



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CAMPUS IV



“Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa”

Tesis

Que para obtener el grado de Maestra en Administración con
Terminación en Mercadotecnia

Presenta

Jessica Andaluz Arévalo 09044016

Directora de Tesis

M.D.T. Marcela Iturbe Vargas

Tapachula Chiapas, abril 2024.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CAMPUS IV.
DIRECCIÓN



Tapachula, Chiapas a 15 de abril de 2024
Oficio número: 420/D/24
Asunto: Liberación de tesis

C. Jessica Andaluz Arévalo
Matricula: 09044016
Presente.

La que suscribe directora de la Facultad de Ciencias de la Administración Campus IV de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Hace constar:

Que los catedráticos miembros del Comité Revisor, han emitido su voto aprobatorio de la tesis de grado ***“Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa”***. Por lo que no tengo inconveniente en dar mi aprobación para la impresión y presentación de la misma, se anexa copia de votos aprobatorios del Comité.

Sin más de momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente

“Por la Conciencia de la Necesidad de Servir”


Dra. Isela Ramírez Aguilar
Directora



Facultad de Ciencias de
la Administración
DIRECCIÓN
Campus IV

c.c.p. Archivo/Minutario



Código: FO-113-05-05

Revisión: 0

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.

El (la) suscrito (a) Jessica Andaluz Arévalo

Autor (a) de la tesis bajo el título de "Prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa

_____,"

presentada y aprobada en el año 2024 como requisito para obtener el título o grado de Maestra en Administración con Terminal en Mercadotecnia, autorizo licencia a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), para que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para su consulta, reproducción parcial y/o total, citando la fuente, que contribuya a la divulgación del conocimiento humanístico, científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional del Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 30 días del mes de abril del año 2024.


Jessica Andaluz Arévalo

Nombre y firma del Tesista

Agradecimientos

Agradezco de manera especial a Dios por darme la fortaleza, el ánimo y permitir completar esta tesis.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento al Dr. Carlos Ignacio López Bravo y al Dr. Omar Vargas Ángeles por su invaluable apoyo, orientación y asesoramiento a lo largo de este proceso.

Agradezco de manera muy especial a la Dra. Marcela Iturbe Vargas por su dedicación y paciencia como directora de tesis, así como a la Dra. Argelia Judith Pérez Sánchez por su labor como secretario y a la Dra. Mónica Juárez Ibarias por ser vocal de este trabajo de investigación, quienes me guiaron con sus conocimientos y paciencia.

No puedo dejar de mencionar a mis grandes amores y motivación constante, mi mamá Isaura, mi hija Valeria, quienes han sido mi fuente de inspiración y apoyo incondicional en todo momento.

Mis más sinceros agradecimientos a todos ellos por su inestimable colaboración y por creer en mí en todo momento. Este logro no habría sido posible sin su invaluable contribución.

Tabla de Contenido

| | |
|--|-----------|
| OFICIO DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN DE TESIS | 2 |
| CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS | 3 |
| AGRADECIMIENTOS..... | 4 |
| TABLA DE CONTENIDO | 5 |
| RESUMEN | 7 |
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| CAPÍTULO I..... | 14 |
| MARCO TEÓRICO | 14 |
| 1.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 15 |
| 1.2. INVESTIGACIONES PREVIAS..... | 16 |
| 1.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA | 17 |
| 1.4. PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA..... | 18 |
| 1.5. PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA..... | 18 |
| 1.6. IMAGEN..... | 19 |
| 1.7. IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA..... | 19 |
| 1.8. <i>Imagen Visual</i> | 20 |
| 1.9. BENEFICIOS DE LA RSC PARA LA SOCIEDAD Y LA EMPRESA..... | 21 |
| 1.10. APOYO COMUNITARIO..... | 21 |
| 1.11. GESTIÓN AMBIENTAL..... | 22 |
| 1.12. RELACIÓN CON LAS PARTES INTERESADAS..... | 23 |
| 1.13. SIGNIFICADO DE UNA EMPRESA | 24 |
| 1.14. <i>Tipos de Constitución de Una Empresa en Territorio Mexicano</i> | 24 |
| 1.15. <i>Sector de la Empresa</i> | 25 |
| 1.16. <i>Tamaño de la Empresa</i> | 25 |
| 1.17. MARCO LEGAL Y NORMATIVO..... | 26 |
| 1.18. POLÍTICAS Y PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA..... | 27 |
| 1.19. BUENAS PRÁCTICAS DE LA RSC EN LA IMAGEN DE LA EMPRESA..... | 28 |
| CAPITULO II..... | 30 |
| METODOLOGÍA..... | 30 |
| 2. TIPOS DE METODOLOGÍAS UTILIZADAS..... | 30 |
| 2.1. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PARTICIPANTES..... | 32 |
| 2.2. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS..... | 32 |
| 2.3. ENTREVISTAS..... | 33 |
| 2.4. GUÍA DE ENTREVISTAS..... | 33 |
| 2.5. ENCUESTAS | 34 |
| 2.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS EN LAS ENCUESTAS..... | 34 |
| 2.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN:..... | 34 |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 36 |
| PROCEDIMIENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS EN LA ENTREVISTA..... | 38 |
| RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS..... | 38 |
| NÚMERO DE ENCUESTAS: | 43 |
| RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS..... | 44 |
| CONCLUSIONES | 56 |

| | |
|--|-----------|
| SUGERENCIAS | 57 |
| REFERENCIAS | 58 |
| ANEXOS | 60 |
| ANEXO 1 GUÍA DE ENTREVISTA | 60 |
| ANEXO 2 ENTREVISTAS..... | 63 |
| ANEXO 3. CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA..... | 66 |
| ANEXO 4 CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA..... | 67 |

Resumen

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una práctica empresarial que busca integrar principios éticos, consideraciones comunitarias y medioambientales en todas las operaciones de una organización. En el contexto de empresas con presencia en la ciudad de Tapachula Chiapas, se ha implementado diversas prácticas de RSC, y sus impactos han sido significativos tanto a nivel interno como externo. Aquí se presentan algunos hallazgos clave de la investigación los cuales han sido nuestro objetivo principal, los beneficios de la RSC en las empresas que adoptaron prácticas de RSC experimentaron beneficios en áreas como la lealtad de los clientes, la relación con los empleados y la rentabilidad; estas prácticas no solo mejoraron la imagen de las organizaciones, sino también fomentaron la sostenibilidad y contribuyeron al bienestar de la comunidad en la que operan, la RSC se ha convertido en una herramienta eficaz para mejorar la percepción pública de las empresas y fortalecer su posición en el mercado. A pesar de los beneficios, se identificaron desafíos en la implementación de la RSC. Algunos de estos incluyen la resistencia interna que hay entre algunos miembros de las organizaciones que pueden no comprender completamente la importancia de la RSC o pueden resistirse a los cambios, la implementación efectiva de prácticas de RSC puede requerir inversiones financieras y de tiempo, lo cual genera la falta de recursos, la falta de cultura empresarial orientada hacia la sostenibilidad dificulta la adopción de prácticas responsables. La metodología de la investigación fue cualitativa por medio de entrevistas con directivos de las empresas y cuantitativa mediante cuestionarios aplicados a gerentes organizacionales o supervisores de las empresas seleccionadas, los resultados mostraron que las estrategias de RSC se llevaron a cabo con éxito y tuvieron un impacto positivo en la comunidad y el entorno empresarial. Las prácticas de la RSC son una estrategia valiosa para las empresas que buscan operar de manera ética, sostenible y socialmente responsable a través de su implementación, las organizaciones pueden mejorar su imagen, fortalecer sus relaciones y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un enfoque que busca integrar consideraciones éticas, sociales y ambientales en las prácticas de las empresas. Los antecedentes de la RSC se encuentran en los movimientos de responsabilidad social y filantropía empresarial del siglo XIX. Estas iniciativas se justifican por la necesidad de generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, más allá de mejorar los beneficios que genera, sin embargo, también existen problemáticas asociadas a la RSC, como la falta de homogeneidad en los criterios y la posibilidad de greenwashing (el greenwashing, implica que las empresas presenten una fachada de sostenibilidad y preocupación ambiental sin realizar cambios significativos en sus políticas o prácticas), por parte de las empresas.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tiene sus antecedentes en los movimientos de responsabilidad social y filantropía empresarial del siglo XIX. En esta época, surgieron empresas que tomaron la iniciativa de contribuir al bienestar de la sociedad a través de donaciones y acciones filantrópicas. Estos antecedentes marcaron el inicio de un enfoque más amplio, en el cual las empresas reconocieron la importancia de utilizar sus recursos y poder económico para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

La RSC se justifica en la necesidad de que las empresas asuman un rol más comprometido con la sociedad y el medio ambiente. La maximización de beneficios económicos ya no es suficiente, y se reconoce la importancia de considerar los impactos sociales y ambientales de las actividades empresariales. La RSC permite a las empresas fortalecer su reputación, contribuir al desarrollo sostenible, mejorar las relaciones con sus grupos de interés y prevenir riesgos en su reputación. Además, la RSC también responde a las demandas de los consumidores y de la sociedad en general, que esperan que las empresas actúen de manera ética y responsable. A pesar de los beneficios de la RSC también existen problemas asociados a esta práctica como lo es la falta de homogeneidad en los criterios utilizados para medir y evaluar la

RSC, lo que dificulta la comparación y la transparencia de las acciones de las empresas; además, algunas empresas pueden caer en prácticas de greeswashing, otra problemática es el desafío de equilibrar las expectativas y demandas de los diferentes grupos de interés de la empresa como los accionistas, empleados, cliente y comunidades locales, problemática que debe ser abordada de manera adecuada para que la RSC sea efectiva y genere un impacto positivo en la sociedad.

Las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las grandes empresas en la ciudad de Tapachula Chiapas se refiere al compromiso de las empresas en integrar prácticas socialmente responsables en su modelo de negocio y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad y el medio ambiente. Cada vez más empresas están reconociendo la importancia de la RSC, ya que no solo beneficia a la comunidad en la que operan, sino que también tiene un impacto positivo en su propia imagen y reputación.

La RSC implica tomar en consideración los intereses económicos de la empresa y los de sus colaboradores, clientes, accionistas, proveedores incluyendo también a la comunidad en general. Esto se logra a través de la implementación de políticas y prácticas de sostenibilidad, como defender el medio ambiente, fomentar la diversidad y la inclusión, respetar los derechos humanos y respaldar iniciativas sociales son prioridades importantes.

La influencia de la RSC en la imagen de las grandes empresas es significativa, al adoptar buenas prácticas de responsabilidad social, las empresas pueden generar una imagen positiva en la mente de sus consumidores y la sociedad en general. Esto se debe a que los consumidores se sienten atraídos por empresas que demuestran preocupación por el bienestar social y ambiental, y que tienen un impacto positivo en la comunidad.

Además, la RSC también puede ayudar a las empresas a atraer y retener a talentos altamente calificados, ya que los empleados buscan trabajar en organizaciones que compartan sus valores y se preocupen por el impacto que tienen en el mundo.

