

**FORMATO DE PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN
APROBADO POR EL COMITÉ DE INVESTIGACIÓN**

1. Información General del Proyecto¹

<i>Nombre del Proyecto</i>	<i>Desempeño social corporativo, emociones RSE y su efecto sobre la confianza y el compromiso con la organización en medianas organizaciones del sector turístico en Guadalajara (México) y Bogotá (Colombia)</i>	
<i>Línea de Investigación</i>	<i>Estrategia-Programa de Reintegración Económica, Postconflicto y Construcción de Paz</i>	
<i>Descriptores / palabras claves²</i>	<i>Desempeño social corporativo, emociones RSE, compromiso con la organización, confianza hacia la organización.</i>	
<i>Investigador principal (nombre completo y apellidos)</i>	<i>Merlin Patricia Grueso Hinestroza</i>	
<i>Contacto</i>	<i>Dirección</i>	<i>Sede del Emprendimiento y la Innovación</i>
	<i>Teléfono</i>	<i>2970200</i>
	<i>Celular</i>	
	<i>Correo</i>	<i>merlin.grueso@urosario.edu.co</i>
<i>Co-investigadores</i>	<i>Mónica López Santamaría</i> Estudiante del Doctorado en Ciencias de la Dirección Universidad del Rosario	
	<i>Dr. Carlos Gauna Ruiz de León</i> Doctorado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo Universidad de Guadalajara	
<i>Duración</i>	<i>24 meses</i>	
<i>Fecha esperada de Inicio y terminación</i>	<i>Enero de 2018-Enero 2020</i>	
<i>Clasificación del área científica o disciplinar</i>	<i>M - Administración de empresas y economía de la empresa; Marketing; Contabilidad</i> <i>M14: Responsabilidad Social Corporativa</i>	
<i>Costo general del proyecto</i>		
<i>Tiempo de dedicación semanal (agregando todo el recurso humano)</i>	<i>20 horas semana (1 año: Investigador principal)</i>	
	<i>10 horas semana (2 año: investigador principal)</i>	
<i>Acta administrativo de aprobación: Comité N°. 65</i>	<i>7 de junio de 2017</i>	

¹ Tomado de Formato FIUR- Universidad del Rosario

² Identifique palabras claves que definen el proyecto y que permitan ubicarlo en sistemas de información

2. Resumen Ejecutivo del Proyecto

La RSE es un tema de alta relevancia para las organizaciones pues analizada desde el nivel organizacional (macro), se encuentra relacionada con indicadores de desempeño operacional. En los estudios sobre el tema, se ha abordado ampliamente esta relación, en contraste, son escasos los estudios en los que se aborda la RSE y sus impactos en el nivel individual o micro. A partir de los vacíos de investigación identificados en la revisión de la literatura, se propone como objetivo del proyecto analizar el efecto del desempeño social corporativo y las emociones RSE sobre la confianza y el compromiso de los empleados hacia la organización, se trata de un estudio que busca, en definitiva, aportar al cuerpo de investigación en torno a los micro-fundamentos de la RSE. Para desarrollar la investigación se propone un estudio de carácter cuantitativo, de tipo hipotético-deductivo con alcance correlacional-causal. La población para el estudio está constituida por empleados de empresas medianas del sector turismo en Guadalajara (México) y Bogotá (Colombia). Los instrumentos para la recolección de la información son escalas que evalúan: el desempeño social corporativo percibido por empleados, las “emociones RSE”, la confianza hacia la organización y el compromiso con la organización. Para el análisis de los datos se emplearán técnicas como el análisis factorial confirmatorio y análisis de fiabilidad, así como también un modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados que se obtengan en la investigación servirán para ayudar a cerrar las brechas de investigación identificadas y para circular conocimiento en torno al tema.

