



**Responsabilidad Social Corporativa: Un Análisis del Comportamiento de los Empleados del  
Sector Comercial de Tungurahua**

Bastidas Gallo, Sandra Margoth

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería Comercial

Artículo académico, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial

Msc. Ing. Fabara Zambrano, Xavier Hermógenes

16 de noviembre del 2021

## **Responsabilidad social corporativa: un análisis del comportamiento de los empleados del sector comercial de Tungurahua**

### **Resumen**

El propósito de este artículo es examinar la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el compromiso afectivo de los empleados. Se utilizan tres mecanismos subyacentes para explicar la relación entre la RSE y el compromiso, a saber, la justicia deóntica, la teoría de la identidad social y la teoría del intercambio social. La muestra estuvo formada por 161 empleados que trabajan en empresas comerciales de la provincia de Tungurahua. Los resultados revelaron una relación positiva y significativa entre la RSE y el compromiso afectivo de los empleados. La percepción de adecuación persona-organización, la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido median la relación entre RSE y compromiso afectivo. Con respecto a los estudios anteriores nunca se han ocupado de los valores deónticos en el análisis de los comportamientos laborales. Este estudio amplía la literatura al conceptualizar los mecanismos indirectos que vinculan la RSE con el compromiso afectivo de los empleados.

**Palabras clave:** Responsabilidad social empresarial, compromiso laboral, comportamiento actitudinal, intercambio social.

### **Corporate social responsibility: an analysis of the behavior of employees in the commercial sector of Tungurahua**

#### **Abstract**

The purpose of this article is to examine the relationship between corporate social responsibility (RSE) and the affective commitment of employees. Three underlying mechanisms are used to explain the relationship between RSE and commitment, namely deontic justice, social identity theory, and social exchange theory. The sample consisted of 161 employees who work in commercial companies in the province of Tungurahua. The results revealed a positive and significant relationship between RSE and the affective commitment of the employees. The perception of person-organization adequacy, organizational identification and perceived organizational support mediate the relationship between RSE and affective commitment. With respect to previous studies, they have never dealt with deontic values in the analysis of work behaviors. This study expands the literature by conceptualizing the indirect mechanisms that link RSE with the affective commitment of employees.

**Keywords:** Corporate social responsibility, work commitment, attitudinal behavior, social exchange.

## Introducción

La presente investigación examina la relación entre la responsabilidad social corporativa (CRS) y el compromiso organizacional de los empleados que se encuentra en aumento en los últimos años. Esta relación es importante porque los efectos de la RSE en el compromiso de los empleados pueden difundir RSE en un mayor desempeño de la organización (Acosta, Lovato, & Buñay, 2018). De hecho, numerosos académicos han demostrado la importancia del compromiso organizacional y lo definen como el grado en que el colaborador está comprometido con su organización, para el desempeño y el bienestar organizacional (Santillán, Paredes, Mera, & Santillán, 2019).

A pesar de esta mayor atención académica, el análisis de los mecanismos intervinientes que vinculan la RSE con el compromiso organizacional sigue estando poco desarrollado (Sánchez, Villegas, Sánchez, & Espinoza, 2018). La mayoría de las investigaciones existentes solo demuestran la presencia de una relación positiva y directa entre la RSE y compromiso organizacional. Los mínimos estudios que se centran en los mecanismos de intervención han demostrado que el apoyo organizacional percibido y la significación, la autenticidad, la identificación organizacional y la confianza representan factores individuales y organizacionales importantes que explican cómo la RSE influye en el compromiso de los empleados (Mora & Martínez, 2018). Sin embargo, en una reciente revisión sistemática advirtió que esta área de indagación aún está poco desarrollada, dado que entre los 181 artículos revisados; sólo 16 artículos (8%) examinaron los mecanismos de intervención en la relación RSE-compromiso. Además, cuando los académicos adoptaron el enfoque a nivel micro en el análisis de la RSE, que se centra en su influencia dentro de las actitudes y comportamientos de las personas, este número se redujo drásticamente a solo tres artículos (1,6%). Por lo tanto, se evidenció que, si existe esta relación de variables en la literatura, pero se desconoce el por qué y cómo.

