



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA INGENIERIA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN MODALIDAD ARTÍCULO ACADÉMICO, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO EN INGENIERIA COMERCIAL**

**TEMA: “RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UN ANÁLISIS DEL
COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS DEL SECTOR COMERCIAL DE TUNGURAHUA”**

AUTOR:

SANDRA MARGOTH BASTIDAS GALLO

DIRECTOR:

ING. XAVIER HERMÓGENES FABARA ZAMBRANO

LATACUNGA, 2021



AGENDA DE PRESENTACIÓN

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

**DESARROLLO
TEÓRICO**

MÉTODO

DISCUSIÓN

CONCLUSIONES

RESUMEN

PROPÓSITO

Examinar la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el compromiso afectivo de los empleados

Justicia Deónica

Normativa que debe mantener regulada la RSE en las empresas

Teoría de Identidad Social

Enfoque que tiene la persona para solventar las necesidades de la comunidad

Teoría de Intercambio Social

Que beneficio obtiene la empresa



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

La muestra estuvo formada por 161 empleados que trabajan en empresas comerciales de la provincia de Tungurahua.

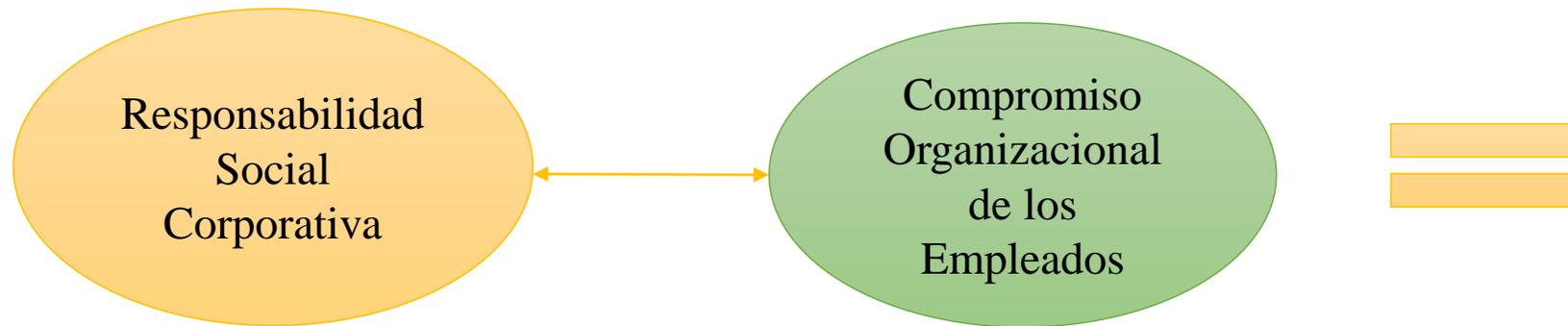
La percepción de adecuación persona-organización, la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido median la relación entre RSE y compromiso afectivo.

Este estudio amplía la literatura al conceptualizar los mecanismos indirectos que vinculan la RSE con el compromiso afectivo de los empleados.