3. Descripción de la propuesta de investigación

La RSE es un tema de gran relevancia tanto para el mundo académico como empresarial (Gond, El Akremi, Swaen & Babu, 2017; Lee, Song, Lee, Lee y Bernhard, 2013; Toca, Grueso, Carrillo y López, 2012; Withisuphakorn & Jiraporn, 2016), pues es considerada, entre otras cosas, como un factor asociado al logro de ventajas competitivas en las organizaciones (Lee et al, 2013). Frecuentemente la RSE se ha estudiado como un fenómeno de nivel macro-organizacional que tiene efectos macro-organizacionales (Aguinis y Glavas, 2012; Rupp, Ganapathi, Aguilera y Williams, 2006). En contraste, los estudios en torno a la RSE desde el nivel individual son escasos (Aguinis y Glavas, 2012; Lee et al, 2013; Rupp et al, 2006).

Reportando pocos estudios empíricos en el nivel individual, la revisión de la literatura realizada por Aguinis y Glavas (2012) concluye que la RSE tiene efectos en aspectos individuales como la identificación con la organización, el compromiso afectivo hacia el trabajo, las conductas de ciudadanía organizacional, entre los más representativos. Rupp y Mallory (2015) señalan que en la literatura académica existe evidencia de que la RSE tiene efectos sobre variables de resultado como el engagement de los empleados, las conductas de ciudadanía organizacional, el deseo de quedarse en la organización y el compromiso con la organización. En la revisión realizada por Aguinis y Glavas (2012) la confianza organizacional es un factor que pareciera no tener un rol en torno a la RSE, no obstante, Farooq, Payaud, Merunka y Valette-Florence (2014), basados en la teoría del intercambio social y la identidad social, advierten que la confianza organizacional podría ser una variable mediadora entre la RSE y el compromiso afectivo.

Con el fin de avanzar en la comprensión del fenómeno de RSE en el nivel micro en un sector económico específico, se plantea el desarrollo de la siguiente investigación.

a. Fundamentación teórica

A continuación, se incorporan breves definiciones sobre los conceptos empleados en la investigación:

RSE

La RSE se ha concebido como el comportamiento ético de las empresas en las dimensiones social, ambiental y económica. La Organización de las Naciones Unidas ONU, la define como un conjunto de prácticas y políticas que llevan a cabo las organizaciones en sus grupos de interés, como una manera de contribuir al desarrollo sostenible (United Nations, 2010).

Micro-fundamentos RSE

Son definidos por Aguinis y Glavas (2012) como aquellos aspectos de la RSE que se basan en acciones individuales e interacciones. Esta aproximación ayuda a comprender los procesos que subyacen a la RSE desde la perspectiva individual, sus interacciones y efectos (Aguinis y Glavas, 2012). Una aproximación a la RSE desde sus micro-fundamentos, ayuda a comprender cómo los empleados forman sus impresiones y establecen sus relaciones con las empresas. Adicional a lo anterior, los micro-fundamentos RSE es considerada como una perspectiva complementaria a la perspectiva macro de la RSE (Bauman y Skitka, 2012).

Desempeño Social Corporativo

El concepto de desempeño social corporativo –DSC- ha intentado ser definido en su naturaleza y alcance por diversos investigadores (Ho, Wang y Vitell, 2012). El DSC se define como el resultado de la adopción de las prácticas de RSE e involucra diferentes dimensiones. De acuerdo con algunos autores aún no se ha logrado identificar qué comprende el DSC, no obstante, para Carroll (1979), el DSC se expresa en las dimensiones económica, legal, ética y discrecional. Rupp, Ganapathi, Aguilera y Williams (2006) han señalado que las percepciones que tienen los empleados sobre el DSC tienen efecto en sus respuestas emocionales, actitudinales y conductuales. En este sentido Rupp y Mallory (2015) evidenciaron que la percepción de los empleados sobre el DSC tiene efectos en variables como el engagement de los empleados, las conductas de ciudadanía organizacional, el deseo de quedarse en la organización y el compromiso con la organización. Farooq, Payaud, Merunka y Valette-Florence (2014) plantean también que el compromiso afectivo es una variable resultante del DSC percibido en el nivel individual.

Emociones RSE

En la literatura académica el concepto “emociones RSE” ha sido escasamente definido. De acuerdo con Aguinis y Glavas (2012), se trata de las emociones que experimentan los stakeholders internos y

externos, como consecuencia de la adopción de iniciativas de RSE. Parte de esta investigación considera la profundización sobre el concepto.