Sin embargo, es importante destacar que la RSC no debe ser vista como una estrategia de marketing; citando a Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2006) en su obra *“Estrategia y Sociedad: El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa”* popularizaron el concepto de “valor compartido”, sostienen que las empresas pueden generar valor económico al mismo tiempo que resuelven problemas sociales y medioambientales, así, la influencia en la imagen de las empresas es genuina y efectiva, se requiere un compromiso real y acciones concretas. Las empresas deben ser transparentes en sus prácticas de RSC y llevar a cabo informes que muestran su compromiso con la sostenibilidad y el bienestar social.

El antecedente de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la idea de que las empresas deben asumir un papel más activo en la sociedad y no solo centrarse en obtener beneficios económicos. Esta noción comenzó a surgir a mediados del siglo XX, cuando se hizo evidente que las prácticas empresariales no éticas o insostenibles podían tener un impacto negativo en la sociedad y el medio ambiente.

Siguiendo el pensamiento de que las empresas tienen la responsabilidad de contribuir al desarrollo social, económico, económico y ambiental de las comunidades en las que operan, lo cual implica que deben operar de manera ética, cumplir con las leyes y regulaciones, respetar los derechos humanos, proteger el medio ambiente y contribuir al bienestar de las personas.

Las razones principales en la elaboración de esta investigación es generar conciencia sobre la importancia de la RSC entre las empresas, autoridades locales y la sociedad en general en Tapachula Chiapas, dar a conocer la importancia del impacto positivo que estas prácticas tiene en el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad, el cual implica que las empresas operen de manera ética, equitativa y responsable, minimizando su impacto ambiental y contribuyendo al desarrollo sostenible; establecer un punto de referencia para evaluar el progreso de las empresas en cuanto a sus prácticas de RSC en el tiempo y su impacto en la comunidad y el medio ambiente.

Tapachula es una ciudad importante en el estado de Chiapas, conocida por su actividad comercial y su proximidad a la frontera con Guatemala, investigar las Prácticas de la RSC en esta área permite comprender como las empresas locales están contribuyendo al desarrollo económico y social de la región, así como identificar oportunidades para tener un impacto positivo. Tapachula también enfrenta desafíos significativos en términos de pobreza desigualdad social y degradación ambiental, la RSC puede ayudar a identificar como las empresas pueden contribuir a abordar estos problemas mediante prácticas comerciales éticas, programas de desarrollo comunitario y políticas de sostenibilidad ambiental, es relevante comprender el impacto de las empresas en la región identificar desafíos y oportunidades, promover prácticas comerciales más éticas y sostenibles para el desarrollo de la comunidad local y el medio ambiente económico y social en esta localidad.

El compromiso de las empresas mediante la RSC generará una mejor calidad de vida y bienestar de la sociedad en general, mediante la implementación de prácticas socialmente responsables, las empresas pueden contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Tapachula; esto incluye la generación de empleo, el apoyo a programas educativos y de salud, y la promoción de la igualdad de oportunidades.

El mayor problema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es que muchas empresas solo la ven como una estrategia de relaciones públicas y no como un compromiso genuino de mejorar el impacto social y ambiental de sus operaciones. Esto se traduce en acciones superficiales y poco afectivas, donde las empresas solo buscan limpiar su imagen sin realizar cambios reales en su formato de hacer negocios.

Muchas de las empresas solo se enfocan en aspectos de RSC que son relativamente fáciles y rentables de implementar, como donaciones caritativas o programada de voluntariado corporativo, en lugar de abordar problemas estructurales como la explotación laboral la corrupción o el impacto ambiental de sus actividades.

Por la falta de transparencia y de comunicación por parte de las empresas frecuentemente no se da a conocer adecuadamente los impactos que han tenido en sus operaciones y no hay mecanismos efectivos para que las partes interesadas puedan valorar y evaluar el desempeño en la RSC.

La hipótesis de la implementación en las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las grandes empresas ubicadas en la localidad de Tapachula Chiapas, servirá para fortalecer su marca, imagen y reputación generando mayor confianza de los consumidores e inversionistas, lo que a su vez aumenta la competitividad y rentabilidad financiera, dando oportunidades de negocio y beneficiar tanto a la empresa como a la comunidad en general.

En resumen, el estudio de la RSC en la ciudad de Tapachula, Chiapas, puede justificarse por su impacto en el desarrollo sostenible, la mejora de la calidad de vida, el fortalecimiento de la reputación empresarial y el cumplimiento de regulaciones y normas. Al promover la RSC, se pueden lograr beneficios tanto para las empresas como para la comunidad en general.

El objetivo general de la investigación es definir y analizar el impacto de las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en la reputación y sostenibilidad de las empresas.

El objetivo específico de esta investigación es identificar las prácticas y su aplicación en la Responsabilidad Social Corporativa en la localidad de Tapachula Chiapas sobre cinco principales empresas en la zona.

En el Capítulo I de esta investigación se presentan definiciones y conceptos de RSC, su evolución histórica, las teorías más relevantes, el marco legal y normativo. El capítulo II se refiere a la metodología en su diseño de la investigación (cualitativo y cuantitativo), los criterios de selección de participantes, métodos de recolección de datos, instrumentos de recolección de datos, y las limitaciones de la investigación.

En el siguiente apartado se tendrán los resultados y discusión de los procedimientos de recopilación y resultados de los datos en las entrevistas. En el siguiente apartado abordaremos las conclusiones como una recapitulación de los hallazgos clave. Finalmente, las sugerencias son en base al resultado de las conclusiones que se obtuvieron en la investigación de este proyecto, se hace énfasis en referencias bibliográficas y fuentes citadas en el trabajo, incluyendo también los anexos, en donde está el material adicional como cuestionarios y transcripciones de entrevistas.

Capítulo I

Marco Teórico

Las empresas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) al adoptar prácticas y políticas que promuevan el bienestar social, ambiental y económico. Su compromiso con la responsabilidad social no solo beneficia a la sociedad en su conjunto, sino que también puede impulsar el éxito a largo plazo y la sostenibilidad del negocio.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) juegan un papel significativo en la promoción de la RSC debido a su número y su impacto en la economía. Aunque las grandes empresas tienden a recibir más atención en el ámbito de la RSC debido a su visibilidad y recursos, las PYMES representan la mayoría de las empresas en la mayoría de los países y colectivamente, tienen un impacto significativo en la sociedad y el medio ambiente. El predominio de las PYMES en la RSC se debe principalmente a la proximidad que tienen con la comunidad y tienen comprensión más cercana de las necesidades y desafíos locales; esto las hace más propensas a participar en iniciativas de RSC que benefician directamente a sus comunidades. Existe mayor capacidad y flexibilidad en la adaptación con las grandes corporaciones, adaptándose rápidamente a las demandas del mercado y a las expectativas de los consumidores en materia de RSC, implementando cambios en sus prácticas comerciales y procesos de manera más rápida y eficiente.

Existe un concepto “Valor Compartido”, el cual se centra en la idea de que las empresas pueden generar valor económico al mismo tiempo que abordan desafíos sociales y ambientales; argumentan que la RSC no debe verse como un costo adicional para las empresas, sino como una oportunidad para innovar y crear nuevas formas de negocio que beneficien tanto a la

empresa como a la sociedad. Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2019). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 94(1-2), 62-77.

Archie B. McWilliams y Donald Siegel (2019), en su artículo “Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource-based theory, and sustainable competitive advantage”, analizan como la RSC puede contribuir a la creación y captura de valor para las empresas a través de la teoría de los recursos. Exploran como las empresas pueden utilizar la RSC estratégicamente para obtener una ventaja competitiva sostenible, identificando los recursos y capacidades que pueden generar beneficios económicos y sociales a largo plazo.

1.1. Responsabilidad Social

La responsabilidad social se refiere a la obligación de las empresas y organizaciones de actuar de manera ética y contribuir al bienestar de la sociedad en su conjunto. Las empresas deben tener en cuenta no solo sus propios intereses económicos, sino también los impactos sociales y medioambientales de sus operaciones.

La responsabilidad social puede manifestarse a través de prácticas empresariales éticas, la promoción de la sostenibilidad ambiental, la contribución a la comunidad mediante programas de responsabilidad social corporativa, entre otras acciones.

Según Vicente (2014), es la obligación de asumir las consecuencias de las propias acciones o decisiones. En el contexto empresarial, implica actuar de manera ética, cumplir con compromisos y considerar el impacto de las acciones en diversas áreas, como la sociedad, el medio ambiente y las partes interesadas. La responsabilidad puede ser individual o colectiva, y abarca aspectos éticos, legales y sociales.

Vicente (2014), la responsabilidad social se define como el deber que tienen las empresas de contribuir al bienestar de la sociedad y del medio ambiente a través de acciones que van más allá de sus intereses económicos; esto incluye satisfacer las necesidades de grupos de interés

como empleados, clientes, proveedores, comunidades y medio ambiente, así como actuar de forma ética y sostenible en todas las actividades. Responsabilidad social también significa transparencia y rendición de cuentas ante toda la sociedad.

1.2. Investigaciones Previas.

La responsabilidad social corporativa se refiere al compromiso que deben asumir las empresas para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades en las que operan.

Esto significa, asumir la responsabilidad no solo de la creación de beneficios económicos, sino también de tener en cuenta las consecuencias sociales y ambientales de nuestras acciones (Carroll, 1991).

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ha sido abordada por diversos autores a lo largo del tiempo, algunos de los antecedentes más destacados incluyen a Howard Bowen: en su libro “Social Responsibilities of the Businessman” (1953), Bowen fue uno de los primeros en abordar el concepto moderno de RSC. Argumentó que las empresas tienen la responsabilidad de considerar el impacto social de sus decisiones y acciones.

Archie B. Carroll: en su modelo de RSC, Carroll propuso cuatro tipos de responsabilidades que las empresas tienen: económica, legal, ética y discrecional. Esta clasificación se ha convertido en una base importante para comprender la RSC.

Milton Friedman, en su artículo influyente “the Social Responsibility of Business is to Increase its Profits” (1970), Friedman argumentó que la única responsabilidad social de las empresas es aumentar sus ganancias, sugiriendo que cualquier otro enfoque socavaría el propósito de la empresa y su capacidad para crear valor para los accionistas.

1.3. Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) representa el compromiso ético voluntario de las compañías hacia la promoción del desarrollo sostenible y el bienestar social. Constituye una filosofía que trasciende las obligaciones legales con el fin de generar un impacto positivo en diferentes ámbitos, como la preservación del medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género y las relaciones con los empleados, proveedores y comunidades. La RSC se fundamenta en asumir responsabilidad por las acciones corporativas y tomar decisiones que fomenten la responsabilidad social, sin descuidar la rentabilidad económica y las repercusiones sociales y ecológicas.

Según Vicente (2014), la responsabilidad social corporativa (RSC) es la práctica de que las empresas actúen de manera ética y contribuyan al desarrollo sostenible, considerando el impacto de sus actividades en la sociedad y el medio ambiente. Implica asumir responsabilidades más allá de las obligaciones legales, incorporando prácticas que beneficien a la comunidad, promuevan el bienestar de los empleados, respeten los derechos humanos y reduzcan el impacto ambiental.

La relevancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para las corporaciones es crucial, dado que consolida su prestigio y refuerza la confianza con stakeholders tales como la clientela, la fuerza laboral y la sociedad. La adopción de estrategias de RSC puede acarrear ventajas concretas, tales como el enaltecimiento de la marca, el reclutamiento y lealtad del talento humano, y la consecución de clientes comprometidos. Adicionalmente, la RSC es un pilar para el crecimiento sostenido comunitario, fomentando iniciativas conscientes respecto a cuestiones medioambientales, sociales y de gobierno corporativo. En la actual era, donde la sostenibilidad y el compromiso corporativo son cada vez más apreciados, la RSC emerge como un elemento capital en la dirección empresarial.

1.4. Principios de la Responsabilidad Social Corporativa

Los principios de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) guían el comportamiento ético y responsable de las empresas. Estos principios incluyen la transparencia, la ética empresarial, el respeto a los derechos humanos y laborales, la protección del medio ambiente y la contribución al desarrollo sostenible. La transparencia implica que las empresas deben comunicar de manera clara y veraz sus acciones y políticas relacionadas con la RSC. La ética empresarial se refiere a la adopción de valores y normas éticas en todas las decisiones y acciones de la empresa. El respeto a los derechos humanos y laborales implica garantizar condiciones justas y dignas para los trabajadores y no participar en prácticas que violen los derechos fundamentales. La protección del medio ambiente abarca la adopción de medidas para reducir el impacto ambiental de las operaciones empresariales. Por último, la contribución al desarrollo sostenible implica que las empresas deben generar un impacto positivo en la sociedad y el entorno en el que operan, promoviendo el bienestar y el progreso económico y social de manera equilibrada y sostenible.

1.5. Prácticas De Responsabilidad Social Corporativa

Las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son aquellas acciones y políticas que llevan a cabo las empresas con el objetivo de contribuir al bienestar de la sociedad, al cuidado del medio ambiente, y cumplir con sus obligaciones legales y éticas. Estas prácticas incluyen actividades como la implementación de programas de sostenibilidad, la promoción de la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo, el apoyo a organizaciones benéficas y comunidades locales, la transparencia en las operaciones y la reducción del impacto ambiental de sus actividades.

La integración de las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) dentro de una organización conlleva a la incorporación de enfoques éticos en todas sus áreas. Esto requiere la adopción de iniciativas que potencien la sostenibilidad, la equidad y la consideración

hacia los derechos humanos y el entorno. La empresa deberá delinearse objetivos precisos y cuantificables en cuanto a su contribución social y al medio ambiente, así como implementar sistemas de gestión que aseguren el cumplimiento de estos. Es crítico también se fomente una cultura que valore la RSC, con la implicación total del equipo en su materialización. Esto puede manifestarse en la formación continua en habilidades vinculadas a la RSC, el estímulo a la participación del personal en proyectos socio ambientales, y un diálogo abierto y honesto con los colaboradores e interesados externos. En conclusión, la adhesión a la RSC en el ámbito empresarial demanda una estrategia holística que va desde la fijación de metas hasta la plena integración en las rutinas diarias de la organización.

1.6. Imagen

Vicente (2014), La imagen es una representación visual de algo, ya sea real o imaginario. Su función es comunicar un mensaje, transmitir una idea o provocar una reacción en el espectador. La imagen es una herramienta poderosa de comunicación y expresión, puede transmitir mensajes de manera rápida y efectiva, provocar emociones y generar impacto en el espectador. Es importante aprender a utilizarla correctamente y de manera ética, teniendo en cuenta su función y el contexto en el que se utiliza.

1.7. Imagen Corporativa de la Empresa.

Es una empresa basada en su imagen y comunicación que refleje su identidad y valores. Una imagen corporativa de la empresa cuidadosamente desarrollada, la coherencia ayudará a mejorar y a mantener la reputación y la confianza de una empresa, la coherencia se tiene en cuenta desde el primer momento a la hora de desarrollar la planificación de la empresa.

- Crear una identidad y personalidad única en el mercado.
- Objetivos a alcanzar por la imagen corporativa

- **Diferenciación.** Destaca de la competencia con imágenes y habilidades de comunicación únicas.
- **Reconocimiento.** Lo ideal es que la empresa sea fácilmente identificable, con elementos visuales como su logotipo o colores, o incluso su voz y tono.
- **Posicionamiento.** Es importante permanecer en la mente de la población local, contexto adecuado y respetuoso con la industria en la que opera la empresa.
- **Confianza.** La misma consistencia, y el hecho de que tenga una imagen sólida, esto ayudará a ganarse la confianza de su público objetivo porque dará estabilidad.
- **Identidad.** La imagen corporativa de una empresa también debe reflejar la identidad.
- **Comunicación.** Existen noticias emitidas a través de la empresa transmite su imagen, su personalidad única e identificable.
- **Lealtad.** Se trata de crear una conexión emocional con la comunidad, esto genera lealtad y obtiene conocimiento de las marcas y sus referencias.

1.8. Imagen Visual.

Es el resultado de la representación gráfica de una idea, concepto o mensaje a través de elementos visuales como colores, formas, líneas y texturas. Es la forma de comunicación que nos permite transmitir información de manera eficaz y directa.

La imagen visual juega un papel fundamental en nuestra sociedad, ya que nos rodea en nuestra vida cotidiana. La encontramos en diversos ámbitos, como en la publicidad, el diseño gráfico, la fotografía, el cine y las artes visuales. A través de ella, podemos transmitir emociones, contar historias y transmitir ideas de manera creativa y persuasiva.

Los elementos de la imagen visual son los diferentes componentes que conforman una imagen y que permiten transmitir un mensaje, generar un impacto visual o contar una historia, los cuales pueden variar dependiendo del contexto y del objetivo de la imagen, pero se identifican algunos elementos claves como colores, formas y líneas.

1.9. Beneficios de la RSC para la Sociedad y la Empresa

La Contribución Social Corporativa (RSC) reporta significativas ventajas tanto para la sociedad como para las empresas. Por un lado, facilita la creación de oportunidades laborales y está en la base del crecimiento económico social. La protección ambiental también se ve favorecida a través de prácticas respetuosas con el medio y la promoción de fuentes energéticas renovables. Esta responsabilidad fomenta la igualdad de género y la diversidad cultural en las áreas de trabajo, respetando, además, los derechos humanos. Por otro lado, para las empresas, la RSC potencia su prestigio y la percepción pública, lo que se traduce en una ventaja en su ámbito competitivo. El compromiso con causas sociales y ambientales es clave para captar y conservar talento, así como para cimentar sólidas relaciones con sus grupos de interés. La RSC es una herramienta para la innovación y distinción corporativa, ya que promueve la colaboración con otras entidades en proyectos con enfoque social y ecológico. La RSC estipula una serie de prácticas que resultarán en beneficios sociales, a la par que consolidarán la estructura empresarial.

1.10. Apoyo Comunitario

Es un aspecto importante de la RSC que se refiere a la forma en que las empresas se relacionan con las comunidades donde operan con los grupos de interés que se ven afectados por sus actividades, el apoyo comunitario implica que las empresas reconozcan las necesidades y expectativas de las comunidades, y que contribuyan a su desarrollo social, económico y ambiental mediante acciones voluntarias y colaborativas.

Puede tener beneficios tanto para las comunidades como para las empresas, ya que pueden mejorar la calidad de vida de las personas, generar confianza y lealtad, fortalecer la reputación e imagen corporativa y crear oportunidades de innovación y crecimiento, algunos ejemplos son:

- Invertir en proyectos de educación, salud, cultura, deporte, infraestructura o medio ambiente que beneficien a las comunidades.
- Apoyar a las organizaciones sociales, ONG, fundaciones o asociaciones que trabajan por el bienestar de las comunidades.
- Fomentar el voluntariado corporativo, que consiste en la participación activa de los empleados en actividades de interés social.
- Establecer alianzas estratégicas con otras empresas, entidades públicas o privadas, o instituciones académicas que compartan los mismos objetivos de responsabilidad social.

1.11. Gestión Ambiental.

La gestión ambiental en la RSC se refiere a las acciones que las empresas realizan para reducir su impacto negativo sobre el medio ambiente y contribuir al desarrollo sostenible, entre las acciones que toma podemos encontrar las siguientes:

- Uso eficiente de la energía, el agua y los recursos naturales.
- Minimizar la generación de residuos y emisiones; así como fomentar el reciclaje y la reutilización.
- Implementar medidas de prevención y control de la contaminación.
- Adoptar políticas de viajes de negocios y oficinas ecológicas.
- Invertir en proyectos de protección y restauración del medio ambiente.
- Colaborar con otras entidades públicas o privadas que promuevan la responsabilidad ambiental.

La gestión ambiental puede tener beneficios tanto para las empresas como para la sociedad, ya que puede mejorar la reputación e imagen corporativa, generar ahorros de costos, aumentar la competitividad, satisfacer las expectativas de los clientes y los grupos de interés, y crear valor compartido.

1.12. Relación con las Partes Interesadas.

Es la forma en que las empresas se comunican y colaboran con los diferentes grupos o individuos que se ven afectados por su actividad, o que pueden influir en ella. Pueden ser internas, como los empleados, los directivos o los accionistas, o externas, como los clientes, los proveedores, los competidores, el medio ambiente, la comunidad local o las administraciones.

La relación con las partes interesadas en la RSC es de suma importancia porque permite a las empresas conocer y satisfacer las expectativas y necesidades de estos grupos, así como identificar y gestionar los riesgos y oportunidades que surgen de su interacción, además; la relación con las partes en la RSC puede mejorar la reputación, la confianza, la legitimidad y la competitividad de las empresas, al demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible y el bienestar social.

Para una buena relación con las partes interesadas en la RSC, las empresas deben seguir los siguientes pasos:

- Identificar y priorizar a las partes interesadas relevantes para la empresa, según su grado de influencia e interés.
- Establecer canales de comunicación y dialogo efectivos y transparentes con las partes interesadas, para informarles sobre las acciones de RSC y recoger sus opiniones y sugerencias.
- Involucrar a las partes interesadas en la definición y ejecución de la estrategia de RSC, mediante la participación, la consulta o la colaboración.

- Evaluar y reportar el impacto y el desempeño de la RSC, así como el grado de satisfacción de las partes interesadas, mediante indicadores e informes.

1.13. Significado de Una Empresa

Es una organización formada por personas que gestionan determinados recursos para alcanzar objetivos como beneficios financieros. Planean lograrlo a través de una campaña que aborde tales necesidades para la gente. Puede estar formado por una o más personas y debe buscar un beneficio económico a través de eventos específicos, pudiendo variar en tamaño, desde eventos individuales hasta grandes unidades con muchos empleados.

Nace para cubrir un servicios o necesidades en un entorno específico, los recursos financieros y logísticos que reúne un emprendedor son cruciales, los emprendedores que lo permitan deben cumplirlo. Además, se suman competencias y el capital humano del emprendedor determinarán el futuro de la empresa.

Se pueden clasificar según diferentes criterios como el tipo de actividad, su organigrama, o su tamaño; las operaciones de la compañía se pueden dividir en tres sectores de la economía: primario (minería y agricultura), secundario (construcción y fabricación), e industria terciaria (servicios).

