



Facetas de la **responsabilidad social**

Bernardo Nahuat Román
Miriam Rodríguez Vargas
María Monserrat Núñez González
Carolina Martínez Jiménez
Autores

editorial
fontamara



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Facetas de la responsabilidad social

Facetas de la responsabilidad social / Bernardo Nahuat Román, Miriam Rodríguez Vargas, María Monserrat Núñez González, Carolina Martínez Jiménez, autores.—Cd. Victoria, Tamaulipas : Universidad Autónoma de Tamaulipas ; Ciudad de México : Editorial Fontamara , 2025.
97 págs. ; 17 x 23 cm.

1. Problemas y bienestar sociales en general

LC: HV67 F3.3 2025

DEWEY: 361 KJG

Universidad Autónoma de Tamaulipas
Matamoros SN, Zona Centro
Ciudad Victoria, Tamaulipas C.P. 87000
D. R. © 2025

Consejo de Publicaciones UAT
Centro Universitario Victoria
Centro de Gestión del Conocimiento. Segundo Piso
Ciudad Victoria, Tamaulipas, México. C.P. 87149
Tel. (52) 834 3181-800 • extensión: 2905
cpublicaciones@uat.edu.mx • www.uat.edu.mx • https://libros.uat.edu.mx/

Libro aprobado por el Consejo de Publicaciones UAT
ISBN UAT: 978-607-8888-94-8

Editorial Fontamara, S.A. de C.V.
Av. Hidalgo No. 47-B, Colonia Del Carmen
Alcaldía de Coyoacán, 04100, CDMX, México
Tels. 555659-7117 y 555659-7978
contacto@fontamara.com.mx • coedicion@fontamara.com.mx • www.fontamara.com.mx
ISBN Fontamara: 978-968-9729-10-5

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra incluido el diseño tipográfico y de portada, sea cual fuera el medio, electrónico o mecánico, sin el consentimiento del Consejo de Publicaciones UAT.
Libro digital

Esta obra y sus capítulos fueron sometidos a una revisión de pares a doble ciego, la cual fue realizada por especialistas pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores. Asimismo, fueron aprobados para su publicación por el Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y el Comité Interno de la editorial Fontamara.



Facetas de la responsabilidad social

Bernardo Nahuat Román
Miriam Rodríguez Vargas
María Monserrat Núñez González
Carolina Martínez Jiménez

Autores





MVZ MC Dámaso Leonardo Anaya Alvarado
PRESIDENTE

Dr. Fernando Leal Ríos
VICEPRESIDENTE

Dra. Dora María Lladó Lárraga
SECRETARIA TÉCNICA

Mtro. Eduardo García Fuentes
VOCAL

Dra. Rosa Issel Acosta González
VOCAL

CP Jesús Francisco Castillo Cedillo
VOCAL

MVZ Rogelio de Jesús Ramírez Flores
VOCAL

Comité Editorial del Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Dra. Lourdes Arizpe Slogher • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Amalio Blanco** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dra. Rosalba Casas Guerrero** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Francisco Díaz Bretones** • Universidad de Granada, España | **Dr. Rolando Díaz Lowing** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Manuel Fernández Ríos** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dr. Manuel Fernández Navarro** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dra. Juana Juárez Romero** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dr. Manuel Marín Sánchez** • Universidad de Sevilla, España | **Dr. Cervando Martínez** • University of Texas at San Antonio, E.U.A. | **Dr. Darío Páez** • Universidad del País Vasco, España | **Dra. María Cristina Puga Espinosa** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Luis Arturo Rivas Tovar** • Instituto Politécnico Nacional, México | **Dr. Aroldo Rodrigues** • University of California at Fresno, E.U.A. | **Dr. José Manuel Valenzuela Arce** • Colegio de la Frontera Norte, México | **Dra. Margarita Velázquez Gutiérrez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. José Manuel Sabucedo Cameselle** • Universidad de Santiago de Compostela, España | **Dr. Alessandro Soares da Silva** • Universidad de São Paulo, Brasil | **Dr. Akexandre Dorna** • Universidad de CAEN, Francia | **Dr. Ismael Vidales Delgado** • Universidad Regiomontana, México | **Dr. José Francisco Zúñiga García** • Universidad de Granada, España | **Dr. Bernardo Jiménez** • Universidad de Guadalajara, México | **Dr. Juan Enrique Marciano Medina** • Universidad de Puerto Rico-Humacao | **Dra. Ursula Oswald** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Arq. Carlos Mario Yori** • Universidad Nacional de Colombia | **Arq. Walter Debenedetti** • Universidad de Patrimonio, Colonia, Uruguay | **Dr. Andrés Piqueras** • Universitat Jaume I, Valencia, España | **Dra. Yolanda Troyano Rodríguez** • Universidad de Sevilla, España | **Dra. María Lucero Guzmán Jiménez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dra. Patricia González Aldea** • Universidad Carlos III de Madrid, España | **Dr. Marcelo Urra** • Revista Latinoamericana de Psicología Social | **Dr. Rubén Ardila** • Universidad Nacional de Colombia | **Dr. Jorge Gissi** • Pontificia Universidad Católica de Chile | **Dr. Julio F. Villegas †** • Universidad Diego Portales, Chile | **Ángel Bonifaz Ezeta †** • Universidad Nacional Autónoma de México

Índice

Prólogo	9
Capítulo 1 Relación entre la innovación social y la responsabilidad social empresarial. Un estudio cualitativo	11
Capítulo 2 Alteración de las prácticas de responsabilidad social por la COVID-19. El caso de una multinacional en el sur de Tamaulipas	25
Capítulo 3 Condiciones laborales de los operadores de tractocamión de quinta rueda de Altamira	41
Anexo 1 Cuestionario para conocer las condiciones laborales de los operadores de quinta rueda	63
Capítulo 4 Prácticas de responsabilidad social empresarial en microempresas cafetaleras: el caso de la comunidad indígena de Temaxcalapa, Puebla	67
Capítulo 5 Responsabilidad social universitaria en estudiantes del sur de Tamaulipas	87

Prólogo

En la actualidad, fenómenos sociales y meteorológicos como pobreza, analfabetismo, trabajo infantil, deforestación, falta de agua, sobreexplotación laboral, calentamiento global, entre otras, afectan negativamente a la humanidad desde escenarios tan contrastantes como las empresas, universidades, poblaciones urbanas, rurales, empresas multinacionales, microempresas, entre otras.

Como una forma de prevenir y corregir estas situaciones surge la responsabilidad social ligada estrechamente a valores y conceptos como la ética, la justicia, la equidad, la inclusión y la sustentabilidad. Estos tratan de mitigar el efecto de nuestras acciones en la sociedad y el medioambiente, en el presente y pensando en las generaciones venideras desde diferentes etapas de la vida estudiantil o laboral. Así pues, la responsabilidad social aparece en diversas facetas tanto en tiempo, organizaciones y escenarios, en la búsqueda de mitigar los efectos del hombre. Su esencia radica en el bienestar común, en una convivencia pacífica y pensando en preservar el planeta y la humanidad.

Tomando conciencia y con acciones contundentes, se puede involucrar a toda la sociedad sin distinguir clase social, edad u origen étnico, ya que cada persona puede contribuir desde su cotidianidad, pero un primer paso es conocer y concientizarse del fenómeno. Este libro, generado en el seno del Cuerpo Académico “Gestión, Responsabilidad Social, Innovación y Medios de Comunicación”, en el que de forma colegiada e involucrando a alumnos de la Facultad de Comercio y Administración Tampico, busca dar a conocer el concepto de responsabilidad social, su manifestación en diversas facetas, mostrar sus beneficios y, sobre todo, promulgar una cultura socialmente responsable a nivel de individuo, empresa y universidad.

Definitivamente, la responsabilidad social es elemental, pero no es posible sin el involucramiento de la sociedad con el fin de lograr resultados favorables. El planeta no puede esperar y el cambio está en cada uno de nosotros.

Capítulo 1

Relación entre la innovación social y la responsabilidad social empresarial. Un estudio cualitativo

Resumen

La innovación social (IS) y la responsabilidad social empresarial (RSE) buscan el bienestar de la población. Esta investigación pretende conocer la relación entre IS y RSE, por medio de un diseño no experimental, transversal y cualitativo, empleando una entrevista semiestructurada para recolectar los datos. La muestra es de tres empresas socialmente responsables, con un gerente intermedio de cada una como enlace clave. Los resultados sugieren una generación de IS, producto de la inclusividad practicada. Este trabajo establece las bases para realizar futuros estudios cuantitativos.

Palabras clave: innovación social, empresas socialmente responsables, responsabilidad social empresarial, cualitativo, Tamaulipas.

Introducción

Las empresas que practican la RSE intentan lograr un bienestar social que no puede cumplirse con las actividades rutinarias. Por ello, deben desarrollar procesos que en ocasiones no se documentan y pasan inadvertidos. Estas empresas coadyuvan al Estado en temas de interés social y del cuidado del medioambiente. Investigar las nuevas dinámicas que generan, permitiría impulsar y valorar más a este tipo de empresas. Considerando lo anterior, la pregunta general es: ¿qué relación existe entre la IS y la RSE en las empresas con el distintivo de empresa socialmente responsable -ESR- en Tamaulipas? El trabajo se estructura en una revisión de la literatura en la primera sección; en la segunda, se describe la forma del estudio; en la tercera, se presentan resultados y cierra con conclusiones y futuras líneas de investigación.

Revisión de la literatura

RSE

El iniciador del concepto, Bowen (1953), la definió en su libro *Social Responsibilities of the Businessman* como “las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (p. 6), es decir, el empresario debe favorecer también a la sociedad y no únicamente buscar sus ganancias. Otro autor clásico es Drucker (1984), quien la entiende como “convertir un problema social en oportunidad económica y beneficio económico, en capacidad productiva, en habilidades humanas, en trabajos bien pagados y en riqueza” (p. 10). Asimismo, para Carroll (1991), va de la mano con las expectativas que tiene la sociedad de las empresas, en temas económicos, legales, éticos y filantrópicos. El Gobierno de México (2022) la define como: “la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido” (p. 1). Según Casanova y Dumas (2014), significa: “El compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, al tiempo que mejora la calidad de vida de la fuerza laboral y sus familias, así como de la comunidad local y la sociedad en general” (p. 132). De acuerdo con la Comunidad Europea (2002), es “un concepto mediante el cual las empresas integran las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en su interacción con sus partes interesadas de forma voluntaria” (p. 5). Lopez et al. (2017) la relacionan con el cuidado del medioambiente, el apoyo a la sociedad, y el desarrollo económico al que se comprometen las empresas voluntariamente con sus partes interesadas. Para Barroso (2009), “es la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental” (p. 76).

Así pues, no existe una definición general y aceptada (Melamed-Valera et al., 2017); sin embargo, para este estudio se entenderá como:

El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (Centro Mexicano para la Filantropía A.C. -Cemefi-, 2022, p. 4).

Sus dimensiones se clasifican en interna y externa. En la primera están los trabajadores de la empresa a quienes se les puede otorgar becas para sus hijos o para ellos, mayor número de días de descanso, permisos adicionales a los que señala la

ley, entre otros. La segunda dimensión está relacionada con los agentes del entorno que participan en el proceso productivo como el medioambiente, con acciones como contaminar menos; la dimensión social consiste en gestionar y apoyar a la sociedad en la solución de sus problemas cotidianos.

Profundizando en sus dimensiones, en la Tabla 1 se comparten algunas otras propuestas. Si bien en la literatura existe coincidencia en que la RSE es un constructo multidimensional (Alvarado y Schlesinger, 2008), según Barroso (2009), se ha estado acotando en tres vertientes: la medioambiental, la laboral y la ética del comportamiento empresarial; eliminándose la dimensión económica propuesta con anterioridad.

Tabla 1. Dimensiones propuestas de la responsabilidad social

Autor	Dimensiones propuestas
Cemefi (2022)	Ética y gobernabilidad empresarial, calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo), vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, cuidado y preservación del medioambiente.
Organización Internacional de Estandarización (2010)	Derechos humanos, prácticas laborales, gobernabilidad, medioambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.
Alvarado y Schlesinger (2008)	Económica, legalidad, ética y filantropía.
Peña y Serra (2012), Carroll (1991)	Económica, legal, ética y filantropía.
Hu et al. (2021)	Macrocosmo, del contenido y técnica.
Bacinello et al. (2020)	Económica, social y ambiental.

Fuente: elaboración propia a partir de autores citados.

De acuerdo con Amezcua et al. (2018), un 70 % de los individuos encuestados en su estudio estarían dispuestos a pagar un sobreprecio por productos de empresas que practican la RSE.

Empresas socialmente responsables

En la actualidad existen diversos organismos que avalan o guían las prácticas de RSE (Tabla 2), aunque el más utilizado en México, de acuerdo con Fong et al. (2020), es el distintivo empresa socialmente responsable (ESR) otorgado de forma anual por el Cemefi.

Tabla 2. Modelos de responsabilidad social en México

Nombre	Institución que otorga	Enfoque	Número de empresas certificadas
Empresa familiarmente responsable (EFR)	Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) Federal	Social: Colaboradores internos, específicamente trabajadores.	384
Empresa incluyente (DEI)	Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) Federal	Social: Grupos vulnerables, discapacidad, adultos mayores, VIH, LGBTTI, liberadas, madres de familia, afromexicanas.	370
Programa de industria limpia	Procuraduría Federal de Medio ambiente (PROFEPA)	Ambiental: Cuidado del medioambiente y cumplimiento del marco legal.	281
Programa de Cumplimiento Ambiental Voluntario	Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (SEMADET)	Ambiental: Cuidado del medioambiente y cumplimiento del marco legal estatal.	87
International Organization for Standardization 26000 (ISO)	Organización Internacional de Normalización	Social: Gestión responsable con los <i>Stake-holders</i> .	Sin registro/modelo no certificable
International Organization for Standardization 14000 (ISO)	Organización Internacional de Normalización	Ambiental: Gestión responsable con el medioambiente.	189
Empresa Socialmente Responsable (ESR)	Centro Mexicano para la Filantropía	Social: Prácticas de responsabilidad generalizadas.	1505
Modelo GRI	Global reporting Org	Comunicación.	Sin registro
Global Compact	Naciones Unidas	Comunicación	Sin registro
Índice de RSE	Bolsa Mexicana de Valores	Evaluación.	Sin registro

Fuente: Fong et al. (2020, p. 44).

Innovación social

Las empresas contribuyen con la sociedad mediante la generación de empleo, con el Estado mediante el pago de impuestos; pero con el tiempo han generado nuevas opciones con la intención de alcanzar una mejor realidad social, es decir, innovaciones sociales con beneficios substanciosos (Gallardo-Vázquez et al., 2013). Aunque sus orígenes son confusos, Puelles y Ezponda (2016) fijan la aparición del término IS a finales del siglo XX y principios del XXI en Nueva Zelanda,

Australia, Canadá y Reino Unido. La Tabla 3 muestra algunas de las definiciones de IS que permiten apreciar la coincidencia en su finalidad social. Para este estudio, se entiende como todo lo nuevo e implementado de la empresa con un fin social.

Tabla 3. Conceptos de innovación social

Año	Concepto	Autores
2000	En un nivel macro, se entiende como cambios en la sociedad, eliminación de desigualdades y alcanzar un desarrollo sostenible.	(Buchegger y Ornetzeder, 2000)
2007	Se refiere a la generación de nuevas ideas y soluciones para mejorar los estándares de vida de los individuos.	(Mulgan et al., 2007)
2007	Son nuevas ideas que tienen el propósito de alcanzar las metas sociales.	(Mulgan et al., 2007)
2010	“Se refiere al proceso de generación, selección e implementación colectiva de ideas por parte de personas que participan de manera colaborativa para enfrentar los desafíos sociales”.	(Dawson y Daniel, 2010, p. 16)
2013	“Nuevas ideas o propuestas de solución a las necesidades del ser humano que no se han cumplido para incrementar su nivel de vida y bienestar”.	(Bulut et al., 2013, p.122)
2013	“Significa desarrollar ideas originales y sostenibles para los problemas que van desde las condiciones de trabajo hasta la educación, el desarrollo individual y social, la vigilancia de la salud y el medioambiente hasta los cambios climáticos”.	(Bulut et al., 2013, p.122)
2013	“Consiste en encontrar formas concretas de abordar los problemas sociales y económicos a fin de marcar una diferencia real en la vida de las personas reales”.	(Bulut et al., 2013, p. 123)
2013	Nuevas ideas para mejorar la calidad de vida, de educación e incrementar el tiempo de vida, es decir, bienestar de la comunidad y sustentabilidad ambiental.	(Maclean et al., 2013)
2013	“Nuevos productos y servicios que aborden las necesidades sociales, es decir, productos y servicios que ayuden a construir sociedades más sostenibles, cohesionadas e inclusivas”.	(Grimm et al.,2013, p. 438)
2014	La relacionan con la formación o aplicación de productos, servicios y procesos nuevos o reformados destinados a solucionar problemas personales y sociales.	(Seçkin-Halaç et al., 2014)
2015	“Una combinación novedosa de ideas y distintas formas de colaboración que trascienden los contextos institucionales establecidos con el efecto de empoderar e (re) involucrar a los grupos vulnerables, ya sea en el proceso de innovación o como resultado de él”.	(Rehfeld et al.,2015, p. 6)
2015	“Son innovaciones orientadas a resolver problemas sociales, como mejorar la atención médica, proteger el medioambiente y reducir la pobreza”.	(Schweitze et al., 2015, p. 847)

Año	Concepto	Autores
2016	Nuevas formas de crear e implementar cambios sociales.	(Van der Have y Rubalcaba, 2016)
2016	“Es una nueva combinación y / o una nueva configuración de prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales impulsadas por ciertos actores o constelaciones de actores de una manera intencionalmente dirigida con el objetivo de satisfacer o responder mejor las necesidades y problemas de lo que es posible sobre la base de las prácticas establecidas”.	(Howaldt et al., 2016, p. 27)
2016	“Nuevas ideas, oportunidades y acciones dentro del espacio social que aumentan la posibilidad de utilizar recursos para abordar temas económicos, sociales, culturales y ambientales”.	(Omonov y Veretennikova, 2016, p. 78)
2019	“La aplicación de enfoques innovadores, prácticos, sostenibles y basados en el mercado en beneficio de la sociedad en general y de las poblaciones de bajos ingresos o desatendidas en particular”.	(WEF, 2016, p. 5)

Fuente: elaboración propia con base en autores citados.

Respecto a sus agentes, la IS se puede generar desde los individuos, organizaciones no lucrativas, políticos y gobiernos; mercados, tratados, organizaciones sociales y académicas (Bulut et al., 2013); comunidades (Konda et al., 2015), empresas (Googins, 2013), entre otras (Tabla 4).

Tabla 4. Agentes y ejemplos de IS

Ente generador	Ejemplo de IS
Políticos y gobiernos	Nuevos modelos de salud pública.
Mercados	<i>Software</i> abierto o comida orgánica.
Movimientos	Comercio justo.
Academia	Modelos pedagógicos para el cuidado de la niñez.
Empresas sociales	Microcréditos, revistas para los minusválidos.

Fuente: adaptado de Mulgan et al. (2007).

Relación entre la IS y la RSE

A lo largo del tiempo, diversos autores han sugerido de forma teórica una relación entre la IS y la RSE (Lantos, 2001; Jali et al., 2017; Phills et al., 2008). Mientras algunos señalan su origen en la primera, otros lo hacen en la segunda, lo que obliga a profundizar en el estudio de esta relación. Por lo antes mencionado y considerando que “las innovaciones más urgentes e importantes del siglo XXI tendrán lugar en el ámbito social” (Howaldt et al., 2016, p. 26), el presente estudio resulta clave tanto para la sociedad como para el conocimiento.

Diseño metodológico

Tipo y diseño

Esta investigación es transversal, no experimental y cualitativa (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La información fue recabada mediante la técnica de la entrevista semiestructurada.

Empresas sujeto de estudio

Al no existir un censo de empresas que practiquen la IS, el punto de partida son las que practican la RSE. En 2020, el Cemefi reportó que existían 34 empresas con el distintivo ESR en Tamaulipas (Tabla 5), de las cuales se seleccionaron tres de tamaño grande (dos del sector servicios y una de la industria manufacturera). Mediante la técnica del enlace clave, se estableció contacto con un gerente intermedio en cada empresa. Las edades de los enlaces estaban en un rango de 30 a 40 años, dos hombres y una mujer, todos casados, con licenciatura y con una antigüedad en la empresa \geq dos años.