Confianza hacia la organización

Se concibe como “La evaluación de la confiabilidad de una organización, percibida por el empleado” (Vanhala y Ritala, 2016, p. 99). Vanhala, Puumalainen y Blomqvist (2011), la definen como “la confianza en factores organizacionales como la visión, la estrategia, los directivos de la empresa, los objetivos y capacidades del equipo directivo, la competencia tecnológica y comercial, la justicia organizacional, procesos y estructuras justas, roles, tecnología y reputación y políticas de recursos humanos” (p. 486). Weibel et al (2015) puntualizan que el referente de confianza hacia la organización “es hacia un colectivo o un sistema más que a una persona (p. 3).

Compromiso con la Organización

Meyer y Allen (1991), definen el compromiso con la organización como “un estado psicológico que caracteriza la relación del empleado con la organización, el cual tiene implicaciones para la decisión de continuar siendo parte de la misma” (p. 67). Meyer y Allen (1991) plantean que el compromiso con la organización se explica mediante tres componentes: compromiso afectivo, compromiso continuo y compromiso normativo. El compromiso afectivo expresa la vinculación emocional del trabajador con la empresa. En el compromiso continuo se valora la necesidad de quedarse en la organización al considerar que ha realizado muchas inversiones y que existen bajas alternativas fuera de la organización. Finalmente, el compromiso normativo expresa la obligación moral de permanecer en la organización, debido a la percepción que ésta ha realizado grandes inversiones en el trabajador.

b. Problema de investigación y su justificación

A continuación, se resumen los principales aspectos que sustentan la relevancia de la investigación

En primer lugar, se ha identificado que existe un vacío en el conocimiento respecto a los micro-fundamentos de la RSE (Moratis, 2016; Morgeson, Aguinis, Waldman y Siegel, 2013). Algunos autores señalan que esto puede ser debido a que la RSE desde esta perspectiva, ha sido poco estudiada (Aguinis y Glavas, 2012; Lee et al, 2013).

La evidencia obtenida mediante la revisión de la literatura también mostró que es poco lo que se ha reflexionado en torno a lo que significa la RSE en las pequeñas y medianas empresas (Glavas, 2016; Lee, Herold y Yu, 2016; Lee, 2008). Se ha señalado también que es necesario estudiar la RSE en sectores económicos de manera independiente debido a que experimentan diferentes niveles de competencia, contextos regulatorios, requerimientos para implicarse en actividades de RSE (Theodoulidis, Diaz, Crotto & Rancati, ,2017). De igual forma Ringov & Zollo, M. (2007) han señalado que la RSE es inherentemente específica al contexto, por lo que resulta interesante analizar diferencias en el comportamiento de las variables asociadas a la RSE en diferentes culturas.

De igual manera, la revisión de la literatura lleva a concluir que son recientes los estudios en los que se explica la relación entre la percepción de los empleados sobre la RSE y los resultados de su trabajo (Bauman y Stikta, 2012; Farooq et al, 2014). Estos estudios se caracterizan también por ser escasos (Onkila, 2015). Así mismo, la evidencia señala que se han estudiado poco las reacciones emocionales ante iniciativas RSE (Aguinis y Glavas, 2012; Glavas, 2016; Onkila, 2015), así como también es poco lo que se sabe sobre el efecto de la RSE desde la perspectiva del empleado (Lee et al, 2013; Onkila, 2015).

La investigación que se plantea también presenta vacíos en la investigación respecto al constructo de la confianza en el nivel organizacional. Por ejemplo, la investigación sobre el tema es considerada como de alta relevancia porque lleva a los empleados a trabajar más fuertemente y de manera cooperativa (Weibel et al, 2015), sin embargo, este constructo ha sido más estudiado a nivel interpersonal que a nivel organizacional (Searle et al, 2011). De igual forma, algunos autores señalan que aún no existe claridad respecto a la noción de confianza en el nivel organizacional (Vanhala, Heilmann y Salminen, 2016).

En cuanto al valor metodológico de la investigación, se ha evidenciado que son limitados los estudios en los que se desarrollan instrumentos de medición en torno al desempeño social corporativo percibido por los empleados (Gond, El Akremi, Swaen & Babu, 2017).