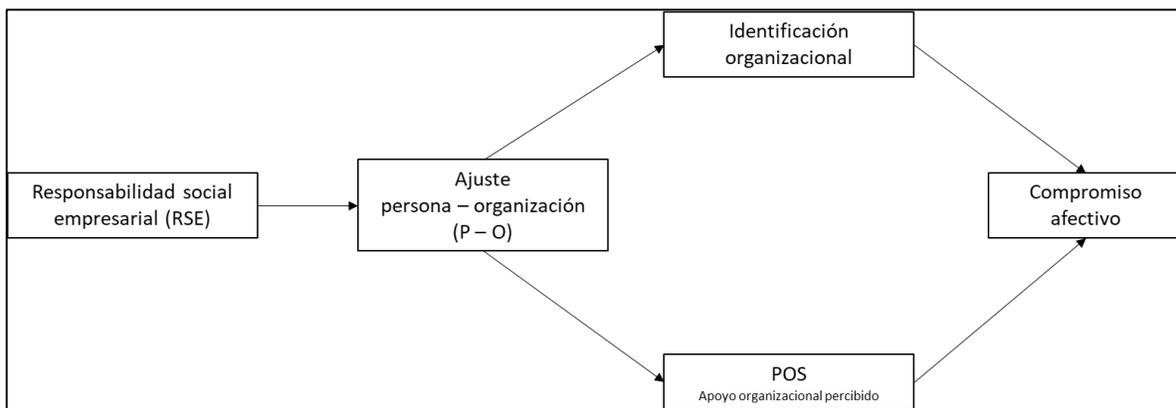
El objetivo de este artículo fue determinar los factores de la responsabilidad social que intervienen en el compromiso de los colaboradores de las empresas del sector comercial de la provincia de Tungurahua. Al estudiar los mecanismos subyacentes de esta relación, se basó en dos marcos tradicionales principales que se han utilizado para investigar los efectos de la RSE en las actitudes y comportamientos de los individuos, a saber, la teoría de la identificación social y la teoría del intercambio social (Quinche, 2017). Además, para avanzar en la investigación, también se centró en el análisis de la teoría deóntica, que sugiere que las actitudes y comportamientos de los individuos están influenciados por las obligaciones morales percibidas de defender las normas de justicia. La teoría deóntica es un marco perspicaz para este artículo porque, al contrario de las teorías de identificación social e intercambio social, explica cómo la percepción de justicia de las personas influye en sus actitudes y comportamientos más allá de la influencia de su propio interés personal (Reyes & Rodríguez, 2018). Al basar el RSE en estos tres paradigmas teóricos, y como se ilustra en la Figura 1, se sugirió los siguientes tres mediadores para explorar el efecto indirecto de la relación entre la RSE y el

compromiso mediante: ajuste persona-organización (P – O), identificación organizacional, y apoyo organizacional percibido.

Este documento avanza la investigación actual sobre la RSE y compromiso de las siguientes tres formas. En primer lugar, al considerar el impacto de la RSE en el compromiso de los empleados, esta investigación contribuye a ampliar el número de estudios que adoptan el enfoque de nivel micro para el análisis de la RSE, que es un área de *investigación prometedora* mínimamente desarrollada en comparación con los estudios que adoptan el enfoque tradicional de centrar RSE en el desempeño financiero asociado a las iniciativas de la RSE. En segundo lugar, al examinar los mecanismos que intervienen en la relación entre RSE y compromiso organizacional, esta investigación contribuye a llenar la escasez de estudios sobre mediadores potenciales entre su relación y los comportamientos organizacionales. Este trabajo mantiene la *importancia* del caso, ya que asocia antecedentes actuales, como la percepción individual de las iniciativas de RSE implementadas en la empresa, hacia actitudes y comportamientos organizacionales, ofreciendo así una perspectiva *novedosa* hacia el examen de los predictores actitudinales influyentes en el trabajo.