Tabla 5. Descripción de la población objeto de estudio

Clasificación	Rubro	Total
Por ciudad	Altamira	6
	Ciudad Madero	1
	Ciudad Victoria	3
	Matamoros	3
	Nuevo Laredo	7
	Reynosa	4
	San Fernando	1
	Tampico	8
	Tula	1
	Total	34
Por tamaño	Grandes	16
	Medianas	10
	Pequeñas	8
	Total	34

Clasificación	Rubro	Total
Por sector	Comercio	2
	Construcción	2
	Agropecuario	1
	Industria manufacturera	7
	Servicios	18
	Transporte	4
	Total	34

Fuente: elaboración propia con datos de Cemefi (2020).

Instrumento

Se elaboró una guía con nueve preguntas considerando a Troncoso-Pantoja y Amaya-Placencia (2017), tres fueron enfocadas en la variable RSE, tres en la IS, y las tres restantes buscan determinar la relación entre ambas en ESR. El cuestionario fue revisado por un investigador con línea en esta temática y dos gerentes intermedios, asegurando que existiera claridad, pertinencia y una lectura amena. El número de entrevistas corresponde a la intención de profundizar en la problemática mediante una primera aproximación al fenómeno.

Procedimiento

En el último trimestre del 2021 se aplicaron tres entrevistas (dos en Altamira y una en Nuevo Laredo), cada una con un promedio de duración de 30 minutos y con garantía de discreción en la identidad. La información obtenida fue grabada con la autorización del enlace clave, transcrita, codificada y tratada con el programa ATLAS.ti, versión 8.

Resultados

La investigación evidencia que las empresas con el distintivo ESR tienen una estrecha relación entre la IS y la RS, por el grado de realizar cosas nuevas con un fin social, es decir, generando innovación social. Con la información recolectada se da respuesta a la pregunta de investigación. ¿Qué relación existe entre la IS y la RSE con el distintivo ESR en Tamaulipas? Con el análisis de las entrevistas se identificaron tres tipos de IS: de producto, incremental y de inclusividad, siendo mencionada de forma recurrente en las entrevistas tanto de forma específica como sugerida. La Figura 1 presenta una red que muestra las tres categorías en las que se enmarcan las innovaciones sociales detectadas.

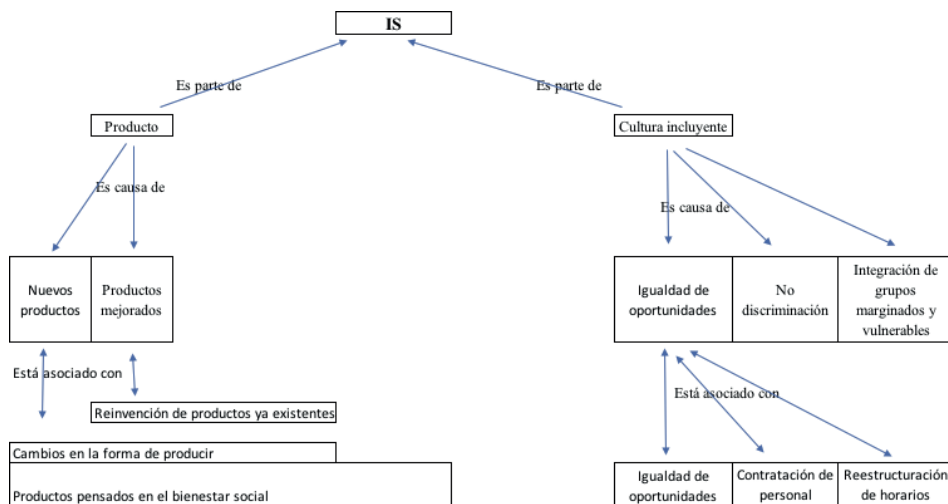


Figura 1. Red de categorías surgidas de IS con base en ATLAS.ti 8.4

Fuente: adaptado de ATLAS.ti.

En lo referente a la IS de producto, los tres entrevistados señalaron que se han generado nuevos productos pensando en la población vulnerable sin perder de vista el aspecto económico, en una entrevista se mencionó: “Los productos ahora no solo cumplen con una ganancia económica, sino además se busca que cumplan una función social generando una combinación de estas 2 premisas” (Entrevista 2:7). También los mercados son dinámicos y cambiantes, aparecen productos que integran una función social: “Ahora los productos cumplen una función social más legítima, generan bienestar y la gente creo que lo percibe”.

Sobre la IS incremental, se identificó en las tres entrevistas que las empresas han modificado sus productos ya existentes pensando en el bienestar social, como se manifiesta en la siguiente cita: “Antes, nuestros productos tenían algunos efectos secundarios en la salud; sin embargo, se han mejorado para reducir esos posibles efectos nocivos” (Entrevista 2:1); en otra se mencionó: “Productos existentes se han modificado pensando en la gente” (Entrevista 3:8).

Por último, la inclusividad se manifestó de diversas formas: “Antes existía preferencia laboral hacia el lado masculino, ahora existe una igualdad de condiciones para la mujer y el hombre” (Entrevista 1:8). La siguiente cita pone en evidencia otras iniciativas que amplían esta perspectiva: “Se desarrolló un programa para aceptar trabajadores de medio tiempo, orientado a estudiantes universitarios, pensando en que puedan pagar sus estudios” (Entrevista 3:9). El compromiso de inclusividad es muy amplio, un entrevistado manifestó: “Se ha dado el caso ahora que recursos humanos contrata gente discapacitada” (Entrevista 2:7). Aunque en algunos no se

menciona explícitamente, se sobrentiende que se trata de cosas nuevas. Otra señal de inclusividad percibida por entrevistado con una antigüedad mayor a 15 años fue: “Ahora ya no es como antes, ahora la empresa se preocupa por nosotros y nos consideran más con los horarios”.

En concreto, existe una relación entre la IS y la RSE en las empresas con el distintivo ESR en Tamaulipas, se está generando una como parte de la otra. La RSE sirve de cuna para la IS, entremezclándose ambos conceptos por su carácter social.

Discusión

Los resultados presentan indicios de que se está generando innovación social dentro de las ESR. Rodríguez et al. (2024), con un enfoque mixto y una muestra más grande, ya habían sugerido el mismo resultado. Otros estudios teóricos únicamente han planteado la relación de las variables por sus características en la literatura. Por ejemplo, León et al. (2012) la relacionan superficialmente con empresas venezolanas. Sanchís y Campos (2008) tienen un propósito similar, comprobando que se genera IS en empresas que practican la RS; sin embargo, no presentan datos ni estadísticas que amplíen el contexto y permitan comparaciones.

Por otro lado, Arévalo y Moncada (2016) sugieren que la IS puede ser una etapa complementaria de la RSE en la búsqueda de problemas de la sociedad. Si bien son escasos los trabajos de la relación entre la RSE y la IS en la revisión de la literatura, se hacen presentes aproximaciones de países hispanoparlantes como España (Sanchís y Campos, 2008), Colombia (Arévalo y Moncada, 2016), Venezuela (León et al., 2012) y México (Rodríguez et al., 2024).

Conclusiones

Mediante las entrevistas semiestructuradas realizadas en junio de 2021, se logró conocer la relación existente entre la IS y la RS en las compañías con el distintivo ESR en Tamaulipas. Los resultados reflejan que la IS de producto e incremental se comporta de forma heterogénea por sexo, ubicación geográfica y tipo de empresa. El principal hallazgo es el grado de inclusividad que están practicando las empresas encuestadas. La evidencia generada muestra un camino para futuras investigaciones en medio de la relación ambigua entre ambas variables estudiadas. Los dos conceptos son recientes, con implicaciones favorables para la sociedad; una puede generar la otra. Si bien el estudio sugiere indicios de IS en las ESR estudiadas, los resultados cualitativos no pueden generalizarse. Por lo anterior, se sugiere investigar de manera empírica esta línea del conocimiento.

Referencias

- Alvarado, A. y Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el Modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. <https://www.redalyc.org/pdf/212/21210802.pdf>
- Amezcuca, B., Briseño, A., Ríos, T. y Ayala, E. (2018). La disposición a pagar más por productos vinculados a la RSE: evidencia de un análisis conjunto en México. *Contaduría y Administración*, 63(2), 1-21. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1013>
- Arévalo, Y. y Moncada, D. (2016). *La innovación social como un paso adelante de la responsabilidad social empresarial* [Trabajo de grado, Universidad de La Salle]. Ciencia Unisalle. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1629
- Bacinello, E., Tontini, G. y Alberton, A. (2020). Influence of corporate social responsibility on sustainable practices of small and medium-sized enterprises: Implications on business performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 776-785. <https://doi.org/10.1002/csr.2087>
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Row.
- Barroso, F. (2009). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, (226), 73-91. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2008.638>
- Buchegger, B. y Ornetzeder, M. (2000, del 3 al 6 de mayo). Social innovations on the way to sustainable development [conferencia]. *3rd Biennial Conference of the European Society for Ecological Economics*, Viena, Austria. <https://www.zsi.at/en/object/publication/1413>
- Bulut, C., Eren, H. y Halac, D. (2013). Social Innovation and Psychometric Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 82, 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.235>
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Casanova, L. y Dumas, A. (2014). Corporate Social Responsibility and Latin American Multinationals: Is Poverty a Business Issue? *Universia Business Review*, (25), 132-145 <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312280008.pdf>
- Centro Mexicano para la Filantropía [Cemefi]. (2020). *Buscador empresas con el distintivo ESR*. <https://doi.org/https://www.cemefi.org/buscadoresr>
- _____. (2022). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Commission of the European Communities. (2002). *Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*. http://publications.europa.eu/resource/cellar/d190498b-5bc4-413e-9945-2eee8f4b3916.0005.02/DOC_2

- Dawson, P. y Daniel, L. (2010). Understanding social innovation: A provisional framework. *International Journal of Technology Management*, 51(1), 9-21. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2010.033125>
- Drucker, P. (1984). The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Fong, C., Parra, Á., Soriano, L. y Teodoro, E. (2020). The current situation of Social Corporate Responsibility in Mexico. *RAN – Revista Academia & Negocios*, 6(1), 41-56. <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2618>
- Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. y Corchuelo-Martínez, M. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad*, 16(1), 11-23. [https://doi.org/10.1016/S1138-4891\(13\)70002-5](https://doi.org/10.1016/S1138-4891(13)70002-5)
- Googins, B. (2013). Leading with Innovation: Transforming Corporate Social Responsibility. En T. Osburg y R. Schmidpeter. (Eds.), *Social Innovation* (pp. 89-98). Springer.
- Gobierno de México. (2022). *Responsabilidad Social Empresarial*. <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>
- Grimm, R., Fox, C., Baines, S. y Albertson, K. (2013). Social innovation, an answer to contemporary societal challenges? Locating the concept in theory and practice. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 26(4), 436-455. <https://doi.org/10.1080/13511610.2013.848163>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: *Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.
- Howaldt, J., Domanski, D. y Kaletka, C. (2016). Social Innovation: Towards a new innovation paradigm. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(6), 20-44. <https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n6p20-44>
- Hu, Q., Zhu, T., Lin, C-L, Chen, T. y Chin, T. (2021). Corporate social responsibility and firm performance in china's manufacturing: A global perspective of business models. *Sustainability*, 13(4), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su13042388>
- Jali, M., Abas, Z. y Ariffin, A. (2017). Corporate Social Responsibility and Corporate Social Innovation: A Conceptual Understanding. *SHS Web of Conferences*, 34, 01001. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173401001>
- Konda, I., Starc, J. y Rodica, B. (2015). Social Challenges are Opportunities for Sustainable Development: Tracing Impacts of Social Entrepreneurship through Innovations and Value Creation. *Economic Themes*, 53(2), 215-233. <https://doi.org/10.1515/ethemes-2015-0012>
- Lantos, G. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 596-632. <https://doi.org/10.1108/07363760110410281>

- León, M., Baptista, M. y Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Fórum Empresarial*, 17(1), 31-63. <https://doi.org/10.33801/fe.v17i1.3745>
- Lopez, A., Ojeda, J. y Rios, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- Maclean, M., Harvey, C. y Gordon, J. (2013). Social innovation, social entrepreneurship and the practice of contemporary entrepreneurial philanthropy. *International Small Business Journal*, 31(7), 747-763. <https://doi.org/10.1177/0266242612443376>
- Melamed-Varela, E., Blanco-Ariza, A., Miranda-Redondo, A. y Esperanza, C. (2017). Normalización de la responsabilidad social empresarial: un análisis desde su obligatoriedad y voluntariedad. *Revista Espacios* 36(51), 1-14
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. y Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated*. Oxford Said Business School.
- Omonov, Z. y Veretennikov, A. (2016). Quantitative Scaling of Social Innovations. *Montenegrin Journal of Economics*, 12(4), 77-86. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2016.12-4.7>
- Organización Internacional de Estandarización (ISO). (2010). *ISO 26000 Social responsibility*. <https://www.iso.org/sr>
- Peña, D. y Serra, A. (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1456-1480. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180725030006>
- Phills, J., Deiglmeier, K. y Miller, D. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 33-43. <https://www.researchgate.net/publication/242511521>
- Puelles, A. y Ezponda, J. (2016). ¿Qué es la innovación social? El cambio de paradigma y su relación con el Trabajo Social/What is social innovation? *Cuadernos de Trabajo Social*, 29(2), 163-171. <https://doi.org/10.5209/CUTS.51752>
- Rodríguez, M. y Nahuat, B. (2024). Generación de innovación social en empresas socialmente responsables de Tamaulipas. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 24(45), 1-29. DOI: 10.63042/srhhpy46
- Schweitzer, F., Rau, C., Gassmann, O. y Hende, E. (2015). Technologically Reflective Individuals as Enablers of Social Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 847-860. <https://doi.org/10.1111/jpim.12269>
- Seçkin-Halaç, D., Eren, H. y Bulut, C. (2014). Social Innovation: A Scale Development Study. *Hacettepe University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 32(1), 165-190.
- Rehfeld, D., Terstriep, J., Welschhoff, J. y Alijani, S. (2015). *Comparative Report on Social Innovation Framework*. Proyecto SIMPACT.

- Sanchís, J. y Campos, V. (2008). La innovación social en la empresa el caso de las cooperativas y de las empresas de economía social en España. *Economía Industrial*, (368), 187-196. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2672088>
- Troncoso-Pantoja, C. y Amaya-Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista Facultad de Medicina*, 65(2), 329-332. DOI: <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Van der Have, R. y Rubalcaba, L. (2016). Social innovation research: An emerging area of innovation studies? *Research Policy*, 45(9), 1923-1935. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.06.010>
- World Economic Forum (WEF). (2016). *Social Innovation A guide to Achieving Corporate and Societal Value*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Social_Innovation_Guide.pdf

Capítulo 2

Alteración de las prácticas de responsabilidad social por la COVID-19. El caso de una multinacional en el sur de Tamaulipas

Resumen

El propósito de la presente investigación es identificar la alteración de las prácticas de responsabilidad social (RS) por la COVID-19 en una multinacional ubicada en el sur de Tamaulipas. El estudio es descriptivo, no experimental, transversal y cualitativo. En el primer trimestre de 2021, se recabaron cinco entrevistas semiestructuradas con individuos en puestos intermedios con las que se pretendía saber lo que pasaba en cinco sucursales de la multinacional estudiada. Fueron analizadas con el *software* ATLAS.ti 8.4. Los resultados sugieren que algunas prácticas se dejaron de realizar, unas se generaron con base en el contexto y otras más mermaron. Como hallazgo, los entrevistados percibieron las medidas sanitarias como una práctica de RS. La principal conclusión es que la RS sufre alteraciones cuando la empresa pasa por situaciones atípicas en contextos nuevos que arriesgan su sobrevivencia.

Palabras clave: Responsabilidad social, cualitativo, multinacional, COVID-19, Tamaulipas.

Introducción

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la pandemia por COVID-19 (De la Cruz y May, 2021), llevando a la humanidad a adquirir nuevos hábitos y costumbres, con el riesgo de contagio en caso de no cambiar sus rutinas. Aunque previamente habían existido otros fenómenos similares, los efectos económicos impactaron en el sector empresarial (Félix y García, 2020; Koury y Hirschaut, 2020; Useche et al., 2020).

En México, el 27 de febrero se detectó por primera vez un caso comprobado, llevando al país a tomar medidas, entre ellas, permitir solo actividades comerciales

esenciales (Secretaría de Gobernación, 2020a, 2020b) y establecer un semáforo de posibilidades de contagio, representando el rojo un riesgo máximo y el verde un riesgo mínimo (Sánchez y Nava, 2020).

Por esta razón, el grueso de la población se vio en la necesidad de usar cubrebocas, gel antibacterial, mantener un distanciamiento social, lavarse constantemente las manos y realizar algunos tipos de trabajo de forma virtual. En este contexto, las empresas buscaron economizar para asegurar su sobrevivencia. Aunque la literatura señala la RS como creadora de valor (Bhardwaj et al., 2018), ventaja competitiva (Wendlandt et al., 2013), factor clave para que las empresas logren el éxito (Armijos et al., 2019), entre otros adjetivos, esta implica gastos en su práctica, por lo que es imperante conocer cómo se alteraron las prácticas de RS en este escenario.

Existen actualmente diversas certificaciones que acreditan una conducta empresarial socialmente responsable, un ejemplo es la Organización Internacional de Estandarización (ISO) con su norma ISO26000, aprobada el 1 de noviembre de 2010 con el nombre de *Guidance on Social Responsibility -Guía de la Responsabilidad Social*, en español- (Nahuat et al., 2022). Otras son las propuestas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, *Libro Verde*, Centro Mexicano de la Filantropía, entre otras; sin embargo, en México, de acuerdo con Fong et al. (2020), el más utilizado es el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), al que se le atribuyen beneficios comerciales, laborales, financieros y legales de la empresa (Expok, 2021).

Por otro lado, es comprensible que las mipymes resulten más afectadas por la pandemia por sus recursos limitados, aunque surge la duda en cómo lo están afrontando aquellos supermercados multinacionales que son líderes a nivel mundial, que tienen el distintivo ESR y se dedican a una actividad esencial, con departamento de abarrotes, farmacia, entre otros. Así pues, la pregunta de investigación es: ¿cómo se han alterado las prácticas de responsabilidad social por el COVID-19 en una multinacional ubicada en el sur de Tamaulipas?

En adelante, la investigación está estructurada con una revisión de la literatura donde se ve el fundamento teórico, posteriormente se aborda la metodología que describe cómo se realizó el trabajo, siguen después los resultados y, por último, se presentan las conclusiones generales que incluyen el impacto del documento en el área del conocimiento y el mundo de los negocios, así como sus limitaciones y futuras líneas de investigación.

Revisión de la literatura

Responsabilidad social empresarial (RSE)

La adopción de la responsabilidad social empresarial (RSE) puede representar una serie de beneficios, como el incremento de la rentabilidad (Muñoz et al., 2020). En la literatura se encuentran múltiples definiciones sobre ella. Tiep et al. (2021) relacionan la RSE con un desarrollo sostenible. Para Carroll (1979), es un comportamiento proactivo hacia las distintas necesidades sociales; es la obligación de tomar decisiones deseables para la sociedad (Wendlandt et al., 2013). La RSE es el compromiso de las empresas con su entorno de forma voluntaria, más allá de sus obligaciones legales. Ahora bien, tiene un impacto múltiple en las organizaciones, entre ellas la sostenibilidad, la motivación laboral, la innovación, el desempeño, entre otros (Tabla 1). En esta línea, en México también existen estudios como el de Nahuat et al. (2021), quien comprobó un efecto positivo de la RSE sobre el desempeño y la innovación.

Tabla 1. Impacto de la RSE en las organizaciones

Relación positiva de la RSE con	País	Referencia
Compromiso organizacional	Corea del Sur	Kim et al. (2016).
Reputación corporativa y satisfacción del cliente	China	Su et al. (2017).
Desempeño financiero	España	García-Madariaga y Rodríguez (2017).
Desempeño financiero	España	Rodríguez-Fernández (2015).
Desempeño competitivo	España	Herrera-Madueño et al. (2015).
Eficiencia, satisfacción de los grupos de interés y reputación corporativa	España	Gras-Gil et al. (2016).
Innovación y desempeño organizacional	España	Reverte et al. (2016).
Voluntarismo de los empleados	Internacional	Cycyota et al. (2016).
Desempeño organizacional y programas de gestión de la calidad	Irán	Mehralian et al. (2016).
Compromiso organizacional y satisfacción laboral	Pakistán	Asrar-ul-Haq et al. (2017).
Identificación organizacional	Turquía	Akdogan et al.(2016).
Intención de compra de los clientes	Turquía	Uzunoglu et al. (2017).

