearman	Correlaciones		N
	Responsabilidad Social Empresarial		
	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	
Orientación a los equipos	0.988**	0.000	128
Evitar la incertidumbre	0.933**	0.000	128
Orientación a la gente	0.915**	0.000	128
Orientación a los resultados	0.991**	0.000	128
Estabilidad	0.965**	0.000	128

**Tabla 2. Análisis de correlación**

**\*\*.** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

**Fuente:** Datos-Levantamiento de información- Cálculo SPSS

La prueba de KMO (Kaiser, Meyer y Olkin), permite conocer si la cantidad de observaciones (encuestados) a quien se le recolectó la información es suficiente para analizar los factores, sobre este indicador siempre se prefieren aquellos cercanos a uno en este caso se obtuvo un KMO de 0.917 como se aprecia en la Tabla 3; la esfericidad de Bartlett indica si el modelo de regresión planteado es aplicable y significativo, para su contraste se utiliza el valor-p asociado al estadístico Chi-cuadrado que en esta ocasión se encuentra en valores inferiores a  $\alpha = 0.01$  que dentro de una prueba de hipótesis se podría rechazar la Hipótesis alternativa, por tanto el análisis es aplicable.

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.917
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1841.015
	GI	15
	Sig.	0.000

**Tabla 3. Kaiser Mayer Olkin (KMO) y Esfericidad de Bartlett**

**Fuente:** Datos-Levantamiento de información- Cálculo SPSS

## Análisis de regresión

Como una parte principal dentro del análisis de regresión se encuentra el coeficiente de determinación o R-cuadrado que indica el ajuste del modelo planteado o la capacidad que

tienen las dimensiones de la Cultura Organizacional para explicar a la Responsabilidad Social Empresarial, siempre es preferible valores cercanos a la unidad, en esta ocasión el valor obtenido es 0.993 como se aprecia en la Tabla 4 en donde indicaría que las variables independientes son capaces de explicar muy bien el comportamiento de la dependiente.

Resumen del modelo <sup>b</sup>					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin - Waston
1	0.996 <sup>a</sup>	0.993	0.993	0.098	1.973

**Tabla 4.** Coeficiente de determinación

**a. Predictores: (Constante), Estabilidad, Orientación a la gente, Evitar la incertidumbre, Orientación a los equipos, Orientación a los resultados**

**b. Variable dependiente: Responsabilidad Social Empresarial.**

**Fuente: Datos-Levantamiento de información- Cálculo SPSS**

En la Tabla 5, se muestra el análisis de regresión, observando en primera instancia la significancia de cada una de estas variables encontramos que como se aprecia se encuentran en valores cercanos a cero, indicando que emplearlas dentro de la regresión es acertado. Por tanto, la regresión se representaría como:

$$RSE = 0.12 + 0.22*Orint\_Equip + 0.22*Evit\_Inc + 0.066*Orint\_Gnt + 0.476*Orint\_Result + 0.125*Estabilidad$$

Vale destacar que a pesar de que la inclusión de todas las variables es posible, el aporte de brindado por algunas es muy bajo como es el caso de las dimensiones “Evitar la incertidumbre”, “Orientación a la gente” y “Estabilidad”, por otra parte, el aporte que tienen las variables “Orientación a los resultados” y “Orientación a los equipos” muestran niveles altos.

Acorde a estos resultados es posible concluir que la RSE de las empresas de radiodifusión en Guayaquil se ve reforzada en mayor medida por las relaciones interpersonales desarrolladas dentro de estas instituciones, así como la valoración que dichas organizaciones dan a la eficiencia en el cumplimiento de tareas, el logro de objetivos y el respeto a las normas y regulaciones sobre las que se rigen

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Sig.	Estadísticas de colinealidad	
	B			VIF	
(Constante)	0.120		0.000		
Orientación a los equipos	0.220		0.000	22	988
Evitar la incertidumbre	0.095		0.000	10	165
Orientación a la gente	0.066		0.001	7	429
Orientación a los resultados	0.476		0.000	28	327
Estabilidad	0.125		0.000	14	607

**Tabla 5. Análisis de regresión**

**a. Variable dependiente: Responsabilidad Social Empresarial**

**Fuente: Datos-Levantamiento de información- Cálculo SPSS**

## Conclusiones

En el estudio realizado se determinó como se relacionan las dimensiones de la cultura organizacional y la responsabilidad empresarial, en el sector de Radiodifusión de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo al análisis de correlación que se realizó mediante el levantamiento de datos, se obtuvo un resultado positivo (0.993) el cual es significativo estadísticamente al estar más cerca de uno, lo que expresa que guardan una fuerte relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Por consiguiente, las dimensiones que tienen una mayor incidencia es Orientación a los resultados, seguida por la Orientación a los equipos, adicional que sus valores de predicción son remarcablemente superiores a los obtenidos para las dimensiones restantes (Manejo de Incertidumbre, Orientación a la gente y Estabilidad).

