

ICRA: una experiencia de evaluación del consumo responsable del agua en organizaciones empresariales basada en la teoría de la acción planeada.

Muñoz, Alexander¹; D'Aubeterre, María².

Universidad Metropolitana

Resumen:

En el presente trabajo se diseñó la Escala ICRA, que tiene como objetivo principal evaluar actitudes hacia el consumo responsable de agua, en empleados de organizaciones empresariales. El propósito principal es crear un instrumento de carácter nacional, que contemple las características de la población venezolana. Se utiliza como base la Teoría de la Acción Planeada propuesta por Azjen, (2006). Se logró diseñar un instrumento confiable, con validez interna, y de constructo ubicando los 43 ítems en tres factores que corresponden a las dimensiones de actitud, norma subjetiva y control de conducta percibida; con los cuales se logra evaluar la intención de comportamiento hacia el consumo responsable de agua.

Palabras clave: Consumo responsable del agua, Escala, Teoría de la Acción Planeada, confiabilidad, validez

Introducción

Para tener una aproximación epistemológicamente más realista al contexto del problema de investigación (Barrera, 2008), es necesario comenzar por describir el espíritu de la época o Zeitgeist dentro del cual se articula y evoluciona la noción de Responsabilidad Social Empresarial, la protección del medio ambiente y más específicamente la protección del agua potable, de manera de lograr lo que Boring (1950) y Yela (1996) señalan como un proceso de comprensión histórica del origen y desarrollo de los programas de investigación y el establecimiento de las teorías psicológicas que responden a un contexto de época. Con

¹Lic. Alexander Muñoz (UNIMET). alex2488@gmail.com

²Lic. en Psicología, mención Industrial / Organizacional (UCV) y Lic. en Educación, mención Desarrollo de los RRHH (UCV). Especialista en Análisis de Datos (UCV). Profesor Asistente (UNIMET). Actualmente cursando Maestría de Psicología (USB). mdaubeterre@unimet.edu.ve

la declaración de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas de los Principios Internacionales de Protección al Consumidor en 1985 (Niello, 2006), aparece a nivel internacional, un movimiento político que buscaba aumentar aún más el control por parte del Estado, sobre la actuación de las empresas bajo la noción de responsabilidad por las consecuencias sociales y ambientales de su quehacer productivo. Sin embargo, tal como señala Kirschner (2006), al no tenerse en la actualidad un sustrato conceptual sólido de lo que se entiende o espera por una empresa Socialmente Responsable, se da origen a muchos equívocos en las tomas de decisiones tanto a nivel organizacional como a nivel de las políticas del Estado; más aún cuando la sociedad interpela a las empresas y paralelamente los empresarios sienten la necesidad de mejorar o legitimar su imagen pública propiciando debates sobre acciones sociales e interviniendo activamente en la vida de la comunidad.

Lo importante de estas nociones de corresponsabilidad, es que involucra a todos los implicados; es decir, Estado, empresa y trabajador, como agentes que contribuyen con el logro de las metas referentes a la prevención del medio ambiente y así como señalaron Carroll (1999), Googins (2002), González (2007) y Diez (2007); la noción de Responsabilidad Empresarial ya posee un carácter vinculante, más allá de las propias imposiciones del Estado, sino que se considera de importancia dentro del mismo gremio del sector empresarial; muestra de ello es la decisión por elaborar una Norma de Responsabilidad Social Empresarial, durante la reunión en Estocolmo del año 2004 de la Organización Internacional de Estandarización (ISO), conocida desde entonces como la norma ISO 26000 RS y cuya aparición reciente fue aprobada en la 8ª sesión plenaria de la ISO, celebrada entre el 17 al 21 de mayo del 2010 en Copenhague, Dinamarca (ISO, 2010), de manera de funcionar de la mano de coaliciones como la Green Economy Coalition y el Stakeholder Forum y otros grupos claves de interés, para impulsar de manera más frontal sobre el tema de Responsabilidad Social Empresaria, Negocios Sustentables, entre otros temas a discutirse en la próxima Cumbre de la Tierra a celebrarse en Río de Janeiro en el año 2012 (Pedersen, 2010).