Fuente: Jaimes et al. (2021, p. 206).

En lo referente a su medición, Fong et al. (2020) analizaron los modelos de RS en México (Tabla 2), llegando a la conclusión de que el más utilizado es el distintivo ESR otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), motivo por el cual se estudia una empresa con este distintivo.

Tabla 2. Modelos de responsabilidad social en México

Nombre	Institución que otorga	Enfoque	Número de empresas certificadas
Empresa Familiarmente Responsable (EFR)	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) Federal	Social: colaboradores internos, específicamente trabajadores.	384
Empresa Incluyente (DEI)	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) Federal	Social: grupos vulnerables, discapacidad, adultos mayores, VIH, LGBTI, liberadas, madres de familia, afromexicanas.	370
Programa de Industria Limpia	Procuraduría Federal de Medio Ambiente (PROFEPA)	Ambiental: cuidado del medioambiente y cumplimiento del marco legal.	281
Programa de Cumplimiento Ambiental Voluntario	Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (SEMADET)	Ambiental: cuidado del medioambiente y cumplimiento del marco legal estatal.	87
International Organization for Standardization 26000 (ISO)	Organización Internacional de Normalización	Social: gestión responsable con los <i>stakeholders</i> .	Sin registro/modelo no certificable
International Organization for Standardization 14000 (ISO)	Organización Internacional de Normalización	Ambiental: gestión responsable con el medioambiente.	189
Empresa Socialmente Responsable (ESR)	Centro Mexicano para la Filantropía	Social: prácticas de responsabilidad generalizadas.	1505
Modelo GRI	Global Reporting Org.	Comunicación	Sin registro
Global Compact	Naciones Unidas	Comunicación	Sin registro
Índice de RSE	Bolsa Mexicana de Valores	Evaluación	Sin registro

Fuente: Fong et al. (2020, p. 44).

Finalmente, la RSE ha sido clasificada en diversas dimensiones o componentes dependiendo del autor, contexto y propósito del estudio. En la Tabla 3 se presenta un análisis de aquellas que más se repiten en la literatura. En congruencia con el objetivo del presente estudio, se adoptaron las dimensiones económica, social y medioambiental.

Tabla 3. Clasificación de la RSE

Clasificación	Autor
Derechos humanos, medioambiente, participación e involucramiento de la comunidad, asuntos de los consumidores, prácticas justas de operación, prácticas laborales, gobernabilidad	(Organización Internacional de Estandarización, 2010)
Medioambiente, participación e involucramiento de la comunidad, prácticas justas de operación, gobernabilidad	(Margolis et al., 2007)
Derechos humanos, medioambiente, participación e involucramiento de la comunidad, asuntos de los consumidores, prácticas justas de operación, prácticas laborales, gobernabilidad	(Peña y Serra, 2012)
Derechos humanos, medioambiente, participación e involucramiento de la comunidad, prácticas laborales, gobernabilidad	(Meibol et al., 2017)
Derechos humanos, medioambiente, participación e involucramiento de la comunidad, asuntos de los consumidores, prácticas justas de operación, prácticas laborales	(Barroso, 2008)
Económica, legal, ética y discrecional (filantrópica)	(Carroll, 1979)
Macrocósmos, del contenido y técnica	(Hu et al., 2021)
Económica, social y ambiental	(Bacinello et al., 2020)
Empleados, clientes, comunidad local y medioambiente	(Bahta et al., 2020)

Fuente: elaboración propia a partir de autores citados.

Metodología

La presente investigación es descriptiva, no experimental, transversal y cualitativa.

Unidad de análisis e enlaces clave

La empresa seleccionada tiene presencia a nivel global en el giro de supermercados y es la más grande de su tipo en el mercado mundial (Fortune, 2019). El estudio se enfoca en las cinco sucursales que posee en la zona conurbada del sur de Tamaulipas. Esta empresa ha manifestado en diversos medios su adopción a la RS y cuenta con el distintivo ESR (Cemefi, 2019).

Por otro lado, se entrevista a un mando intermedio de cada sucursal. Según Nahuat (2020), estos enlaces clave están inmersos en la cotidianidad de la empresa y enfocados en lograr los objetivos organizacionales. Los sujetos seleccionados

tienen personal a su cargo y operan directamente con el público. Para asegurar que tuvieran un punto de comparación con el ambiente prepandemia, se consideró una antigüedad >2 años.

Instrumento

Siguiendo las sugerencias de Troncoso-Pantoja (2017) y el trabajo empírico de Nahuat et al. (2021) sobre la RSE en una multinacional, se construyó una guía de entrevista con 12 preguntas para conocer la alteración en las prácticas de cada dimensión (económica, social y ambiental), en comparación con el ambiente prepandemia. Se eligieron cuatro preguntas para cada dimensión. La entrevista la revisó previamente un grupo de expertos formado por un investigador de la RSE, un exgerente jubilado de una multinacional con el mismo giro y un mando intermedio.

Procedimiento

La revisión de literatura incluyó estudios cuantitativos y publicaciones sobre la pandemia, aunque fueron escasos (De la Cruz y May, 2021). Las entrevistas de 20 minutos de duración en promedio, se realizaron en el primer trimestre de 2021, adaptándose a los horarios de los entrevistados, en campo (al aire libre), cuidando el distanciamiento social y con medidas sanitarias para evitar contagios. Originalmente se intentó hacer videoconferencias, pero los sujetos de estudio no estaban muy familiarizados con el uso del *software* y algunos no tenían una computadora personal. Así pues, las entrevistas fueron grabadas, transcritas y codificadas con la condición del anonimato y confidencialidad; además, se omitió el nombre de la empresa seleccionada. Los datos fueron analizados de forma deductiva mediante la metodología de análisis de contenido, agrupando las respuestas en cada dimensión que integra la variable RS y utilizando la codificación axial con el *software* ATLAS.ti versión 8. En la Tabla 4 se muestran las dimensiones utilizadas para el tratamiento de los datos de la variable RS.

Tabla 4. Dimensiones de análisis

Variable	Definición	Dimensiones	Definición
RSE	El compromiso que adoptan las empresas con la sociedad de forma voluntaria, más allá de sus obligaciones legales.	Ambiental	Son aquellas acciones que están relacionadas con el cuidado del medioambiente.
		Económica	Son aquellas acciones que están relacionadas directamente con la economía de la empresa.
		Social	Se refiere a como la empresa se comporta con la sociedad, incluido su personal.

Fuente: elaboración propia.

Resultados

La investigación pone en evidencia cómo las prácticas de RSE fueron alteradas con la llegada de la pandemia. Este tipo de empresas esenciales por su giro de abarrotes (incluido su departamento de farmacia) padecieron incertidumbre, principalmente porque no se sabía cuánto duraría la pandemia. Por ello, la empresa operó con cautela, minimizando gastos y buscando la rentabilidad. La Figura 1 muestra cómo se han alterado las prácticas de las dimensiones de la RSE en la empresa estudiada.

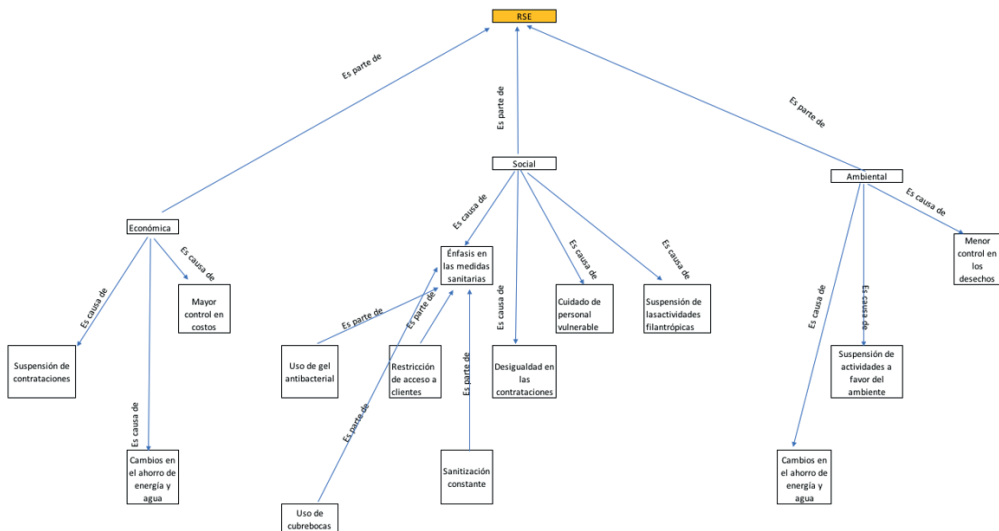


Figura 1. Red de dimensiones que surgieron en el estudio

Fuente: ATLAS.ti 8.4

Las prácticas de RSE en la dimensión social fueron las más alteradas, seguida de la ambiental y la económica. A continuación, se abordan los resultados en forma detallada.

Dimensión social

De acuerdo con las cinco entrevistas realizadas, las prácticas en esta dimensión fueron las más alteradas por la pandemia. Los rubros de desigualdad en las contrataciones, cuidado del personal vulnerable y énfasis en las medidas sanitarias se mencionaron con mayor frecuencia (Figura 2).

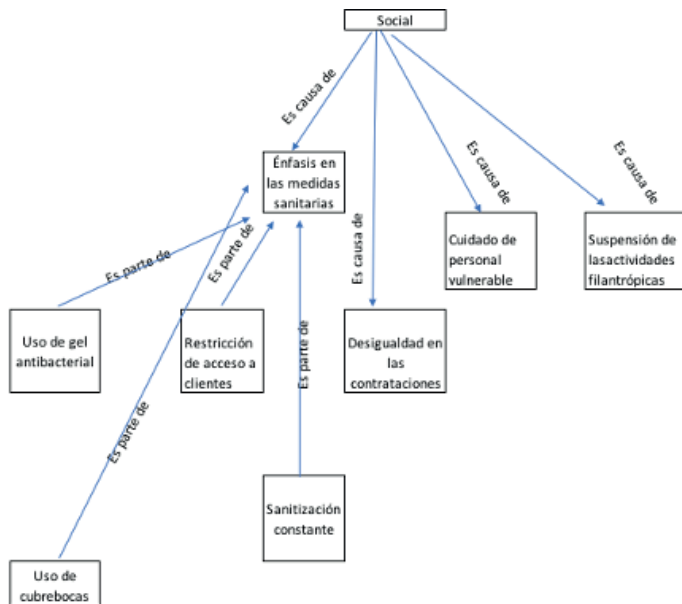


Figura 2. Red de la dimensión social

Fuente: ATLAS.ti 8.4

En la misma dimensión, se identificó que la desigualdad en las contrataciones se dio porque la compañía requería personal menos propenso a contagiarse: “La empresa ahorita no está contratando y cuando lo hace terminan empleando gente que no padece enfermedades que se les puedan complicar con el COVID-19” (Entrevista 2:5). Por otra parte, destaca la rigurosidad de las medidas implementadas, como se cita: “La empresa es muy estricta con las medidas que nos solicita la Secretaría de Salud, constantemente nos están recordando y cuidando que usemos cubrebocas, gel antibacterial, lavándonos las manos y el distanciamiento social, me imagino que para protegernos y proteger a nuestros clientes de algún brote dentro de la

empresa” (Entrevista 4:6). La empresa se preocupó por el personal más vulnerable a contagiarse, como se ejemplifica: “Dicen que a los que están con más riesgo de contagiarse le van a dar un permiso con sueldo pagado” (Entrevista 3:8). Un punto negativo de acuerdo con los entrevistados es que las actividades filantrópicas pasaron a un segundo lugar.

Dimensión ambiental

La alteración en las prácticas de RSE de la categoría de dimensión ambiental obtuvieron el segundo lugar, encontrándose la suspensión de actividades a favor del medioambiente, por ejemplo:

Antes de la pandemia la empresa se preocupaba mucho por el medioambiente, pero desde que llegó la pandemia se ha hecho a un lado, no sé si por el riesgo a que nos contagiemos o porque tenga otras prioridades ya de tipo económicas (Entrevista 3.9).

Asimismo, destaca que a partir de la pandemia existe menos control de los desechos (Figura 3).

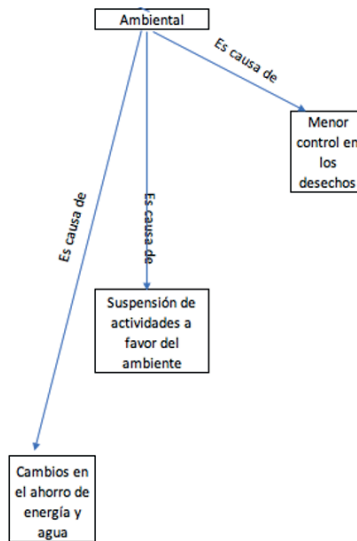


Figura 3. Red de la dimensión ambiental

Fuente: ATLAS.ti 8.4

Dimensión económica

A pesar de que esta dimensión fue la que menos menciones obtuvo, se implementaron medidas que alteraron las prácticas de RSE, por ejemplo, hubo una suspensión tácita de contrataciones: “Desde que entró la pandemia casi la empresa no quiere contratar y quieren hacer todo con los que ya estamos” (Entrevista 2:4). La empresa busca controlar el consumo de energía y agua; aunque era una medida prepandemia, tomó mayor dinamismo, como se puede leer en la siguiente cita: “Antes cuidaban la luz y el agua, pero ahora se han puesto más duros” (Entrevista 1:2). Esto se puede interpretar como una alteración en la dimensión ambiental; sin embargo, considerando que la pandemia afectó económicamente a muchas empresas, llevando a algunas de ellas a la quiebra, esta acción sugiere que más bien corresponde a la índole económica. Todo lo anterior se ve reflejado en la Figura 4.

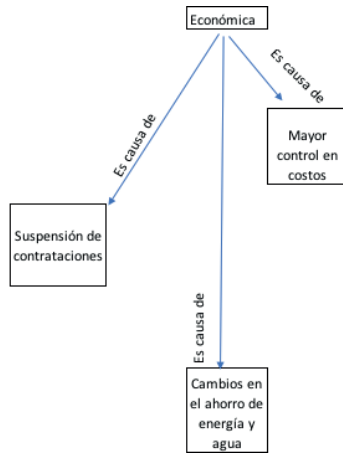


Figura 4. Red de la dimensión económica

Fuente: ATLAS.Ti 8.4

Conclusiones

El estudio logró identificar la alteración de las prácticas de RS por la COVID-19 en una multinacional ubicada en el sur de Tamaulipas. En la dimensión social existe controversia, ya que se advierte un comportamiento reñido con la RSE y las acciones de la empresa, evitando que su personal resultara contagiado (toma de temperatura, uso de gel, apoyo a sus empleados más vulnerables con posibles permisos con sueldo pagado, entre otras). Lo anterior habla de un comportamiento alterado, pero muy encuadrado en la ES. Por lo que se refiere a la dimensión ambiental, el comportamiento es confuso; aunque se fomentó el consumo racional de agua y luz eléctrica, no queda claro si fue por esta cuestión, o bien, para reducir

gastos y sobrevivir a la pandemia. Respecto a la dimensión económica, no hubo una política de despidos ni de reducción de sueldos, pero sí hubo una política tácita de no contrataciones.

Con la llegada de la pandemia, la empresa alteró sus prácticas de RS. Si bien el ambiente generado por el COVID-19 fue atípico y alteró las rutinas de todas las personas físicas y morales a nivel mundial, la empresa estudiada es la mayor en su tipo, lo que supondría un desempeño menos alterado. Como limitaciones, los enlaces clave de cada sucursal no tenían exactamente el mismo puesto, número de personas a cargo ni antigüedad. La presente investigación, aunque no permite generalizar sus resultados por tratarse de un estudio de caso cualitativo, revela que las empresas pueden reconfigurarse en situaciones adversas. En esta línea, se sugiere realizar investigaciones cuantitativas que permitan medir y comparar de forma longitudinal las alteraciones derivadas de la pandemia.

Referencias

- Akdogan, A., Arslan, A. y Demirtas, O. (2016). A strategic influence of corporate social responsibility on meaningful work and organizational identification, via perceptions of ethical leadership. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 259-268.
- Armijos, F., Bermúdez, A. y Mora, N. (2019). Gestión de administración de los recursos humanos. *Universidad y Sociedad*, 9(2), 313-318.
- Asrar-ul-Haq, M., Kuchinke, K. e Iqbal, A. (2017). The relationship between corporate social responsibility, job satisfaction, and organizational commitment: Case of Pakistani higher education. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2352-2363.
- Bacinello, E., Tontini, G. y Alberton, A. (2020). Influence of corporate social responsibility on sustainable practices of small and medium-sized enterprises: Implications on business performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 776-785. <https://doi.org/10.1002/csr.2087>
- Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R. y Ashfaq, M. (2020). Corporate social responsibility, innovation capability and firm performance: evidence from SME. *Social Responsibility Journal*, 17(6), 840-860. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2019-0401>
- Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas en la ciudad de Mérida, Yucatan. *Contaduría y Administración*, (226), 73-91.
- Bhardwaj, P., Chatterjee, P., Demir, K. D. y Turut, O. (2018). When and how is corporate social responsibility profitable? *Journal of Business Research*, 84, 206-219. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.026>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Centro Mexicano para la Filantropía [Cemefi]. (2019). *Empresas socialmente responsables*. <https://doi.org/10.1787/9789264070042-en>
- Cycyota, C., Ferrante, C. y Schoeder, J. (2016). Corporate social responsibility and employee volunteerism: What do the best companies do? *Business Horizons*, 59(3), 321-329. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.004>
- De la Cruz-May, S. y May-Guillermo, E. (2021). Prácticas de innovación implementadas por las mipymes del sector restauranero ante el COVID-19 en Tabasco, México. *Nova Scientia*, 13(spe.), 1-32. <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2834>
- Expok. (2021). *¿Que es el distintivo ESR?*. <https://www.distintivoesr.com/wp-content/uploads/2019/11/Que-es-el-Distintivo-ESR.pdf>
- Félix, A. y García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(1), 79-103.

- Fong, C., Parra, Á., Soriano, L. y Teodoro, E. (2020). The current situation of Social Corporate Responsibility in Mexico. *RAN. Revista Academia & Negocios*, 6(1), 41-56. <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2618>
- Fortune en Español. (2019). *Amazon vs. Walmart. La gran batalla minorista*. <https://www.fortuneenespanol.com/noticias/amazon-vs-walmart-batalla-minorista/>
- García-Madariaga, J. y Rodríguez, F. (2017). Corporate social responsibility, customer satisfaction, corporate reputation, and firms' market value: Evidence from the automobile industry. *Spanish Journal of Marketing*, 21(51), 39-53.
- Gras-Gil, E., Palacios-Manzano, M., & Hernández-Fernández, J. (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 289-299. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002>
- Herrera-Madueño, J., Larrán-Jorge, M., Martínez-Conesa, I. y Martínez, D. (2015). Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(1), 55-72.
- Hu, Q., Zhu, T., Lin, C., Chen, T. y Chin, T. (2021). Corporate social responsibility and firm performance in china's manufacturing: A global perspective of business models. *Sustainability*, 13(4), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su13042388>
- Jaimes, M. A., Jacobo, C. A. y Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Tiempo & Economía*, 8(2), 201-217. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/21651>.
- Kim, J., Un-Song, H. y Lee, C. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 25-32.
- Koury, J. y Hirschhaut, M. (2020). ¿Cómo y por qué llegamos a esta pandemia? *Acta Odontologica Venezolana*, 58(1), 1-8. <https://www.actaodontologica.com/ediciones/2020/especial/art-2/#>
- Margolis, J. D., Elfenbein, H. A. y Walsh, J. P. (2007). Does it Pay to Be Good...And Does it Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. *SSRN Electronic Journal*, 1-68. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1866371>
- Mehralian, G., Nazari, J., Zarei, L. y Rasekh, H. (2016). The effects of corporate social responsibility on organizational performance in the Iranian pharmaceutical industry: The mediating role of TQM. *Journal of Cleaner Production*, 135, 689-698. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.116>
- Meibol, L., Vásquez, C., Pérez, J., García, E. y Scrich, J. (2017). Consideraciones teóricas acerca de la responsabilidad social empresarial en el contexto ecuatoriano.