Por último, se ha puesto de manifiesto que la RSE es un tema relevante para el mundo académico (Kim, Song y Lee, 2016) y para Colombia (Calderón, Álvarez & Naranjo, 2011).

Con base en los anteriores vacíos de investigación, la pregunta de investigación que emerge es:

¿Cuál es el efecto del desempeño social corporativo y las emociones RSE sobre la confianza y el compromiso con la organización, en un grupo de empleados vinculados laboralmente a medianas organizaciones del sector turismo en las ciudades de Guadalajara (México) y Bogotá (Colombia)?

Responder a esta pregunta de investigación tiene implicaciones tanto para académicos como para empresarios. En primer lugar, los resultados de la investigación buscan cerrar la brecha del conocimiento respecto de los micro-fundamentos de la RSE. En segundo lugar, el presente estudio tiene implicaciones prácticas pues permite comprender si las iniciativas de RSE emprendidas por la organización tienen efecto en el desarrollo de actitudes como la confianza y el compromiso hacia la organización. Ayuda también a los directivos de empresas a comprender como pueden desarrollar más confianza y más compromiso en sus empleados que contribuya a un mejor desempeño organizacional. Y finalmente, ayuda a comprender la forma como el contexto geográfico determina las interpretaciones de los empleados respecto a la RSE.

c. Objetivo general

Analizar el efecto del desempeño social corporativo y las emociones RSE sobre la confianza y el compromiso con la organización en un grupo de empleados vinculados laboralmente a medianas organizaciones del sector turístico las ciudades de Guadalajara (México) y Bogotá (Colombia).

d. Objetivos Específicos

- i. Describir la percepción de los empleados sobre el desempeño social corporativo
- ii. Describir las “emociones RSE” que experimentan los empleados respecto del desempeño social corporativo percibido
- iii. Describir el grado de asociación entre el desempeño social corporativo, las emociones RSE y la confianza de los empleados en la organización
- iv. Describir el grado de asociación entre el desempeño social corporativo, las emociones RSE y el compromiso de los empleados con la organización
- v. Analizar si existen diferencias significativas en la forma como se relacionan las variables en cada país donde se adelanta la investigación

e. Metodología

Tipo de estudio

Estudio con enfoque cuantitativo, no experimental. De acuerdo con Hernández, Fernández, Baptista (2014), dentro de este enfoque las hipótesis son contrastadas con la realidad para ser aceptadas o rechazadas en un contexto determinado. Adicional a lo anterior, el estudio tiene un alcance explicativo, pues busca determinar el impacto de una variable (independiente) sobre otra (dependiente). De igual forma, siguiendo la clasificación de Edmonds y Kennedy (2017), se identifica que el estudio es de tipo transeccional, esto es, permite administrar un cuestionario en un momento específico para recabar información; para la presente investigación, es posible además administrar los mismos cuestionarios a poblaciones distintas para realizar comparaciones en torno a las variables estudiadas.

Población y muestra

La población objeto de estudio son empleados de empresas medianas, que se dedican al sector turismo en Colombia (Bogotá) y México (Guadalajara). La elección de empresas medianas para la investigación, responde a las sugerencias realizadas autores como a Glavas (2016), Lee, Herold y Yu (2016) y Lee (2008), quienes consideran relevante adelantar estudios con este tipo de organizaciones. Por otra parte, se escoge el sector turismo debido a que existe una agenda mundial que busca atender los temas de desarrollo sostenible y su relación con el turismo. Así mismo, se decide desarrollar la investigación con muestras de dos países pues la literatura académica señala que la comprensión de la RSE es diferente en cada contexto cultural, debido a que es inherentemente específica a la cultura (Ringov & Zollo, 2007). Finalmente, se empleará un muestreo polietápico para el desarrollo de la investigación

Instrumentos

Para el desarrollo de la investigación se emplearán cuatro escalas de medida: Desempeño Social Corporativo, emociones RSE, confianza hacia la organización y compromiso con la organización.