Ahora, con respecto al tema del agua potable, la preocupación mundial sobre el volumen de sus reservas y la distribución de las mismas, aparece desde las Metas del Milenio (ONU, 2009), como las metas 9 y 10, las cuales suponen que los estados deben desarrollar estrategias para: integrar principios de desarrollo sustentable en políticas y programas del

país para revertir la pérdida de recursos naturales; así como reducir a la mitad la porción de la población sin acceso a agua potable y saneamiento. Ahora, si se centra la problemática del agua en la convivencia diaria en una organización; se entraría en lo que Cummings y Worley (2007) denominan calidad de vida laboral, la cual se entiende como aquellas prácticas y filosofías derivadas de los movimientos civiles de la década de los 50s que buscan mejorar el bienestar de los empleados.

Sobre la base de lo anteriormente planteado y dada la necesidad de establecer planes de educación y concientización a todos los niveles posibles de la población, se propone la creación de un instrumento diagnóstico tal, que brinde información estratégica necesaria para la gestión de un plan de formación organizacional para la concientización del consumo del agua potable, ya sea dentro de la empresa, o sea fuera de ella; de manera de servir dicha intervención educativa como un sistema de irradiación de dichos valores y conducta de consumo; más allá del contexto organizacional, especialmente en el hogar de los empleados, de manera de brindar a la nación un plan de formación de padres en lo que respecta al manejo eficiente de éste recurso. Tal como se señaló, en el modelo de Lozano (1996. cp., Centeno, 2005) una estrategia de este tipo, lograría no sólo un cambio en la intención de emitir una conducta socialmente responsable o cívica en torno al manejo del agua potable dentro de la empresa, sino que ella puede llegar a fungir como un mediador familiar y social de la conducta. De allí que en la presente investigación, se planteó como objetivo desarrollar una escala con la cual se permita evaluar la intención de comportamiento de consumo responsable del agua en empleados de organizaciones empresariales, en función de su actitud, norma subjetiva y control de comportamiento percibido. Para este fin se decidió utilizar como principal basamento teórico la Teoría de la Acción Planeada (TAP) propuesta por Ajzen y Fishbein en la década de los 80s; mediante la cual se realizó una aproximación a la evaluación de la intención del comportamiento. Las dimensiones de actitud, norma subjetiva y control del comportamiento, propuestas por Ajzen y Fishbein (1980), determinaron las dimensiones consideradas en la redacción de ítems, la estructuración de la escala y la interpretación de los resultados.

Procedimiento

Siguiendo con esta línea de investigación, se decidió diseñar un instrumento válido y confiable, adaptado a las características y condiciones actuales de la población venezolana,

que es objeto de estudio. Es decir, construir un instrumento que posea validez de contenido, acorde a las estructuras planteadas teóricamente por distintos autores a nivel nacional e internacional, a la población de estudio y al entorno laboral, y que a su vez pueda formar parte de la nueva tendencia mundial relacionada a la temática ambiental. La muestra seleccionada corresponde a la categorización de organizaciones de primer grado referidas a empresas o empresarios se afilian a título individual, ubicadas generalmente en un sector geográfico determinado o pertenecientes a una rama de actividad específica (González, s.f.). La investigación contó con varias fases donde en la primera fase se recolectó información acerca de las conductas de consumo responsable del agua, de manera de asegurar la validez de contenido de la Escala ICRA. La segunda fase consistió en realizar las entrevistas a 8 empleados de diferentes organizaciones empresariales, con los verbatums de los encuestados, se recopiló la totalidad de los datos obtenidos en un listado de declaraciones, con la finalidad de realizar una categorización que permitiera agruparlos en categorías o temas específicos. La tercera fase de la creación de la escala, consistió en la redacción de los ítems, con la información obtenida en las entrevistas, junto con la revisión bibliográfica de la temática ambiental y otros instrumentos que refieren a la TAP como base teórica, de allí se realizó la primera versión de la escala, compuesta por 78 ítems. Esta versión fue aplicada a la muestra final de estudio conformada por 142 trabajadores de 14 organizaciones empresariales del área Metropolitana de Caracas.

