

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ESPIRITUAL COMO UN FACTOR DETERMINANTE DE LA ASOCIATIVIDAD

Carvajal-Larenas Patricio¹, Reyes-Bedoya Donald², Saltos-Cruz Carlos³ Pérez-Proaño Felipe⁴
ramiropcarvajal@uta.edu.ec¹, dereyes@uta.edu.ec², csaltos@iste.edu.ec³, fperez5472@uta.edu.ec⁴
<https://orcid.org/0000-0003-1969-5490>¹, <https://orcid.org/0000-0002-9891-1325>², <https://orcid.org/0000-0001-8406-4797>³, <https://orcid.org/0000-0002-6620-6840>⁴
Universidad Técnica de Ambato^{1, 3 y 4}
Instituto Superior Tecnológico España²

Recibido (05/02/20), Aceptado (21/02/20)

Resumen: La Responsabilidad Social Espiritual (RSE) surge de la pirámide de la Responsabilidad Social [1]. Dicha pirámide posee en su cúspide la responsabilidad filantrópica. La RSE tiene relación con la parte intrínseca del ser, que insta a la realización de actividades para el bien común. En contraste con la espiritualidad, esta genera un ambiente laboral beneficioso para la organización. El objetivo de esta investigación fue establecer un modelo teórico de RSE, aplicado a la realidad empresarial ecuatoriana, sobre la base de la asociatividad empresarial. Los métodos teóricos usados para la confección del sistema categorial fueron: histórico-lógico, inductivo-deductivo, analítico-sintético. Los métodos empíricos para la captación y operación de datos fueron: recolección de información (mediante un cuestionario estructurado y la aplicación de encuestas telefónicas), y análisis de validez de constructo (análisis de fiabilidad y análisis factorial exploratorio). Se aplicó el instrumento a una muestra de 268 organizaciones, seleccionadas aleatoriamente sin remplazo. Los resultados demuestran una alta coincidencia entre el sistema categorial y el comportamiento de las medidas tomadas a funcionarios de las organizaciones. Las conclusiones de fiabilidad y validez se afirman en indicadores, a saber: alfa de Cronbach=0,905; KMO=0,882; Chi-cuadrado de Bartlett=5640,338; GI=465; significancia estadística=0,000 y una varianza total explicada al 62,33%.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Espiritual, Liderazgo espiritual, Asociatividad, Filantropía.

SPIRITUAL SOCIAL RESPONSIBILITY, AS A DETERMINING FACTOR OF THE ASSOCIATIVITY

Abstract: Social Spiritual Responsibility (CSR) arises from the pyramid of Social Responsibility [1]. This pyramid has philanthropic social responsibility on its cusp. CSR is related to the intrinsic part of being, which urges activities for the common good. In contrast to spirituality, it generates a work environment beneficial to the organization. The objective of this research is to establish a theoretical model applied to the business reality of Ecuador, based on business associativity. The theoretical methods used to make the categorial system were: historical-logical, inductive-deductive, analytical-synthetic. The empirical methods for data collection and operation were: information collection (through a structured questionnaire and the application of telephone surveys), and construct validity analysis (reliability analysis and exploratory factor analysis). The instrument was applied to a sample of 268 organizations, randomly selected without replacement. The results show a high coincidence between the categorial system and the behavior of the measures taken to officials of the organizations. The conclusions of reliability and validity are stated in indicators, namely: Cronbach's alpha = 0.905; KMO = 0.882; Bartlett's Chi-square = 5640,338; GI = 465; statistical significance = 0.000 and a total variance explained to 62.33%.

Keywords: Spiritual Social Responsibility, Spiritual Leadership, Associativity, Philanthropy.

