

# LA ACTITUD DEL CONSUMIDOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE JUSTICIA ORGANIZACIONAL<sup>1</sup>

ANA MARÍA ARBOLEDA ARANGO

M.S. Industrial Relations, Iowa State University y M.B., Tulane University, Estados Unidos.

PhD. candidate-Business Administration, Tulane University, Estados Unidos.

Profesora tiempo completo, Departamento de mercadeo y relaciones internacionales,

Universidad Icesi, Colombia.

Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Calle 18 # 122-135, Cali, Colombia.

amarboleda@icesi.edu.co

Fecha de recepción: 03-06-2009

Fecha de corrección: 12-11-2009

Fecha de aceptación: 26-11-2009

## RESUMEN

Este estudio señala la consistencia de la relación entre la percepción que tiene el consumidor acerca de la justicia organizacional y sus actitudes hacia la organización. Así, el artículo primero resume el estado del arte del concepto de justicia organizacional precisando la construcción de sus tres dimensiones. A continuación, se presenta la síntesis de los resultados de estudios previos que evalúan la relación objeto de estudio y se hace un análisis descriptivo de estos hallazgos. En la discusión se resalta la consistencia de los resultados como un llamado de atención a la aplicación del concepto de justicia organizacional en la búsqueda de la competitividad. Finalmente, en las recomendaciones se formulan estrategias para la aplicación y medición del constructo de justicia organizacional.

## PALABRAS CLAVE

Justicia distributiva, justicia procedimental, justicia interactiva, satisfacción, intención conductual del consumidor.

**Clasificación JEL:** M30, M31, M39

<sup>1</sup> Este documento fue seleccionado en la convocatoria para enviar artículos, *Call for Papers*, realizada en el marco del Simposio "Análisis y propuestas creativas ante los retos del nuevo entorno empresarial", organizado en celebración a los 30 años de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Icesi y de los 25 años de su revista académica, *Estudios Gerenciales*; el 15 y 16 de octubre de 2009, en la ciudad de Cali (Colombia). El documento fue presentado en las sesiones simultáneas del área de "Mercadeo y negocios internacionales".

## **ABSTRACT**

### *Consumer attitudes based on their perception of organizational justice*

This study points out the consistent relationship between consumer perception of organizational justice and consumer attitudes toward the organization. Thus, the article first presents a summary of the latest developments in the concept of organizational justice and provides a detailed description of the development of the three dimensions of justice. Next, it presents an outline of the results of previous studies evaluating the relationship between consumers' perception of justice and their attitudes, followed by a descriptive analysis of these findings. The discussion emphasizes that the consistency of results indicates that the concept of organizational justice can be used as a competitive advantage for an organization. Lastly, the recommendations propose a set of strategies for applying and measuring the construct of organizational justice.

## **KEYWORDS**

Distributive justice, procedural justice, interactional justice, satisfaction, consumer behavioral intention.

## **RESUMO**

### *Atitudes do consumidor baseadas na sua percepção de justiça empresarial*

Este estudo assinala consistência da relação entre a percepção que tem o consumidor sobre a justiça empresarial e suas atitudes para com a empresa. Assim, o artigo apresenta primeiro um resumo dos últimos desenvolvimentos no conceito de justiça empresarial e fornece uma descrição detalhada do desenvolvimento de suas três dimensões. Em seguida, apresenta uma síntese dos resultados de estudos anteriores avaliando o relacionamento entre a percepção de justiça de um consumidor e suas atitudes, seguido de uma análise descritiva dessas descobertas. O debate realça a consistência dos resultados como um chamado de atenção para a aplicação do conceito de justiça empresarial na procura da competitividade. Por último, as recomendações propõem um conjunto de estratégias para aplicar e medir o conceito de justiça empresarial.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Justiça distributiva, justiça processual, justiça interativa, satisfação, intenção comportamental do consumidor.

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/997440>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/997440>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)