Resultados

Como resultado del análisis de los ítems, la confiabilidad y la validez de constructo a través de la técnica de análisis factorial se obtuvo una escala conformada por 43 ítems distribuidos en tres dimensiones denominadas en función de la TAP. El factor primer, se denomina actitud en cual agrupa a los ítems relativos a las creencias de las personas, hacia los resultados posibles de la conducta y su evaluación de ellos; dicho factor explica un 29% de varianza. El segundo factor que se identifica como norma subjetiva hace referencia a las creencias de la persona de que los individuos o grupos específicos piensan que él debería o no realizar la conducta y su motivación para complacer a referentes específicos, este factor explica el 9% de la varianza. El factor 3 denominado control de comportamiento percibido se refiere a las creencias acerca de la habilidad de ejecución, es decir, la confianza que el individuo posee acerca de sus capacidades, conocimientos, destrezas, etc. Y las creencias

acerca de la facilidad o dificultad de realizar una acción; este factor explica el 5% del fenómeno. Con tres factores se explica el 42% de varianza del constructo. Dicha escala se valora a través de 5 puntos de Likert desde Totalmente en Desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo. Para estimar la probabilidad de ejecución de la conducta de consumo responsable a partir de la evaluación de la intención, se suman las puntuaciones de cada sujeto que responda a la misma para cada una de las dimensiones y estas puntuaciones se dividen entre el número de ítems que las componen, finalmente para obtener la probabilidad total se multiplican estas puntuaciones por el peso de cada factor descrito en el porcentaje de varianza explicada. La probabilidad será un valor que oscilara entre 0 y 1, mientras más cercano a 1 mayor será la intención y por ende la probabilidad de ocurrencia de la conducta esperada. Los resultados de la escala también pueden ser valorados independientemente para cada factor de manera que puedan generarse políticas de intervención o diagnóstico en cada una de las áreas.

Referencias

- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. Recuperado el 10 de diciembre de 2009, de: <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Barrera, M. (2008). Modelos epistémicos en educación y en investigación. Ediciones Quirón. 5ta Edición. Caracas: Venezuela.
- Boring, E. (1950). *A history of experimental psychology*. 2da ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Estados Unidos. Prentice-Hall
- Yela, M. (1996). La Estructura de la Conducta: Estímulo, Situación y Conciencia. *Psicothema*, 8, 89 – 147.
- Niello, J. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado el 24 de mayo de 2010, de: <http://www.redceres.org/archivos/49>
- Kirschner, A. (2006). La responsabilidad social de la empresa. [Versión electrónica]. Nueva Sociedad (202). Fundación Friedrich Ebert. Recuperado el 15 de mayo de 2010, de: http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_1.pdf

- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and society*, 38(3), 268–295.
- Googins, B. (2002). The Journey towards Corporate Citizenship in the United States. Leader or Laggard?. [Versión electrónica], *Journal for Corporate Citizenship*, 5(1), 85 – 101.
- González, E (2007). La teoría de los Stakeholders: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. [Versión electrónica], *Revista Veritas*, 2(17), 205 – 224.
- Diez, E. (2007). La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico en las organizaciones. *Visión Gerencial*, 6(2), 231 – 244.
- ISO (2010). Se aprobó el lanzamiento del Borrador Final de Norma Internacional (FDIS). *ISO Standards Development*, Recuperado el 15 de noviembre de 2009, de: http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/-8929321/8929339/8929348/3935837/3972865/5404981/5404111/TG2-N096-NEWSLETTER_13-SPANISH.pdf?nodeid=9328370&vernum=-2
- Pedersen, B. (2010). *Cumbre de la Tierra: "Río 2012 realmente es todo o nada"*. *Consumers International*. Recuperado el 4 de diciembre de 2009, de: <http://www.consumersinternational.org/>
- Organización de las Naciones Unidas, (2009). *Objetivos de desarrollo del milenio. Informe 2009*. Recuperado el 4 de diciembre de 2009, de: http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG_Report_2009_SP_r3.pdf
- Cummings, T.; y Worley, C. (2007). *Desarrollo organizacional y cambio*. Thompson Editorial. 8ª Edición. Bogotá: Colombia.
- Centeno, J. (2005). Competencias para el cambio organizacional. *Revista Comunicación* [Versión electrónica], *Revista Comunicación*, 132. Estudios venezolanos de comunicación: Centro Gumilla.
- Ajzen, I.; y Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- González, I. (s.f.). *Las organizaciones empresariales como agentes de cambio social: Centros de servicios, Presión y Liderazgo*. [CONINDUSTRIA]. Recuperado el 17

de Junio de 2010, de:
<http://www.coninpyme.org/pdf/LasOrganizacionesEmpresariales.pdf>