1.14. Tipos de Constitución de una Empresa en Territorio Mexicano.

Existen varios tipos de constitución de una empresa en territorio mexicano, las cuales las más comunes se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Sociedad Anónima (S.A.): Es una sociedad mercantil en la que el capital social está dividido en acciones y la responsabilidad de los socios se limita al monto de su aportación. La S.A. es una de las formas más comunes de constitución de empresas en México, ya que ofrece ventajas como la separación de patrimonios,

facilidad para la transmisión de acciones y mayor acceso a financiamiento. (Ley General de Sociedades Mercantiles, Artículo 89).

- Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.): En este tipo de sociedad, la responsabilidad de los socios está limitada al monto de su aportación, al igual que la S.A., sin embargo, la S. de R.L. tiene un número máximo de socios (50) y tiene restricciones en cuanto a la transmisión de partes sociales. (Ley General de Sociedades Mercantiles, Artículo 58).
- Sociedad de Acciones Simplificada (S.A.S.): Es una forma de sociedad mercantil que permite a los emprendedores constituir una empresa de forma rápida y sencilla, con menos trámites y costos que una S.A. o una S. de R.L., en la S.A.S., el régimen fiscal es más favorable y se requiere un solo socio para su constitución. (Ley General de Sociedades Mercantiles, Artículo 260 BIS).

1.15. Sector de la Empresa.

Cada una debe ser adecuado para un sector en particular y tener en cuenta su tipo de actividades desarrolladas en la economía que destacan a las empresas del sector:

Primario. Labores agrícolas o la industria de la minería.

Secundario. Construcción o industria manufacturera transforma los productos del sector primario.

Terciario. Sector servicios, como ejemplo tenemos los bancos, aseguradoras.

1.16. Tamaño de la Empresa

Existe la posibilidad de constituir compañías partiendo desde un solo integrante o trabajador, este sería el caso de las empresas individuales; pero también están la “pequeñas y medianas empresas” o PYMES, y las grandes empresas con gran cantidad de trabajadores en plantilla y altas cifras en sus volúmenes de negocio.

Teniendo en cuenta su número de componentes, pueden encontrarse diferentes formas de estructuras empresariales y la forma en que las funciones y poderes de la empresa se distribuyen a lo largo y ancho de su organigrama.

En México, las empresas se dividen en diferentes categorías según su tamaño que generalmente se determina por su nivel de ingresos anuales. Las principales categorías de empresas en México son las que a continuación se detallan:

- Microempresa. Son aquellas empresas cuyos ingresos anuales no superan los dos millones de pesos mexicanos, y que cuentan con menos de diez empleados.
- Pequeñas empresas. Son aquellas empresas cuyos ingresos anuales se encuentran entre los dos y los cien millones de pesos mexicanos, y que cuentan con entre once y cincuenta empleados.
- Medianas empresas. Son aquellas cuyos ingresos anuales se encuentran entre los cien y doscientos cincuenta millones de pesos mexicanos, y que cuentan con entre cincuenta y uno y doscientos cincuenta empleados.
- Grandes empresas. Son aquellas empresas cuyos ingresos anuales superan los doscientos millones de pesos mexicanos y que cuentan con más de doscientos cincuenta empleados.

1.17. Marco Legal y Normativo

En México, el marco legal y normativo de la RSC está compuesto por diversas leyes, reglamentos y normas que establecen las obligaciones y responsabilidades de las empresas en materia de sostenibilidad y responsabilidad social. Algunos de los instrumentos legales y normativos de este ámbito son los siguientes:

Ambiental: La presente legislación establece las obligaciones de las empresas en cuanto a la protección del medio ambiente, así como las sanciones que pueden ser aplicadas en caso de incumplimiento.

La Norma Mexicana en Responsabilidad Social (NMX-SR-10000) establece los principios para que las entidades implementen medidas de responsabilidad social en sus operaciones y relaciones con sus grupos de interés.

Según la Ley General de Sociedades Mercantiles, la presente legislación establece la manera en que las compañías deben llevar a cabo sus actividades y establece ciertos principios y obligaciones en cuanto a la transparencia y la rendición de cuentas.

La Norma Mexicana en la Igualdad Laboral y No Discriminación (NMX-R-025-SCFI-2015) establece los principios necesarios para fomentar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el ámbito laboral.

Además de estas leyes y normas específicas, en México existe un extenso marco jurídico que fomenta la responsabilidad social empresarial a través de diversos incentivos fiscales, programas de apoyo y mecanismos de consulta y diálogo con los grupos de interés, además de estas leyes y normas específicas, es de suma importancia que las empresas adquieran conocimiento y cumplan con las disposiciones legales para asegurar su sostenibilidad y contribuir al desarrollo sostenible del país.

1.18. Políticas y Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa.

Se analizarán las políticas y prácticas de las grandes empresas en la ciudad de Tapachula Chiapas en materia de responsabilidad social corporativa, esto incluirá medidas específicas como programas de apoyo comunitario, gestión ambiental y relaciones con las partes interesadas.

En la perspectiva de la sociedad sobre la responsabilidad social corporativa, se explorará como la comunidad local percibe las acciones socialmente responsables de las grandes empresas y en la ciudad de Tapachula Chiapas; esto se hará a través de encuestas, entrevistas, análisis de los puntos de vista y opiniones de diversos grupos de interés.

1.19. Buenas Prácticas de la RSC en la Imagen de la Empresa.

Para la implementación de buenas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), resulta fundamental contar con un enfoque estratégico y sistemático. En primer lugar, es necesario llevar a cabo un diagnóstico interno y externo de la organización, identificando las áreas de mejora y los desafíos específicos en materia de responsabilidad social. A partir de este análisis, se establecerán metas claras y cuantificables que permitan orientar las acciones de RSC. Una vez que se hayan definido las metas, se deberá elaborar un plan detallado de acción que incluya las actividades, los responsables, los plazos y los recursos necesarios para llevar a cabo las prácticas. Es imperativo asegurar la participación activa de todos los niveles jerárquicos de la organización, y fomentar la formación y sensibilización de los empleados en temas de responsabilidad social. Asimismo, es necesario establecer mecanismos de seguimiento y evaluación periódica, con el propósito de medir los avances y corregir posibles desviaciones. La comunicación interna y externa desempeña un papel relevante en la implementación de buenas prácticas, por lo cual se recomienda contar con espacios de difusión y transferencia de conocimiento, tanto dentro de la organización como hacia la comunidad y otros grupos de interés. En resumen, llevar a cabo la implementación de buenas prácticas de RSC requiere de un enfoque estratégico, un plan de acción con metas claras, la participación activa de la organización y mecanismos de seguimiento y evaluación.

Las prácticas ejemplares en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son esenciales para las empresas que desean generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente. Un caso de prácticas ejemplares en RSC es la implementación de políticas de equidad

de género en todas las áreas de la empresa. Esto implica la adopción de medidas para asegurar salarios iguales entre hombres y mujeres, promover la diversidad en la contratación y facilitar el ascenso de mujeres a posiciones directivas. Otra práctica ejemplar es la implementación de políticas de sostenibilidad ambiental, como la reducción del consumo de energía y agua en las instalaciones de la empresa, el uso de fuentes renovables de energía y la implementación de programas de reciclaje. Estas acciones contribuyen a reducir la huella ambiental de la empresa y su impacto en el cambio climático. Además, las empresas pueden llevar a cabo iniciativas de responsabilidad social mediante alianzas con organizaciones sin ánimo de lucro. Esto puede incluir donaciones de productos o servicios, voluntariado corporativo o programas de apoyo a las comunidades locales. Dichas acciones demuestran el compromiso de la empresa con el bienestar de la sociedad y generan un impacto positivo en la comunidad. En resumen, los ejemplos de prácticas ejemplares en RSC comprenden políticas de equidad de género, sostenibilidad ambiental y colaboraciones con organizaciones sin ánimo de lucro.

Con este trabajo de investigación se busca el análisis de como la RSC en las grandes empresas de la ciudad de Tapachula Chiapas, afecta su imagen corporativa, se analizará si existe un vínculo entre prácticas responsables y una imagen más positiva, y en qué medida esto afecta a la reputación y percepción de los Stakeholders; según Freeman (1984) partes interesadas o involucradas en un proyecto, empresa o iniciativa, ya sea interna o externamente; esto puede incluir empleados, clientes, proveedores, accionistas y otras personas o grupos que tienen un interés o impacto en el resultado de la entidad en cuestión.

Capítulo II

Metodología

La metodología es el conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar los objetivos de una investigación, permite dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados, se refiere a técnicas o herramientas que se usan para llevar a cabo la investigación, permite generar conocimientos que transformen la realidad y dar solución a problemas sociales científicos y tecnológicos u otros que se presentan.

En este caso los objetivos de la investigación denominada “Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa” son los siguientes:

El objetivo general analizar las prácticas actuales de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas del sector comercial en la ciudad de Tapachula Chiapas, para asociar el impacto de esta iniciativa en su imagen corporativa.

Objetivos específicos:

- Identificar las mejores prácticas en la gestión de la RSC en grandes empresas del sector terciario o de servicios.
- Evaluar el impacto de dichas prácticas.
- Distinguir los factores que contribuyen a la implementación de prácticas de RSC en las empresas.
- Identificar oportunidades para mejorar nuevas estrategias que permita contribuir al desarrollo académico en las organizaciones.

2. Tipos de Metodologías Utilizadas

La metodología cualitativa se refiere a un enfoque de investigación que se centra en comprender fenómenos complejos y en profundidad, explorando las experiencias, percepciones

y significados de los participantes, se caracteriza por la recopilación de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y análisis de documentos, y por su enfoque inductivo para el análisis de datos Merriam, S.B. (2019). Métodos de investigación cualitativa. Pearson.

La metodología cuantitativa se refiere a un enfoque de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para describir, explicar y predecir fenómenos sociales o naturales. Este enfoque se caracteriza por su uso de técnicas estadísticas y matemáticas para analizar los datos de manera objetiva y sistemática. Arias, F (2017). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. Editorial Episteme.

En esta investigación de tesis la metodología utilizada fue con aplicación de técnicas de tipo cuantitativo y cualitativas. A continuación de forma breve, se explica cada uno de los apartados, para la obtención de los datos se procedió al diseño de encuestas incluidos en el anexo 1, que permitieron generar información primaria para dar respuesta a los objetivos de esta investigación, descritos con anterioridad. En este apartado se describen las fuentes de información primaria que fueron generadas, dirigidas a distintos actores del sector, como son: directores y gerentes de empresas comerciales de la zona de Tapachula haciendo uso de la metodología Delphi (Encuesta I);

La metodología Delphi, es de carácter cualitativo y exploratorio, definida como un proceso sistemático e iterativo orientado a obtener opiniones de grupo de expertos con el objetivo de llegar a consensos, (Landeta). Según Landeta (2006, 468-469), la metodología Delphi tiene las siguientes características:

- 1) Este es un proceso repetitivo, bajo este proceso los expertos deben ser consultados sobre la misma pregunta al menos dos veces para que puedan reconsiderar sus respuestas y formular nuevos planteamientos ayudándose en su 2ª. Ronda o envío de los resultados y aportaciones añadidas por el resto de los expertos en su 1er ronda.

2) Se debe mantener el anonimato de los participantes, o al menos de sus respuestas, con el fin de que las respuestas no se vean influenciadas por otro experto.