En los resultados del estudio realizado por la autora (Roa, 2019) se reconoce que la cultura organizacional proporciona criterios que se encuentran vinculados con la introducción de programas de RSE, en la que enfocan la intervención que tienen los colaboradores, directivos y la sociedad que la integran. Por lo tanto, se ha convertido en un requisito indispensable que muchas organizaciones deben cubrir, ya que es frecuente que los consumidores en el instante de seleccionar su producto o servicio se detienen a dirigir y pensar en una marca en la que se identifique que está desplegando estrategias no sólo pensadas en su beneficio personal, sino

que les brinde incluso mérito a los temas filantrópicos, financieros y ambientales.

Sin embargo, contrastando con los resultados de los autores (Saltos & Velázquez, 2019) en su artículo establecen que la visión actual que se tiene desde la empresa, permite que las políticas se implementen ajustadas a diferentes estrategias que les ayuden a medir su alcance y perdurabilidad en el tiempo, con el fin de mejorar el desarrollo de sus lineamientos de acción dentro de la RSE, cuestiones que deben ser analizadas de forma permanente para que se reflejen en el ámbito interno y externo, por ello, se aplica más adelante estrategias sugeridas de la presente investigación.

Al analizar la importancia que tienen los sistemas de control en las compañías del sector de Radiodifusión con la responsabilidad social empresarial de Guayaquil mediante la entrevista a los directores de las radios e interpretación de los resultados de las encuestas se determina que es una tendencia gerencial actual, ya que muchas empresas aplican estrategias de RSE, pero el 98% de los encuestados menciona que mantienen deficiencias en sus sistemas por la falta de conocimiento en sus diferentes enfoques y herramientas que manejan esta tendencia. Tal como lo exponen los autores (Acosta, Lovato, & Buñay, 2018) en su artículo que la RSE integra actividades organizadas por las empresas para generar un impacto positivo en su entorno y en sus grupos de interés, además conseguir beneficios económicos porque les permite a las sociedades ahorrar costos y la posibilidad de situarse en el mercado internacional como negocios con servicios o bienes sostenibles.

Por su parte, los autores (Chacón & Rugel, 2018) concluyen en su estudio que muchas empresas privadas existe la ausencia de prácticas y aspectos esenciales para el bienestar del ser humano y para con el medio ambiente, ya que consideran que se requieren de muchas inversiones, organización de grupos de interés y gestiones bajo sistemas que requieren mucho dinero, sin embargo los resultados son muy provechosos porque al ser socialmente responsable ahorra costos y evita la contaminación del medio ambiente y a su vez incrementa el compromiso de sus colaboradores para con la empresa.

En cuanto al tercer objetivo sobre proponer estrategias de cultura organizacional para las

compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil, se pueden mencionar las siguientes:

1. Diseñar un plan de encuestas trimestrales para medir el nivel de satisfacción que sienten los empleados al formar parte de la organización.
2. Promover equipos de trabajo que al obtener los resultados requeridos sean reconocidos y recompensados generando una atmosfera de compañerismo y cohesión grupal organizacional dentro de todos sus miembros.
3. Desarrollar planes de mejora y capacitación basados en la misión y visión de la organización para que los empleados puedan crecer formados con la cultura de la empresa y hacer carrera dentro de la compañía.
4. Bosquejar un plan de premios para los trabajadores que refieran candidatos de excelencia que al formar parte de la cultura de la compañía logren mejorar un proceso o alcanzar anticipadamente un objetivo.

El tema de Responsabilidad Social Empresarial tiene un contexto demasiado extenso, de esta forma para tener un mayor y mejor alcance es necesario contratar servicios de consultoría técnica especializada, pero con base en lo expuesto en el presente trabajo se pueden plantear las siguientes acciones de RSE (Tabla N° 6) para las compañías del sector de Radiodifusión de Guayaquil

Finalmente, respecto a las limitaciones de la presente investigación, se presentaron en la recolección de los datos, ya que no todos fueron presenciales, y esto impidió evaluar expresiones o escuchar opiniones de los encuestados. Además, otro tipo de limitación es la muestra, ya que no en todas las 70 radiodifusoras seleccionadas existían 3 personas que representen ser directores, administradores o representantes legales, por lo que se encuestó a 128 personas. Por lo tanto, es recomendable que a futuro se realice un nuevo estudio en el que puedan incluir no a todos los colaboradores de las principales radiodifusoras y realizar un análisis comparativo con los resultados obtenidos en la presente investigación.



