



Title: The Impact of social responsibility on organizational legitimacy

Authors: ANDAZURI-AGUILERA, Yara, RUIZ-PEREZ, Roberto and MORENO-MILLANES, Mará Dolores

Editorial label ECORFAN: 607-8695
 BECORFAN Control Number: 2022-01
 BECORFAN Classification (2022): 131222-0001

Pages: 07
 RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.
 143 – 50 Itzopan Street
 La Florida, Ecatepec Municipality
 Mexico State, 55120 Zipcode
 Phone: +52 1 55 6159 2296
 Skype: ecorfan-mexico.s.c.
 E-mail: contacto@ecorfan.org
 Facebook: ECORFAN-México S. C.
 Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introducción

- ❑ Con el paso del tiempo las empresas han mejorado sus prácticas internas y externas, dichas estrategias se han convertido en un eje en el que insertan sus actividades de Responsabilidad Social, en su mayoría orientadas a mitigar los problemas sociales y a reducir el impacto ambiental, sin embargo a pesar del gran avance en la aplicación y difusión de estas actividades no se ha logrado medir el impacto que esto genera en la legitimidad de estas organizaciones ante sus grupos de interés, lo que cobra fuerza en el ámbito académico y empresarial.
- ❑ A pesar de que la literatura enmarca el debate sobre la legitimidad organizacional en un contexto global, aún existe escasa investigación empírica sobre la naturaleza y alcance en los países en desarrollo, Vives y Peinad (2011).
- ❑ Existe la necesidad por conocer las diferencias que se producen entre la las dimensiones de responsabilidad social y la legitimidad de las organizaciones.

Introducción

Pregunta central de investigación

¿En qué medida la Responsabilidad Social conducen a la construcción de la legitimidad organizacional en las empresas de Ciudad Obregón?

Hipótesis de Investigación

H1: La responsabilidad social contribuye a la construcción de legitimidad organizacional

Metodología

- ❑ La presente investigación es no experimental de corte transversal, con un enfoque de tipo correlacional-causal.
- ❑ Se considerará como unidad de análisis son 19 empresas ubicadas en Ciudad Obregón certificadas por Centro Mexicano para Filantropía (CEMEFI) que poseen el distintivo de ESR del año 2020 y 2021, es un estudio poblacional.
- ❑ El instrumento se encuentra dividido en tres secciones en escala tipo likert
- ❑ Para medir la fiabilidad de los constructos y la purificación de datos para la aplicación de las encuestas fue a través del Alpha de Cronbach el resultado permitirá conocer la fiabilidad y validez de cada constructo (medioambiental, económica y social) los cuales forman parte de la RSE y legitimidad. Asimismo para comprobar la hipótesis de este estudio se utilizará la herramienta estadística Smart-PLS a través del modelo de ecuaciones estructurales (SEM).

Metodología

Dimensión Económica

1. Información sobre los productos y / o servicios de la empresa.
2. Sistemas de selección de proveedores.
3. Política de preferencia de proveedores locales
4. Manejo de quejas a través de procedimientos efectivos.
5. Política anti-corrupción

Dimensión social

6. Empleo de personas en riesgo de exclusión social.
7. Política de contratación de altos ejecutivos de la comunidad local.
8. Capacitación y el desarrollo de sus empleados.
9. Plan de desarrollo a empleados, calidad de vida y prestaciones.
10. Programas de seguridad y la salud.

Dimensión Medioambiental

11. Utilización de consumibles, productos en proceso y / o productos procesados con bajo impacto ambiental.
12. Plan de ahorro de energía.
13. Actividades relacionadas con la protección y mejora del entorno natural.
14. Planes para reducir los impactos ambientales que genera la empresa.
15. Política o procedimiento a favor del uso, compra o producción de bienes ecológicos

L16. Atención a los intereses de sus socios.

L17. Actividades benéficas a grupos de interés inmediatos.

L18. Comparación con organizaciones similares en operación y administración

L19. Comparación con organizaciones similares, comprende las necesidades y preocupaciones de sus clientes.

L20. Comportamiento ético en su campo.

L21. Importancia de la organización para la región.

L22. La operación promueve el bien común.

L23. Políticas y procedimientos para que el mundo sea un lugar mejor.

L24. Esta organización es necesaria en la región.

L25. Las actividades son apropiadas para la región.

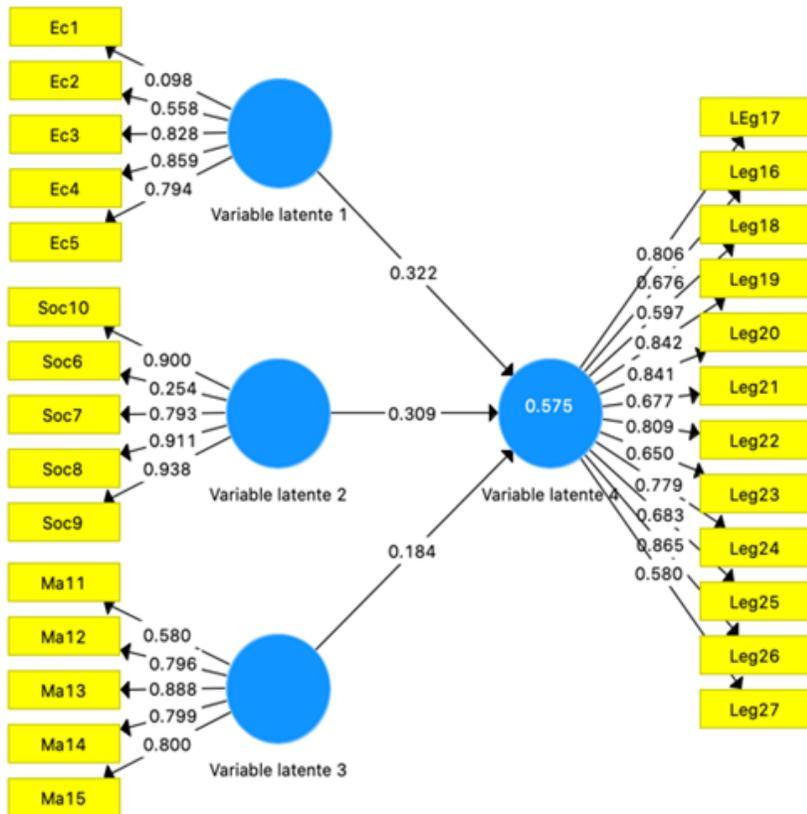
L26. Las actividades tienen una función esencial para la región.