- Revista Espacios*, 38(61), 1-9. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n61/a17v38n61p20.pdf>
- Muñoz, N. M., Ruíz, L. E. y Camargo, D. A. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(2), 128-141. <http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/2406/2321>
- Nahuat, B. (2020). Influencia del capital intelectual en la innovación : una perspectiva al nivel del individuo. *Nova Scientia*, 12(2), 1-29. <https://doi.org/10.21640/ns.v12i25.2509>
- Nahuat, B., Ochoa, M. y Rodríguez, M. (2022). El Colegio de San Luis A.C. *Revista Del Colegio de San Luis A.C.*, 21, 1-30.
- Nahuat, B., Rodríguez, M. y Gómez, M. del C. (2021). Innovación, responsabilidad social empresarial en grandes empresas. *Investigación Administrativa*, 50(128), 12801. <https://doi.org/10.35426/iav50n128.01>
- Organización Internacional de Estandarización (ISO). (2010). *Descubriendo ISO 26000*. <https://www.iso.org/sr>
- Peña, D. y Serra, A. (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1456-1480. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5254007>
- Reverte, C., Gomez-Melero, E. y Cegarra-Navarro, J. (2016). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: Evidence from eco-responsible Spanish firm. *Journal of Cleaner Production*, 112(4), 2870-2884. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.128>
- Rodríguez-Fernández, M. (2015). Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2), 137-151. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.08.001>
- Sánchez, A. y Nava, R. (2020). Perspectiva de las pymes restauranteras en el escenario actual de la crisis del Covid-19. *Investigación y Pensamiento Crítico*, (spe.), 129-147. <https://doi.org/10.17993/3comp.2020.edicionespecial1.129-14>
- Secretaría de Gobernación. (2020a). *Acuerdo por el que el Consejo de Salubridad General reconoce la epidemia de enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) en México, como una enfermedad grave de atención prioritaria, así como se establecen las actividades de preparación y respuesta*. Diario Oficial de la Federación.
- Secretaría de Gobernación. (2020b). *Acuerdo por el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-CoV2*. Diario Oficial de la Federación.
- Su, L., Pan, Y. y Chen, X. (2017). Corporate social responsibility: Findings from the Chinese hospitality industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 240-247. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.013>

- Tiep, L. T., Huan, N. Q. y Hong, T. (2021). Effects of corporate social responsibility on SMEs' performance in emerging market. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1878978. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1878978>
- Troncoso-Pantoja, C. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista Facultad de Medicina*, 65(12), 329-332.
- Useche, M., Salazar, F., Barragan, C. y Sanchez, P. (2020). Horizontes estratégicos empresariales en América Latina ante la pandemia generada por la COVID-19. *SUMMA. Revista Disciplinaria en Ciencias Económicas y Sociales*, 2(especial), 59-86. <https://doi.org/10.47666/summa.2.esp.07>
- Uzunoglu, E., Turkel, S. e Yaman, B. (2017). Engaging consumers through corporate social responsibility messages on social media: An experimental study. *Public Relations Review*, 43(5), 989-997. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.03.013>
- Wendlandt, T., Hai, H. y Valdés, A. (2013). Socially Responsible Corporate Communications in Mexico: Evidence of the Large Companies by Their Operational Levels. *International Journal of Business and Management*, 8(10), 144-158. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n10p144>

Capítulo 3

Condiciones laborales de los operadores de tractocamión de quinta rueda de Altamira

Resumen

Los operadores de tractocamión de quinta rueda son pieza clave para el reabastecimiento de México y un vínculo importante para la economía dentro de la cadena de suministro. Así pues, se presenta un estudio de caso cuantitativo, con alcance descriptivo de corte transversal, con el objetivo de explorar y describir las condiciones laborales de los choferes. Durante el primer semestre del 2024, se recabaron 129 encuestas realizadas cara a cara con los operadores de una línea transportista de Altamira, Tamaulipas. Los datos se añadieron al *software* Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Los hallazgos revelan cómo se sienten los operadores en las carreteras, incluyen incertidumbre y la sensación de peligro al estar expuestos a asaltos, asesinatos o abusos sexuales.

Palabras clave: operadores de tractocamión de quinta rueda, Altamira, estudio de caso, exploratoria-descriptiva, línea transportista.

Introducción

Estos operadores movilizan la carga pesada de mercancía, aunque sufren condiciones laborales precarias. La presión por estar en un tiempo determinado con el cliente, las largas horas de conducción sin descanso, la inseguridad en las autopistas -asaltos violentos, secuestros y asesinatos por resistencia a entregar todo tipo de mercancía que transportan-, la mala señalización de las carreteras, el exceso de velocidad y la infraestructura en malas condiciones, son solo algunos de los factores determinantes de las catástrofes que ocurren diariamente (Flores, 2022). Lo anterior genera un interés especial por profundizar en estas condiciones laborales.

La frecuencia de accidentes de tráileres en las autopistas tiene relación con la escasez de operadores a nivel nacional. El desabasto existente y el compromiso de entregar la carga puntual a su destino genera condiciones laborales paupérrimas (Claudio, 2024). En el caso específico de Altamira, los operadores pueden pasar más de 12 horas en el puerto, sin acceso a un baño y sin descanso adecuado, provocando retrasos (Lastiri, 2023). Si bien han existido manifestaciones pacíficas de empresas transportistas, las condiciones laborales continúan iguales.

Aunque la Norma Oficial Mexicana NOM-087-SCT-2-2017 implementada en el 2018 limita el horario de manejo de 14 horas con sus respectivas pausas, siguen existiendo accidentes. La función de la norma es terminar con los abusos, excesos y explotación en las horas de conducción de los operadores en México. Sin embargo, es ignorada, manifestándose en inseguridad, estrés, escasez de operadores y distanciamiento de sus familias. Lo anterior ha ocasionado una sobreexplotación de trailereros, además de una crisis de accidentes en las carreteras en todo el país (Borja, 2023).

En un escenario donde una gran cantidad de actividades en México son de alto riesgo por la elevada inseguridad, los trailereros viven en medio del peligro, con miedo a sufrir asaltos, por la ausencia de autoridades para el control y vigilancia, aunado al exagerado número de vehículos que circulan y por las condiciones climatológicas, han hecho que las autopistas mexicanas representen un riesgo permanente (La Brecha, 2023). Lo anterior obliga a plantearse la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo son las condiciones laborales de los operadores de tractocamión de quinta rueda de Altamira? El objetivo general es explorar y describir las condiciones laborales de los operadores de tractocamión de quinta rueda de Altamira.

Marco teórico

Conceptualización de las condiciones laborales

Las variables de salario, ambiente laboral, herramientas de trabajo, balance vida-trabajo y posibilidades de crecimiento profesional en la empresa, impactan directa o indirectamente a los trabajadores (Ávila, 2022). Para hablar y conceptualizar las condiciones laborales, es necesario consultar diversas definiciones presentes en la literatura (Tabla 1).

Tabla 1. Conceptualizaciones de condiciones laborales

Autor	Año	Concepto
Ávila, D.	(2022, p. 1)	“Las condiciones de trabajo son todos los aspectos de la vida en la empresa y de la relación de cada trabajador con su lugar de trabajo, desde su salario y su jornada laboral, hasta los beneficios sociales y los riesgos asociados a la ejecución de sus tareas en la empresa”.
Dávalos, J.	(2017, p. 1)	“Las condiciones de trabajo son la jornada, el salario, los descansos, las vacaciones y todas las prestaciones en dinero o en especie que recibe el trabajador por su trabajo. Estas condiciones se hacen constar en contratos individuales o en contratos colectivos”.
Castillo y Prieto, citados por Grisales	(2020, p. 4)	“Son todas aquellas características que giran en torno al trabajo, desde la perspectiva de cómo repercute el trabajo a las personas, por ello, las condiciones laborales no solo son la higiene, seguridad, los aspectos físicos, sino que también determinan los aspectos psíquicos”.
De acuerdo con el Ministerio Público, citado por Grisales	(2020, p. 4)	“Son definidas como aquellas características del trabajo y su organización que influyen en la salud y el bienestar del individuo”.
Personio	(s.f, p. 1)	“Las condiciones laborales son un conjunto de factores que pueden afectar de manera negativa la salud de los trabajadores”.
Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud	(s.f, p. 1)	“Se entiende como condiciones de trabajo cualquier aspecto del trabajo con posibles consecuencias negativas para la salud de los trabajadores, incluyendo además los aspectos ambientales y los tecnológicos, las cuestiones de organización y ordenación del trabajo”.
Ríos, K.	(2024, p. 1)	“Las condiciones de trabajo se refieren a un conjunto de elementos o factores que rigen la relación entre un empleado y su empresa. Este concepto aborda aspectos como el estado, la seguridad y la calidad del entorno laboral, así como el bienestar y la salud del trabajador. Además, incluye la jornada laboral, horarios, remuneración y beneficios emocionales, así como las vacaciones”.
AFS Formación	(2023, p. 1)	“Las condiciones laborales en la empresa, o las condiciones de trabajo, son un conjunto de elementos y circunstancias que tienen influencia en el entorno laboral de las personas que ocupan un puesto de trabajo concreto, por lo que pueden afectar directa o indirectamente a su productividad y bienestar”.

Fuente: elaboración propia a partir de autores citados.

Las condiciones laborales influyen en el estilo de vida del trabajador, favoreciendo o perjudicando su vida profesional y personal. Los operadores pasan la mayor parte del tiempo en el tráiler, por lo que resultaría favorable que su estancia en el puerto de Altamira fuese menor.

El puerto de Altamira

El principal motor que le da trabajo a la zona conurbada es el puerto de Altamira, Tamaulipas, México. Con una altitud de más de 25 metros, limita con la Villa de la Divina Pastora de las Presas del Rey, actualmente el municipio de Aldama (Figura 1), al sur con Madero y Tampico; se encuentran a más de 200 kilómetros de Victoria (Quiminet, 2005).



Figura 1. Localización del estado de Tamaulipas

Fuente: MexPlus (2024).

Es una de las principales zonas portuarias de México, ya que se encuentra ubicado en el golfo de México, registra una actividad comercial importante todo el año y se conecta con Norteamérica, Sudamérica y Europa. Cuenta con un parque y un corredor industrial de primer nivel, que destaca como una zona estratégica con conectividad con países extranjeros (Padilla y Díaz, 2010). Su superficie ronda las 9 000 ha, con más de 70 empresas del sector logístico e industrial. Esto le ha valido el reconocimiento por su potencial, terreno, ubicación, infraestructura y conectividad (Administración del Sistema Portuario Nacional [ASIPONA], 2023b).

Este puerto atrae empresas de múltiples giros, abarca una extensa diversidad de mercancías que mueve a nivel global, incluidos los cargamentos en el recinto fiscalizado, como los fluidos petroquímicos -es el primer lugar a nivel nacional-, y sobre todo la transportación de automóviles, creando un punto estratégico para la importación y la exportación, representando un soporte clave para el desarrollo

económico y portuario de México (Administración del Sistema Portuario Nacional [ASIPONA], 2023a).

Relación de empresas transportistas en Altamira

En Altamira hay 96 unidades económicas transportistas (Tabla 2), en distintos puntos estratégicos, según el INEGI (2024).

Tabla 2. Relación de líneas transportistas de Altamira

Empresa	Año de fundación
1 Almacenaje, Distribución y Logística, S. A. de C. V.	2010
2 Almacenes Y Transportes Certus	2010
3 Alquiler y Transportación Bernal	2010
4 Altamira Logística de Carga S. A. de C. V.	2014
5 Auto Exprés Oriente	2023
6 Auto Líneas Villareal	2020
7 Autolíquidos FG	2010
8 Autotanques Mejía S. A. de C. V.	2010
9 Autotransporte Foráneo de Materiales para la Construcción	2014
10 Autotransporte local de Materiales para la Construcción	2014
11 Autotransportes de Carga Tresguerras	2020
12 Beca Transportes S. A. de C. V.	2020
13 CIA. Internacional de Fletamentos	2010
14 Comercializadora Transferoz RG	2020
15 Compañía Internacional de Carga	2010
16 Company Jol&Dan	2023
17 Consolidamex	2019
18 Coordinadora y Comercializadora Internacional de Carga Terrestre	2010
19 Domo Transportes	2023
20 Exprés Move	2016
21 FGS Truck	2020
22 Fletera Nacional de Gases	2019
23 Fletes Maniobras y Almacenaje	2014
24 Fletes Marroquín	2013
25 GDE Trading Company	2020
26 Grupo de Transportes HES	2010
27 Grupo López Transportes de Acarreo de Materiales	2020
28 Grupo Rivera Del Champayan, S. A. de C. V.	2010

Empresa	Año de fundación
29 GS Autotransportes	2014
30 Huasteca Fuel Terminal	2020
31 Ingeniería y Construcciones Ríos	2020
32 Integradora de Servicios y Transporte de Altamira S. A. de C. V.	2014
33 Intercarga	2023
34 Lobo Temperaturas Controladas	2016
35 López López Transportes S. A. de C. V.	2010
36 Lucky Gas Transport	2023
37 Materiales Y Transporte El Tajín	2016
38 MM Carga	2013
39 Operadora de Tráficos Terrestres	2019
40 Pesado Transport	2019
41 Petrosmart Innovation	2016
42 Servicios Básicos a Industrias y Transportes	2020
43 Tecnologías Ecológicas de Reducción de Altamira	2010
44 Titsa	2020
45 Titsa Altamira	2023
46 Tln Transportes	2019
47 Transportes Idolina Rivera Lopez	2020
48 Trans Neyno	2016
49 Transmontes	2023
50 Transportadora de Carga Mundial S. A. de C. V.	2014
51 Transportadora G C	2020
52 Transporte	2020
53 Transporte de Agua No Purificada	2020
54 Transporte Física Yanet González López	2020
55 Transportes Huitrón	2020
56 Transporte Privado Las Huastecas	2023
57 Transportes Cuauhtémoc	2019
58 Transportes Adje	2014
59 Transportes Aparicio e Hijos S. A. de C. V.	2010
60 Transportes Auto Tanques Ochoa	2023
61 Transportes Calles	2020
62 Transportes COB	2010
63 Transportes De Carga Altamira	2010
64 Transportes Drive Load	2020
65 Transportes Especializados Altamirano	2016

Empresa	Año de fundación
66 Transportes Especializados Betancourt	2014
67 Transportes Especializados Carmex	2020
68 Transportes Especialidos Escuadrón Jaibo	2010
69 Transportes Estrada	2020
70 Transportes Fajardo	2020
71 Transportes Flores Torre	2020
72 Transportes González	2014
73 Transportes Green Carrier	2020
74 Transportes Hernández Olvera Logística Express	2020
75 Transportes Industriales Arguello	2020
76 Transportes Industriales Zavala	2010
77 Transportes Jorge Ancer	2016
78 Transportes Lárraga	2010
79 Transportes Mexicanos	2020
80 Transportes Ness	2023
81 Transportes Neyno	2023
82 Transportes Para Construcción Sin Nombre	2014
83 Transportes Peñón Blanco	2014
84 Transportes Puente e Hijos	2011
85 Transportes Rezaza	2020
86 Transportes Santoscoy	2020
87 Transportes Sobera	2014
88 Transportes Sterke	2014
89 Transportes Unidos Mad	2010
90 Transportes Unidos Tampiqueños	2011
91 Transportes Vallatam	2014
92 Transportes Regionales	2020
93 Transportes Mera	2020
94 Unión de Transportadores de Materiales y Carga en General	2020
95 Unión de Transportes de Material Carga en General del Municipio de Altamira	2020
96 Unitrans	2014

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DENE (2024).

Metodología

La presente investigación consiste en un estudio de caso cuantitativo, con alcance descriptivo, de corte transversal, con el objetivo de explorar y describir las condiciones laborales de los operadores de tractocamión de Altamira, Tamaulipas.

Esto debido a que han permanecido en un estado ignoto, sin considerarse lo vital que es su actividad para la sociedad.

Población objeto de estudio

La población objeto de estudio se encuentra en una de las principales líneas transportistas a nivel nacional, reconocida como el grupo líder en el país. Tiene más de cuatro mil unidades motrices y más de siete mil unidades de arrastre, agrupando a más de seis empresas que operan conjuntamente, con siete mil colaboradores. Su presencia se extiende a más de 40 puntos estratégicos en México, abarcando diversos sectores, tales como carga regular, grado alimentario, automotriz e intermodal, entre otros. Dada la magnitud del corporativo, se decidió realizar el estudio únicamente en la base de Altamira, Tamaulipas, donde el enfoque principal es la transportación de materiales y residuos peligrosos. Se realizó una encuesta que incluyó a 129 operadores de camiones de quinta rueda. La aplicación del instrumento se limitó a los operadores presentes, porque algunos estaban fuera de la ciudad.

Instrumento de recolección de datos

El cuestionario sobre las condiciones laborales se inspiró en los trabajos de Huamaní (2021), sobre la satisfacción laboral de los conductores; y de Morales (2011), en lo relacionado con las condiciones laborales. Con base en una entrevista previa a esta investigación, se creó una dimensión adicional llamada seguridad en las carreteras. Se utilizó un cuestionario con cuatro dimensiones: higiene y seguridad, jornadas laborales, remuneraciones; y seguridad en las carreteras. Cada una está formada por cuatro preguntas. En la parte inicial del cuestionario se incluyeron los datos sociodemográficos -sexo, edad, antigüedad en la empresa, experiencia- de cada operador de tractocamión. El cuestionario completo se puede ver en el Anexo 1. La validez del instrumento, que se refiere al grado en que se mide la variable, se logró con base en el juicio de dos expertos con experiencia en investigación.

Técnica utilizada

La estadística descriptiva consiste en resumir los datos de una investigación mediante tablas y figuras (Rendón et al., 2016). Esta disciplina desarrolla técnicas para presentar y reducir los datos observados y estudiar la dependencia entre varias características observadas en individuos (Ortega, 2024). Asimismo, es fundamental en la recopilación, ordenación, representación y síntesis de información numérica para comprender y retransmitir claramente sus características esenciales. En el presente estudio, esta técnica es importante para analizar grandes conjuntos de datos, permitiendo resumir una historia sobre números (Rodríguez, s.f.).

Procedimiento de recolección de datos

A finales de abril del 2024, se presentó la idea de la investigación al gerente y al jefe de seguridad vial de una línea transportista que utiliza camiones de quinta rueda, con la condición de realizarla anónimamente, respetando el horario laboral. Se obtuvo el permiso de efectuar una prueba piloto a diez operadores para verificar si el cuestionario era entendible y no resultaba tedioso.

La prueba piloto se realizó los últimos días de abril, y a principios de mayo de 2024 se aplicó el instrumento cara a cara para vaciar los datos a Excel y verificar que no existieran datos atípicos o ausentes que pudieran distorsionar la información. Por último, la tabla resultante se cargó en el *software* SPSS, en donde se generó la estadística descriptiva.

Al aplicar el cuestionario, se les preguntó primeramente sobre cuestiones sociodemográficas. El 70 % es mayor de 40 años; y el 30 %, menor de esa edad. El género predominante es el masculino, aunque sí hay mujeres adentrándose en las operaciones de las líneas transportistas de tractocamiones de quinta rueda. El nivel de estudios más usual fue el de preparatoria, luego secundaria, primaria, carrera trunca y licenciatura, es decir, que la mayor cantidad de operadores tiene estudios medios superiores, pero destaca que hay gente preparada dentro de esta área. Por ser un trabajo exhaustivo y con la obligación de encontrarse fuera de casa, se esperarían resultados ermitaños, pero el mayor porcentaje de operadores se encuentra casado (Figura 16).

Casi el 50 % tiene más de cinco años trabajando en la empresa y el 36.2 % de uno a cinco años. Eso quiere decir que la rotación dentro de la empresa es baja, ya que el temple de los operadores es fundamental. Así, se infiere que el 92.2 % posee experiencia en el volante.

Resultados

Las siguientes preguntas se dividen en bloques, siendo el primero de ellos sobre higiene y seguridad. En la pregunta 1, un 80 % de los encuestados trabaja con equipos, instrumentos y maquinarias seguras; un 8.6 % está en desacuerdo con la seguridad de los equipos (Figura 2).