I. INTRODUCCIÓN

La evolución empresarial en Estados Unidos en los años 1800 evidencia una sensibilidad social por parte de las empresas, aportando a la filantropía con donaciones [2]. Años más tarde la empresa se ve más involucrada con la sociedad. Resultando, la responsabilidad social corporativa (RSC). Por lo cual, se incrementa actividades hacia la sociedad concretamente relacionadas a la filantropía [3]. Archie Carroll [1] en su pirámide, coloca a la responsabilidad Filantrópica en la cima, la misma que está ligada a esta forma de generar un bien común en función de un desinterés individual. Es decir, tener una relación integral más allá de los valores, la ética y la moral.

La espiritualidad tiene relación directa con la responsabilidad social por su ética, el respeto por la sociedad, valores de liderazgo, y el deseo de trascendencia personal. Además, permite superar sus límites, ingresando en la visión clásica de empresa. El liderazgo basado en la espiritualidad es una expresión holística, inclusiva única de cada persona, propia de cada líder [4]. Esta corriente va más allá de la ética en los negocios. La RSE, promueve la concordancia empresarial, las metas personales en conjunto y el desarrollo integral [5].

Estas expresiones de RSE convergen de la unidad y del crecimiento colectivo en función de factores intrínsecos de cada persona. Cuando existe un nivel de asociatividad en las organizaciones se configuran estrategias de colaboración a partir del respeto de la voluntad y la toma de decisiones autónomas [6]. En este sentido, se genera una conexión holística entre personas, sus valores y su nivel de trascendencia.

En este sentido, se desarrolla un sistema categorial, que conjuga todas las características expuestas, a saber: (1) la responsabilidad Social, (2) el liderazgo espiritual, (3) la asociatividad. La finalidad de esta abstracción científica es generar un modelo de responsabilidad social que vaya más allá de la parte moral y ética. Además, el valor práctico se prueba a partir de, (1) la participación de todos los integrantes, (2) el abandono a los intereses personales, (3) el enfoque en el crecimiento colectivo, (4) la búsqueda de un sentido, y (5) la generación de autotranscendencia [7], [6], [3], [4], [5], [8].

Esta investigación se orienta al estudio de las categorías fundamentales e indicadores de RSE, a partir de un criterio ligado hacia la asociatividad y el cooperativismo. En este sentido, se pretende contribuir con mecanismos de sostenibilidad que beneficien a organizaciones sin fines de lucro, que se agrupan para incrementar su competitividad. El objetivo planteado fue diseñar un sistema categorial que permita abstraer la realidad actual de la RSE en empresas organizadas bajo principios

cooperativos. La metodología empleada es cuantitativa, no experimental y transversal.

Este documento está estructurado en cuatro apartados, a saber: el primero presenta un resumen del protocolo científico; el segundo exhibe un análisis y síntesis, de las teorías y modelos, de responsabilidad social, asociatividad y espiritualidad; el tercero comunica la metodología empleada en la investigación; el cuarto expone los resultados hallados en el análisis estadístico y finalmente se reseñan las conclusiones del estudio.

II. DESARROLLO

Con la relevancia que ha tomado a través de su evolución, la responsabilidad social corporativa (RSC), se evidencia una tendencia hacia la generación de filantropía empresarial. De este modo, se promueve la generación de buena voluntad, de bienestar común, y de desinterés de primera persona [1]. Sin embargo, la RSC no se realiza de manera voluntaria, por el contrario, se orienta al mejoramiento de la imagen corporativa [9]. Además, las empresas realizan esfuerzos estratégicos para desarrollar una imagen social a través de la mercadotecnia, y de este modo incrementar la rentabilidad, [10]. Poco tiempo después, se migró desde la filantropía hacia la expresión individual generada por la espiritualidad laboral [11].

La inteligencia espiritual [12], se define como la capacidad de transformación del entorno para cambiar las experiencias. Esto equivale a una evolución de criterios y formas de expresión [13]. Además, contribuye con esquemas emocionales desde el punto de vista psicológico y hacia la sociedad, todo esto a partir de una caracterización de cada individuo [14], [15].

Contrastando esta transición con la autorrealización personal, la RSE crea un estado espiritual en el que predomina la felicidad, a partir de emociones propias [16]. En este sentido, surge la capacidad intelectual, la auto-superación y el trabajo en equipo de cara a desarrollar una mejor comunidad [17]. Es decir, una corriente de asociatividad responsable en función de las prácticas del liderazgo espiritual.