**Figura 1**

*Modelo de exploración mediadora de RSE y compromiso organizacional*



Nota. El modelo fue adaptado de la teoría deóntica, pues establece factores relacionales de compromiso humano al cubrir sus necesidades.

## **Desarrollo teórico**

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

Desde su introducción en el aporte seminal de (Browne & Cudeck, 1992), quien definió la RSE como la obligación de los empresarios de perseguir esas políticas, tomar esas decisiones o seguir aquellas líneas de acción que sean deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad, el interés por la RSE se ha disparado tanto en el mundo académico como en el empresarial. Hasta el momento, la literatura se ha fragmentado en cuanto a la conceptualización, medición, teorías y examen de la RSE (Carroll, 1979). La mayor parte de la investigación anterior ha examinado las implicaciones de la RSE para las organizaciones mediante la

adopción de un enfoque macroeconómico, que considera los retornos financieros para las organizaciones cuando lanzan iniciativas de RSE. En los últimos años, se apoyó al surgimiento de un enfoque emergente que se centró en las implicaciones de las iniciativas de RSE en el comportamiento y el desempeño organizacional de las personas, un enfoque llamado micro-RSE. Este enfoque sugiere que las iniciativas de RSE pueden moldear las actitudes y comportamientos de los empleados, como la satisfacción laboral, los comportamientos de ciudadanía organizacional, el compromiso, el compromiso laboral y, en última instancia, su desempeño (Sánchez & Pérez, 2020).

A pesar del creciente interés en el enfoque micro-RSE, el número de estudios que examinan los efectos de la RSE en los comportamientos de las personas sigue estando poco desarrollado en comparación con el enfoque tradicional que se centra en los rendimientos financieros de las iniciativas de RSE. Según (Prado & Aguilar, 2021), solo el 4% de los estudios que examinan la RSE ha adoptado un enfoque a nivel micro. Sin embargo, las ventajas de adoptar un enfoque de este grado para el estudio de la RSE son significativas. En primer lugar, el uso del enfoque a nivel micro permite a los investigadores considerar más profundamente el papel que desempeñan los empleados en el logro de los objetivos de la organización en términos de RSE. En segundo lugar, el enfoque considera las consecuencias de las percepciones individuales de la RSE, que pueden ser diferentes de la reputación de la RSE construida por la empresa, proporcionando así una lente más realista para examinar como forma a las actitudes y comportamientos de los empleados en el trabajo, al considerar que los factores antes mencionados en el trabajo están fuertemente influenciados por sus percepciones (Barrio & Enrique, 2018).

#### *La RSE y compromiso organizacional*

Una revisión bibliográfica reciente muestra que la RSE es un antecedente importante de las actitudes y comportamientos de los empleados en el trabajo, incluida la satisfacción laboral, el desempeño laboral, comportamientos de ciudadanía organizacional, esfuerzos creativos y compromiso organizacional.

En este artículo, se enfocó en el compromiso organizacional, puesto que, es una de las actitudes más estudiadas en la literatura gerencial y tiene un impacto profundo en el desempeño y el bienestar de los empleados. El compromiso es un estado psicológico que captura el grado de apego de un individuo a su organización (Lizcano & Lombana, 2018). El compromiso afectivo captura la identificación emocional, el compromiso y el apego que un individuo tiene hacia su organización. Está asociado al deseo de contribuir al bienestar de la organización y la voluntad de afiliarse a RSE e identificar RSE con la propia organización (Ramirez, 2016). Así, cuando los empleados están comprometidos afectivamente con su organización, es más probable que permanezcan en su organización porque así lo desean, mientras que, otros empleados que desarrollan otras formas de compromiso con su organización (normativo o de continuidad) es probable que permanezcan en su organización porque sienten la obligación moral de hacerlo (caso del compromiso normativo) o porque están preocupados por los costos de salida (compromiso de continuidad) (Pérez & Topa, 2018).