- A. Desempeño Social Corporativo: Para esta medición, se tomará como base el instrumento desarrollado por Grueso, Olis y Piñeros en 2012, desarrollado para el Premio Empresario del Año Mariposa de Lorenz. El instrumento emplea una escala tipo Likert con cinco anclajes de respuesta, cuenta con 27 ítems distribuidos en 6 dimensiones. El instrumento fue utilizado en una investigación con empleados de una empresa de alimentos en la ciudad de Medellín y las propiedades psicométricas reportadas para la escala fueron apropiadas.
- B. Emociones RSE: Escala de medida a ser desarrollada para efectos de la presente investigación. El instrumento se construirá con base en la revisión de la literatura existente en torno al tema y será sometido al proceso de construcción y validación de instrumentos de medición establecido para ello.
- C. Compromiso con la organización: Se empleará la versión castellana del cuestionario de compromiso de Meyer, Allen y Smith (1993), con adaptaciones a la población colombiana. La escala cuenta con 24 ítems distribuidos en tres componentes: Afectivo, Continuo y Normativo. Es una escala tipo Likert con cinco anclajes de respuesta.³
- D. Confianza hacia la organización: Se empleará la medida de confianza hacia la organización desarrollada por Weibel et al (2015), que se compone de ocho ítems distribuidos en dos factores: Confianza de competencia y confianza de buen nombre. Es una escala tipo Likert con cinco anclajes de respuesta.

Variables

De acuerdo con la propuesta de investigación se identifica una variable independiente, dos variables dependientes y una variable moderadora.

- Variable independiente: Desempeño social corporativo -DSC-
- Variables dependientes: Confianza y compromiso hacia la organización
- Variable moderadora: Emociones RSE

Hipótesis

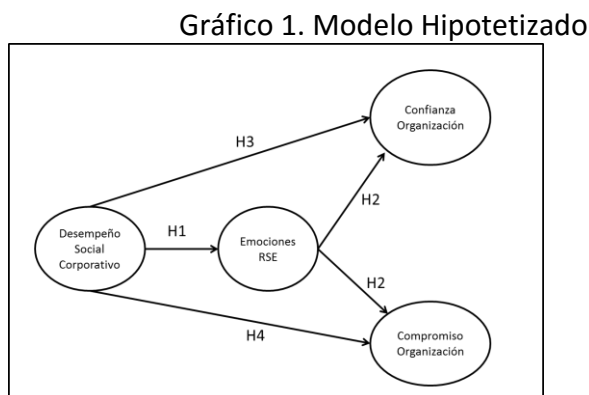
- H1. El Desempeño social corporativo –DSC- percibido por los empleados determina el desarrollo de emociones RSE
- H2. Las emociones RSE moderan la relación entre el DSC percibido por los empleados, la confianza y el compromiso con la organización
- H3. La confianza de los empleados hacia la organización es afectada por el DSC por los empleados
- H4. El compromiso hacia la organización de los empleados es afectado por el DSC percibido por los empleados

³ Grueso, M. P. (2010). Implementación de buenas prácticas de promoción de personal y su relación con valores de la cultura y el compromiso con la organización. Revista Innovar, 20 (36), pp. 79-90. ISSN 0121-5051

H5. Existen diferencias significativas por país en las relaciones entre el DSC- percibido por los empleados, las emociones RSE, la confianza y el compromiso con la organización

Modelo hipotetizado

Las relaciones hipotetizadas para el estudio se representan en el Gráfico 1.



Fuente: Autora

Procedimiento

Para realizar la investigación se llevarán a cabo los siguientes pasos:

1. Se prepararán los instrumentos de medición
2. Se diseñará la escala de medida "emociones RSE"⁴
3. Se presentará el proyecto ante el Comité de ética de la Universidad del Rosario, con el fin de cumplir los mandatos respecto al tema
4. Se identificarán las empresas que potencialmente pueden participar del estudio en Bogotá (Colombia) y Guadalajara (México)
5. Se establecerá contacto con cada una de las empresas, para invitarles a participar del estudio
6. Se presentará el proyecto a los gerentes de empresa
7. Al recibir aprobación por parte de la empresa, se establecerá el número de participantes de cada empresa, empleando un muestreo probabilístico
8. Se solicitará la firma del consentimiento informado a cada participante
9. Se obtendrán los datos y se analizarán de manera agregada, asegurando la confidencialidad en la información
10. Se realizarán los análisis estadísticos pertinentes
11. Se elaborarán los informes para las empresas y los artículos para ser enviados a las revistas

⁴ El diseño de una escala de medida supone la definición del constructo, la definición operacional del mismo a través de reactivos o ítems, el sometimiento de la escala a revisión por expertos, una aplicación piloto y el análisis de las propiedades psicométricas del instrumento: validez de constructo y fiabilidad.