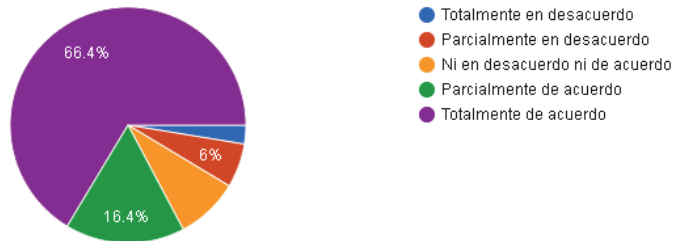


Figura 2. Pregunta 1: Trabajo con equipos, instrumentos y maquinaria seguros

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

La pregunta 2 destaca la importancia del equipo de seguridad, ya que es imprescindible la revisión de los ejes delanteros y traseros, es decir, las llantas. De los encuestados, el 79.3 % considera que dispone del equipo de seguridad necesario para desempeñar sus tareas. Sin embargo, el 5.2 % no cuentan con el equipo adecuado (Figura 3).

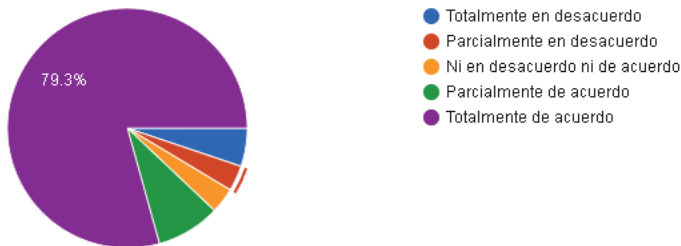


Figura 3. Pregunta 2: Cuento con el equipo de seguridad necesario para mi trabajo (guantes, lentes, casco, entre otras)

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

En la pregunta 3, se resalta la importancia de tener acceso a servicios médicos, dado que la población es vulnerable debido al ritmo de trabajo. El 80.2 % de los encuestados está satisfecho con las instalaciones proporcionadas por la empresa, a pesar de la ausencia de sanitarios y un comedor como necesidades básicas, mientras que un 7.8 % expresa inconformidad.

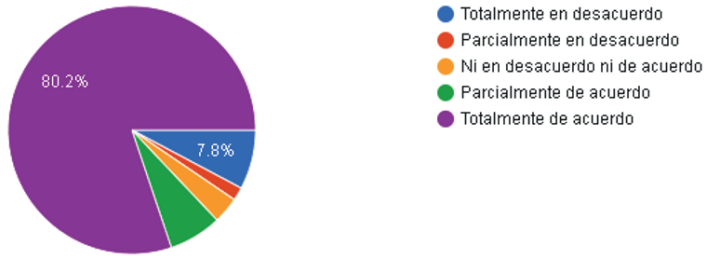


Figura 4. Pregunta 3: Las instalaciones que tiene la empresa garantizan lo mínimo para nuestra estancia (baños, comedor, médico, entre otras):

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

La pregunta 4 indaga sobre el sentimiento de los operadores al transportar residuos peligrosos e inflamables. Esto cobra relevancia debido a que la empresa opera en el sector de materiales y residuos peligrosos (Figura 5). Un 51.7 % de los operadores percibe que la empresa no compromete su integridad física; mientras que un 12.9 % considera riesgoso el manejo y la descarga de materiales peligrosos durante el transporte.

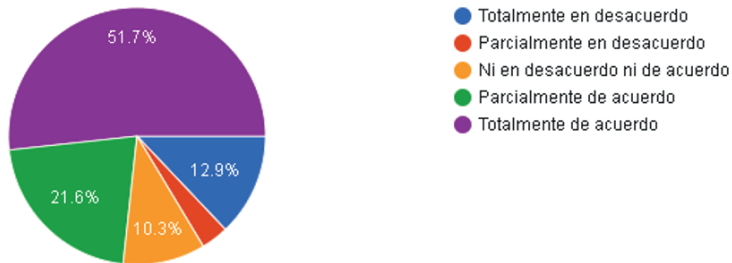


Figura 5. Pregunta 4: Las tareas que me asigna la empresa no ponen en riesgo nuestra integridad física (riesgo en la carga y descarga de la unidad, materiales peligrosos, cancerígenos, radioactivos, entre otras)

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

En segundo lugar, se aborda el bloque de las jornadas laborales, para comprender las condiciones de los operadores. Es crucial evaluar aspectos como el horario de las jornadas, el cumplimiento de las horas de trabajo y los días de descanso, así como el respeto y pago de los días hábiles según lo estipulado por la ley. Además, es importante considerar si el horario permite a los empleados pasar tiempo con sus familias.

Con base en los resultados de la pregunta 5, un 63.8 % de los conductores está de acuerdo con las jornadas laborales, un 12.1 % aún no se adapta, además de que algunas veces se ven obligados a detenerse en lugares no muy seguros por el horario asignado.

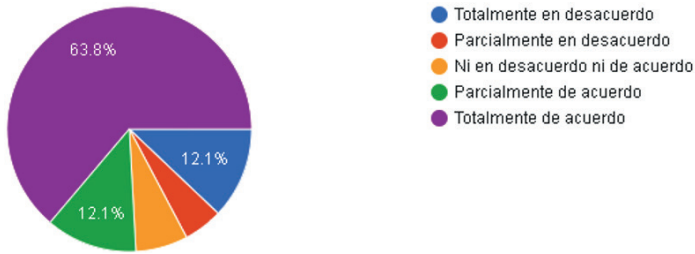


Figura 6. Pregunta 5: Las jornadas de trabajo me parecen adecuadas
Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

En la pregunta 6, el 62.9 % está completamente de acuerdo con las horas y los días de descanso para recuperarse (Figura 7).

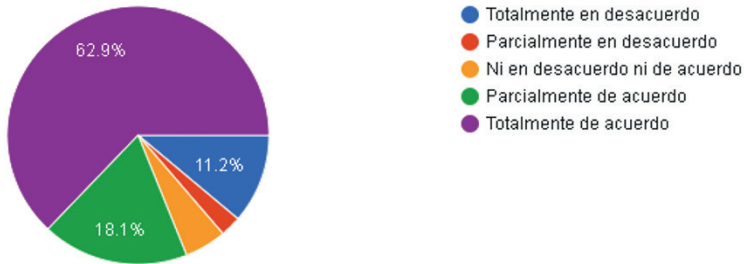


Figura 7. Pregunta 6: Se respetan mis horas de reposo y mis días de descanso
Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Aunque la pregunta 5 aborda el acuerdo con las jornadas laborales y muestra un alto porcentaje, resulta contradictorio dado que un 36.2 % se encuentra parcial y completamente en desacuerdo en la pregunta 7. Esto se debe a que, según la literatura, su trabajo implica estar disponible las 24 horas del día, los 365 días del año, sin remuneración adicional en días festivos. No obstante, el 56.1 % muestra resignación ante esta situación (Figura 8).

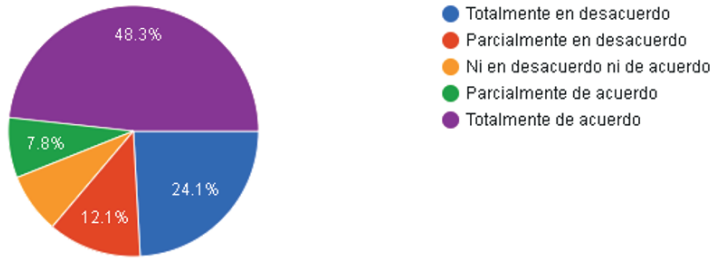


Figura 8. Pregunta 7: Se respetan los días hábiles que marca la ley o en caso contrario se me pagan de acuerdo con ella

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Un 50.9 % de los operadores está de acuerdo en que las empresas permiten pasar tiempo con la familia, aunque un 12.9 % está en desacuerdo, ya que no están en días importantes con la familia debido al trabajo (Figura 9).

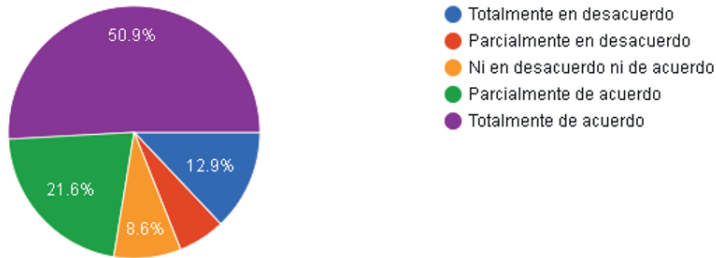


Figura 9. Pregunta 8: Mis jornadas de trabajo me permiten estar con mi familia

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

El tercer bloque aborda la remuneración. Aunque existen diversas formas de reflejar el esfuerzo salarial, se puede analizar si la remuneración parece justa según el desempeño de los operadores, si se actualiza según las maniobras realizadas, si se proyecta para que quienes viajan más ganen más y si se reciben las prestaciones salariales correspondientes. En la pregunta 9, el 71.6 % de los operadores está de acuerdo con su remuneración, mientras que un 19 % no lo está (Figura 10).

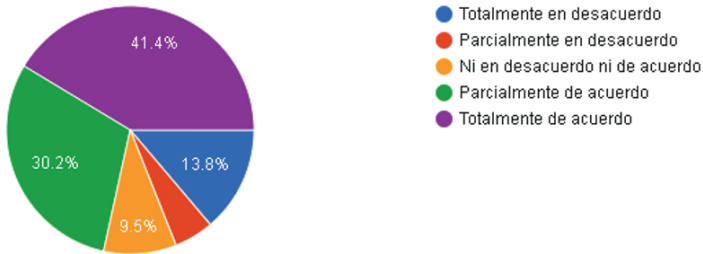


Figura 10. Pregunta 9: La remuneración que recibo me parece justo por mi desempeño
Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Asimismo, en la pregunta 10, un 75 % está de acuerdo con la remuneración según las funciones y viajes; un 14.7 % está en desacuerdo (Figura 11).

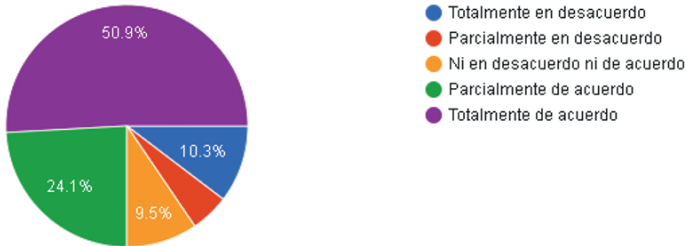


Figura 11. Pregunta 10: La remuneración se actualiza de acuerdo con mis funciones y viajes
Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

En la pregunta 11, un 74.1 % está de acuerdo en que el que más viaja, más gana; un 13 % está en desacuerdo (Figura 12).

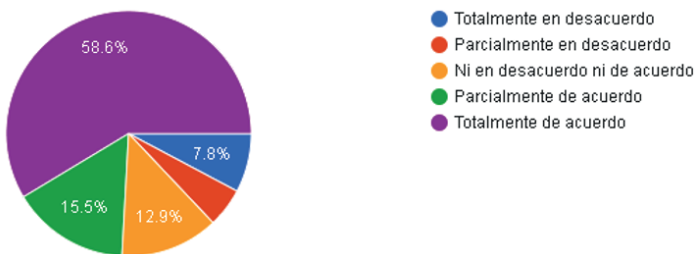


Figura 12. Pregunta 11: Percibe una remuneración en la que mientras más trabajo más gana
Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Ahora bien, sobre las prestaciones que marca la ley, el 92 % está de acuerdo con lo que recibe como aguinaldo y utilidades; sin embargo, un 3.4 % no lo está.

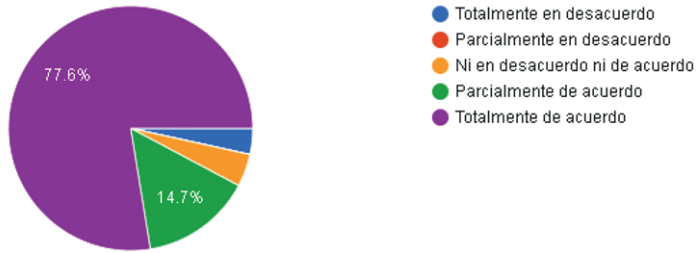


Figura 13. Pregunta 12: Recibo todas las prestaciones salariales que marca la Ley (aguinaldo, vacaciones, entre otras)

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Por último, está el bloque de seguridad en las carreteras, uno de los pilares dentro de las condiciones laborales de los operadores. Por ello, se plantean las siguientes preguntas: ¿Confío en las autoridades en caso de un percance o incidente en la carretera? ¿Las carreteras están libres de huecos, hoyos o baches? ¿Cuentan con los señalamientos viales necesarios? ¿Conozco los teléfonos de emergencia en caso de necesitarlos? ¿Tengo conocimientos básicos de mecánica general de los tractocamiones?

En este sentido, al menos 6 de cada 10 operadores han sufrido un secuestro, extorsión, asalto con arma blanca o armas de fuego, como se puede observar en la Figura 14.

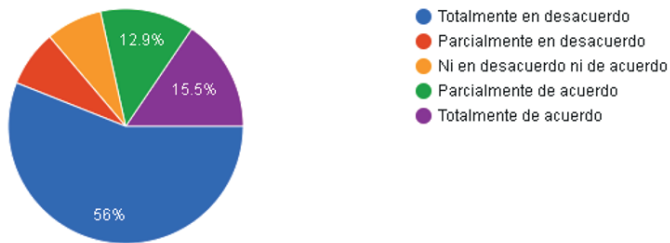


Figura 14. Pregunta 13: Me siento libre de secuestros, extorsiones, entre otras carreteras que manejo

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

La Figura 15 revela resultados relacionados con la confianza en las autoridades que deberían auxiliarlos en caso de algún percance o incidente en la carretera.

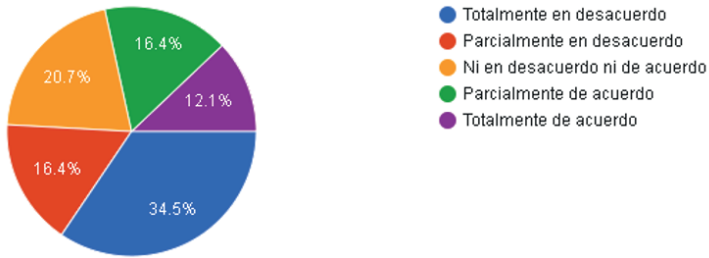


Figura 15. Pregunta 14: Confío en las autoridades en caso de algún percance o incidente en carretera

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

La pregunta 15 hace hincapié sobre las condiciones físicas del camino. Un 75 % se encuentra en desacuerdo en que las carreteras por las que transitan diariamente están libres de huecos, hoyos y baches (Figura 16).

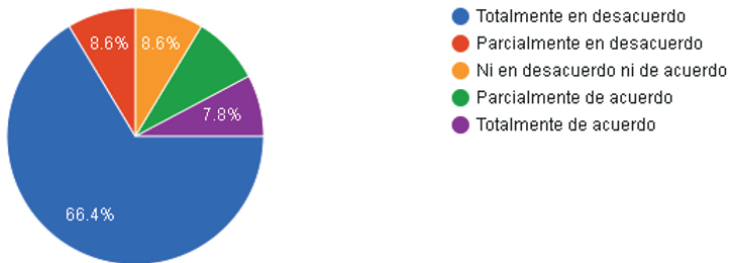


Figura 16. Pregunta 15: Las carreteras donde manejo están libres de huecos, hoyos, baches

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Por el contrario, el 64.7 % de los operadores está de acuerdo en que existen los señalamientos viales adecuados (Figura 17), pero un 12.1 % se encuentra completamente en desacuerdo, porque algunas veces son derribados por accidentes y tardan en ser colocados nuevamente.

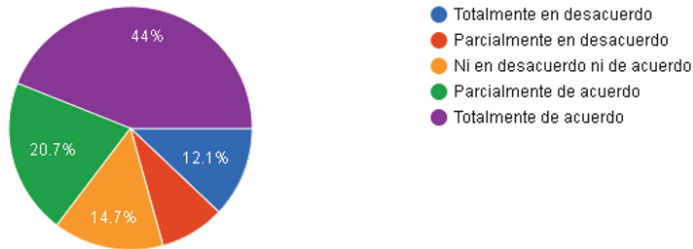


Figura 17. Pregunta 16: En las carreteras donde manejo existen los señalamientos viales necesarios

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

En cuanto a la pregunta 17, el 80 % de los operadores conoce los números de emergencia, pero no contestan o lo hacen tarde; por eso quizá no confíen en las autoridades de llegar en su auxilio (Figura 18).

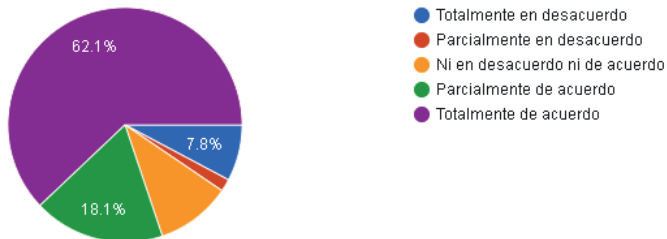


Figura 18. Pregunta 17: Conozco los teléfonos de emergencia en caso de ser necesario

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Por último, el 81.9 % de los operadores conoce sobre la mecánica general de los tractocamiones. Sin embargo, debido a las regulaciones por parte de la línea transportista, no tienen permitido intervenir en caso de fallas mecánicas, debiendo esperar la llegada del equipo de rescate, lo que los vuelve vulnerables en zonas de riesgo (Figura 19).

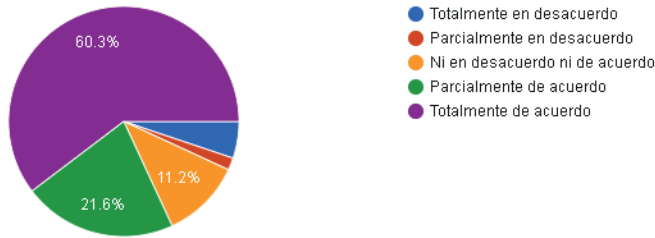


Figura 19. Pregunta 18: Conozco los teléfonos de emergencia en caso de ser necesario

Fuente: Google Forms a partir de encuestas realizadas.

Discusión

La presente investigación ha permitido identificar hallazgos significativos sobre las condiciones laborales de los choferes; aunque en la literatura existen aproximaciones similares en otras partes de México, no se encontró evidencia del sur de Tamaulipas. La revisión coincide con lo descrito por Berrones et al. (2020) respecto a las malas condiciones de las carreteras, el miedo a situaciones de inseguridad, pésimas instalaciones de carga y descarga; sin embargo, la estadística generada de los cuestionarios revela que las únicas áreas que les preocupan a los operadores de tractocamión de quinta rueda son las relacionadas con la inseguridad en las carreteras y sus condiciones. Sobre esto, Morales (2011) sugiere mejoras en la seguridad vial, respaldadas por organismos internacionales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Huamaní (2021) enfatiza la necesidad del diseño de normativas o políticas a nivel nacional para mejorar las condiciones de trabajo del colectivo de transporte de carga. Berrones (2017), Yarto-Chávez y Badillo-Gaona (2024), entre otros, señalan bajos salarios, largas jornadas laborales, sin protección social y con una excesiva presión física y mental. Esta investigación refleja una realidad diferente a aquellos estudios, lo que abre la interrogante si las condiciones en la zona sur son más favorables en esta área laboral. También sería interesante comprender si existió miedo de los operadores a represalias por parte de los empleadores. El presente estudio es empírico, a diferencia de otras aproximaciones que han utilizado metodologías diferentes, como Berrones et al. (2020).

Conclusiones

Aunque la literatura refiere condiciones laborales paupérrimas de los operadores de tractocamión de quinta rueda, se puede constatar que sus condiciones laborales cuentan con aspectos básicos para cumplir con su trabajo. Durante el estudio de caso,

se realizaron entrevistas informales, donde existieron convergencias y divergencias con lo encontrado en la estadística, ya que los problemas se encuentran en las autopistas y carreteras mexicanas, debido a la exposición a los asaltos, secuestros, extorsiones e incluso abusos sexuales. La ausencia de las autoridades en las carreteras y autopistas ha dejado como saldo a operadores desaparecidos, fallecidos o gravemente heridos.