En cuanto a los efectos de la RSE sobre el compromiso afectivo, los académicos han asumido tradicionalmente que su relación es positiva y directa. La teoría de la justicia deóntica, la teoría de la identidad social, y la teoría del intercambio social son marcos teóricos perspicaces que podrían ayudarnos a dilucidar por qué los individuos tienden a estar más apegados emocionalmente a su organización cuando se percibe como más socialmente responsable (Contreras, Talero, & Camacho, 2019). Incluso si el papel de la identificación organizacional rara vez se ha probado empíricamente, la teoría de la identidad social es el marco explicativo más utilizado para explicar la relación RSE-resultado. La teoría del intercambio social es el segundo marco teórico fundamental utilizado como mecanismo subyacente de esa relación. No se consideró en este documento el otro marco principal, es decir, los mecanismos de señalización, por dos razones. En primer lugar, dicho marco (mecanismo de señalización) se adopta principalmente para explicar cómo es probable que las iniciativas de RSE influyan en los solicitantes de empleo, mientras que, este trabajo se centró en examinar el vínculo entre la RSE y las actitudes organizativas individuales. En segundo lugar, en este artículo nos centramos en los dos marcos teóricos (a saber, el intercambio y la identidad) que se han considerado críticos para dilucidar los efectos de la RSE en el marco integrador recientemente introducido (Rojas & Madero, 2018).

## **Método**

Se recopilaron datos de empleados que trabajaban en 19 empresas comerciales ubicadas en la ciudad de Ambato (Ecuador). Se utilizó una de las redes personales del investigador para comunicarnos con el departamento de talento humano y propietarios de cada una de estas empresas y pedir colaboración para reclutar participantes potenciales. De tal manera se distribuyó cuestionarios a sus empleados indicando que podrían haber depositado sus encuestas anónimas una vez terminadas en una casilla específica presente en su oficina.

Se obtuvo 161 cuestionarios válidos durante un período de tres meses. En total, el 45% de los encuestados fueron mujeres, el 43% tenía entre 26 y 35, y el 40% trabajó en su empresa durante más de diez años. Los empleados respondieron preguntas utilizando una escala Likert de siete puntos (de 1 - totalmente en desacuerdo a 7 - totalmente de acuerdo).

### *Instrumento*

#### *Percepciones de los empleados sobre la RSE (variable independiente)*

Las percepciones individuales de los empleados sobre la RSE se midieron utilizando la escala de 17 ítems de (Turker, 2009). Se solicitó a los encuestados que indicaran su percepción sobre el grado en que su organización estaba desarrollando iniciativas de RSE hacia los siguientes actores: actores sociales y no sociales (seis ítems), empleados (seis ítems), clientes (tres ítems) y finalmente iniciativas emprendidas para cumplir con requisitos gubernamentales (dos elementos). El  $\alpha$  de Cronbach fue 0,93.

*Compromiso afectivo* (variable dependiente). En el presente estudio, el compromiso afectivo evaluó las actitudes positivas que los empleados tenían hacia su

organización. La medida contiene seis ítems de la escala de compromiso organizacional de (Allen & Meyer, 1996). El  $\alpha$  de Cronbach fue 0,85.

*Identificación organizacional* (mediador): La identificación organizacional se midió mediante la escala de seis ítems de (Mael & Ashforth, 1992). El  $\alpha$  de Cronbach fue de 0,89.

*Ajuste Persona-organización* (mediadora). La escala de (Cable & Judge, 2002) mide hasta qué punto los valores del individuo encajan con los de su organización. La escala se compone de tres ítems. El  $\alpha$  de Cronbach fue 0,93.

*Apoyo organizacional percibido* (mediador). La escala de Eisenberger y colegas (1986) mide las percepciones de los empleados sobre el apoyo y el cuidado de la organización hacia sus objetivos laborales y no laborales. En la presente investigación, se utilizó la escala corta de esta escala de Lynch y colaboradores (1999) que se compone de ocho ítems. El  $\alpha$  de Cronbach fue 0,86.

Covariables. Identificamos cuatro variables sociodemográficas que se espera que covarían con nuestras variables independientes y dependientes que deben controlar RSE en el análisis de datos (género, edad, educación y tiempo de trabajo). Como ninguna de estas variables parece ser significativa en los siguientes análisis, se decidió eliminar las variables de control para los análisis posteriores con el fin de reducir la complejidad del modelo.