3) Este es un proceso de retroalimentación controlada intercambiándose información entre los expertos siendo dirigido el proceso por un coordinador de grupo en este caso la autora de esta investigación se encargará de eliminar toda la información irrelevante y añadir aspectos a ser objeto de consideración en segundas o terceros envíos, busca la consecución de una respuesta estadística grupal, formando parte todas las opiniones de la respuesta final, procurándose que las preguntas se formulen para que las respuestas se puedan procesar cuantitativa y estadísticamente.

2.1. Criterios de Selección de Participantes.

Experiencia en RSC, al seleccionar encuestados que tengan experiencia directa o conocimientos significativos sobre las prácticas de RSC en la organización nos dará información detallada y relevante.

Entrevistar a líderes responsables de RSC pueden ofrecer una visión estratégica y operativa sobre como la empresa aborda las cuestiones de responsabilidad social.

2.2. Método de Recolección de Datos

Se elegirán a partir de un muestreo por conveniencia a 5 empresas de Tapachula. La selección se hará a partir de los siguientes criterios:

- Diversidad en su actividad comercial, lo cual permite una visión amplia de como diferentes tipos de empresas abordan la RSC en la región.
- Tener en el mercado de Tapachula más de 10 años
- Representación geográfica, empresas ubicadas en diferentes partes de Tapachula para reflejar la diversidad geográfica de la ciudad y sus alrededores.

- Compromiso con la RSC, empresas que hayan demostrado un compromiso con la RSC o que hayan implementado iniciativas relacionadas con el desarrollo sostenible, la responsabilidad social empresarial o la participación comunitaria.

Las empresas que fueron consideradas para el análisis de la RSC en la ciudad de Tapachula Chiapas, fueron consideradas en base a la alta capacidad de producción con base a las siguientes características:

- Capacidad de producción y/o prestación de servicios.
- Influencia significativa y visibilidad en el mercado de Tapachula Chiapas y
- Accesibilidad en su participaron en esta investigación.

2.3. Entrevistas

Por cada empresa se harán entrevista con los directores generales de las empresas seleccionadas en donde la información relevante se mantendrá de forma anónima, realizar la entrevista de RSC a los directivos de una empresa tiene varias ventajas, entre las principales se puede encontrar un mayor compromiso con la responsabilidad social, inspirar a otros empleados, mejorar la reputación corporativa e identificar áreas de mejora en la gestión de la sostenibilidad y el impacto social de la empresa.

2.4. Guía de Entrevistas

Se desarrolló una guía de entrevista que cubra temas relacionados con las prácticas de responsabilidad social corporativa, el impacto en la sociedad y el beneficio o afectación en su situación financiera, la cual constará de quince preguntas siendo siete de opción múltiple y ocho con respuestas con respuestas abiertas, Anexo 1. Guía de Entrevista

2.5. Encuestas

Por cada empresa se levantarán encuestas con se realizará encuestas entre mandos medios a nivel gerencial de las empresas seleccionadas para analizar las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en 5 empresas de Tapachula a partir de un muestreo por conveniencia.

Número de encuestas: Los cuestionarios de la encuesta se distribuirán a los mandos medios de las 5 empresas seleccionadas para garantizar la confidencialidad y el anonimato de las respuestas y tener la mayor cantidad de respuestas apegadas a la realidad, considerando un promedio de 6 encuestas por empresa, dependiendo de la disponibilidad y accesibilidad de los altos ejecutivos, lo que podría proporcionar una muestra lo suficientemente representativa para extraer conclusiones significativas.

2.6. Instrumentos de Recolección de Datos en las Encuestas

Se hará un cuestionario estructurado para recopilar datos cuantitativos sobre las percepciones y las prácticas de RSC con los empleados y los clientes el cual constará de doce preguntas las cuales se medirán por medio de la escala de Likert.

Con el siguiente cuestionario estructurado se recopila datos cuantitativos sobre las percepciones de 28 empleados en las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa. Ver Anexo 2. Cuestionario de Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa

2.7. Limitaciones de la Investigación:

En el ámbito de las Practicas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es fundamental llevar a cabo investigaciones que permitan evaluar el impacto que las empresas tienen en la sociedad y en el medio ambiente, sin embargo, en esta investigación puede encontrarse ciertas limitaciones que afectan su validez y fiabilidad.

Una de las limitaciones más comunes en la investigación de RSC es el tiempo, en esta ocasión el investigador tiene un periodo de tiempo muy corto para poder llevar a cabo el estudio,

lo que limita la cantidad de datos que puede recopilar y analizar; esto puede resultar en una investigación incompleta o sesgada, ya que no se logra obtener una imagen completa de la situación de las empresas en relación con la RSC.

Otra limitación importante es el tamaño de la muestra, en el caso de la RSC, es crucial contar con una muestra representativa de empresas para poder generalizar los resultados a un nivel más amplio. Sin embargo, si la muestra es demasiado pequeña, como en el caso de solo cinco empresas, los resultados pueden no ser muy confiables, además una muestra tan reducida puede no ser suficiente para identificar tendencias o patrones significativos en relación con las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa.

Estas limitaciones pueden afectar la validez y fiabilidad de los resultados, por lo que es importante tenerlas en cuenta al interpretar los hallazgos de estos estudios. Para obtener conclusiones más sólidas y confiables en relación con la RSC es fundamental contar con más tiempo y una muestra más representativa de empresas para llevar a cabo la investigación de manera adecuada.

Resultados y Discusión

Es importante contextualizar la importancia de las Prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa en Tapachula Chiapas, ya que es una ciudad ubicada en el sureste de México, en el estado de Chiapas que se caracteriza por ser un importante centro económico y comercial debido a su cercanía con la frontera con Guatemala y su puerto marítimo. En los últimos años la RSC ha cobrado mayor relevancia en esta región debido a la creciente conciencia social y ambiental de la población, así como a la presión de organizaciones internacionales y consumidores por parte de empresas éticas y sostenibles, en este contexto, la investigación se centró en analizar cómo las empresas en Tapachula están implementando prácticas de RSC en sus operaciones y cómo estas impactan en la sociedad y el medio ambiente local.

Las empresas que fueron consideradas para el análisis de las Prácticas de RSC en la ciudad de Tapachula Chiapas, fueron consideradas en base a la alta capacidad de producción y/o prestación de servicios, su influencia significativa y visibilidad en el mercado de Tapachula Chiapas y a la accesibilidad en su participaron en esta investigación, a continuación, se detalla una síntesis de las empresas participantes.

| EMPRESA | DIRECCION | ACTIVIDAD | GIRO |
|--|---|------------------|------------------------------------|
| Corona del Soconusco | Magisterial, Talismán Kilometro 2.0 Santa Clara 30700 Tapachula Chiapas | Venta de cerveza | Comercio (Tienda de bebidas) |
| Distribuidora fundada en la ciudad de Tapachula Chiapas en el año 1967 para la distribución y venta de cerveza de la marca Corona Extra, Coronita, Modelo Especial, Victoria y Negra Modelo, presentando desde ese entonces un mercado muy competitivo. actualmente es una empresa sólida, cuenta con una plantilla de 330 colaboradores entre personal operativo y administrativo. Cuenta con empresas filiales con su propio personal y con diferente giro comercial pero que están ligados a la operación de CORONA DEL SOCONUSCO, S.A. DE C.V. | | | |

| | | | |
|---|---|---|----------|
| Cadena Comercial Oxxo S.A. de C.V. | 21 privada oriente 6 Los Naranjos, 5 de Febrero, 30710 Tapachula Chiapas | Venta al por menor de comestibles | Comercio |
| <p>Cadena Comercial OXXO S.A. de C.V. referida como OXXO es una cadena de tiendas de conveniencia mexicana, propiedad de FEMSA, fundada en Guadalupe Nuevo León México en 1978, subsidiaria de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y con su sede en Monterrey Nuevo León actualmente cuenta con alrededor de 21,000 ubicaciones tanto en México como en otros países de Latinoamérica, y también tiene presencia en los Estados Unidos y España. En México ha crecido hasta convertirse en uno de los minoristas más grandes del país, con más de 18,000 tiendas a nivel nacional, OXXO es parte esencial de la vida mexicana. La historia de OXXO se remonta a 1977, cuando se inauguró la primera tienda en Monterrey, Nuevo León, En Tapachula OXXO cuenta con 54 sucursales a la fecha y sigue en crecimiento.</p> | | | |
| Distribuidora Liverpool S.A. de C.V. | 4ª. Avenida Sur s/n Col. Canta Ranas, 30797 Tapachula Chiapas | Venta al por menor en tiendas departamentales | Comercio |
| <p>Liverpool es una cadena de almacenes departamentales de gran cobertura a lo largo de México, la combinación de una amplia oferta comercial, una experiencia de compra emocionante, infraestructura sólida y enfoque de rentabilidad que permiten servir al cliente y así contar con su preferencia. Durante las últimas dos décadas Liverpool ha tenido un crecimiento exponencial, llegando a más de un centenar de tiendas a lo largo y ancho de todo México, dando gusto a sus clientes por medio de la oferta de una gran variedad de marcas y artículos de todo tipo, que van desde ropa, zapatos, maquillaje hasta electrodomésticos y muebles para el hogar.</p> | | | |
| HERSEA S.A. de C.V | 1ª. Av. Poniente s/n esquina 1 av. Sur Parque industrial, 30830 Puerto Chiapas. Mpio. Tapachula | pesca de túnidos | Pesca |
| <p>Hersea es una empresa dedicada a pesca de túnidos, emplea alrededor de 101 a 250 personas, y se encuentra registrada desde 2014; esta empresa está clasificada dentro del sector (114-pesca, caza y captura que agrupa unidades económicas dedicadas principalmente a la pesca, caza y captura de animales, incluye recolección de productos marinos como estrellas de mar y esponjas, excluye a la acuicultura; a la explotación de animales salvajes en ambientes controlados, a los servicios de investigación relacionados con la pesca; a hacer posible el acceso del público a zonas naturales, como reservas naturales y santuarios de animales, y a proporcionar servicios recreativos en clubes o ligas de aficionados a la pesca).</p> | | | |
| Farmacias Similares | 8ª. Avenida norte 38-C 30700 Tapachula Chiapas. | Venta de medicamentos genéricos. | Comercio |
| <p>Farmacias Similares es una empresa líder en venta y distribución de medicamentos genéricos en México y América Latina. Su lema es "lo mismo, pero más barato", fue fundada por Víctor González Torres, un empresario y contador público de la Ciudad de México, quien inició el conglomerado en 1976, además de la cadena de farmacias, Víctor González Torres es dueño de Laboratorios Best y otros negocios relacionados con la salud. En Tapachula, Farmacias Similares cuenta con 22 sucursales en donde brinda asesoramiento personalizado a cada uno de sus clientes.</p> | | | |

Procedimiento de Recopilación de Datos en la Entrevista

Se concertaron citas con los cinco de los Directores o Gerentes Generales de las empresas seleccionadas para realizar las entrevistas quienes participaron activamente en la investigación y aportaron conocimientos y experiencias en el tema, participando como se detalla a continuación.

| EMPRESA | DIRECCION |
|---|-----------------------|
| Corona del Soconusco | Administrador General |
| Cadena Comercial Oxxo S.A. de C.V. | Administrador General |
| Distribuidora Liverpool S.A. de C.V. | Gerencia General |
| HERSEA S.A. de C.V | Gerente General |
| Farmacias Similares | Supervisor de zona |

Resultado de las Entrevistas

| |
|--|
| Informe de Entrevista |
| Entrevistado: Administrador General de Corona del Soconusco, SA de CV Fecha de la entrevista: 20/02/2024 |
| Resumen de la entrevista: Se llevó a cabo una entrevista con el Administrador General de Corona del Soconusco, SA de CV, con el objetivo de conocer que han sido menos de 5 las iniciativas de responsabilidad social corporativa que la empresa ha implementado en la localidad de Tapachula, Chiapas durante los últimos 24 meses, su principal iniciativa son los programas de apoyo educativo con un impacto económico en la comunidad de menos de \$50,000 m.n. anualmente, tienen menos de 50 empleados que participan activamente en estos programas, quienes cuentan con menos de 10 horas anuales para su capacitación. En Tapachula estas prácticas de RSC se |

perciben de forma positiva y consideran que ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes y promover un desarrollo sustentable. Entre sus programas que tiene la empresa para mejorar las condiciones laborales y el bienestar de sus empleados es el reconocimiento y recompensa a través de incentivos económicos, bonos y premios.