La RSE en función de la asociatividad puede ser medida bajo diferentes modelos propuestos por: (1) La Pirámide de Carroll y su responsabilidad filantrópica; (2) La espiritualidad y el emprendimiento; (3) El Modelo de asociatividad en las empresas; (4) La espiritualidad en el trabajo; y (5) La Espiritualidad e inteligencia [1], [5], [6], [7], [18].

Dentro del enfoque de la RSE el significado y el propósito del trabajo está orientado hacia la espiritualidad. Su principal función es mantener el clima organizacional y la sana competencia dentro de un mercado don-

de rigen sus propios valores. La carencia de cohesión moral puede abrir la puerta al comportamiento oportunista, que a largo plazo es una amenaza para el funcionamiento del mercado. Existe una creciente conciencia que funciona como un mecanismo de autorregulación moral, expresada en la confianza mutua que permite un óptimo funcionamiento del mercado [19].

El modelo propuesto en la presente investigación, parte de un contraste entre las diferentes caracterizaciones desde un punto de vista de beneficios grupales, personales y en función de un efecto positivo de los stakeholders. El basamento de la asociatividad y sus funciones hacia la responsabilidad social, se relacionan con el liderazgo espiritual personal. Este modelo plantea tres dimensiones, a saber: (1) Asociatividad; (2) Comunidad espiritual; (3) trascendencia espiritual. En contraste con el modelo en estudio, el modelo de inteligencia espiritual expuesto por [8] presenta dos de sus tres categorías.

La asociatividad surge de la cooperación entre organizaciones y personas que gestionan esfuerzos y recursos bajo un objetivo en común. Las relaciones generadas bajo este mecanismo cooperativo contribuyen a que cada participante mantenga independencia de sus actos [6]. Esta corriente filosófica está definida, como una estrategia resultante de la cooperación y coalición entre varias empresas, que trabajan en función de un objetivo común. Dentro de esta relación, cada participante mantiene independencia jurídica y gerencial [20]. La asociatividad esta caracterizada por: (1) Actores directos, (2) Entorno, (3) Servicios de apoyo, (4) Relaciones, (5) Políticas de gobierno [20].

El grupo de actores directos está constituido por los proveedores, las industrias, los colaboradores de la acción comercial y el consumidor [20]. Los factores que contribuyen en la relación con los proveedores se definen en la confiabilidad y los sistemas de calidad reconocida, que pueden desarrollar productos y ofrecer otra clase de servicios sin ninguna restricción. Los proveedores sujetos a mejoras, son organizaciones que demuestran aptitud técnica, aunque dentro de sus procesos tengan planes de mejora a largo plazo. (3) Proveedores en proceso constituyen organizaciones con un sistema de calidad en proceso de desarrollo, donde el plan de mejoramiento debe cumplirse en un corto plazo. Por su parte, los proveedores críticos presentan fallas sistémicas, donde su plan de mejoramiento es urgente [21].

La comercialización se orienta a los colaboradores de los canales de distribución. Son organizaciones, que trabajan para poder llevar un producto hasta el consumidor final [22]. En un canal directo el flujo de producto se dirige desde el productor hacia consumidor. En un

canal indirecto intervienen colaboradores de distribución (detallistas, minoristas, mayoristas y distribuidores exclusivos).

El entorno está conformado por el factor climático, la cultura y la economía [20]. Los servicios de apoyo están conformados por servicios técnicos, servicios de apoyo empresariales, servicios de apoyo financieros y servicios de apoyo de investigación [20]. Las relaciones organizacionales están delimitadas por las relaciones de compra y venta, relaciones sociales, y relaciones organizaciones [20]. Las políticas de gobierno se orientan a la sostenibilidad de la asociatividad a partir de instituciones de apoyo y programas de Apoyo [20].