**Tabla 1**

*Validación de escalas*

<b>Valor Alfa</b>	<b>Escala de evaluación</b>
0,93	Percepciones de los empleados sobre la RSE
0,85	Compromiso afectivo
0,89	Identificación organizacional
0,93	Ajuste Persona-organización
0,86	Apoyo organizacional percibido

*Nota.* La validación se la aplico mediante el coeficiente de fiabilidad de Cronbach en el software SPSS.

## **Resultados**

Primero realizamos un CFA con MPLUS8. El modelo de cinco factores ( $\chi^2 (726) = 1,722$ , RMSEA = 0.09, SRMR = 0.09) ajusta los datos de una manera aceptable dado el pequeño tamaño de la muestra (Browne & Cudeck, 1992). Debido a que podría haber una varianza de método común, realizamos la prueba de factor único de Harman (Podsakoff, MacKenzie, Podsakoff, & Lee, 2003) y los resultados de esta prueba indicaron que el modelo de un factor era muy deficiente ( $\chi^2 (736) = 3,215$ , RMSEA = 0,15, SRMR = 0,14). También probamos la relación directa entre la percepción de los empleados sobre las iniciativas de RSE implementadas en su empresa y el compromiso afectivo. Un análisis de regresión muestra un efecto

positivo y significativo (efecto = 0,627, SE = 0,0850,  $p < 0,001$ , IC = (0,4590; 0,7949)).

De acuerdo con las hipótesis de investigación, a saber, H1-H3, el coeficiente de correlación entre RSE, compromiso afectivo, identificación organizacional, ajuste P-O y apoyo organizacional percibido son positivos y significativos. La Tabla I indica que la RSC se correlaciona con el ajuste P – O ( $r = 0,505$ ). Por tanto, se confirma H1. A su vez, el ajuste P – O se correlaciona positivamente con la identificación organizacional ( $r = 0.48$ ) y el apoyo organizacional percibido ( $r = 0.546$ ). Finalmente, la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido se correlacionan positivamente con el compromiso organizacional ( $r = 0.723$ ) y ( $r = 0.411$ ), respectivamente. Las hipótesis de investigación también sugieren que el ajuste P – O, el apoyo organizacional percibido y la identificación organizacional median la relación entre RSE y compromiso afectivo. Para probar nuestras hipótesis, realizamos un análisis de mediación múltiple. Los hallazgos presentados en la Tabla II muestran que:

- La RSC tiene un efecto positivo y significativo en el ajuste P – O ( $b = 0,6270$ ,  $t = 7,3731$ ,  $p < 0,001$ )
- El ajuste P – O tiene un efecto significativo y positivo en el POS ( $b = 0.2706$ ,  $t = 4.8438$ ,  $p < 0.001$ ) que, a su vez, influye en el compromiso afectivo ( $b = 0.0245$ ,  $t = 0.4725$ ,  $p < 0.001$ ).
- El ajuste P – O tiene un efecto significativo y positivo en la identificación organizacional ( $b = 0.3566$ ,  $t = 5.1301$ ,  $p < 0.001$ ) que, a su vez, influye en el compromiso organizacional ( $b = 0.5878$ ,  $t = 10.6746$ ,  $p < 0.001$ ) (Tabla III).

Además, los resultados indican que se produjeron efectos indirectos importantes. Por ejemplo, el ajuste P – O tuvo un efecto indirecto significativo en IO con una estimación puntual de 0,1314 y un IC entre 0,0737 y 0,2187. Este resultado es compatible con H2. Debido a que el efecto indirecto cuando consideramos la identificación organizacional como un mediador adicional no fue significativo (el efecto es igual a -0,0091 y 0 pertenece al intervalo de confianza), podemos concluir que la mediación del ajuste P-O en la relación entre RSE y compromiso afectivo es total. De manera similar, el ajuste P – O tuvo un efecto indirecto significativo en POS con una estimación puntual de 0.029 y un IC entre 0.0060 y 0.0649. Este resultado es compatible con H3. Debido a que el efecto indirecto cuando consideramos a POS como un mediador adicional es significativo (el efecto es igual a 0.0683 y 0 no pertenece al intervalo de confianza), podemos concluir que la mediación es parcial, dejando espacio para otra explicación del RSE-P– O relación ajuste-compromiso.