Corona del Soconusco, SA de CV tiene un impacto positivo en la comunidad de Tapachula a través de sus iniciativas de RSC. La empresa ha logrado involucrar a sus empleados y realizar proyectos ambientales que benefician a la localidad. Sin embargo, aún enfrentan desafíos como la falta de colaboración entre empresas, gobierno y sociedad civil. Se destaca la importancia de promover el desarrollo local y trabajar en conjunto para mejorar las condiciones sociales y ambientales en la región.

Informe de Entrevista

Entrevistado: **Cadena Comercial Oxxo S.A. de C.V.**

Fecha de la entrevista: 21/02/2024

Resumen de la entrevista:

Se llevó a cabo una entrevista con el Administrador General de Cadena Comercial Oxxo en Tapachula Chiapas con el objetivo de conocer las iniciativas de responsabilidad social corporativa implementada por la empresa, así como su impacto en la comunidad local. El entrevistado mencionó que la empresa ha implementado entre 5 y 10 iniciativas de RSC principalmente enfocadas en programas de apoyo educativo y desarrollo comunitario. Destacó que estas iniciativas tienen un impacto positivo en la comunidad local y estimó un impacto económico anual entre \$ 100,000 y \$500,000 pesos, así mismo, mencionó que entre 100 y 200 empleados participan activamente en los programas de RSC.

Las iniciativas de responsabilidad social corporativa implementadas por la cadena comercial

OXXO en Tapachula tienen un impacto positivo en la comunidad local, especialmente en el ámbito educativo y comunitario.

La participación activa de los empleados en los programas de RSC demuestra el compromiso de la empresa con la responsabilidad social.

A pesar de los desafíos como la falta de regulación en RSC, la empresa ha logrado implementar programas efectivos en la zona de Tapachula.

La colaboración con la comunidad y el enfoque en resolver problemas locales son clave para el éxito de los programas de RSC.

Informe de Entrevista

Entrevistado: **Gerente General de Distribuidora Liverpool, SA de CV**

Fecha de la entrevista: 21/02/2024

Resumen de la entrevista:

Se llevó a cabo una entrevista con el Gerente General de Distribuidora Liverpool, SA de CV, quien reveló que la empresa ha implementado entre 10 y 15 iniciativas en los dos últimos años de RSC en la localidad de Tapachula Chiapas. Las principales iniciativas influyen programas de apoyo educativo y ambientales. Estas iniciativas impactan positivamente en la comunidad local y se estima que tiene un impacto económico anual de entre \$50,000 y \$ 100,000 pesos. Más de 200 empleados participan activamente en los programas de RSC que incluyen entre 3 y 5 proyectos ambientales en la región. Los empleados reciben entre 10 y 15 horas de capacitación anual como parte de estas iniciativas.

Las acciones de RSC de Distribuidora Liverpool tienen un impacto positivo en la comunidad de Tapachula, siendo reconocidas y valoradas por la población.

Los empleados y directivos pueden enfrentar resistencia en la implementación de iniciativas de RSC, por lo que es importante promover su participación activa.

La empresa ha logrado fomentar la inclusión de género en su plantilla, con un 61% de mujeres empleadas.

Es fundamental que las empresas se involucren en proyectos que beneficien a la comunidad y mejoren sus condiciones de vida.

Informe de Entrevista

Entrevistado: **Gerente General de HERSEA SA de CV**

Fecha de la entrevista: 22/02/2024

Resumen de la entrevista:

La empresa ha implementado entre 10 y 15 iniciativas de RSC destacando programas de apoyo educativo y ambientales. Estas iniciativas impactan positivamente a la comunidad de Tapachula, con un impacto económico estimado entre \$50,000 y \$100,000 anualmente. El Gerente General mencionó que la empresa ha llevado a cabo entre 5 y 8 proyectos ambientales en la localidad. La población de Tapachula valora la transparencia y compromiso de las empresas en beneficio de la comunidad. Los mayores desafíos enfrentados por las empresas al implementar iniciativas de RSC en la región incluyen limitaciones de recursos financieros.

Se destacó el caso de éxito de Hersea en la implementación de políticas RSC, lo cual ha

fortalecido la reputación de la empresa y mejorado las relaciones con los clientes en Tapachula. En cuanto al papel de las empresas en la mejora de condiciones ambientales y sociales, el Gerente General resaltó la importancia de implementar practicas sostenibles.

Informe de Entrevista

Entrevistado: **Supervisor de Zona- Farmacias Similares**

Fecha de la entrevista: 23/02/2024

Resumen de la entrevista:

La empresa ha implementado entre 10 y 15 iniciativas de RSC destacando programas de apoyo educativo y ambientales. Estas iniciativas impactan positivamente a la comunidad de Tapachula, con un impacto económico estimado menor a \$50,000 anualmente. El Supervisor de Zona mencionó que la empresa ha llevado a cabo entre 5 y 8 proyectos ambientales en la localidad. La población de Tapachula sabe que actúa de manera responsable y ética, no solo en los beneficios económicos también contribuyendo positivamente en el entorno social y ambiental. Entre los mayores desafíos que enfrenta al implementar la RSC en Tapachula es derivado del desconocimiento sobre la importancia de la RSC y la necesidad de alinear sus operaciones con prácticas sostenibles y éticas. Un programa implementado por Farmacias Similares con beneficio a la comunidad es Simi Planeta, se inició este movimiento en 2019, su objetivo no solo es evitar el uso de bolsas de plástico, sino que también donar los ahorros generados a causas ambientales, a la fecha Simi-Planeta ha donado más de \$ 35 millones a 16 ecosistemas mexicanos.

Número de Encuestas:

Se realizaron encuestas entre mandos medio de nivel gerencial de empresas seleccionadas para analizar las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las grandes empresas y asociar el impacto de esta iniciativa en su imagen corporativa.

Los cuestionarios de la encuesta serán distribuidos a los mandos medios de las empresas seleccionadas para garantizar la confidencialidad y el anonimato de las respuestas y tener la mayor cantidad de respuestas apegadas a la realidad, considerando 28 encuestas distribuidas en las 5 empresas seleccionadas, dependiendo de la disponibilidad y accesibilidad de los mandos medios, lo que proporciona una muestra lo suficientemente representativa para extraer conclusiones significativas.

| EMPRESA | DIRECCION |
|---|----------------------------------|
| Corona del Soconusco | Gerente de Ventas |
| | Gerente Administrativo |
| | Gerente de Recursos Humanos |
| | Gerente de Proyectos |
| Cadena Comercial Oxxo S.A. de C.V. | Líder de Tienda |
| | Encargados de Turno |
| | Ayudante de Tienda |
| | Personal de Caja |
| Distribuidora Liverpool S.A. de C.V. | Jefe Comercial |
| | Jefe de Operaciones |
| | Jefe de Recursos Humanos |
| | Jefe de Finanzas |
| | Jefe de Marketing |
| | Jefe de Tecnología |
| | Jefe de Cobranza Corporativa |
| | Jefe de Mantenimiento |
| | Jefe de Servicio Post Venta |
| HERSEA S.A. de C.V | Jefe de Producción Pesquera |
| | Jefe de Logística y Distribución |
| | Jefe de Calidad y Control |
| | Jefe de Mantenimiento de Equipos |
| | Jefe de Recursos Humanos |

| | |
|----------------------------|--|
| | Jefe de Finanzas |
| | Jefe de Investigación y Desarrollo |
| Farmacias Similares | lider de Farmacia Nor-poniente Tapachula |
| | Lider de Farmacia Sur-oriente Tapachula |
| | Propietario /Gerente Sucursal 1 (8a. Av. Nte 38-C Tapachula Chis.) |
| | Propietario /Gerente Sucursal 3 (17 calle oriente 1 B Tapachula Chis.) |

Resultados de las Encuestas.

1. Tiene conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa.



Según los resultados de la encuesta, el 61% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que tienen conocimiento de la RSC, lo que indica que una mayoría significativa de las personas encuestadas están al tanto de este concepto. Además, el 21% considera que están parcialmente de acuerdo y el 18% están de acuerdo, lo que sugiere que también hay un porcentaje considerable de personas que tienen al menos un cierto grado de conocimiento sobre la RSC.

Al sumar los porcentajes de aquellos que están totalmente de acuerdo, parcialmente de acuerdo y de acuerdo, se obtiene un total del 60% lo que significa que la mayoría de los encuestados tienen conocimiento de la RSC según los resultados de la encuesta.

Esto indica que la conciencia sobre la importancia de la RSC en el ámbito empresarial está presente en una parte significativa de la muestra encuestada, lo que puede ser un buen punto de partida para fomentar prácticas empresariales más responsables y sostenibles en la sociedad.

2. Considera que las empresas en Tapachula tienen un compromiso firme con la Responsabilidad Social Corporativa.



Basándonos en los resultados, podemos interpretar que la mitad de los encuestados cree que las empresas en Tapachula tienen un compromiso firme con la RSC esto se desprende del hecho de que el 50% de los encuestados están totalmente de acuerdo en tener conocimiento sobre la RSC y, por ende, consideran que las empresas en la región si mantiene un compromiso firme.

Además, el 32% de los encuestados que están parcialmente de acuerdo y el 18% que están de acuerdo también sugieren que existe un porcentaje significativo de personas que creen que las empresas en Tapachula si tienen un compromiso con la RSC, aunque no todos están completamente convencidos.

En resumen, a pesar de que no todos los encuestado están totalmente convencidos se puede concluir convencidos, se puede concluir que hay una percepción generalizada de que las empresas en Tapachula si tienen un compromiso firme con la RSC.

3. Creen que las empresas en Tapachula deberán implementar programas de RSC para contribuir al bienestar de la comunidad.