Como menciona Huamaní (2021):

El diseño de normativas o políticas que se den a nivel nacional con relación a mejores condiciones de trabajo, consideren como prioridad al colectivo de conductores de transporte de carga. Lo cual, en un corto, mediano y largo plazo, tendrá un efecto favorable no solo para los propios conductores, sino también para las gestiones de sus empleadores y para la sociedad en conjunto (p. 2).

Entre las limitaciones del estudio, se destaca que solo se abarcó una línea transportista, por lo que no es posible generalizar los resultados a otras. Además, pudo existir sesgo al momento de realizar el cuestionario, junto con el temor a represalias por parte de los encuestados. Derivado de la investigación, se puede sugerir que se realicen capacitaciones a menudo y que el gobierno preste atención a las necesidades de los transportistas. Como futuras áreas de estudio, se propone examinar más empresas transportistas, seleccionando una muestra representativa que permita comprender mejor el contexto actual y generalizar los hallazgos.

Referencias

- Administración del Sistema Portuario Nacional [ASIPONA] Altamira. (2023a). *Cierre estadístico del puerto de Altamira: Balance del año 2023*. <https://www.puertoaltamira.com.mx/cierre-estadistico-del-puerto-de-altamira-balance-del-ano-2023/>
- _____. (2023b). *Puerto de Altamira Yearbook 2023*. https://puertoaltamira.com.mx/upl/sec/YEARBOOK_2023.pdf
- AFS Formación. (2023). *Condiciones laborales en la empresa: todo lo que necesitas saber*. <https://afsformacion.com/blog/condiciones-laborales/>
- Ávila, D. (2022). Condiciones de trabajo y cómo mantener felices a tus trabajadores. *Papershift*. <https://www.papershift.com/es/blog/condiciones-de-trabajo>
- Berrones, L. (2017). Choferes del autotransporte de carga en México: investigaciones sobre condiciones laborales y la cadena de suministro. *Revista Transporte y Territorio*, (17), 251-266. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333053372012>
- Berrones-Sanz, L. D., González-Peña, E. C., Vilchis, F. L. y Lona, L. R. (2020). Estudio de los efectos de las condiciones laborales de los conductores de autotransporte en la cadena de suministro en México. *Revista de Ingeniería de Organización*, 71, 87-98. DOI: <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i71.580>
- Borja, I. (2023, 4 de abril). Drogas y sobreexplotación de trailers: la crisis de los accidentes en carreteras. *Publimetro*. <https://www.publimetro.com.mx/noticias/2023/04/04/drogas-y-sobreexplotacion-de-traileros-la-crisis-de-los-accidentes-en-carreteras/>
- Claudio, J. (2024). Faltante de choferes de carga, merma la seguridad en carretera. *La Red de Altamira*. <https://laredmultimedia.com/faltante-de-choferes-de-carga-merma-la-seguridad-carretera/>
- Dávalos, J. (2017). Condiciones de trabajo. *Revistas Jurídicas UNAM*. <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/hechos-y-derechos/article/view/11582/13443>
- El Economista. (2019). Cuál es el perfil ideal de un operador de transporte. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/el-empresario/Cual-es-el-perfil-ideal-de-un-operador-de-transporte-20190301-0079.html>
- Flores, D. (2022). Traileros disparan accidentes carreteros; pasan al volante mas de 48 horas. *Publimetro*. <https://www.publimetro.com.mx/nacional/2022/12/25/transportistas-enfrentan-jornadas-largas-y-violencia-en-carreteras/>
- Grisales, M. (2020). *Condiciones laborales y su relación con la satisfacción laboral en colaboradores de una empresa de sector privado en la ciudad de Pereira* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio Institucional RIBUC. <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/6228/1/DDMPSI276.pdf>
- Huamán, C. (2021). *Condiciones de trabajo y satisfacción laboral en conductores de una empresa de transporte de carga con base en Juliaca 2020* [Tesis de maestría, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio UPCH. <https://repositorio.upch.edu.pe/>

- bitstream/handle/20.500.12866/9552/Condiciones_HuamaniSucapuca_Jean.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Indeed. (2024). *Qué hace un operador de quinta rueda: habilidades y salario*. Equipo editorial Indeed. <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/que-hace-operador-quinta-rueda#:~:text=Un%20operador%20de%20quinta%20rueda%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido%20como%20conductor%20de,entregas%20se%20realicen%20a%20tiempo>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud [ISTAS]. (s.f.). *Condiciones de trabajo y salud*. <https://istas.net/salud-laboral/danos-la-salud/condiciones-de-trabajo-y-salud>
- La Brecha . (2023). *Soy Trailero*. <https://labrecha.me/303855/soy-trailero/>
- Lastiri, X. (2023, 26 de septiembre). “¿No tienen ni baño!?”; operadores pasan 12 horas en el Puerto de Altamira. Transportes y Turismo. <https://www.tyt.com.mx/nota/no-tienen-ni-bano-operadores-pasan-12-horas-en-el-puerto-de-altamira>
- MexPlus. (2024). *Puerto de Altamira*. <https://mexplus.com.mx/portal/puertos/puerto-altamira/>
- Morales, G. (2011). *En el camino: Los conductores de camiones de carga y condiciones laborales*. Dirección del Trabajo. Departamento de Estudios.
- Motoradiesel. (2021). *5ta rueda un nombre cuyo significado tiene un porque*. <https://motoradiesel.com/dev/2021/08/5ta-rueda-un-nombre-cuyo-significado-tiene-un-porque/>
- OnTruck. (2017, 24 de mayo). *Tres innovaciones en los camiones que ayudan a cuidar el medio ambiente*. <https://www.ontruck.com/es/blog/tres-innovaciones-en-camiones-que-ayudan-a-cuidar-el-medio-ambiente>
- Ortega, C. (2024). Estadística descriptiva: Qué es, objetivo, tipos y ejemplos. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/estadistica-descriptiva/>
- Padilla, L. y Díaz, A. (2010). Alcance territorial del puerto de industrial de Altamira, México: Articulaciones de su movimiento de importación y exportación. *Cuadernos Geográficos*, 46, 181-207. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/636/723>
- Personio. (s.f.). *Condiciones de Trabajo en la empresa: ¿cuál es su importancia y cómo se definen?* <https://www.personio.es/glosario/condiciones-de-trabajo/>
- QuimiNet. (2005, 5 de diciembre). *El puerto de Altamira*. <https://www.quiminet.com/articulos/el-puerto-de-altamira-3263.htm>
- Rendón-Macías, M., Villasís-Keever, M. y Miranda-Navales, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407. <https://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/230>
- Revista Transporte y Turismo. (2024, 4 de marzo). *Kenworth Noroeste y Conalep, por mejores espacios para estudiantes de Autotransporte*. Redacción TYT. <https://www.tyt.com>.

- mx/nota/kenworth-noroeste-y-conalep-por-mejores-espacios-para-estudiantes-de-autotransporte?utm_source=onesignal&utm_medium=organic&utm_campaign=publicacion
- Ríos, K. (2024). ¿Las condiciones de trabajo qué son? *PayFit*. <https://payfit.com/es/contenido-practico/condiciones-de-trabajo/>
- RoadStars. (2018). *El primer camión de la historia: Con él empezó todo*. https://roadstars.mercedes-benz-trucks.com/es_ES/magazine/2018/july/first-truck-history.html
- Rodríguez, J. (s.f.). *Estadística descriptiva: definición, conceptos y ejemplos*. O ISD Fundación. <https://isdfundacion.org/2023/08/22/estadistica-descriptiva-definicion-conceptos-y-ejemplos/>
- Telediario. (2023). Carrera de trailerero en el CONALEP: ¿cuáles son los requisitos para entrar? <https://www.telediario.mx/nacional/carrera-de-trailerero-en-el-conalep-requisitos-para-entrar>
- Yarto-Chávez, M. y Badillo-Gaona, M. (2024). Conductor de transporte de carga en México. *Investigación Administrativa*, 53(133), 00007. <https://doi.org/10.35426/iav53n133.07>

Anexo 1

Cuestionario para conocer las condiciones laborales de los operadores de quinta rueda

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Facultad de Comercio y Administración de Tampico

En la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, estamos llevando a cabo una investigación para conocer la opinión sobre las condiciones laborales de los operadores de tractocamión de quinta rueda. Las respuestas que proporcione solamente serán usadas con fines estadísticos acerca de las condiciones laborales actuales.

Agradecería mucho su apoyo para dar respuesta al siguiente cuestionario.

I. Datos sociodemográficos

Edad: ____

Sexo:

Mujer Hombre

Máximo grado de estudios:

Primaria Secundaria Preparatoria Licenciatura

Estado civil:

Soltero Casado Divorciado Viudo

Antigüedad en la empresa:

< 1 año 1 a 5 años > 5 años

Experiencia como operador de tractocamión:

< 1 año 1 a 5 años > 5 años

II. Las siguientes preguntas están relacionadas directamente sobre su trabajo como operador de tractocamión de quinta rueda.

Por favor considere que:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = Parcialmente en desacuerdo
- 3 = Ni en desacuerdo ni de acuerdo
- 4 = Parcialmente de acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

Ejemplo:

Dimensión	1	2	3	4	5
Tengo experiencia con tractocamiones doblemente articulados					
Cuento con licencia federal tipo E					
Tengo la oportunidad de escoger los viajes más convenientes					

Condiciones laborales

- 2. Cuento con el equipo de seguridad necesario para mi trabajo (guantes, lentes, casco, entre otras).
- 3. Las instalaciones que tiene la empresa garantizan lo mínimo para nuestra estancia (baños, comedor, médico, entre otras).
- 4. Las tareas que me asigna la empresa no ponen en riesgo mi integridad física (riesgo en la carga y descarga de la unidad, materiales peligrosos, cancerígenos, radioactivos, entre otras).

Jornada de trabajo

- 5. Las jornadas de trabajo me parecen adecuadas.
- 6. Se respetan mis horas de reposo y mis días de descanso.
- 7. Se respetan los días hábiles que marca la ley o en caso contrario se me pagan de acuerdo con ella.
- 8. Mis jornadas de trabajo me permiten estar con mi familia.

Remuneración

- 9. La remuneración que recibo me parece justa por mi desempeño.
- 10. La remuneración se actualiza de acuerdo con mis funciones y viajes.
- 11. Percibo una remuneración en la que mientras más trabajo, más gano.
- 12. Recibo todas las prestaciones salariales que marca la ley (aguinaldo, vacaciones, entre otras).

Seguridad en las carreteras

- 13. Me siento libre de secuestros, extorsiones, entre otras, en las carreteras que manejo.
- 14. Confío en las autoridades en caso de algún percance o incidente en carretera.
- 15. Las carreteras donde manejo están libres de huecos, hoyos, baches que me pueden hacer perder el control.

Dimensión	1	2	3	4	5
Higiene y Seguridad					
I.Trabajo con equipos, instrumentos y maquinaria seguros					

16. En las carreteras donde manejo existen los señalamientos viales necesarios.					
17. Conozco los teléfonos de emergencia en caso de ser necesario					
18. Poseo los conocimientos básicos de mecánica general de los Tracto camiones					

Algún comentario acerca de la encuesta para mejorar las condiciones laborales como operador de tracto camión de quinta rueda ¿Cuál sería?

Gracias por su apoyo.

Capítulo 4

Prácticas de responsabilidad social empresarial en microempresas cafetaleras: el caso de la comunidad indígena de Temaxcalapa, Puebla

Resumen

El café es un producto que se consume de forma masiva a nivel mundial; este contexto incluye a consumidores, comerciantes y productores. Dentro de estos últimos, en México se encuentran microempresas ubicadas en poblaciones rurales, indígenas y vulnerables sobre las que poco se sabe, a pesar de que los programas nacionales estratégicos las contemplan como sistemas socioecológicos. La forma en que las prácticas comerciales de estas microempresas benefician a esas comunidades y su medioambiente es relevante, ya que, en cuestión de derechos humanos, ambientales y laborales, son sociedades herméticas que niegan el ingreso a sus agrupaciones y se rigen por el sistema de usos-costumbres. En la literatura, el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) adquirió importancia relevante en la academia y los negocios por sus fines sociales -que favorecen a las empresas que los practican-. Por lo anterior, el objetivo de la presente investigación es identificar las prácticas de RSE en las microempresas cafetaleras de la comunidad indígena de Temaxcalapa, Puebla. Se adoptó una investigación descriptiva, no experimental, transversal y cualitativa. La selección de la muestra fue por conveniencia. En octubre de 2022, se aplicaron seis entrevistas semiestructuradas a diferentes dueños de las empresas estudiadas, para luego aplicar un cuestionario a 60 empleados. Ambos sujetos coinciden en la existencia de prácticas de responsabilidad social en las dimensiones de materia ambiental y asuntos de los consumidores.

Palabras clave: microempresas cafetaleras, cualitativo, responsabilidad social empresarial, Puebla, indígena.

Introducción

La producción de café en México emplea a más de 500 000 productores de 14 entidades federativas y 480 municipios. Según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), actualmente se consumen 1.3 kg per cápita al año; sin embargo, México ha dejado de ser el productor principal de café orgánico del mundo durante la última década. A pesar de la situación anterior, los agricultores han optado por procesos que aumentan la calidad de los granos que se producen, favoreciendo la sustentabilidad y el medioambiente en sus procesos orgánicos, otorgando salarios justos a los trabajadores, generando un aumento al precio comercial del café mexicano y captando la atención de grandes compañías internacionales (SAGARPA, 2017).

Las principales especies de café que se cultivan en el país son variedades arábicas como Bourbon, Caturra, Maragogipe (o Mátago), Mundo Novo, Garnica y Typica. Cada variedad posee diferencias con base en su calidad, aroma, acidez, volumen producido, rendimiento, resistencia a las plagas y enfermedades, etcétera (Ehnis, 2019).

La roya del cafeto es una de las enfermedades del café, ingresó en 1981, producida por el hongo *Hemileia vastatrix*. Suelen reproducirse en épocas de lluvias ligeras y corto periodo de “buen tiempo”. Su espora es resistente y puede transportarse por ráfagas de aire o adheridas a cualquier objeto, con una germinación de tres horas (si la condición ambiental es la ideal).

Otro de sus principales enemigos es la broca del grano, entró a Chiapas en 1979, proviene de Centroamérica, es un pequeño escarabajo negro que se inserta en la cereza de cafeto y se penetra dentro de la semilla, provocado que sea inservible y se vuelva de un aspecto negro. Otro daño es provocado por clima no favorable, como la falta de agua, que puede llegar a causar la muerte del cafeto (Vargas et al., 2015.)

Durante la temporada de floración, puede suceder que se marchiten sin lograr polinizarse, lo cual deja el arbusto en buen estado, pero sin ninguna producción, provocando que el grano sea diminuto.

De lo anterior, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las prácticas de RSE en las microempresas cafetaleras de la comunidad indígena de Temascalapa, Puebla? Así, el objetivo es identificar las prácticas de RSE en las microempresas cafetaleras.

Revisión de la literatura

Responsabilidad social

La RSE debe estar alineada con la empresa, ya que se ha convertido en una estrategia para generar negocios, priorizando su trabajo sostenible en lo económico, sociocultural y socioambiental, buscando el bien común y resguardando el medioambiente para las nuevas generaciones. Las organizaciones no solo deben preocuparse en generar ingresos, también deben tomar la iniciativa en las acciones y decisiones que pueden afectar la habitabilidad de sus empleados y de la comunidad donde realizan sus actividades (Cemefi et al., 2022).

El resultado es la generación de organizaciones sumadas a la RSE, que entienden que no solo se trata de acciones socioculturales, socioambientales o de un vínculo de interacción con los sectores públicos vinculados a la organización. Es importante que posea estrategias y procesos enlazados a la RSE internamente. En la Tabla 1 se mencionan varios conceptos clásicos y otros relacionados con lo socioeconómico (Robbins et al., 2005).

Tabla 1. Conceptos clásico y socioeconómico de RSE

Conceptos RSE	
Concepto clásico	Concepto socioeconómico
La mayor responsabilidad de mayor interés es de los directivos; sin embargo, los administradores deben preocuparse por las utilidades.	Una organización tiene la obligación no solo con los directivos, sino con la sociedad que los rodea.

Fuente: elaboración propia con base en Robbins et al. (2005, p. 100).

Las acciones de RSE en las organizaciones pueden incrementar las utilidades, al ser una guía para los consumidores (Álvarez y Vargas, 2013). Una organización que no se desenvuelve en una sociedad puede tener consecuencias para el sector externo e interno. La RSE son acciones integradas en la estructura estratégica de la empresa, mientras que la filantropía surge de la empresa. Esta última llega a crear un valor social que no necesariamente contribuye en un nivel económico; sin embargo, la RSE permite ambas creaciones de valor tanto para el negocio como para las sociedades (Bom-Camargo, 2021).

Los indicadores deben reflejar el impacto económico, ambiental y social (Tabla 2); estos se clasifican en centrales y adicionales. Los primeros son los más

interesantes para las empresas, mientras que los adicionales representan una práctica para la medición económica, social y ambiental (Vargas, 2006).

Tabla 2. Indicadores que miden el impacto ambiental, económico y social

Indicadores	Categoría		Aspectos
Económicos	Impactos económicos directos	Clientes	Proveedores de capital
		Proveedores	Sector público
		Empleados	
Ambientales	Ambiental	Materias primas	Proveedores
		Energía	Productos y servicios
		Agua	Cumplimiento
		Biodiversidad	Transporte
		Emisiones, vertidos y residuos	General
Sociales	Prácticas laborales y trabajo	Empleo	Empleo
		Relaciones empresa/trabajadores	Formación y educación
		Salud y seguridad	Diversidad y oportunidad
	Derechos humanos	Estrategia y gestión	Trabajo forzoso y obligatorio
		No discriminación	Medidas disciplinarias
		Libertad de asociación y negociación colectiva	Medidas de seguridad
		Trabajo infantil	Derechos de los indígenas
	Sociedad	Comunidad	Contribuciones políticas
		Corrupción	Competencia y precios
	Responsabilidad del producto	Salud y seguridad del cliente	Publicidad
Productos y servicios		Respeto a la intimidad	

Fuente: Vargas et al. (2006, p. 31).

La RSE representa un acuerdo con el bienestar de la sociedad y el ambiente, siendo un pilar importante para medir su capacidad de operar un ecosistema que beneficie la equidad (Organización Internacional de Normalización, 2014). Existen organismos como el Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (Cemefi) en México que ofrecen certificaciones para validar a una empresa en este rubro. La filantropía no es suficiente para generar una utilidad, sino que se deben implementar acciones considerando la afectación positiva o negativa que tienen en la vida de los colaboradores empresariales y de la sociedad. En la actualidad, se dice que las empresas deben ser socialmente responsables no solo con el medioambiente, sino

con sus colaboradores, clientes, proveedores y con el gobierno. Deben contribuir en una edificación de una comunidad mejor para poder vivir. En diciembre de 1988, fue creado el Cemefi (s.f.) como asociación civil, generando actividades como institución privada, no lucrativa y sin ninguna afiliación a partido político, raza o religión.

Hay empresas que dicen practicar la RSE, pero por su falta de voluntad o conocimiento, realizan actividades filantrópicas que no dan beneficios a largo plazo para la comunidad (Barroso et al., 2008). El Cemefi (s.f.) cuenta con 1 584 instituciones y personas registradas; 1 350 son fundaciones y organizaciones, 142 empresas, 50 personas, 12 entidades gubernamentales y 75 consultores especializados. En cuanto a su modelo de gestión, las organizaciones que deseen calificar para este tipo de distintivos deben cumplir con indicadores básicos: cuidado y preservación del medioambiente, ética empresarial, calidad de vida en la empresa y compromiso con la comunidad, lo cual deberá ser validado anualmente en las empresas, corroborando que están ejecutando correctamente dichos indicadores (Cota y Hamasaki, 2019). Es necesario destacar que el distintivo ESR es un proceso de medición y comparación del nivel de maduración de las prácticas de RS a través de indicadores ambientales, sociales y gubernamentales en las organizaciones (Cemefi, 2022).

Este reconocimiento no es una certificación de RSE, ya que no involucra una auditoría en su proceso, sino que se lleva a cabo un autodiagnóstico de varias secciones de la organización. Existen diversos beneficios de obtener dicho distintivo, que va desde una aportación de valor a la empresa y en su reputación, progreso en el ámbito financiero, hasta una mejora en el entendimiento legal. En dicho distintivo existen cuatro categorías para la convocatoria: micro, pequeña y mediana empresa, cadena de valor socialmente responsable, empresa impulsora de RSE en su cadena de valor y mipymes proveedoras de RSE (Expok, 2018).