La comunidad espiritual constituye un resultado de la convivencia propia del espíritu. Dicho efecto se obtiene después de una comprensión profunda de la dimensión biológica y social de cada individuo [8]. En términos de asociatividad, en las relaciones sociales se trabaja por lo justo, y no como un medio para un fin extrínseco (felicidad personal o el prestigio). El criterio asociativo marca una diferencia esencial entre la función instrumental de una preferencia y la función no-instrumental de un compromiso. El compromiso apunta a producir una identidad y una forma de ser, entre tanto, la satisfacción de preferencias busca generar una ventaja o placer [19].

La comunidad espiritual o vivencia espiritual implica la experiencia afectiva resultante del conocimiento espiritual [23]. Esta categoría está conformada por entusiasmo, sensibilidad por el arte, admiración por lo misterioso, empatía, paz interior y felicidad [23]. El entusiasmo es un mecanismo de motivación que contribuye a la percepción de un estado positivo en los procesos naturales de los seres humanos, ya sea de acción o descanso. Por su parte, la intensificación de la fuerza de voluntad y del apasionamiento es un aspecto afectivo de la experiencia de encontrar el sentido de la vida [23]. La sensibilidad por el arte (o sensibilidad estética) es la capacidad para identificar patrones de simetría en los objetos que tienen la capacidad de generar una reacción sensorial en el ser humano. En consecuencia, hay un desagrado por las manifestaciones culturales triviales o vulgares [23].

La admiración por lo misterioso, comprende el reconocimiento de aspectos de la realidad que se escapan a la explicación puramente racional [23]. La empatía, es la capacidad de internarse emocionalmente en el mundo de otro individuo. El aspecto afectivo de la experiencia de auto trascendencia, capacita al individuo desde un punto de vista espiritual e inteligente y establecer vínculos afectivos [23]. La paz interior es un estado interno de tranquilidad, confianza y esperanza que permite go-

zar de estabilidad emocional. Dicho estado, es resultante de considerar cada circunstancia en un marco amplio de la perspectiva trascendente de la realidad [23].

La trascendencia espiritual es una actividad que supera al conocimiento. Este parte de la construcción de un concepto existencialista humanista y ontológico que se orienta hacia los valores, éticos y estéticos de la parte intrínseca del ser humano [8].

En cuanto a la Trascendencia, [24] presenta una categoría muy similar denominada “la capacidad de trascendencia”, que está íntimamente relacionada con la asociación interpersonal bajo formas de conciencia altruistas. Esta categoría implica un ascenso que va más allá de los límites ordinarios de lo físico o del mundo natural para relacionarse con un ser divino. Dicho de otra manera, llegar más allá del estado físico para lograr una mayor conciencia propia [24]. En términos empresariales, la contribución de esta categoría radica en que: “la conexión espiritual genera identidad social y es retroalimentada a partir de tradiciones, cultura y religión” [25]. Esta categoría implica el proceso cognitivo para la construcción de un concepto trascendente de la existencia y un sistema axiológico correspondiente [23].

La trascendencia espiritual está compuesta por el razonamiento moral, las prácticas de meditación, la búsqueda de sentido, el autoconocimiento, la auto trascendencia y la actitud frente al dolor [23]. El razonamiento moral es la capacidad de adoptar principios éticos personales a partir del razonamiento y la reflexión sobre los grandes principios universales de justicia. Estos principios se establecen por las reflexiones del individuo y pueden contradecir los principios egocéntricos (razonamiento moral egocéntrico) o legales (razonamiento moral convencional). Esta capacidad habilitaría al individuo espiritualmente inteligente a construir un sistema de valores para orientar su vida (sistema axiológico) [23].

La práctica de la meditación es la dedicación regular a la reflexión sobre textos espirituales de reconocido valor universal. Esta práctica se la ejecuta para buscar sabiduría para el diario vivir, a partir de la integración o asimilación del objeto de meditación a un nivel profundo de conciencia [23]. Por su parte, la búsqueda de sentido es la capacidad de generar preguntas existenciales y de hallar o elaborar respuestas para las mismas [23]. El autoconocimiento, comprende la conciencia de la propia realidad psíquica y existencial. La conciencia se genera mediante el proceso reflexivo de la introspección y de la percepción de las características de la propia personalidad [23].