### Tabla I

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

Variable	M	SD	Coeff ( $\alpha$ )	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

## Discusión

La presente investigación propone examinar los efectos de la RSE en el compromiso afectivo de los empleados. Aunque investigaciones anteriores han encontrado que la RSE puede influir positivamente en el compromiso organizacional de los empleados, se habían pasado por alto los mecanismos subyacentes para explicar esta relación. Para llenar este vacío, este trabajo ha examinado tres mecanismos diferentes para entender la relación RSE compromiso afectivo. Más precisamente, en línea con la teoría de la justicia deóntica, la teoría del intercambio social y la teoría de la identidad social, nuestros hallazgos apoyan el papel mediador del ajuste P – O, la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido en la relación entre RSE y compromiso.

### *Implicaciones teóricas*

El presente estudio tiene tres contribuciones importantes para la literatura. En primer lugar, esta investigación contribuye a la literatura sobre micro-RSE al mostrar que las percepciones de RSE dan forma al compromiso afectivo de los empleados. A pesar de la cantidad de investigaciones que examinan la RSE, pocos estudios han enfatizado la importancia de las políticas de RSE para afectar las actitudes y comportamientos de los empleados en el trabajo (Aguinis y Glavas, 2012). Hasta ahora, la mayor parte de la investigación sobre los resultados de la RSE ha tratado

el concepto en términos de indicadores objetivos de RSE y su impacto en el desempeño financiero general de la organización. Esta investigación muestra la importancia de considerar las percepciones de los empleados sobre las diversas iniciativas de RSE implementadas por una organización al examinar los resultados de RSE. A pesar del floreciente surgimiento de la micro-RSE, nuestra investigación contribuye a la literatura al mostrar la necesidad de estudiar las percepciones subjetivas individuales de la RSE para tener una imagen más completa de su influencia en las actitudes y comportamientos de los empleados. Además, todos los estudios previos que han examinado el impacto de las percepciones de las personas sobre las iniciativas de RSE sobre el compromiso afectivo han considerado un efecto directo entre las percepciones de RSE y el compromiso afectivo (Mueller et al., 2012; Turker, 2009a). Por tanto, la principal novedad de esta investigación consiste en arrojar luz sobre los mecanismos indirectos que vinculan la RSE al compromiso afectivo de los empleados, aspecto que hasta ahora se ha pasado por alto. En consecuencia, contribuimos a la literatura abriendo la caja negra de la relación RSE-compromiso.

### 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 Medidores	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

La segunda contribución de este estudio es la 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. Esta es una contribución importante dado que la mayor parte de la investigación previa se ha basado en la teoría de la identidad social para examinar los mecanismos intervinientes De Roeck y Maon (2018). La teoría del intercambio social rara vez se ha utilizado para examinar la relación RSE-compromiso afectivo. Hasta ahora, la investigación existente sobre el

intercambio social ha examinado los efectos de la confianza (Farooq et al., 2014) y el apoyo organizacional percibido (Glavas y Kelley, 2014). Por ello, creemos que es fundamental explorar simultáneamente la identidad social y los mecanismos de intercambio social para comprender mejor cómo la RSE afecta el compromiso afectivo. Si bien investigaciones anteriores han indicado que la presencia de múltiples mediadores conduce al dominio de un mediador sobre los demás, nuestra investigación ha demostrado el papel mediador análogo de la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido. Es decir, el impacto de las percepciones de la RSE sobre el compromiso afectivo ocurre al mismo tiempo a través de los mecanismos de identidad social e intercambio social. De hecho, desde un punto de vista metodológico, es muy importante integrar múltiples mediadores en un mismo modelo porque los efectos de un mediador pueden desaparecer cuando se integra otro. Por ejemplo, Glavas y Kelley (2014) encontraron que incluso si el apoyo organizacional percibido media la relación RSE-resultados cuando se considera solo, este efecto mediador desaparece cuando se introduce la significación como un mediador adicional en su modelo. Al integrar varios mecanismos subyacentes de forma concomitante en nuestro modelo, mostramos así la solidez de los mecanismos mediadores de apoyo e identificación encontrados anteriormente. Como Glavas (2016a, p. 9) afirma en su revisión de la literatura sobre micro-RSE: “se necesitan modelos con múltiples mediadores y moderadores para crear modelos más completos y evitar hallazgos falsos positivos de modelos más simplistas”.