L27. Las políticas son propias de su actividad.

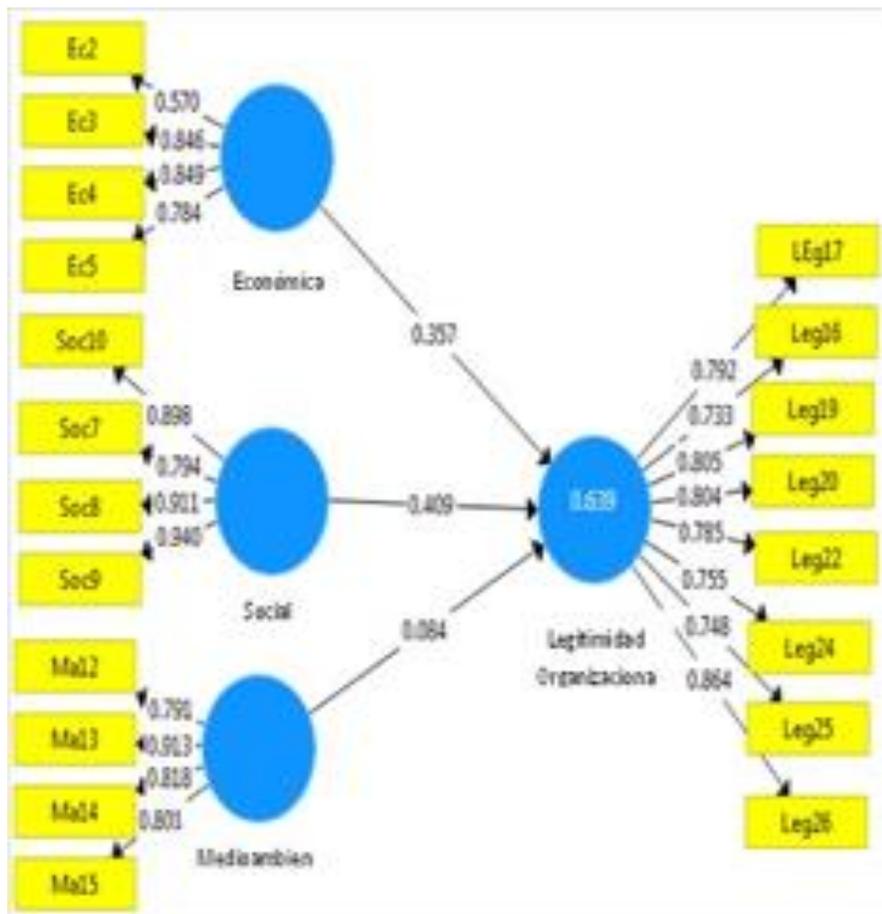
Resultados

Los ítems eliminados son: Ec1, Soc 6 y M11, L18, L21, 23 y L27.

Los resultados de las Alfa para el primer modelo son los siguientes; dimensión económica 0.761, social 0.859, medioambiental de 0.803 y legitimidad 0.899, lo anterior demuestra que los ítems son aceptables para el análisis de los datos.



Resultados



Fiabilidad y Validez del constructo

	Alfa de Cronbach	Rho_A	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
Económica	.775	.793	.868	.688
Social	.909	.937	.936	.712
Medioambiental	.853	.894	.899	.690
Legitimidad	.919	.934	.937	.712

- ❑ Los índices de fiabilidad compuesta como la α de Cronbach tienen una alta consistencia interna en las tres dimensiones analizadas de RSE.
- ❑ La legitimidad tiene una α de Cronbach de 0.919, la cual se considera estadísticamente aceptable.
- ❑ Estos resultados confirman que las dimensiones empleadas para medir la RSE y la legitimidad son fiables, lo que verifica por tanto la consistencia interna del instrumento.

Conclusiones

- ❑ La dimensión social es el factor con mayor impacto en la percepción de legitimidad de las empresas socialmente responsables en Ciudad Obregón.
- ❑ la responsabilidad social de las empresas de Ciudad Obregón medida a través de las tres dimensiones impacta en un 63.9% sobre la legitimidad organizacional.
- ❑ El impacto es representativo tomando en cuenta que la dimensión medioambiental no tuvo un impacto representativo en la legitimidad.
- ❑ Se esperaba encontrar un impacto similar entre las dimensiones que demostraran que las tres dimensiones podrían tener un impacto directo y significativo con la legitimidad organizacional de las empresas.
- ❑ Concluimos señalando que las actividades que realizan las empresas socialmente responsables son un factor clave para la percepción de la legitimidad y que pueden aumentar su legitimidad ante la sociedad al invertir más tiempo y recursos en estas actividades.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/booklets)