Técnicas de Análisis de la información

Dado que la investigación supone el uso de escalas de medida, es necesario realizar análisis factoriales y análisis de fiabilidad, con el fin de determinar las propiedades psicométricas de las escalas de medida empleadas.

De igual forma, se emplearán modelos de ecuaciones estructurales para medir el ajuste de los datos a los modelos hipotéticos propuestos. Las herramientas estadísticas a emplear serán SPSS y Amos.

4. Justificación de la propuesta de investigación con relación a la agenda del Grupo de investigación en Dirección y Gerencia y la línea o programa de investigación al cual se inscribe.

La RSE es un tema de alta relevancia en el mundo académico. Se ha abordado desde diferentes niveles y perspectivas que generan una complementariedad en la comprensión del fenómeno. La RSE, al constituirse en un tema que atañe a las organizaciones, resulta de interés para ser estudiado en el Grupo de Investigación en Dirección y Gerencia.

5. Productos académicos esperados y fecha tentativa de entrega. Es de recordar que estos productos deben coincidir con los compromisos de producción académica consignados en su Plan de Trabajo.

Como resultado del proyecto de investigación se espera elaborar y someter cuatro artículos de investigación en Journals WoS/Scopus y dos ponencias en eventos nacionales/internacionales tal como se ilustra en la tabla.

Tipo producto	Journal/Evento	Fecha envío
Artículo de investigación	Journal of Business Ethics (Q1)	Julio de 2018
Artículo de investigación	Journal of Managerial Psychology (Q1/Q2)	Enero 2019
Ponencia	Por definir	Enero-Junio 2019
Artículo de investigación	Journal of Business Ethics (Q1)	Septiembre 2019
Artículo de investigación	Corporate Social Responsibility and Environmental Management (Q1)	Enero 2020
Ponencia	Por definir	Julio-Diciembre 2019

6. Cronograma

Se plantea el desarrollo la investigación en tres etapas y una duración total de 24 meses.

Etapa I (Enero-Septiembre de 2018)

- Institución receptora: Universidad del Guadalajara. Doctorado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo.
- Supervisor: Dr. Carlos Gauna Ruiz de León- Coordinador del Doctorado
- Actividades: Preparar y desarrollar el trabajo de campo en México, adelantar la escritura del primer artículo de investigación.

Etapa II (Octubre -Diciembre de 2018)

- Institución receptora: Centre for Trust, Peace and Social Relations- Coventry University
- Supervisor: Rosalind Searle. Professor of Organizational Behavior and Psychology.
- Actividades: Profundizar en el estudio de la confianza hacia la organización, dado que uno de los principales intereses de investigación de la profesora Searle es la confianza.

Etapa III (Enero 2019-Enero 2020)

- Desarrollo del proyecto en Colombia
- Actividades: Trabajo de campo en Colombia. Adelantar la escritura de los artículos de investigación correspondientes a la etapa III.

7. Referencias bibliográficas

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility a review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968. DOI: 10.1177/0149206311436079.
- Bauman, C. W., & Skitka, L. J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organizational Behavior*, 32, 63-86. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.riob.2012.11.002>
- Calderón Hernández, G., Alvarez Giraldo, C. M., & Naranjo Valencia, J. C. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 163-188.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2017). *An Applied Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. Sage Publications.
- Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D., & Valette-Florence, P. (2014). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: Exploring multiple mediation mechanisms. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 563-580. DOI 10.1007/s10551-013-1928-3.
- Glavas, A. (2016). Corporate Social Responsibility and Organizational Psychology: An Integrative Review. *Frontiers in Psychology*, 7: 144, 1-13. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00144
- Gond, J. P., El Akremi, A., Swaen, V., & Babu, N. (2017). The psychological microfoundations of corporate social responsibility: A person-centric systematic review. *Journal of Organizational Behavior*, 38, 225–246. DOI: 10.1002/job.2170