En tercer lugar, esta investigación contribuye a la literatura 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. Los resultados indican que los empleados están moralmente preocupados por la responsabilidad social de su organización y que la justicia deóntica constituye uno de los mecanismos que explican las actitudes y comportamientos de los empleados (Rupp et al., 2014). La investigación anterior se ha centrado en la identidad social y la teoría del intercambio social para explicar las percepciones de los empleados sobre la RSE y los resultados posteriores (por ejemplo, el compromiso afectivo). Curiosamente, si bien la ética está en el centro de las preocupaciones de la RSE, ninguna investigación ha considerado los principios morales en la relación entre las percepciones y los resultados de la RSE. Específicamente, encontramos que el compromiso afectivo de los empleados está influenciado por sus preocupaciones morales y éticas al evaluar las prácticas de RSE implementadas por sus organizaciones. Además, nuestros resultados muestran el papel central de las percepciones de ajuste P – O de los individuos que también podrían influir en los otros dos mediadores utilizados en nuestro modelo (es decir, identificación organizacional y apoyo organizacional percibido). Así, este trabajo contribuye a la literatura al ayudar a comprender los complejos mecanismos que explican cómo la RSE se transforma en compromiso afectivo. El siguiente paso en la investigación de micro-RSE es estudiar el efecto diferencial de las partes interesadas específicas de la RSE en la valoración deóntica de los empleados. En nuestro artículo, utilizamos una medida unidimensional de las percepciones de RSE. De hecho, en general, la investigación tiende a utilizar una única medida agregada de RSE

(Edwards y Kudret, 2017). Ejemplos de dicha investigación incluyen Gao y He (2017), De Roeck y Delobbe (2012) y Vlachos et al. (2014). Este enfoque tiene sentido porque los individuos son sensibles a una percepción global de equidad de las entidades (Ambrose y Schminke, 2009). Significa que cualquiera que sea el objetivo (parte interesada) de la acción, las personas evaluarán la percepción general de equidad de su organización. Es precisamente esta percepción general la que será responsable de una valoración deóntica de su organización sea cual sea el grupo de interés en juego. Derivar diferentes hipótesis sobre los stakeholders sobre la percepción moral de la RSE excede el alcance de este trabajo. Sin embargo, diferenciar a las partes interesadas puede ser una vía fructífera a considerar en investigaciones futuras. Recientemente, Wang et al. (2016) instan a los investigadores a evaluar la RSE hacia diferentes partes interesadas en su modelo. Un ejemplo de esta prometedora corriente de investigación es Edwards y Kudret (2017).

## **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. Otra implicación importante de este estudio es resaltar que 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. Además, nuestros resultados indican que es probable que la percepción de la justicia deóntica moldee el vínculo emocional de los empleados con la organización. Por lo tanto, 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. Los gerentes también podrían construir sus relaciones con los empleados sobre la justicia deóntica y utilizar la justicia como un valor mutuo compartido con todos los miembros de la organización para promover un mayor compromiso. Finalmente, recomendamos a los gerentes que involucren 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.

Esta investigación está sujeta a limitaciones que sugieren mejoras interesantes para futuras investigaciones. En primer lugar, el estudio se puede relacionar un límite con nuestra muestra compuesta por 161 empleados provenientes de 15 empresas nacionales y 4 empresas internacionales. Por lo tanto, nuestros resultados podrían ser más representativos en las empresas internacionales que han estado más comprometidas con las iniciativas de RSE. Por tanto, sería interesante para futuras investigaciones explorar el contexto social que puso de manifiesto el deterioro de las relaciones laborales al interior de las empresas y arrojará luz sobre la importancia de los reclamos populares a favor de los valores que transmite la RSE (justicia social y capital).