En la Tabla 3 se observa el ideal para las empresas que practican la RSE, de acuerdo con el Cemefi (2001). Para profundizar más en el tema de RSE, se puede leer a Osorio (2022), Jaimes et al. (2021) y Palacio (2020).

Tabla 3. Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable, del Cemefi

Las empresas pueden adecuar, adoptar y publicar el *Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable*:

1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
 2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.
 3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
 4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
 5. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
 6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
 7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
 8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
 9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
 10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.
-

Fuente: Cemefi (2001).

Norma ISO 14001

En México existen problemas severos en la cuestión medioambiental, como el calentamiento global, el daño en ecosistemas y la biodiversidad, los problemas de la calidad del aire, entre otros. Las organizaciones han utilizado diversas formas para proteger el medioambiente; sin embargo, para una certificación solo se puede utilizar una norma, la ISO 14001, que durante 1996 fue publicada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO, por sus siglas en inglés). Esta certificación puede ser aplicada a organizaciones de cualquier sector y tamaño, para que salvaguarde el medioambiente para las nuevas generaciones y cumplan con la normativa ambiental (Escuela Europa de Excelencia, 2016). Otro beneficio de esta certificación es que obtiene potenciales clientes rigurosos que se preocupan por el trasfondo medioambiental de los productos ofertados en el mercado (Darnall et al., 2005). La ISO 14001 menciona una lista de estipulaciones a cumplir en una gestión (Figura 2). Es una norma de carácter voluntario y tiene como fin la mejora para demostrar a la sociedad su proceder constante en pro del ambiente.



Figura 2. Ciclo de mejora continua

Fuente: elaboración propia con base en ISO14001EMS.

Generalidades del café

El café es el producto más vendido en México. Esta planta posee una sustancia alcaloide llamada cafeína; fue descubierta en 1895, aunque su efecto de estimulación al sistema nervioso fue previsto hasta 1982. Cada año se beben unas 400 000 tazas de café, por lo que están en riesgo diversos intereses económicos y sociales importantes (León, 2022).

El tipo de suelo que se necesita es húmedo, con arcilla. En el caso de los cafés orgánicos o de zonas indígenas que no cuentan con sistemas de riego, se mantienen sistemas de cultivo tradicionales. Durante 2006 y 2007, el café tuvo una producción mundial de 128.5 millones de sacos de 60 kg. México ocupa el séptimo lugar (3.3 %), mientras que Brasil es el principal consumidor (36.2 %), seguido de Vietnam con el 12.8 %. Los países productores más importantes exportan en promedio un 80 % de su café verde a países como Estados Unidos, Alemania, Japón, entre otros. Además, se ocupan de industrializar la mayor parte del café mundial (Montilla-Pérez et al., 2008).

Sin embargo, existen problemáticas que enfrentan dichos productores cafetaleros en su cultivo por los bajos precios del mercado, como, por ejemplo: el descuido de plantas y control de plagas; control de maleza, fertilización, densidad de plantas, plagas que reducen su productividad por hectárea; incumplimiento de las condiciones de certificación, y falta de apoyos financieros, de comercialización o gubernamentales (Boydell, 2018; Economía Real, 2015).

Microempresas cafetaleras en México

En México, el café es cultivado en tierras privadas, es decir, en comunidades o ejidos. Por ejemplo, en Veracruz y Puebla, la mayoría de sus plantaciones son privadas, mientras que en Chiapas predominan los cultivos en ejidos. En 1989, la producción de café reunía una cantidad de 4 300 localidades, con 700 000 a 800 000 ha cultivadas. El café nacional más sembrado, cosechado y consumido es de tipo arábico, ya que representa el 96 % de la producción del café en el país. La mayor producción se concentra en campesinos e indígenas a muy pequeña escala (Toledo y Moguel, 1996).

El café arábico cuenta con un sabor ácido y acentuado, de hecho, esta es la base de la mayoría de las mezclas de café *gourmet*, que son consumidas en cafeterías exitosas. Por otro lado, el café robusto es la variedad que más se utiliza en las bebidas solubles, al ser una especie muy resistente, con el doble de concentración de cafeína en comparación con la arábica, por esta razón, su sabor es más fuerte y amargo (Palacio Legislativo de San Lázaro, 2001).

En comunidades y ejidos, la situación de los pequeños productores es cada vez más desventajosa, sobre todo en su comercialización, debido a que tienen que competir con otros sistemas modernos y eficientes que están respaldadas financieramente, generando posicionamiento en el mercado con un costo de venta al público mucho más elevada, aunque no sean de su misma calidad; esto no solo sucede en ámbitos cafetaleros. La producción del café tiene un gran trasfondo de tradición en su cultura, historia y economía; al mismo tiempo, se da en los contextos más pobres, como Oaxaca, Puebla, Guerrero, Veracruz y Chiapas (Salgado, 2006). Durante el periodo 2017-2018, las zonas de producción de café tuvieron 712 mil ha de sembradío (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural , 2020).

Diseño metodológico

La presente investigación es descriptiva, no experimental, transversal y cualitativa, complementada con un cuestionario. La selección de la muestra fue por conveniencia.

Población objeto de estudio

Las unidades de análisis de esta investigación son las microempresas cafetaleras de la comunidad rural de Temascalapa, situada en el municipio de Tlacuilotepec, en el estado de Puebla. Esta comunidad se encuentra a 720 metros de altitud y para el 2020, contaba con 307 habitantes -157 hombres y 150 mujeres-, con un alto porcentaje de población indígena con lengua propia y sistema de usos-costumbres. No existe propiamente un censo y la mayoría de estas empresas no están inscritas en el Registro Federal de Contribuyentes.

Instrumento

Diseño de la entrevista

En una primera etapa, se desarrolló una entrevista conformada por once preguntas relacionadas con indicadores de la RSE agrupados en: derechos humanos, prácticas laborales justas, materia ambiental, prácticas justas de operación, asuntos de los consumidores y una conducta socialmente responsable. La elaboración de la entrevista se basó en López et al. (2017). Por otro lado, el tiempo promedio de cada sesión fue de 30 a 40 minutos; todas fueron grabadas y documentadas.

Este instrumento se dirigió a empleadores (dueños) de microempresas cafetaleras para identificar las prácticas de RSE y tener un punto de partida para aplicar después un cuestionario a empleados. La entrevista estuvo validada por dos expertos, asegurando claridad y pertinencia para su aplicación.

Diseño del cuestionario

En la segunda etapa se adaptó el cuestionario de López et al. (2017), integrado por 12 preguntas con escala de Likert, tomando como referencia los puntajes van del número 1 al 5; siendo el 1 en desacuerdo, pasando por puntos intermedios hasta llegar al 5 que representaba de acuerdo. Las preguntas se enfocaron en la percepción de RSE mediante derechos humanos, prácticas laborales justas, materia ambiental, asuntos de los consumidores y una conducta socialmente responsable. Además, se agregaron datos estadísticos como antigüedad en la empresa, sexo, entre otras, para contextualizar el estudio. El cuestionario fue validado por dos investigadores expertos que han publicado sobre el tema.

Procedimiento

La investigación comenzó a principios de octubre de 2022, con la aplicación presencial de seis entrevistas semiestructuradas a empleadores para tener indicios sobre las prácticas de RSE. Después, se aplicó una prueba piloto del cuestionario a diez empleados para asegurar que la lectura fuera entendible. Posteriormente, se aplicó el cuestionario presencial a finales de octubre a 60 empleados de las organizaciones estudiadas para capturar datos en una tabla de Excel, para analizarlos en el *software* SPSS versión 21. El tratamiento estadístico permitió obtener convergencias y divergencias entre empleadores-empleados.

Resultados Empleadores

En primera instancia, se presentan las características de los seis empleadores entrevistados, esto permite contextualizar el estudio y entender mejor los resultados. A continuación, se presentan los comentarios generalizados.

a) Sexo del entrevistado: todos fueron del género masculino. Como hallazgo, la responsabilidad de estas empresas cae la mayoría de las veces en hombres, lo anterior influido por costumbres ancestrales y arraigadas en la comunidad. En este sentido, no se percibe a la mujer como líder.

b) Edad: las edades fluctúan de 47 a 86 años.

c) Lugar de nacimiento: todos los entrevistados son originarios o de comunidades vecinas a Temascalapa, esto permite suponer que este tipo de negocios son generados y operados por gente con un origen similar.

d) Nivel de estudios: el rango va desde personas sin educación formal hasta personas con bachillerato, lo que habla de su vulnerabilidad.

e) Fecha en que se fundó la empresa: el rango en cuanto a la fundación de estas empresas varía de 20 a 70 años pasando por años intermedios. Lo anterior hace suponer que este tipo de empresas tienen mucho arraigo y conocimiento acumulado.

f) Iniciador original de la empresa: la mayoría de los entrevistados manifiesta que las empresas fueron fundadas por sus padres. En otros casos, los fundadores son las mismas personas que las operan.

g) Número de trabajadores de la empresa: el número de empleados en su mayoría es igual o menor a 10, cumpliendo con ello la calidad de microempresas según la clasificación de la Secretaría de Economía y del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

h) Su familia también trabaja en la empresa: de forma inversa a lo que se pudiera haber supuesto, las familias de los dueños de este tipo de empresas no siempre trabajan en ellas, las respuestas en este sentido muestran un equilibrio entre las que sí y las que no.

i) Tiene otros ingresos a la producción de café: las respuestas permiten afirmar que las personas entrevistadas en su gran mayoría tienen otros ingresos relacionados con la agricultura.

j) Las instalaciones de su empresa son propias: todos los entrevistados manifestaron ser propietarios de sus propias instalaciones, lo que habla de un negocio propio de los lugareños.

k) Sus clientes son locales, foráneos o extranjeros: llama la atención que la mayoría de las personas entrevistadas se maneja con intermediarios; solo un entrevistado manifestó tener clientes extranjeros.

Ahora bien, sobre las preguntas de la entrevista enfocadas a obtener indicios de RSE, se presenta un concentrado de las respuestas.

Dimensión "derechos humanos"

P1. ¿Qué piensa usted sobre el empleo de menores de edad y el trabajo forzado? *Sobre esta pregunta las opiniones son divididas entre los entrevistados; algunos afirman no estar de acuerdo con el trabajo de menores de edad; otros se muestran abiertos a esta opción por la necesidad imperante.*

P2. ¿Cree que sea correcto menospreciar a las personas por su color, religión o posición económica? ¿Por qué? *La respuesta a esta pregunta es consensada, los entrevistados no están de acuerdo con discriminar personas.*

Dimensión "prácticas laborales justas"

P3. Como dueño de empresa, ¿usted piensa en que sus empleados tienen un ambiente laboral libre de hostigamiento moral y sexual? ¿Por qué? *La opinión consensada es que los entrevistados perciben que existe un ambiente laboral libre de hostigamiento moral y sexual.*

P4. Como dueño de empresa, ¿usted considera condiciones de trabajo seguras y saludables para sus empleados? ¿Por qué? *La naturaleza de su trabajo encuentra las respuestas encontradas; como hallazgo dos entrevistados no entendieron la pregunta, uno incluso pensó que se refería al Seguro Social (IMSS) que se debe otorgar a los empleados.*

Dimensión "materia ambiental"

P5. ¿Cómo cuidan el agua y la energía en su empresa? *En cada respuesta se puede ver la conciencia existente por el cuidado del agua y de la luz de diversas formas. Aunque no se percibe un conocimiento formal, hay una preocupación generalizada por su cuidado.*

P6. ¿Qué piensa usted del cuidado del medioambiente? *Este tipo de empresas, de acuerdo con los entrevistados, se preocupa mucho por el cuidado del medioambiente; para ellos es importante conservar su entorno porque es parte integral de su trabajo diario.*

Dimensión "prácticas justas de operación"

P7. ¿Qué piensa usted de la corrupción? *Las respuestas a esta pregunta fueron en tres sentidos: para algunos el término corrupción se confunde con otros términos como robos y delincuencia en general; para otros, no existe en la zona; por último, una tercera parte manifestó que sí existe en el medio, dejando ver su desacuerdo con ello.*

P8. ¿Considera usted que ha transmitido a sus empleados una forma ética de manejarse en su día a día? ¿Por qué? *La mayoría de los entrevistados manifiestan estar de acuerdo en que sí han permeado a sus empleados la idea de manejarse de forma ética.*

Dimensión “asuntos de los consumidores”

P9. ¿Qué tan importante es para usted la opinión de sus clientes para mejorar su producto? *La opinión del cliente es importante porque básicamente son la razón de ser del negocio, se percibe que todo gira alrededor del cliente lo cual es congruente con las ideas generalizadas de los negocios.*

P10. ¿Su empresa mejora el producto pensando en el bienestar de sus clientes? ¿Por qué? *Las respuestas están concentradas de forma afirmativa, aunque algunos entrevistados no explicaron las razones otros sí dejaron entrever que se piensa en el bienestar de los clientes con las acciones que realizan en el día a día.*

Dimensión “desempeño socialmente responsable”

P11. ¿Su empresa ha apoyado programas de limpieza, mantenimiento de alguna escuela o algún parque? ¿Cuál? *Las respuestas son contradictorias porque algunos manifiestan que sí, principalmente en mantenimiento, reparación o construcción de iglesias, revelando la enorme religiosidad existente en estas zonas. Por otro lado, otros entrevistados no han participado en acciones de este tipo.*

Con el análisis de las entrevistas, se ponen de manifiesto algunas dimensiones de RSE (Tabla 4). Como hallazgo, se puede mencionar que la adaptación a las dimensiones propuestas por la ISO26000 y derivadas (López, 2017; Nahuat, 2022) sirvieron de base para las entrevistas.

Tabla 4. Dimensiones manifestadas de RSE, de acuerdo con la percepción de los empleadores

Dimensión	Se manifiesta
Derechos humanos	Sí
Prácticas laborales justas	Sí
Materia ambiental	Sí
Prácticas justas de operación	Parcialmente
Asuntos de los consumidores	Sí
Desempeño socialmente responsable	No

Fuente: elaboración propia.

Empleados

Para comenzar el siguiente análisis, se anexan los datos descriptivos recabados de los encuestados, tales como edad, sexo, nivel de estudios, lugar de nacimiento, tiempo de antigüedad en la cafetalera, la comunidad o ciudad de residencia y el número de personas que dependen económicamente del encuestado. El 52 % de las personas

rondaba los 50 y 60 años. El 23 %, 40 a 50. El 22 %, entre 60 a 70. El 3 %, 30 a 40. Lo anterior habla de que en estas empresas no se discrimina por la edad. Dentro de la cafetaleras, el 83 % de las personas que laboran en el campo son hombres, el 17 % mujeres. Esto es congruente con las entrevistas en donde se manifiesta que los puestos de trabajo están dominados por el género masculino.

En cuanto al nivel de estudios, un 23 % solo terminó hasta primero de primaria, el 20 % segundo, el 8 % tercero, el 5 % quinto y el 3 % sexto; lo cual indica que la mayoría no concluyó el nivel básico de estudios. El 20 % no estudió ningún nivel educativo. El grueso de los encuestados carece de una educación formal.

El 40 % de las personas encuestadas nació en la comunidad de Temaxcalapa, el 23 % en Xicotepec; el 2 % en Huauchinango, Puebla. Los demás individuos son de Tlaxco, Xalamitla, Mazacatlán, Nactanca, El Zacatal y Tlapehuala, ubicados en el municipio de Tlacuilotepec. Como se puede ver, las personas que laboran en estas empresas son de la localidad o de lugares aledaños.

El 25 % de los encuestados tiene entre 30 y 40 años de antigüedad; otro 25 % tiene entre 10 y 20; el 27 %, 20 a 30; el 18%, 1 a 10; el 2 %, 40 a 50; y el 3 %, 50 a 60. La antigüedad sugiere una baja rotación que se justifica si hay familias completas que laboran en estas cafetaleras. En cuanto al lugar de residencia, el 52 % de la población vive en la comunidad de Temaxcalapa, el 30 % recorre Xicotepec hasta llegar a la comunidad para laborar en el campo, mientras el 12 % viene de una comunidad ubicada a 59.2 km llamada Nactanca. El 3 % tiene residencia en Mazacatlán, el 2 % en Huauchinango y en otro 1 % en Tlapehuala. En resumen, todo el personal vive en la población donde están establecidas las microempresas estudiadas o en sus alrededores.

En lo relativo al número de dependientes, el 50 % de los encuestados tiene de 0 a 3 personas en su hogar; el 45 %, 4 a 6; el 5 %, 7 a 9. Las familias en la zona son numerosas y dependen del salario de otros. En concreto, el análisis del perfil de los empleados encuestados revela que son personas mayores de 40 años, del sexo masculino, originarias de la población donde se encuentran las empresas estudiadas, con estudios menores a la primaria y la mitad con más de tres dependientes económicos.

A continuación, se exponen los resultados de la escala Likert, donde el 1 es totalmente en desacuerdo y el 5 es totalmente de acuerdo. La encuesta cuenta con seis indicadores (derechos humanos; prácticas laborales justas; materia ambiental; prácticas justas de operación; ética acerca de los asuntos de los consumidores; conducta socialmente responsable) y 12 preguntas.

Pregunta 1: El trabajador percibe de la empresa un salario equitativo y satisfactorio que le asegure una existencia decorosa. El 42 % está en total desacuerdo por el bajo salario; el 28 %, en desacuerdo; el 10 %, neutro; el 10 %, de acuerdo; el 10%, totalmente de acuerdo.

Pregunta 2: La empresa prohíbe el trabajo forzado y el empleo de trabajadores menores de edad. El 40 % está totalmente de acuerdo, ya que la mayoría de las personas del campo son adultas; el 37 % es neutro; el 3 % argumenta que hay menores de edad laborando en el campo por la necesidad en casa, por lo que deben trabajar desde pequeños; el 20 % de respuestas se distribuye en puntos intermedios.

Pregunta 3: La empresa cuenta con condiciones de trabajo seguras y saludables. El 42 % coincide en que, por la ubicación de las cafetaleras en laderas, hay riesgos de caídas, deslave de rocas y picaduras de animales; el 27 % está totalmente en desacuerdo. El 15 % es neutral; el 6 %, parcialmente de acuerdo; el 10 %, totalmente de acuerdo.

Pregunta 4: La empresa cuenta con un horario de trabajo y descanso suficiente para recuperar la energía perdida. El ambiente laboral es libre de hostigamiento moral y sexual. El 40 % está de acuerdo, ya que existe un ambiente de respeto; el 32 %, parcialmente de acuerdo; el 23 %, neutro; el 3 %, en desacuerdo; el 2 %, en total desacuerdo.

Pregunta 5: La empresa conserva el medioambiente y evita contaminar. El 65 % está totalmente de acuerdo, ya que se preocupan por cuidar su hogar y su fuente de trabajo. El 25 % está parcialmente de acuerdo; el 8 %, neutro; el 2 %, en total desacuerdo, porque aún hay cafetaleras que ocupan productos germicidas.

Pregunta 6: La empresa promueve la disminución en el consumo de energía y agua. El 48 % está totalmente de acuerdo; el 22 %, parcialmente, ya que el sistema de riego del cafeto ocupa el agua del manantial, ríos y lluvias; el sistema de energía solo se ocupa en una temporada del año, en el secado y tostado; el 28 % está neutral; el 2 %, en desacuerdo.

Pregunta 7: La empresa promueve en sus trabajadores un desempeño responsable con sus clientes. El 50 % coincide en que su patrón promueve un clima de respeto con sus compañeros y con el cliente; el 20 % está parcialmente de acuerdo; el 25 %, neutral; el 5 %, en desacuerdo.

Pregunta 8: La empresa sanciona a los trabajadores que realicen prácticas corruptas. El 45 % está totalmente de acuerdo en que el patrón tome represalias con personas corruptas o que roban; el 12 % menciona que se castiga con llamadas de atención (parcialmente de acuerdo), el 13 % es neutro; el 15 %, parcialmente en desacuerdo; el 15 %, argumenta que el patrón deja pasar la acción.

Pregunta 9: La empresa busca y utiliza la opinión de sus clientes para mejorar sus productos y servicios. El 66 % está totalmente de acuerdo; el 22 %, parcialmente de acuerdo; el 7 %, neutral; el 3 %, en desacuerdo; el 2%, totalmente en desacuerdo.