La autotrascendencia, compone una capacidad de mirar más allá de uno mismo. Dicho de otra forma, es

la virtud de salir de los límites del ego y abrirse a una realidad más amplia, reconociendo al prójimo y al ser supremo. Según varios autores, es la toma de conciencia de la finitud propia y de la infinitud de una realidad más amplia y universal [23]. La actitud frente al dolor es la capacidad de aceptar el sufrimiento y sobreponerse a los sentimientos negativos que se generan. El proceso de resiliencia inicia con la construcción cognitiva que permita asumir el dolor con paz y esperanza. El resultado óptimo del proceso involucra la consideración del sufrimiento como una oportunidad para el crecimiento espiritual [23].

III. METODOLOGÍA

En la ejecución de la presente investigación, se eligió una muestra de organizaciones sin fines de lucro, que cumplan con personalidad jurídica de asociaciones, empresas, cooperativas de ahorro y cooperativas de transporte de la provincia de Tungurahua. El proceso de elección obedeció al método muestral aleatorio simple sin reposición. Para este fin, se usó la función random aplicada a una base de datos con el programa informático R. Studio (versión 12.2). Los métodos teóricos empleados para determinar las categorías fundamentales son: (1) histórico-lógico, para reunir información necesaria para realizar la investigación; (2) hipotético-deductivo, para analizar y contrastar el comportamiento de modelos de RSE, espiritualidad y asociatividad resultando un modelo de RSE; y por último (3) el método inductivo – deductivo, puesto que se realizó una recopilación teórica aplicando los principales conceptos y fenómenos estudiados.

El instrumento usado para recopilar la información, fue un cuestionario, mismo que se compuso de 31 preguntas, dividido en dos partes a saber: 19 que permitieron medir los indicadores de espiritualidad y responsabilidad social, en colaboradores. Por otra parte, un cuestionario de 13 ítems, el cual se dirigió a los gestores administrativos responsables de la asociatividad las empresas. Las interrogantes se estructuraron con una escala balanceada de Likert de 5 alternativas. El procedimiento para el análisis de datos, fue implantado en dos etapas: (1) aplicación del cuestionario al personal administrativo de la empresa (gerentes, jefes departamentales); (2) al personal de apoyo y colaboración que forman parte de las mismas organizaciones, generando una entrevista personal para explicar la temática.

El tratamiento y recolección de la información, se ingresaron los resultados expuestos de los cuestionarios en el programa estadístico IBM SPSS Statistics 22. Para medir la confiabilidad del instrumento se aplicó las operaciones (a) Alfa de Cronbach [26], (b) Análi-

sis factorial exploratorio [27]. Se ejecutó la prueba de esfericidad de Bartlett, a través de un análisis factorial exploratorio, la cual que arrojó una matriz de correlación, misma que constara la segunda operación de confiabilidad del estudio. Con el método de Kaiser Meyer Olkin (KMO), se dedujo la fuerza de la relación entre las variables del estudio.

A través de la varianza total explicada se midieron el número de elementos que formaban los ítems. Mismos que fueron comprobados una vez establecida las agrupaciones de los factores Los ítems estudiados, mediante el procedimiento Varimax son expuestos a un proceso de rotación ortogonal, con el fin de visibilizar las relaciones intrafactor e ínter factor que se generaba en el constructo de RSE. Mediante el programa estadístico AMOS de SPSS Statistics 25 se modelaron los factores, las variables observables y su relación con las variables latentes, a través de la implementación de un programa de senderos.