<i>Indicador</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Impacto</i>
Marketing Social	Identificar y dar conocer los impactos sociales positivos y negativos de los productos/servicios que promociona la empresa	Económico
Gestión Medioambiental	Publicitar con mayor rotación productos que tienen impacto positivo para el medio ambiente	Medio Ambiente
Impacto en la Comunidad	Informar mediante la página web de la compañía el impacto que tiene la operación de la compañía en la comunidad	Medio Ambiente
Distinción por actuaciones responsables	Realizar actividades mensuales relacionamiento e integración con el público mediante presentaciones y transmisiones on line musicales que estén acompañadas con la presentación de programas sociales	Social
Inversiones y Servicio públicos	Desarrollar planes de inversión en infraestructura y servicios que con su ejecución traigan un beneficio para la comunidad	Económico

**Tabla 6 . Acciones de RSE**

## Referencias Bibliográficas

Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa en su rol en las empresas ecuatorianas. *Lasallista de Investigación*, 105-117. 10.22507/rli.v15n2a8

Arcotel. (Noviembre de 2019). Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. [https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/8.1.3-Listado\\_RTV-Nov-2019.xls](https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/8.1.3-Listado_RTV-Nov-2019.xls)

Avellán Herrera, N. A. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial, su relación con la gestión

del conocimiento y el capital intelectual. *Economía y Negocios UTE*, 10(1), 26-37. <https://doi.org/10.29019/eyn.v10i1.532>

Bermeo, D. (2019). *Realidad de la Responsabilidad Social Empresarial y su Valor Financiero en Colombia*. Santa Marta, Colombia: Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/16785>

Calderón, Z. (1 de Agosto de 2015). *La cultura organizacional en la estabilidad laboral*. Quetzaltenango, Guatemala: Trabajo de grado para optar al título de Licenciado Psicóloga Industrial/Organizacional. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Calderon-Zulma.pdf>

Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la sociedad. *Espacios*, 39(41), 20-32. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p20.pdf>

Chiavenato, I. (2009). *Aministración de Recursos Humanos* (Quinta ed.). Bogotá: Mc Graw Hill. <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/f37a438c7c5cd9b3e4cd837c3168cbc6.pdf>

Coba Molina, E., Díaz Córdova, J., Zurita Meza, E., & Proaño López, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23-44. <https://doi.org/10.1234/y.ch.v8i2.597>

Encalada, J. (2017). *Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas empresas del sector alimenticio de la ciudad de Loja*. Sur Academia: Revista Académica-Investigativa De La Facultad Jurídica, Social Y Administrativa, 2(3), 30-39. <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/116>

Fernández, B. (2016). *Responsabilidad Social, Ética Empresarial y Gestión de la Diversidad*. Madrid: Fundación Cepaim. <https://docplayer.es/83074912-Responsabilidad-social-etica-empresarial-y-gestion-de-la-diversidad-cuaderno-para-la-formacion.html>

González, E. J. (2011). *Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial*

poco explorada. *Revista lasallista de investigación*, 8(2), 173-186. <https://www.redalyc.org/pdf/695/69522607019.pdf>

González, J., Salazar, F., & Verdugo, R. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 242-256. <https://doi.org/10.36390/telos211.12>

Guerrero, C., Ballesteros, L., & Herrera, J. (2018). Gerentes y equipo de trabajo efectivo: Empresa exitosa. *Ciencias económicas y empresariales*, 416-430. 10.23857/dc.v4i3.816

Guevara, N. (2019). La gestión de la responsabilidad social empresarial y su influencia en el compromiso organizacional de los funcionarios y profesionales de la empresa de generación eléctrica del sur – egesur s.a., año 2018. Tacna, Perú: Trabajo de grado para optar al título de Ingeniero Comercial de la Universidad Privada de Tacna. <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/950/1/Guevara-Cabrera-Nelida.pdf>

Gutiérrez, S., & Montañez, G. (2017). La Responsabilidad Social y la Cultura Organizacional en las empresas familiares. *Neumann Business Review*, 3(2), 4-22. 10.22451/3002.nbr2017.vol3.2.10009

Hahn, J. (2019). Orientación a los resultados ajuste de la política de cohesión. *Unión Europea Política Regional Panorama*, 1-36. [http://ec.europa.eu/regional\\_policy///sources/docgener/panorama/pdf/mag41/mag41\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy///sources/docgener/panorama/pdf/mag41/mag41_es.pdf)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mexico DF: Mc Graw Hill.