En segundo lugar, nuestro modelo de investigación no considera las posibles condiciones límite que influyen en la relación RSE-compromiso. Por lo tanto, un diseño de investigación que incluya un moderador es importante para enfatizar el efecto causal entre RSE y compromiso afectivo. Específicamente, el rasgo de personalidad y la cultura de la empresa deben afectar el ajuste P – O, la identificación organizacional y el apoyo organizacional percibido. En consecuencia, sería interesante en futuras investigaciones probar los efectos de la RSE sobre el compromiso afectivo utilizando un modelo moderado.

En tercer lugar, solo nos interesaban las percepciones individuales de la RSE. Estudiar la percepción colectiva de la RSE dentro de una empresa (“clima de RSE”) puede ser de interés. Al hacer un paralelismo con el marco del clima de justicia, podría ayudar a comprender cómo las creencias individuales sobre la RSE podrían extender el RSE por toda la organización y las consecuencias de tales percepciones compartidas.

Finalmente, como nuestra investigación se ha realizado en un nivel, algunos aspectos no han sido controlados en nuestro análisis como el tamaño y el tipo de empresa. Por lo tanto, la investigación futura debería explorar los efectos de las variables macroeconómicas en los resultados individuales basándose en un modelo empírico teórico y multinivel.

## Referencias

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117.
- Allen, N., & Meyer, J. (1996). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49(3), 252-276.
- Barrio, E., & Enrique, A. (2018). Responsabilidad Social Corporativa: estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*(17), 90-108.
- Browne, M., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230-258.
- Cable, D., & Judge, T. (2002). The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 875-884.
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Contreras, O., Talero, L., & Camacho, J. (2019). Efectos de la responsabilidad social empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados: autenticidad o falacia. *Contaduría y administración*, 64(4).

- Lizcano, J., & Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 18(34), 119-134.
- Mael, F., & Ashforth, B. (1992). Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103 - 123.
- Mora, M., & Martínez, F. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*(31), 27-46.
- Pérez, S., & Topa, G. (2018). Percepciones sobre la responsabilidad social corporativa de las empresas: relacion con las actitudes y conductas de sus clientes. *Acción Psicológica*, 15(1), 103-120.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Podsakoff, N., & Lee, J. (2003). The mismeasure of man(agement) and its implications for leadership research. *Leadership Quarterly*, 14(6), 615-656.
- Prado, I., & Aguilar, O. (2021). Relación entre las prácticas de la innovación y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las micro y pequeñas empresas. *Revista Relayn - Micro Y Pequeñas Empresas En Latinoamérica*, 5(3), 4–23.
- Quinche, F. (2017). Una mirada crítica a las teorías predominantes de la responsabilidad social corporativa. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(2), 159-178.
- Ramirez, J. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva de desarrollo sostenible y su influencia en la competitividad empresarial de San Martin. *Revista Científica Ciencia, Tecnología y Humanidades*, 7(1).
- Reyes, M., & Rodríguez, H. (2018). La adopción de perspectiva y comunicación de la responsabilidad social corporativa: una revisión conceptual. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y*, 26(2), 99-114.
- Rojas, N., & Madero, S. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa: Contexto Histórico y Relación con las Teorías Administrativas. *Conciencia Tecnológica*(55).
- Sánchez, I. M., & Pérez, J. (2020). Revisión de las principales investigaciones sobre responsabilidad social corporativa y reputación. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*(1), 155–181.
- Sánchez, R., Villegas, E., Sánchez, A., & Espinoza, F. (2018). Modelo para el estudio de la lucidez organizacional y la responsabilidad social corporativa. *Sincronía*(74), 467-478.
- Santillán, W., Paredes, H., Mera, H., & Santillán, J. (2019). La responsabilidad social corporativa y el clima laboral. *Visionario Digital*, 3(4), 98-115.

Turker, D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, 85, 411–427.