IV. RESULTADOS

Mediante el programa estadístico SPSS Statistics 22, se obtuvo el coeficiente de Alfa de Cronbach igual a 0,902, siendo la primera validación del instrumento de medición de la presente investigación. El resultado fue una medida superior a la del estándar requerido (0,7), lo que califica al instrumento de medición realizado en una escala óptima para medir las variables. Por otro lado, la segunda operación de validación del instrumento fue con el indicador de adecuación de muestreo KMO de 0,882, un Chi-cuadrado de Bartlett de 5640.338, el resultado arrojó medidas aceptables, e incluso superiores al mínimo requerido por la norma técnica (KMO>0,7; Chi-cuadrado>0; Sig>0.05). Al no encontrar comunilidades se procedió a la identificación del número de factores, para este fin se usó la varianza acumulada (Tabla I), que explica el comportamiento de medidas del constructo con referencia a los demás elementos, para este caso se presentan 4 factores con un criterio explicativo al 62,34% total del modelo.

Tabla I. Análisis de número de factores

Factor	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	8,969	28,933	28,933	8,051	25,970	25,970	5,958	19,221	19,221
2	4,741	15,293	44,226	3,235	10,436	36,406	4,246	13,697	32,918
3	3,414	11,013	55,240	4,036	13,019	49,425	3,672	11,846	44,764
4	2,200	7,097	62,336	2,182	7,039	56,464	3,627	11,700	56,464
5	,992	3,199	65,535						

Método de extracción: máxima probabilidad.

Dentro de la prueba de extracción de factores se usó el método de máxima verosimilitud (Tabla II), debido a que este método estima la significación estadística generando intervalos de confianza con rotación Varimax,

en los resultados se observa cargas factoriales superiores a 0,4 y clasificadas conforme lo explican las teorías de RSE.

Tabla II. Análisis de número de factores

	Matriz de factor rotados			
	1	2	3	4
Proveedores confiables		,875		
Proveedores sujetos a mejora		,686		
Proveedores en procesos		,647		
Proveedores críticos		,764		
Empresa		,743		
Comercialización directa		,780		
Comercialización indirecta		,710		
Consumidor final		,543		
Entorno cultura	,663			
Entorno económico	,644			
Servicios de apoyo técnico	,687			
Servicios de apoyo empresarial	,684			
Servicios de apoyo financiero	,670			
Servicios de apoyo investigación	,663			
Relaciones comerciales	,613			
Relaciones sociales	,611			
Relaciones org	,675			
Políticas públicas de apoyo a instituciones	,728			
Políticas públicas de programas de apoyo	,776			
Entusiasmo				,943
Sensibilidad por el arte				,482
Admiración por lo misterioso				,624
Empatía				,739
Paz interior				,667
Felicidad				,875
Razonamiento moral			,583	
Práctica de la meditación			,926	
Búsqueda de sentido			,709	
Autoconocimiento			,706	
Auto trascendencia			,509	
Actitud frente al dolor			,866	

Una vez estudiado la configuración de ítems dentro de cada factor se dispone el último análisis que constituye el diagrama de senderos, de esta manera, se puede establecer las estructuras detalladas gráficamente con el módulo AMOS del programa estadístico IBM SPSS

Statistics 22. Se puede observar que el modelo ha corrido sin complicaciones, lo que demuestra que existe serios indicios y pruebas de que hay validez convergente y valides discriminante.