INTRODUCCIÓN

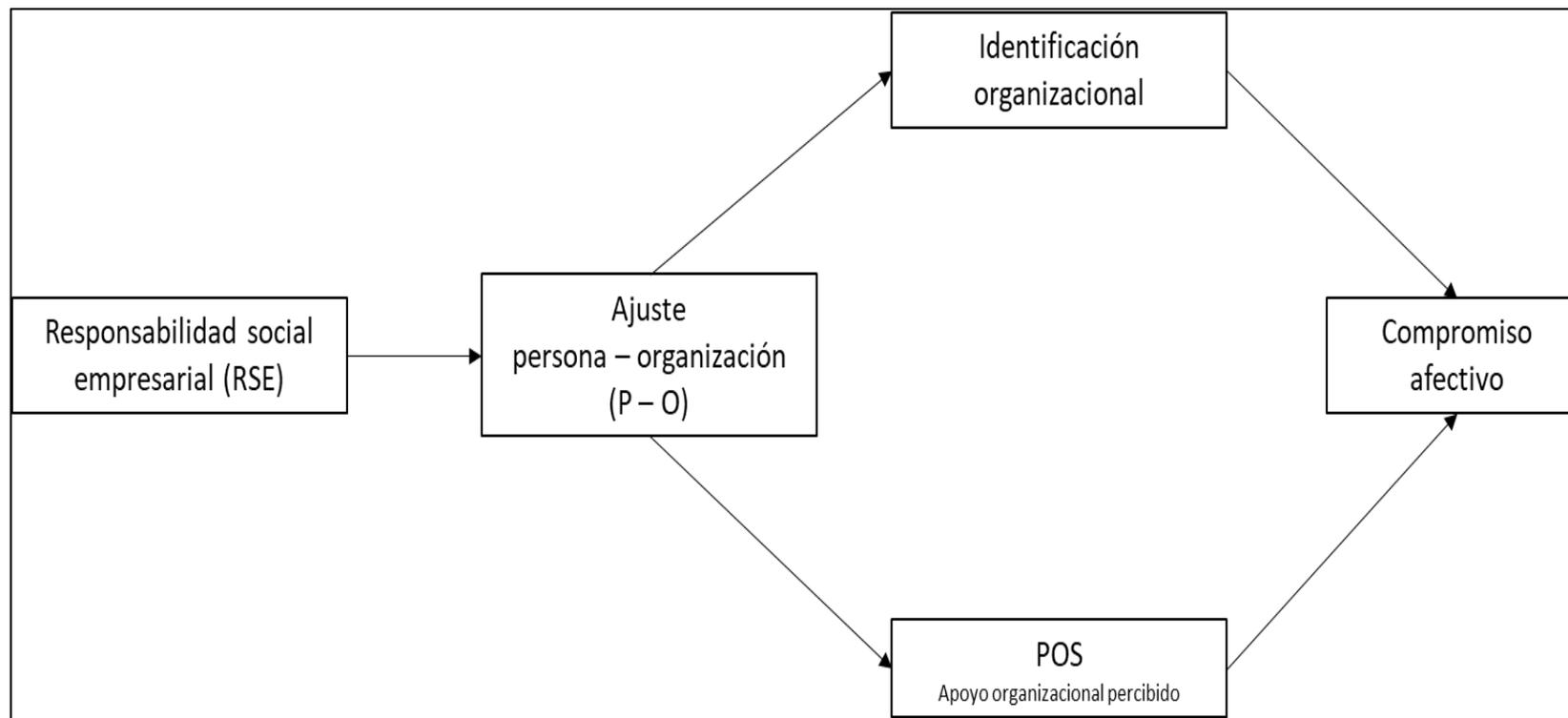


Definir el grado en que el colaborador está comprometido con su organización.
Dando como resultado:

- * Mayor desempeño de la organización
- * Bienestar Organizacional



Modelo de exploración mediadora de RSE y compromiso organizacional





DESARROLLO TEÓRICO

**Responsabilidad
social empresarial
(RSE) y
consecuencias
individuales**

Este enfoque sugiere que las iniciativas de RSE pueden moldear las actitudes y comportamientos de los empleados, como:

- La satisfacción laboral
- Comportamientos de ciudadanía organizacional
- El compromiso laboral
- Desempeño



**La RSE y
compromiso
organizacional**

El compromiso es un estado psicológico que captura el grado de apego de un individuo a su organización (Lizcano & Lombana, 2018).

Así, cuando los empleados están comprometidos afectivamente con su organización, es más probable que permanezcan en su organización porque así lo desean

Los marcos teóricos utilizados ha permitido entender por qué los individuos tienden a estar más apegados emocionalmente a su organización cuando se percibe como más socialmente responsable



MÉTODO



Percepciones de los empleados sobre la RSE (variable independiente):

Compromiso afectivo (variable dependiente)

Identificación organizacional (mediador):

Ajuste Persona-organización (mediadora).

Apoyo organizacional percibido (mediador).