Llanos, M. (2020). Importancia De Integrar La Calidad A La Cultura Organizacional En Instituciones De Educación Superior. *ECOCIENCIA*, 7, 1-17. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.70.277>

Llanos, M., & Heredia, R. (2018). La cultura organizacional: Abordaje conceptual y

delimitación de variables para su estudio. *Ecociencia*, 5(2), 1-19. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.52.60>

López, M., & Vázquez, P. (2004). *Mobbing. Cómo prevenir, identificar y solucionar el acoso psicológico en el trabajo*. Compostela: Pirámide.

López, Ojeda, & Ríos. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital. *SPANISH ACCOUNTING REVIEW*, 36-46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>

Macias, A., & Vidal, A. (2002). Evolución de la teoría administrativa. Una visión desde la psicología organizacional. *Revista cubana de psicología*, 19(3), 262-272. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v19n3/12.pdf>

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 1(20), 38-47. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1607-40412018000100038](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038)

Maya, M., Vallejo, A., Ramos, V., & Borsic, Z. (2018). Cultura Organizacional e innovación en las empresas. *CienciAmérica*, 8(2), 84-102. <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/215>

Molina, E. C., Córdova, J. D., Meza, E. Z., & López, P. P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, (18), 23-44. <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215052403003.pdf>

Muñoz, C. (2018). La cultura y la responsabilidad: análisis de empresas exitosas en México. *RPE*, 5(1), 53-67. <http://dx.doi.org/10.16967/rpe.v5n1a5>

Obando Changúan, M. P., Cuenca Caraguay, V. E., & Rea Dávalos, M. P. (2020). La cultura organizacional en las Pymes y su rendimiento. *ProSciences*, 4(32), 47-55. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss32.2020pp47-55>

- Peña, Vallejo, Malla, & Sarmiento. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones financieras de la Economía Popular y Solidaria. *Yachana*, 39-51. <https://doi.org/10.1234/yach.v8i2.597>
- Pérez, M., & Espinoza, C. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial y su enfoque Ambiental: Una visión Sostenible a Futuro. *Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023)
- Reyes Hernández,, J., & Moros Fernández, H. (2019). La cultura organizacional: principales desafíos teóricos y metodológicos para su estudio. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 201-217. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322019000100201&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322019000100201&lng=es&tlng=es).
- Ritter, M. (2008). *Cultura Organizacional* (Primera ed.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones. <https://filadd.com/doc/michael-ritter-cultura-organizacional-2008-pdf>
- Roa, J. (2019). Cultura organizacional y su influencia en los programas de Responsabilidad Social Empresarial. Universidad Nacional de Colombia, 1-25. <http://hdl.handle.net/10654/35253>
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional* (Décimo Quinta ed.). México: PEARSON. [https://www.pucesa.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/2\\_Comportamiento\\_Organizacional\\_13\\_edicion.pdf](https://www.pucesa.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/2_Comportamiento_Organizacional_13_edicion.pdf)
- Rodriguez, J., & Gómez Díaz, C. (2001). Cultura Organizacional. *Contabilidad y Auditoria*, 111-140. [https://www.researchgate.net/publication/216737064\\_Teorias\\_de\\_la\\_cultura\\_organizacional](https://www.researchgate.net/publication/216737064_Teorias_de_la_cultura_organizacional)
- Rodríguez, R. (2009). La cultura organizacional un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. *Invenio* 12(22), 67-92. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87722106>

- Saltos, M., & Velázquez, R. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la responsabilidad social empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 4-17. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p04.pdf>
- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (Tercera ed.). San Francisco: Jossey-Bass. [http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan\\_Digital\\_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf](http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf)
- Segredo, A., García, A., León, P., & Perdomo, I. (2017). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *Revista de Información científica para la Dirección en Salud. INFODIR*, 24(13), 86-99. <http://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/200>
- Smircich, L. (1983). Concepts of Culture and Organizational Analysis. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 339-358. <https://doi.org/10.2307/2392246>
- Suárez, M., Álvarez, M., & Vásquez, M. (2020). La cultura organizacional a través de las teorías organizacionales: nacimiento, crecimiento y madurez. *Revista san gregorio*, 145-156. <https://doi.org/http:10.36097/rsan.v1i40.1387>
- Vásquez, J. (30 de Noviembre de 2019). Trabajo en equipo para mejorar la calidad laboral. Bogotá, Colombia: Trabajo de grado para optar al título de Psicólogo. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24011/1/TRABAJO%20EN%20EQUIPO%20PARA%20MEJORAR%20LA%20CALIDAD%20LABORAL.pdf>