Se puede inferir que la mayoría de los encuestados tiene al menos un nivel de conciencia sobre la RSC ya sea total o parcialmente. Esto sugiere que existe un interés por parte de la comunidad en que las empresas en Tapachula se involucren en acciones que beneficien a la sociedad. Dado que el 40% de los encuestados creen que las empresas en Tapachula deberían implementar programas de RSC, se puede interpretar que hay una demanda por parte de la comunidad para que las empresas asuman un papel activo en la mejora de bienestar de la sociedad. Esto sugiere que la implementación de programas de RSC podría ser una estrategia efectiva para mejorar la percepción y la relación entre las empresas y la comunidad en Tapachula.

4. Consideran que las prácticas de RSC pueden tener un impacto positivo en la imagen y reputación de las empresas en Tapachula.



Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados están conscientes de lo que implica la RSC y creen que puede tener un impacto positivo en la imagen y reputación de las empresas en Tapachula. Esta percepción positiva puede estar relacionada con la creciente importancia que se le está dando a la RSC en la actualidad, tanto a nivel nacional como internacional. La RSC no solo se trata de cumplir con la ley y generar empleos, sino que también implica actuar de manera ética, ser sostenible y contribuir de manera positiva a la comunidad y al medio ambiente. Las empresas que adoptan prácticas de RSC suelen ser vistas de manera más favorable por la sociedad, lo que puede resultar en una mejor imagen y reputación para la empresa.

por lo tanto, es importante que las empresas en Tapachula consideren la implementación de prácticas de RSC no solo por el impacto positivo que puede tener en su imagen y reputación, sino también por los beneficios que puede traer la sociedad y el medio ambiente en general. A través de la RSC, las empresas pueden demostrar su compromiso con el bienestar de la comunidad y el planeta, lo cual puede generar una mayor confianza y lealtad por parte de sus clientes y stakeholders.

5. Las empresas en Tapachula deberían llevar a cabo acciones de RSC para contribuir a la protección del medio ambiente.



La RSC es un concepto cada vez más importante en la actualidad, ya que las empresas tienen un papel clave en la protección del medio ambiente y en la contribución al desarrollo sostenible. En este caso, los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que las empresas en Tapachula deberían llevar a cabo acciones de RSC para contribuir a la protección del medio ambiente. Esto sugiere que existe una conciencia positiva entre la población respecto a la importancia de que las empresas actúen de manera responsable y sostenible. Además, se puede inferir que la sociedad en Tapachula está interesada en que las empresas tomen medidas concretas para proteger el medio ambiente y reducir su impacto ambiental.

6. Creen que las empresas en Tapachula deberían destinar parte de sus ganancias a proyectos sociales en la comunidad.



Los resultados de la encuesta sugieren que una parte significativa de la población de Tapachula está de acuerdo en que las empresas deberían destinar parte de sus ganancias a proyectos sociales en la comunidad. Esta postura indica que existe una demanda por parte de la sociedad en la región de Tapachula para que las empresas asuman un compromiso con su entorno social y contribuyan al bienestar de la comunidad, las empresas que implementen programas de RSC podrían obtener beneficios como mejorar su reputación, el compromiso de sus empleados, así como aumentar su valor y credibilidad ante sus clientes y accionistas.

7. Las empresas en Tapachula deberían promover la igualdad de género en sus prácticas laborales como parte de la RSC.



En base a los resultados de la encuesta se puede observar que un porcentaje importante de los encuestados tienen conocimiento sobre la RSC, lo que indica que están al tanto de la importancia de que las empresas se comprometan con la sociedad y el medio ambiente. Sin embargo, a pesar de este conocimiento, la mayoría de los encuestados no está totalmente convencida de que las empresas en Tapachula estén promoviendo la igualdad de género en sus prácticas laborales como parte de la RSC.

Esto sugiere que, si bien hay un nivel de conciencia sobre la RSC, todavía existe cierta incertidumbre o falta de información acerca de las acciones concretas que las empresas están llevando a cabo en relación a la igualdad de género, por lo tanto, es importante que las empresas en Tapachula se esfuercen por comunicar de manera más clara y transparente sus iniciativas y prácticas relacionadas con la igualdad de género, para generar confianza y la comunidad en general.

8. Consideran que las empresas en Tapachula deberían comprometerse con la educación y el desarrollo de la comunidad como parte de su responsabilidad.



Esta pregunta sugiere que la población de Tapachula está dividida en cuanto a si las empresas deberían comprometerse con la educación y el desarrollo de la comunidad como parte de su responsabilidad social corporativa (RSC). Aunque el 50% de los encuestados están totalmente de acuerdo, con esta idea, todavía hay un porcentaje considerable (32%) ya que está parcialmente de acuerdo y un 18% que está de acuerdo.

Esto implica que existe una parte significativa de la población que no considera que las empresas deban involucrarse en la educación y desarrollo de la comunidad como parte de su responsabilidad. Esto podría deberse a diferentes razones, como la falta de conciencia sobre la importancia de la RSC, la percepción de que el gobierno debe ser el responsable de estas cuestiones o la preocupación por los intereses económicos de las empresas.

9. Las empresas en Tapachula deberían transparentar sus prácticas de RSC para que la comunidad pueda conocerlas.



Según los resultados de la encuesta, el 50% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que tienen conocimiento de la RSC lo que indica que existe un interés y conciencia sobre este tema en la comunidad, sin embargo, también es importante destacar que el 39% de los encuestados están parcialmente de acuerdo lo que sugiere que aún hay un porcentaje significativo de personas que no tienen un conocimiento completo sobre la RSC. La transparencia en las prácticas de RSC es fundamental para que la comunidad pueda evaluar y reconocer el compromiso social y ambiental de las empresas al hacer pública esta información, las empresas pueden generar confianza y credibilidad entre sus stakeholders, lo que a su vez puede tener un impacto positivo en su reputación y en la percepción que las comunidades tienen sobre ellas.

10. Consideran que la participación de las empresas en Tapachula en las actividades de RSC pueden beneficiar la economía local.



Se percibe como una oportunidad para beneficiar la economía local, según el 35% de los encuestados, esto sugiere que existe un nivel significativo de conciencia y apoyo a la RSC en la comunidad, lo cual es positivo para el desarrollo sostenible de la región. Es importante destacar que la mayoría de los encuestados tienen al menos un cierto grado de conocimiento sobre la RSC, lo que indica una base sólida de comprensión sobre los beneficios y objetivos de este tipo de actividades empresariales. Esto podría reflejar un interés creciente por parte de la sociedad en promover prácticas empresariales responsables que generen un impacto positivo en el entorno. Además, el hecho de que el 32% de los encuestados estén parcialmente de acuerdo con la participación de las empresas en actividades de RSC sugiere que aún existe espacio para mejorar la comunicación y la transparencia en torno a estas iniciativas. Es posible que algunas personas desconozcan por completo las acciones de RSC que llevan a cabo las empresas en la región, lo que podría limitar su capacidad para evaluar adecuadamente su impacto en la economía local.

11. Crees que la RSC es un factor importante a considerar al momento de elegir productos o servicios.



La RSC es un factor importante a considerar al momento de elegir productos o servicios, según el 35% de los encuestados, esto sugiere que una parte significativa de las personas está consciente de la importancia de la RSC en la toma de decisiones de consumo. Es alentador ver que un porcentaje considerable de los encuestados tienen conocimiento de la RSC, lo que indica una creciente conciencia sobre la RSC. Es posible que aquellos que consideran parcialmente o totalmente de acuerdo que la RSC es importante al elegir productos o servicios estén más inclinados a apoyar a empresas que demuestren un compromiso con cuestiones sociales ambientales y éticas.

12. Considera que la empresa en la que labora práctica la RSC.



Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados tienen conocimiento acerca de la RSC en su empresa. Además, un porcentaje significativo considera que la empresa practica la RSC lo cual muestra una percepción positiva hacia las acciones que la empresa lleva a cabo en términos de responsabilidad social. Es importante destacar que la RSC se ha vuelto cada vez más relevante en el ámbito empresarial, ya que las empresas buscan no solo maximizar sus beneficios, sino también contribuir de forma positiva a la sociedad y al medio ambiente. En el sentido el hecho de que un porcentaje considerable de los encuestados perciba que su empresa proactiva la RSC es un indicador de que la empresa está tomando medidas en este sentido; además la existencia de un porcentaje elevado de encuestados que tienen conocimiento sobre RSC sugiere que la empresa está comunicando de manera efectiva sus acciones y políticas en el ámbito a sus empleados esto es importante para generar un mayor compromiso por parte de los trabajadores hacia las iniciativas de responsabilidad social de la empresa.

Conclusiones

Las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa es una práctica cada vez más apreciada por las empresas más grandes de Tapachula Chiapas, pues se ha convertido en una de sus principales prioridades como la de reconocer a la sociedad y el medio ambiente a través de acciones específicas.

Determinar los objetivos de las prácticas de RSC y su aplicación en estas empresas es fundamental para evaluar su impacto en las comunidades locales y el entorno en el que operan.

Mediante la implementación de programas de Responsabilidad Social Corporativa, las empresas intentan contribuir al desarrollo sostenible, mejorar la calidad de vida de los empleados y de la sociedad en su conjunto y reducir el impacto en el medio ambiente; reforzando la hipótesis de las Prácticas de RSC, se encontró que las empresas que están realmente comprometidas con la RSC tienden a fortalecer sus prácticas con el tiempo, lo que significa un aumento en su reputación, la lealtad de clientes y empleados y la RSC.

Hay un mayor impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En general, las empresas que implementan prácticas de RSC en Tapachula Chiapas demuestran su compromiso con la sostenibilidad y el bienestar comunitario.

Es importante seguir reconociendo y promoviendo estas prácticas ya que ayudan a construir un mundo más justo, más equitativo y más sostenible para las generaciones actuales y futuras.

Sugerencias

A continuación, se presentan algunos puntos que podrían fortalecer las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en la localidad de Tapachula, Chiapas, y así destacar en sus esfuerzos y contribuir de manera significativa a la comunidad:

1. Implementación de programas de apoyo a la educación en la zona, como becas para estudiantes locales, donación de materiales escolares o colaboración con instituciones educativas.

2. Promoción de la cultura y las artes a través de patrocinio de eventos culturales, exposiciones y actividades que fomenten el desarrollo cultural en la comunidad.

3. Apoyo a la salud y el bienestar de la población mediante campañas de concientización, donación de equipos médicos o colaboración con organizaciones de salud locales.

4. Fomento de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente a través de prácticas empresariales responsables, como la reducción del uso de plásticos, el reciclaje de residuos o la adopción de energías renovables.

5. Colaboración con organizaciones sociales y comunitarias para identificar necesidades específicas de la población y desarrollar proyectos que impacten de manera positiva en la calidad de vida de los habitantes de Tapachula.

Al enfocarse en estos puntos clave y comprometerse con el desarrollo sostenible de la comunidad, las empresas en Tapachula Chiapas podrán destacar en sus esfuerzos de Responsabilidad Social Corporativa y generar un impacto significativo en la sociedad local.