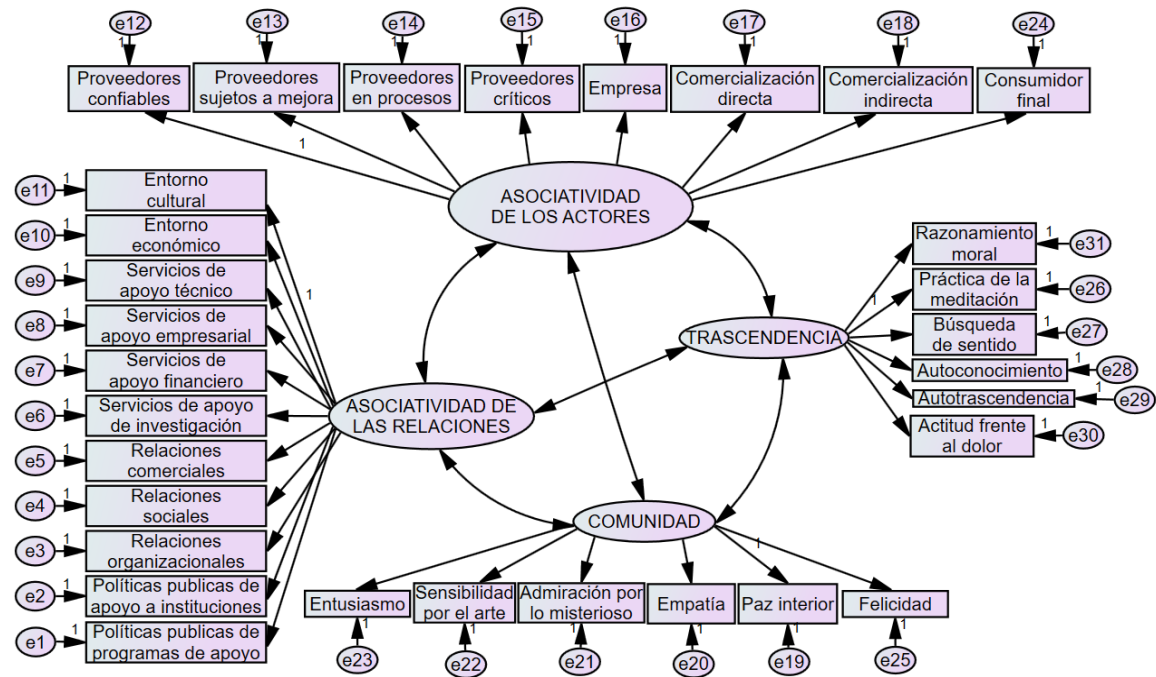


Figura 1. Modelo de responsabilidad social espiritual

Existen cargas factoriales positivas que superan el 0,4; estos valores evidencian que existe influencia directa de los ítems sobre cada categoría fundamental. Además, existen covarianzas representativas, a excepción de la relación entre la asociatividad de las relaciones y la trascendencia que presentan una relación inversamente proporcional.

V.CONCLUSIONES

Se puede evidenciar la existencia de 4 categorías fundamentales, a saber: (1) asociatividad de los actores; (2) asociatividad de las relaciones; (3) comunidad; y (4) trascendencia. Existe evidencia de cumplimiento de fiabilidad de medida (alfa de Cronbach=0,905). Adecuación de muestreo (KMO=0,882; CHI-cuadrado de Bartlett= 5640,338; GI=465; significancia estadística=0,000), una varianza total explicada que indica que a partir de cuatro factores se puede explicar el comportamiento de todo el modelo al 62,33%.

Se observa un alto grado de coincidencia del comportamiento empírico de las medidas tomadas en las organizaciones con los presupuestos teóricos establecidos en la construcción del marco teórico. El hablar de RSE se presenta la trascendencia espiritual, que implicaría una actividad cognitiva para la construcción de un concepto trascendente de la existencia y un sistema axiológico que constituya un andamiaje de principios.

Los elementos que mayor influencia tienen sobre el modelo fueron: proveedores confiables, felicidad, prác-

tica de la meditación y actitud frente al dolor. Los elementos descartables o de menor influencia fueron: Consumidor final, Sensibilidad por el arte, Razonamiento moral y Auto trascendencia.

REFERENCIAS

- [1]A. Carroll, «The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders,» *Business Horizons*, pp. 39-48, July-August 1991.
- [2]J. A. Ramos y I. Periañez, «Delimitación del Marketing con Causa o Marketing Social Corporativo mediante el análisis de empresas que realizan acciones de responsabilidad social,» *Cuadernos de Gestión*, vol. 3, n° 1, pp. 65-82, Junio 2003.
- [3]J. G. Correa, «Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social,» *Semestre Económico- Universidad de Medellín*, vol. 10, n° 20, pp. 87-102, Diciembre 2007.
- [4]P. Purzan, «Spirituality as the Context for Leadership,» *Springer*, vol. 19, pp. 3-21, 2011.
- [5]L. ZSOLNAI, «Emprendedorismo guiado por la espiritualidad,» *Revista Cultura Económica*, n° 88, pp. 35-46, Diciembre 2014.
- [6]L. Bada, L. Rivas y H. Littlewood, «Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales,» *Contaduría y administración*, n° 62, p. 1100–1117, 2017.
- [7]D. Ashmos y D. Duchon, «Spirituality at Work,»