RESULTADOS

Tabla I

Estadística descriptiva, estimaciones de confiabilidad e inter correlaciones de variables de estudio

Variable	M	SD	Coeff (α)	1	2	3	4	5
(1) Percepciones individuales de la responsabilidad social empresarial	4.41	1.28	0.93	1				
(2) Compromiso afectivo	5.1	1.16	0.85	0.300**	1			
(3) Identificación organizacional	5.21	1.27	0.89	0.254**	0.723**	1		
(4) Ajuste persona-organización	3.98	1.59	0.93	0.505**	0.450**	0.480**	1	
(5) Apoyo organizacional percibido	3.98	1.27	0.86	0.580**	0.411**	0.312**	0.546**	1

Notas: n = 161. Las escalas son de 1 a 7. ** p <0.01

Tabla II
Resultados de las pruebas de mediación

Efectos directos	Estimar	SE	t	LLCI	ULCI
RSE→P-O fit	0.6270***	0.0850	7,3731	0.4590	0.7949
P-O fit→POS	0.2706***	0.0559	4,8438	0.1603	0.3810
RSE→POS	0.4051***	0.0694	5,837	0.2680	0.5422
P-O fit→OI	0.3566***	0.0695	5,1301	0.2193	0.4939
POS→OI	0.0787***	0.0924	0,8519	-0.1037	0.2611
RSE→OI	-0.0155***	0.0888	-0,1749	-0.1910	0.1599
P-O fit→AC	0.0245***	0.0518	0,4725	-0.0779	0.1269
POS→AC	0.1685***	0.0639	2,6377	0.0423	0.2947
OI→AC	0.5878***	0.0551	10,6746	0.4790	0.6966
RSE→AC	0.0106***	0.0613	0,1735	-0.1104	0.1317

Notas: RSE, percepción de las personas sobre las iniciativas de RSE implementadas en la empresa; Ajuste P – O, ajuste persona-organización; POS, apoyo organizacional percibido; OI, identificación organizacional; AC, compromiso afectivo. *** p <0,001

Tabla III.

Resultados para probar los efectos indirectos de RSE-compromiso afectivo a través de tres mediadores (ajuste persona-organización, identificación organizacional y apoyo organizacional percibido)

Efectos indirectos	BC 95% CI Mediadores	Efecto	Boot SE	LLCI	ULCI
Total		0.02611	0.0632	0.1353	0.3872
Ind1	P-O fit	0.0154	0.0410	-0.0654	0.0956
Ind2	P-O fit and OI	0.1314	0.0362	0.0737	0.2187
Ind3	P-O fit and POS	0.0286	0.0143	0.0060	0.0649
Ind4	P-O fit and POS and OI	0.0078	0.0114	-0.0090	0.0372
Ind5	POS	0.0683	0.0349	0.0106	0.1455
Ind6	POS and OI	0.0187	0.0240	-0.0277	0.0684
Ind7	OI	-0.0091	0.0554	-0.1231	0.0999

Notas: LLCI, intervalo de confianza del límite inferior; ULCI, intervalo de confianza del límite superior; RSE, percepción de la RSE por parte de las personas; Ajuste P – O, ajuste persona-organización; POS, apoyo organizacional percibido; OI, identificación organizacional; AC, compromiso afectivo. Proceso de mediación múltiple Modelo 6, Hayes, 2013



El presente estudio tiene tres contribuciones importantes para la literatura.

Sobre micro-RSE al mostrar que las percepciones de RSE dan forma al compromiso afectivo de los empleados.

Exploración del efecto mediador del ajuste P – O, la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido, que son tres importantes mecanismos psicológicos que pueden ayudar a aclarar los efectos de la RSE sobre el compromiso.

Sobre el enfoque a nivel micro de la RSE al introducir la justicia deóntica como un mecanismo mediador de la relación entre las percepciones de la RSE y el compromiso afectivo.



CONCLUSIONES

La presente investigación demostró importantes implicaciones prácticas para incrementar el compromiso afectivo de los empleados, las organizaciones deberían incrementar sus inversiones en iniciativas de RSE.

Las iniciativas de RSE son percibidas de manera diferente por los empleados y puede haber una desalineación entre las percepciones de los empleados y la realidad. Un posible remedio para reducir este problema es mejorar la comunicación de las prácticas de RSE a través de foros, informes internos, capacitación y comunicación dirigida.

Las organizaciones deben desarrollar aún más los valores de respeto y dignidad a través de iniciativas de RSE para fortalecer el vínculo emocional con sus empleados.

Deberán involucrar activamente a los empleados en la promulgación, promoción y ejecución de iniciativas de RSE en un esfuerzo por fomentar sus percepciones sobre la moral de la organización a través de acciones de RSE.



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



GRACIAS !!