Referencias

- (S/f) *Economiasimple.net*. (30 de enero de 2024). Obtenido de <https://economiasimple.net/glosario/empresa>
- (04 de febrero de 2019). Obtenido de Uptodown: <https://live-transcribe.uptodown.com>
- Calzadilla, C. (5 de Septiembre de 2022). *Conoce la importancia de la gestión ambiental en la RSC. Mundo Posgrado*. Obtenido de <https://mundoposgrado.com/importancia-de-la-gestion-ambiental-en-la-responsabilidad-soial-corporativa/>
- Corporativa, P. y. (2015). *Estudio de caso sobre la influencia de la practica y reputación de una empresa y el sector alimentario* .
- CreceNegocios (s/f)*. (10 de abril de 2023). Obtenido de ¿Qué es una empresa? (definición, importancia, funciones y tipos): <https://www.creceegocios.com/empresa/>
- Doofinder. (12 de 04 de 2022). *Blog de eCommerce*. Obtenido de <https://www.doofinder.com/es/blog/>
- Du, B. y. (s.f.). *Como la RSC influye en la imagen corporativa y en la intención de lealtad de los consumidores* . .
- Empresa. (17 de febrero de 2021). *Enciclopedia económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/empresa/>
- Empresa*. (30 de Enero de 2024). Obtenido de <https://concepto.de/empresa/>
- Ferrel, M. y. (2004). *Analisis del impacto de las dimensiones de la RSC en la imagen de la empresa y su relación con la intención de compar de los consumidores* . .
- H.R., B. (1953). Social responsibilities of the businessman. En B. H.R., *Social responsibilities of the businessman* (pág. 35). Harper & Brothers.

Jobatus.mx. (30 de 01 de 2024). *Blog de Empleo*. Obtenido de (s/f): <https://jotabus.mx/noticias>

Landeta, J. (s.f.). *El método Delphi. Una técnica de previsión del futuro*. Ariel.

Lara Manjarrez, I. &. (2021). Responsabilidad social empresarial, para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y negocios* 22, 97-118.

Londoño, C. (08 de marzo de 2023). *Elige educar*. Obtenido de www.elisaaribu.com:
<http://www.elisaaribu.com>

Porter, M. &. (2011). Creating shared value. *Harward Business Review* 89, 62-77.

Vicente, E. A. (11 de abril de 2014). *¿Qué es la Responsabilidad. Significados?* Obtenido de <https://significados.com/responsabilidad/>

Vida Universitaria, Universidad Autónoma de Nuevo León. . (23 de Septiembre de 2021).

Obtenido de *Lengua de señas: un puente hacia la comunicación inclusiva*:

[https://vidauniversitaria.uanl.mx/expertos/lengua-de-senas-un-puente-hacia-la-comunicacion-](https://vidauniversitaria.uanl.mx/expertos/lengua-de-senas-un-puente-hacia-la-comunicacion-inclusiva/#:~:text=Lengua%20de%20se%C3%B1as%3A%20un%20puente%20hacia%20la%20comunicaci%C3%B3n,cultura%20de%20un%20n%C3%BAmero%20importante%20de%20la%20poblaci%C3%B3n)

[inclusiva/#:~:text=Lengua%20de%20se%C3%B1as%3A%20un%20puente%20hacia%20la%20comunicaci%C3%B3n,cultura%20de%20un%20n%C3%BAmero%20importante%20de%20la%20poblaci%C3%B3n](https://vidauniversitaria.uanl.mx/expertos/lengua-de-senas-un-puente-hacia-la-comunicacion-inclusiva/#:~:text=Lengua%20de%20se%C3%B1as%3A%20un%20puente%20hacia%20la%20comunicaci%C3%B3n,cultura%20de%20un%20n%C3%BAmero%20importante%20de%20la%20poblaci%C3%B3n)

Anexos

Anexo 1 Guía de Entrevista

Febrero 2024

**Sr.
Titular**

¡Gracias por participar en la presente encuesta sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC)! Su opinión es fundamental para la investigación ya que ayudará a comprender mejor como se contribuye al desarrollo sostenible de nuestra comunidad en Tapachula Chiapas.

La Responsabilidad Social Corporativa implica el compromiso de las empresas de operar de manera ética y sostenible, considerando el impacto de sus acciones en la sociedad y el medio ambiente.

La encuesta consta de quince preguntas y debería tomar aproximadamente veinte minutos completarla. Todas las respuestas serán tratadas de manera confidencial y se utilizarán únicamente con fines de análisis interno para la obtención de un grado académico en el nivel de Maestría de Administración.

Por favor lea cuidadosamente cada pregunta y selecciona la respuesta que mejor refleje su opinión o experiencia, algunas preguntas pueden requerir respuestas detalladas mientras que otras simplemente requieren seleccionar una opción. Si tiene alguna duda no dude en contactarme al número telefónico o correo electrónico que se proporciona.

Todas las respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima, no se compartirán las respuestas con terceros y solo se utilizará con fines de análisis interno; no hay respuestas correctas o incorrectas, por favor comparta sus opiniones y experiencias de manera abierta, su participación es voluntaria y aprecio sinceramente su tiempo y contribución.

Su opinión es muy valiosa para esta investigación, ¡gracias por su participación!

Atentamente,

*Lic. Jessica Andaluz Arévalo
Maestría en Administración con Terminación en Mercadotecnia
UNACH CAMPUS IV
Número celular 962 123 6758
jessicandaluz@hotmail.com*

- 1. ¿Cuántas iniciativas de responsabilidad social corporativa han implementado en la empresa que representa?*

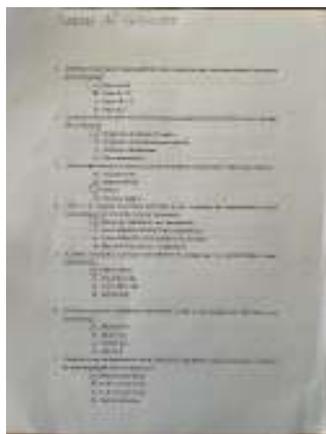
- a) *Menos de 5*
 - b) *Entre 5 y 10*
 - c) *Entre 11 y 15*
 - d) *Mas de15*
2. *¿Cuáles son las principales iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa implementadas en su empresa?*
- a) *Programas de apoyo educativo*
 - b) *Programas de desarrollo comunitario*
 - c) *Iniciativas ambientales*
 - d) *Otros (especificar)*
3. *¿Cómo impactan estas iniciativas en la comunidad de la localidad de Tapachula Chiapas?*
- a) *Positivamente*
 - b) *Negativamente*
 - c) *Neutro*
 - d) *No estoy seguro*
4. *¿Cuál es el impacto económico estimado de las iniciativas de responsabilidad social corporativa en la comunidad local de Tapachula?*
- a) *Menos de \$50,000.00 m.n. anualmente*
 - b) *Entre \$50,000 y \$100,000 m.n. anualmente*
 - c) *Entre \$100,000 y \$500,000 m.n. anualmente*
 - d) *Más de % 500,000 m.n. anualmente*
5. *¿Cuántos empleados participan activamente en programas de responsabilidad social corporativa?*
- a) *Menos de 50*
 - b) *Entre 50 y 100*

- c) *Entre 100 y 200*
 - d) *Más de 200*
6. *¿Cuántos proyectos ambientales han llevado a cabo en la localidad de Tapachula y sus alrededores?*
- a) *Menos de 3*
 - b) *Entre 3 y 5*
 - c) *Entre 5 y 8*
 - d) *Más de 8*
7. *¿Cuántas horas de capacitación anual reciben los empleados como parte de las iniciativas de responsabilidad social corporativa?*
- a) *Menos de 10 horas*
 - b) *Entre 10 y 20 horas*
 - c) *Entre 20 y 40 horas*
 - d) *Más de 40 horas*
8. *¿Cómo describirías la percepción de la comunidad hacia las acciones de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas en Tapachula?*
9. *¿Cuáles crees que son los mayores desafíos que enfrentan las empresas al implementar iniciativas de responsabilidad social en esta región del soconusco?*
10. *¿Puede mencionar algún ejemplo específico de un programa de Responsabilidad Social Corporativa que haya tenido un impacto significativo en la comunidad de Tapachula?*
11. *Desde su perspectiva, ¿Cuál es el papel más importante que pueden desempeñar las empresas en la mejora de las condiciones sociales y ambientales en Tapachula?*

12. *¿Qué recomendaciones daría a las empresas para mejorar o ampliar sus programas de Responsabilidad Social Corporativa en la zona de Tapachula Chiapas?*
13. *¿Qué programas tienen como empresa para mejorar las condiciones laborales y el bienestar de sus empleados?*
14. *¿Cómo contribuyen la empresa al cuidado del medio ambiente en la ciudad y sus alrededores?*
15. *¿Qué acciones realiza la empresa para apoyar a grupos vulnerables dentro de la localidad de Tapachula Chiapas?*

Anexo 2 Entrevistas

Corona del Soconusco S.A. de C.V.



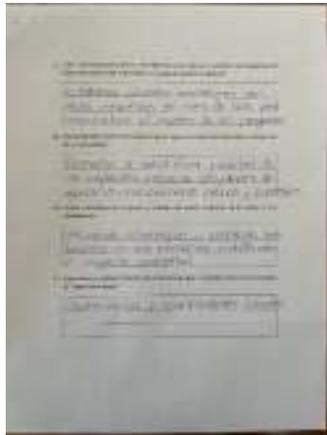
Cadena Comercial OXXO S.A. de C.V.



Distribuidora Liverpool S.A. de C.V.



HERSEA S.A. de C.V.



Farmacias Similares.



Anexo 3. Cuestionario de Responsabilidad Social Corporativa

| Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <p>En esta encuesta se desea saber sobre las prácticas de responsabilidad social corporativa según las siguientes opciones (1) Totalmente en desacuerdo (2) Parcialmente en desacuerdo (3) de acuerdo (4) Parcialmente de acuerdo (5) Totalmente de acuerdo</p> <p>Indique su grado de satisfacción de acuerdo con las siguientes afirmaciones</p> | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tiene conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa | <input type="radio"/> |
| Considera que las empresas en Tapachula tienen un compromiso firme con la Responsabilidad Social Corporativa | <input type="radio"/> |
| Cree que las empresas en Tapachula deberían implementar programas de RSC para contribuir al bienestar de la comunidad | <input type="radio"/> |
| Considera que las prácticas de RSC puede tener un impacto positivo en la imagen y reputación de las empresas en Tapachula | <input type="radio"/> |
| Las empresas en Tapachula deberían llevar a cabo acciones de RSC para contribuir a la protección del medio ambiente | <input type="radio"/> |
| Cree que las empresas en Tapachula deberían destinar parte de sus ganancias a proyectos sociales en la comunidad | <input type="radio"/> |
| Las empresas en Tapachula deberían promover la igualdad de género en sus prácticas laborales como parte de la RSC | <input type="radio"/> |
| Considera que las empresas en Tapachula deberían comprometerse con la educación y el desarrollo de la comunidad como parte de su responsabilidad social | <input type="radio"/> |
| Las empresas en Tapachula deberían transparentar sus prácticas de RSC para que la comunidad pueda conocerlas | <input type="radio"/> |
| Considera que la participación de las empresas en Tapachula en actividades de RSC puede beneficiar la economía local | <input type="radio"/> |
| Cree que la RSC es un factor importante a considerar al momento de elegir productos o servicios | <input type="radio"/> |
| Considera que la empresa en la que labora práctica la RSC | <input type="radio"/> |