- Journal of management inquiry, vol. 9, n° 2, pp. 134-143, June 2000.
- [8]R. Arias y V. Lemos, «Una aproximación teórica y empírica al constructo de inteligencia espiritual.» Enfoques, vol. 27, n° 1, pp. 79-102, 2015.
- [9]M. Porter y M. Kramer, «Estrategia y sociedad el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa.» Harvard Business Review, vol. 84, n° 12, pp. 42-56, Diciembre 2006.
- [10]P. Kotler y G. Zaltman, «Social Marketing: An Approach to Planned Social Change.» Journal of Marketing, vol. 35, n° 3, pp. 3-12, July 1971.
- [11]A. Argandoña, «Un marco para el análisis espiritual.» IESE Business School, pp. 1-24, Marzo 2015.
- [12]D. Zohar y I. Marshall, Inteligencia Espiritual, Madrid: Plaza y Janés, 2001.
- [13]C. Palacio, «La espiritualidad como medio de desarrollo humano.» Cuestiones teológicas, vol. 42, n° 98, pp. 459-481, Diciembre 2015.
- [14]D. Goleman, «Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ.» ERIC, vol. 24, n° 6, pp. 49-50, June 1996.
- [15]C. Pérez, «Inteligencia espiritual conceptualización y cartografía psicológica.» International Journal of Developmental and Educational Psychology, vol. 2, n° 1, pp. 63-70, 2016.
- [16]A. Maslow, «A theory of human motivation.» Psychological Review, vol. 50, n° 4, p. 370-396, 1943.
- [17]W. Arias, M. Masias, R. Muñoz y M. Arpasí, «Espiritualidad en el ambiente laboral y su relación con la felicidad del trabajador.» Revista de Investigación (Arequipa) Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú, vol. 4, pp. 9-33, 2013.
- [18]R. Emmons, «Is Spirituality an Intelligence? Motivation, Cognition, and the Psychology of Ultimate Concern.» The International journal for the psychology of religion, vol. 9, n° 2, pp. 134-145, June 2000.
- [19]L. ZSOLNAI, «Emprendedorismo guiado por la espiritualidad.» Revista Cultura Económica, pp. 36-45, 2014.
- [20]L. Bada, L. Rivas y H. Littlewood, «Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales.» Contaduría y administración, pp. 1-18, 2017.
- [21]M. Herrera y J. Osorio, «Modelo para la gestión de proveedores utilizando AHP DIFUSO.» Estudios Gerenciales, 2006.
- [22]P. Kotler y G. Armstrong, Fundamentos de Marketing, Mexico Df: Pearson, 2003.
- [23]R. Arias y V. Lemos, «Una aproximación teórica y empírica al constructo de inteligencia espiritual.» Enfoques, 2015.
- [24]R. Emmons, «Is Spirituality an Intelligence? Motivation, Cognition, and the Psychology of Ultimate Concern.» The International journal for the psychology of religion, 2000.
- [25]D. Ashmos y D. Duchon, «Spirituality at Work.» Journal of management inquiry, 2000.
- [26]M. Quero, «Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach.» Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, vol. 12, n° 2, pp. 248-252, 2010.
- [27]A. Fernández, «Aplicación del análisis factorial a un modelo de medición del rendimiento académico.» Ciencias Económicas, pp. 39-66, 2015.
- [28]M. Porter y M. Kramer, «La ventaja competitiva de la filantropía corporativa.» Harvard Business Review, vol. 80, n° 12, pp. 49-62, 2002.