- Hernández S., R., Fernández C., C. & Baptista L., M. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ta. Edic. McGraw-Hill. Interamericana Editores.
- Kim, J. S., Song, H. J., & Lee, C. K. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 25-32.
- Lee, K. H., Herold, D. M., & Yu, A. L. (2016). Small and medium enterprises and corporate social responsibility practice: A Swedish perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23 (2), 88-99. doi: 10.1002/csr.1366.
- Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M., Lee, S., & Bernhard, B. J. (2013). The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: An empirical examination of responsible gambling strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 406-415. DOI:10.1016/j.ijhm.2012.10.011.
- Lee, M. D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. DOI: 10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: extension and test of a three component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538>
- Meyer, J. P & Allen N. J. (1991). A tree component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1 (1), 61-89. doi:10.1016/1053-4822(91)90011-Z.
- Moratis, L. (2016). The Psychology of Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Global Business & Organizational Excellence*, 35 (3), 37-43. DOI: 10.1002/joe.21669.
- Morgeson, F. P., Aguinis, H., Waldman, D. A. and Siegel, D. S. (2013). Extending Corporate Social Responsibility Research to the Human Resource Management and Organizational Behavior Domains: A Look to the Future. *Personnel Psychology*, 66 (4), 805–824. doi: 10.1111/peps.12055.
- Onkila, T. (2015). Pride or Embarrassment? Employees' Emotions and Corporate Social Responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22 (4), 222–236. DOI: 10.1002/csr.1340.
- Ringov & Zollo, M. (2007) The impact of national culture on corporate social performance. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 7(4), 476-485.
- Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). Corporate social responsibility: Psychological, person-centric, and progressing. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 2(1), 211-236.
- Rupp, D. E., Skarlicki, D. and Shao, R. (2013). The Psychology of Corporate Social Responsibility and Humanitarian Work: A Person-Centric Perspective. *Industrial and Organizational Psychology*, 6: 361–368. doi: 10.1111/iops.12068
- Rupp, D., Ganapathi, J., Aguilera, R., Williams, C. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: an organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior*, 27 (4), p. 537–543. DOI: 10.1002/job.380.
- Searle, R., Den Hartog, D. N., Weibel, A., Gillespie, N., Six, F., Hatzakis, T., & Skinner, D. (2011). Trust in the employer: The role of high-involvement work practices and procedural justice in European organizations. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(05), 1069-1092. DOI:10.1002/hrm.21733.

- Toca, C. E.; Grueso, M. P., Carrillo, J., Lopez, M. (2012). Responsabilidad Social Empresarial RSE: análisis desde diversos enfoques. Editorial Académica Española.
- Theodoulidis, B., Diaz, D., Crotto, F., & Rancati, E. (2017). Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries. *Tourism Management*, 62, 173-188.
- United Nations. (2010). Global Compact United Nations. After the signature: A guide to engagement in the United Nations global compact. UN Global Compact Office. Recuerdo de: <https://www.unglobalcompact.org/library/241>
- Vanhala, M., Ritala, P. (2016). HRM practices, impersonal trust and organizational Innovativeness. *Journal of Managerial Psychology*, 31 (1), 95 – 109. <http://dx.doi.org/10.1108/JMP-03-2013-0084>
- Vanhala, M., Heilmann, P., Salminen, H. (2016). Organizational Trust Dimensions as Antecedents of Organizational Commitment. *Knowledge & Process Management*, 23 (1), 46-61. DOI: 10.1002/kpm.1497.
- Vanhala, M., Puumalainen, K., Blomqvist, K. (2011). Impersonal trust. *Personnel Review*, 40 (4), 485 – 513. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/004834811111133354>.
- Weibel, A., Den Hartog, D. N., Gillespie, N., Searle, R., Six, F. and Skinner, D. (2015). How Do Controls Impact Employee Trust in the Employer?. *Human Resource Management*. DOI: 10.1002/hrm.21733
- Withisuphakorn, P. & Jiraporn, P. (2016). The effect of firm maturity on corporate social responsibility (CSR): do older firms invest more? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. *Applied Economics Letters*, 23 (4), 298-301. DOI: 10.1080/13504851.2015.1071464.