Pregunta 10: La empresa mantiene un constante mejoramiento en los productos y servicios para hacerlos más seguros para el consumidor. Además, proporciona información a los consumidores acerca de los riesgos o peligros que existen al utilizar los productos. El 57 % está totalmente de acuerdo; el 23 %, parcialmente de acuerdo; el 15 %, neutral; el 3 %, parcialmente en desacuerdo; el 2 %, totalmente en desacuerdo.

Pregunta 11: La empresa apoya programas comunitarios (como limpieza, vigilancia, entre otras) y organizaciones no gubernamentales (DIF, Cruz Roja, etcétera). El 33 % está totalmente en desacuerdo; el 33 %, parcialmente en desacuerdo, con dedicación exclusiva al café. El 18 %, neutral; 8 %, de acuerdo; 8 %, totalmente de acuerdo en que se apoyan programas municipales.

Pregunta 12: La empresa apoya en la infraestructura de escuelas o parques de la comunidad (pintura, limpieza, entre otras). El 75 % está totalmente en desacuerdo; el 10 %, parcialmente de acuerdo. El 7 %, neutral; el 7 %, totalmente de acuerdo; el 1 %, parcialmente de acuerdo, debido a que realizan limpieza de la escuela y la iglesia de la comunidad.

Ahora bien, se puede hacer una breve recapitulación que permita ver qué dimensiones de RSE perciben los empleados (Tabla 4). Considerando las ocasiones en que son mayoría los rubros parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo, se concluye que la RSE se manifiesta en distintas dimensiones.

Tabla 4. Dimensiones manifestadas de RSE, de acuerdo con la percepción de los empleados

Dimensión	Se manifiesta	Observaciones
Derechos humanos	Parcialmente	Mientras que en las opiniones de la P1 existen contradicciones en las respuestas, en la P2 si se refleja una actitud apegada a la RSE.
Prácticas laborales justas	Parcialmente	Mientras las respuestas de la P3 sugieren que sí, las respuestas de la P4 sugieren que no existe un comportamiento apegado a la RSE en esta dimensión.
Materia ambiental	Positivo	Las respuestas de las P5 y P6 permiten afirmar que las empleadoras sí se preocupan por el medioambiente.
Prácticas justas de operación	Positivo	Las respuestas de la P7 y P8 sugieren en su mayoría una conducta apegada a la RSE.

Dimensión	Se manifiesta	Observaciones
Asuntos de los consumidores	Positivo	Tanto las respuestas de la P9 y P10 van en el mismo sentido, se manifiesta la RSE.
Desempeño socialmente responsable	Negativo	Las respuestas a la P11 y P12 muestran una conducta no apegada a la RSE.

Fuente: elaboración propia.

Es conveniente recordar la pregunta de investigación que guió la presente investigación: ¿Cuáles son las prácticas de RSE en las microempresas cafetaleras de la comunidad de la comunidad indígena de Temascalapa, Puebla?

La respuesta a la pregunta de investigación en el desarrollo de esta investigación es que, para los empleadores, las prácticas realizadas son derechos humanos, prácticas laborales justas, materia ambiental y asuntos de los consumidores; mientras que para los empleados son materia ambiental, prácticas justas de operación y asuntos de los consumidores. La coincidencia de las dimensiones percibidas de RSE entre ambos puntos de vista (empleadores y empleados) son materia ambiental y asuntos de los consumidores.

Discusión

El presente estudio mixto se diferencia de otros que optaron por el enfoque cualitativo (Zayas, 2019; Villafán y Ayala, 2014), el enfoque cuantitativo con alcance descriptivo (Ortiz et al., 2019) y el análisis bibliométrico (Lizcano-Prada y Lombana, 2018). Mientras los empleadores manifiestan parcialmente una actitud socialmente responsable, también un porcentaje importante se muestra abierto al trabajo infantil, lo que resulta una contradicción que tiene similitud con Zayas (2019), quien encontró que el 56 % de las empresas estudiadas apoyaban a su comunidad; sin embargo, a pesar de conocer el concepto de RSE, realizan actos contrarios, como la quema de esquilmos o desechos de mariscos arrojados al mar. En ambos estudios existe un respeto consensado por la equidad.

La RSE se refleja de forma básica en este tipo de empresas, como mencionan Ortiz et al. (2019) en su estudio en comunidades ejidales dedicadas al turismo. Aunque existen evidencias de diversas entidades de México, como Sinaloa (Zayas, 2019), Jalisco, Baja California Sur (Ortiz et al., 2019) y Michoacán (Villafán y Ayala, 2014), resultan insuficientes si se considera la importancia de la relación entre la RSE y empresas agrícolas para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (Lizcano-Prada y Lombana, 2018).

Conclusiones

El objetivo principal que guió esta investigación fue identificar las prácticas de RSE en las microempresas cafetaleras de la comunidad indígena de Temaxcalapa, Puebla. Si bien hubo discrepancia entre la percepción de los empleadores y los empleados en lo referente a las dimensiones de RSE percibidas, es conveniente resaltar las coincidencias en las conductas socialmente responsables. Estas comunidades se preocupan mucho por su entorno y están conscientes que representa su forma de sobrevivencia. La actitud de conservar la naturaleza es parte de sus labores cotidianas y se ha transmitido por generaciones. Los empleadores y empleados nacieron en estas comunidades, han pertenecido a ellas por generaciones e incluso tienen poco contacto con el exterior. Ahora bien, la naturaleza es parte de su vida y les proporciona un ingreso económico para subsistir.

En lo que respecta a sus consumidores, los resultados reflejan una conciencia de que el éxito o fracaso de sus actividades provienen de su trabajo y de lo que opinen sus clientes. De acuerdo con el análisis de las entrevistas y cuestionarios, su actitud es genuina y consensada. Por otro lado, la RSE, aunque se ha estudiado desde diversas perspectivas, no se ha centrado en estos pueblos indígenas, considerados grupos vulnerables. Las microempresas son el *modus vivendi* de buena parte de estas poblaciones, por lo que identificar las prácticas de RSE representa un aporte a la literatura para futuros estudios, partiendo de que sí existen conductas responsables en este contexto cafetalero.

La limitación de la presente investigación es su enfoque cualitativo, que no permite generalizar los resultados. Además, no se sabe si la adopción informal de una actitud socialmente responsable sea propia de esta población o de otros sectores rurales dedicados al cultivo del café. Se sugiere seguir con esta línea en otras poblaciones campesinas indígenas del país.

Referencias

- Álvarez Osorio, M. C. y Vargas Arenas, R. A. (2013). Beneficios que trae para las empresas la incorporación de la RSE en sus objetivos corporativos: caso colombiano. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (58-59), 55-71. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.14629>
- Bom-Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2), 130-146.
- Boydell, H. (2018, 29 de noviembre). Café y sostenibilidad: ¿Cuáles son los principales problemas? *Perfect Daily Grind*. <https://perfectdailygrind.com/es/2018/11/29/cafe-y-sostenibilidad-cuales-son-los-principales-problemas/#:~:text=El%20Foro%20Econ%C3%B3mico%20Mundial%20informa,a%C3%BAn%20m%C3%A1s%20el%20deterioro%20ambiental.>
- Centro Mexicano para la Filantropía A.C. [Cemefi]. (2022). *Convocatoria 2022 Distintivo ESR® MIPYMES Empresa Socialmente Responsable*. Cemefi. https://www.cemefi.org/esr/descargas/2022/Convocatoria_PYMES_ESR_2022.pdf
- _____. (s.f.). *Directorio de Agentes*. <https://rutasparafortalecer.org/agentes/centro-mexicano-para-la-filantropia-a-c/>
- Cota, E. y Hamasaki, R. (2019). La PYME y el distintivo de empresa socialmente responsable (ESR). En Y. Chirinos, A. Ramírez, R. Godínez, N. Barbera y D. Rojas. (Coords.), *Tendencias en la Investigación Universitaria: Una visión desde Latinoamérica* (pp. 128-143). Fondo Editorial Universitario Servando Garcés.
- Darnall, N. & Carmin, J. (2005). Greener and cleaner? The signaling accuracy of U.S. voluntary environmental programs. *Policy Sciences*, 38, 71-90.
- Expok. (2018). *Distintivo ESR*. <https://www.distintivoesr.com/>
- Economía Real. (2015). ¿Por qué está en problemas el cultivo de café en México? *Dinero en Imagen*.
- Ehnis, G. G. (2019). El café de México, tradición que permanece. *El Conocedor*. Escuela Europa de Excelencia. (2016, 30 de mayo). Nuevas Normas ISO. <https://www.nueva-iso-14001.com/2016/05/iso-14001-como-comenzo/>
- Jaimes, M., Jacobo, C. y Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Tiempo y Economía*, 8(2), 201-217. <https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Lizcano-Prada, J. y Lombana, J. (2018). Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios. *Estudios Gerenciales*, 34(148), 347-356. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.148.2657>
- López, A., Ojeda, J. y Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- León, M. (2022, 19 de mayo). El cambio climático amenaza las cosechas de café. *Cambio 16*. <https://www.cambio16.com/el-cambio-climatico-amenaza-las-cosechas-de-cafe/>

- Toledo, V. y Moguel, P. (1996). El café en México, ecología, cultura indígena y sustentabilidad. *Ciencias*, (43), 40-51. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/cns/issue/view/935>
- Montilla-Pérez, J., Arcila-Pulgarín, J., Aristizábal-Loaiza, M., Montoya-Restrepo, E., Puerta-Quintero, G., Oliveros-Tascón, C. et al. (2008). Propiedades físicas y factores de conversión del café en el proceso de beneficio. *Avances Técnicos 370*. Caldas: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Programa de Investigación Científica.
- Organización Internacional de Normalización [ISO]. (2014). *Guía sobre responsabilidad social. Descubriendo ISO 26000*. Secretaría Central de ISO.
- Ortiz, D., Chávez, R. y Cornejo, J. L. (2019). Turismo de base comunitaria y responsabilidad social en los ejidos El Jorullo y Benito Juárez, México. *RITUR: Revista Iberoamericana de Turismo*, 9(ext. 2), 23-38.
- Osorio, J., Mogrovejo, J. y Duque, P. (2022). Responsabilidad social empresarial y América Latina: una revisión de literatura. *Equidad y Desarrollo*, (40), 43-64. <https://doi.org/10.19052/eq.voll.iss40.3>
- Palacio, A. K. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75-85.
- Palacio Legislativo de San Lázaro. (2001). El mercado del café en México. *Centro de Estudios de las Finanzas Públicas*. <https://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf>
- Promecafé. (s.f.). *El proceso de producción de café*. <https://promecafe.net/?p=14256#:~:text=En%20el%20procesamiento%2C%20se%20elimina,materializa%20antes%20de%20su%20exportaci%C3%B3n>
- Roberts, H. y Robinson, G. (2003). *ISO 14001 EMS Manual de sistemas de gestión medioambiental*. Thompson Paraninfo.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. Pearson Prentice Hall
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA]. (2017). *Café mexicano*. Planeación Agrícola Nacional.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural [SADER]. (2020). *El café una producción en manos sabias*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/el-cafe-una-produccion-en-manos-sabias?idiom=es>
- Vargas, C., Martínez, V., Bozada, L., Rodríguez, H. y América, L. (2015). El café en los tiempos de la roya. *El Jarocho Cuántico*.
- Villafán, K. y Ayala, D. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*, 59(4), 223-251. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422014000400010&lng=es&tlng=es.
- Zayas, I. (2019). La competitividad en las empresas agropecuarias a través de la responsabilidad social empresarial. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 45, 273-284.

Capítulo 5

Responsabilidad social universitaria en estudiantes del sur de Tamaulipas

Resumen

El estudio de la responsabilidad social universitaria (RSU) se hace necesario por todos los *stakeholders* que implica. Así pues, el objetivo del presente estudio es analizar la percepción de la RSU de los estudiantes del sur de Tamaulipas. En el último trimestre del 2023, se recolectaron 150 observaciones de alumnos de una universidad pública del sur de Tamaulipas con Google Forms. Los reportes generados se analizaron de forma descriptiva. Los resultados muestran que las mujeres perciben más las prácticas de RSU. Como hallazgo, el grueso de los estudiantes se percibe como clase media. La investigación permite avanzar en el conocimiento de la RSU.

Palabras clave: responsabilidad social universitaria, Tamaulipas, estudiantes, descriptivo, universidad.

Introducción

La responsabilidad social (RS) se inició en el sector empresarial, pero con el tiempo se ha trasladado a otros escenarios, como el ámbito universitario. En este sentido, su estudio se ha concentrado en Hispanoamérica, destacando trabajos de países como Chile (Severino-González et al., 2023), España (Pegalajar-Palomino et al., 2021) o México (Nahuat et al., 2024).

Aunque la RS se puede estudiar desde la perspectiva de los docentes, administrativos o personal de mantenimiento, los estudiantes son el centro y la razón de ser. Desde la perspectiva de los estudiantes, esta se entiende como:

La capacidad de comprometerse con los otros, de mantener una actitud de escucha y diálogo, un pensamiento crítico ante los problemas de su entorno

para el descubrimiento de los valores, el ejercicio de la empatía, de entender el sentido del servicio y trabajo por el bien común, considerando que la acción personal repercute en la mejora social y que, el ejercicio de su responsabilidad como estudiantes universitarios, implica su desarrollo como futuros profesionales socialmente comprometidos (Pegalajar-Palomino et al., 2021, p. 98).

La importancia de investigar la RS en estudiantes universitarios, sobre todo en sus primeros semestres, radica en que se encuentran en un proceso formativo de su personalidad, que incluye estereotipos relacionados con el género y una cosmovisión en general (Villanueva y Grau-Alberola, 2019). Por tanto, lo que aprendan en su escuela, podrán retribuirlo a la sociedad y al medioambiente.

Así pues, esta investigación analiza la percepción de la RSU de los estudiantes del sur de Tamaulipas; se organiza en una revisión de la literatura donde se aborda su concepto, posteriormente se detalla la metodología. En el apartado siguiente se presentan los resultados alcanzados, con su respectiva discusión; para finalizar con las conclusiones generales, así como futuras líneas de investigación.

Revisión de la literatura

Responsabilidad social universitaria (RSU)

La RS tiene su origen en las empresas que buscaban abordar problemas como el calentamiento global, la hambruna, el deterioro acelerado de la flora y fauna, la pobreza extrema, la pérdida de valores, entre otras. Lo anterior obliga a las empresas a adoptar un compromiso con la sociedad y su entorno más allá de sus obligaciones legales. Con lo anterior, el concepto de RS creció exponencialmente en todo el mundo en los últimos 20 años (Amato et al., 2016); sin embargo, no existe un consenso en su definición (Martínez y Rodríguez, 2013).

Entre las diversas definiciones de responsabilidad social empresarial (RSE), se puede citar a Tiep et al. (2021), quienes la definen como “una idea de desarrollo sostenible, relacionada con diferentes niveles de la sociedad, desde cuestiones ambientales hasta bienestar social, educación y calentamiento global” (p. 2).

Con el tiempo, la RS se diversificó y ha alcanzado a otras organizaciones como empresas paraestatales, gobiernos y universidades. Dentro de estas últimas, el despertar se da inicialmente en Latinoamérica, donde los países empiezan a concientizarse de la influencia y responsabilidad que tiene la universidad en la sociedad (Nahuat et al., 2024). La RSU se define como:

La gestión integral y estratégica de los impactos que las funciones sustantivas de formación, investigación y proyección social generan sobre los grupos de interés de la universidad, con miras a promover la justicia social y el desarrollo humano

sostenible, al tiempo que se da respuesta a las demandas propias de la sociedad del conocimiento (Santana, 2022, p. 17).

Además, contribuye con diversos valores, como la ética, la tolerancia, la equidad, la inclusión, entre otras, canalizados hacia el bien común (Nahuat et al., 2024).

Adoptar una gestión integral socialmente responsable en las universidades resulta complejo, como agregan Vallaey y Álvarez-Rodríguez (2022): “Enseñar es una cosa, aprender es otra” (p. 110). Es decir, la universidad está siempre en un papel de calificar o decidir quién tiene los conocimientos necesarios.

Forero-Jiménez (2019) señala que la RSU debe existir desde el ingreso del estudiante hasta la finalización de sus estudios, con el objetivo de que estén inmersos en una cultura socialmente responsable que puedan replicar en sus futuros lugares de ocupación y otras áreas de influencia, como trabajo, familia o amistades.

Siguiendo con Vallaey y Álvarez-Rodríguez (2022), la implementación de la RSU involucra diversos obstáculos y barreras, por ejemplo, en la RSE los *stakeholder* (clientes, proveedores, entre otras) son exigentes, pero en las universidades no lo son. Asimismo, no existen mecanismos estandarizados para medir su cumplimiento, muchos se basan en percepciones y no en datos. Drucker (1969), un autor clásico, enfatiza que la propia universidad no está consciente de su responsabilidad ante la sociedad, en gran medida por el monopolio del poder de decisión para determinar quiénes acceden a profesiones valoradas por la sociedad.

La adopción de la RSU aplica tanto para universidades públicas o privadas (Torres y Sánchez, 2014). Temas como la pobreza, la desintegración social o el cuidado del medioambiente deberían ser el punto central en sus programas (Jiménez et al., 2004), para que cada egresado replique lo visto en clase y proponga cambios en la sociedad. Sumados, harán una diferencia gradual que se dejará sentir en el planeta, con sus respectivos beneficios. Actualmente, muchas universidades mencionan ser socialmente responsables, a pesar de que no han valorado su impacto en la sociedad y en el medioambiente (Vallaey y Álvarez-Rodríguez, 2022). Dicho de otra forma, se convierte en un discurso vacío sin ningún valor o sustento.

Este trabajo se encuadra en la teoría de las partes interesadas (teoría de los *stakeholders*) de Freeman (1984). Nahuat et al. (2020) señalan que, entre las aproximaciones a la RS, la más idónea es “la teoría de los *stakeholders* por tener como propósito que las corporaciones atiendan a sus distintas partes interesadas como clientes, proveedores, entre otros, se vuelve la más recurrida” (p. 143). Macías y Bastidas (2019) apuntan que la universidad debe responder a las necesidades y requerimientos de aquellas personas que se ven afectadas por su desempeño. En

esta línea, siguen diversos trabajos enfocados en la evaluación de la RSU (Baca-Neglia et al., 2017; Da Silva et al., 2018; Gallardo-Vázquez, 2019).

La RS también se puede encuadrar en la teoría de la agencia de Jensen y Meckling (1976), enfocada en la rendición de cuentas por parte de los directivos ante los accionistas, aunque esta teoría no es la ideal, ya que la universidad pública persigue fines sociales por medio de sus alumnos y egresados. La teoría de la legitimidad de Weber (1977) pretende mejorar la reputación social alineando la empresa a las expectativas de la sociedad. Una de sus desventaja es que puede ser utilizada con actos reñidos con la ética o la RS. Un segundo punto es que la organización, en su búsqueda por legitimarse, no siempre considerará los intereses de los diferentes grupos sociales a los que afecta. La teoría de los recursos y capacidades de Wernelfelt (1984) y Barney (1991) señala que las estrategias de RS generadas dentro de la organización se pueden convertir en una ventaja competitiva. Sin embargo, la universidad pública en esencia busca contribuir con la sociedad y no propiamente competir con otras universidades.

Metodología

El estudio es empírico, cuantitativo, descriptivo, no experimental, transversal, con una muestra no probabilística y no representativa.

Población y muestra

La muestra no es probabilística, es decir, se escogieron los participantes a conveniencia y no es representativa; solo representa a 150 alumnos encuestados, ya que este estudio es una primera aproximación del fenómeno.

Instrumento

Como instrumento de recolección de datos, se seleccionó el cuestionario de García et al. (2016), que ya fue utilizado en otras investigaciones con alumnos de universidades y con un propósito similar (Fonseca et al., 2019; Pegalajar-Palomino et al., 2021; Romero-Argueta et al., 2020; Severino-González et al., 2023). En total, fueron 20 preguntas en forma de oración, agrupadas en cuatro dimensiones (compromiso con los demás y el entorno; descubrimiento personal de los valores; formación de la responsabilidad social; planteamiento del ejercicio profesional desde el compromiso social), es decir, cinco preguntas por dimensión, en una escala de Likert de 6 puntos en la que 1 representaba el mínimo de acuerdo, hasta llegar al 6 de máximo de acuerdo. En la parte inicial del documento se agregaron, como preguntas sociodemográficas, el sexo y la clase social en que se perciben los estudiantes encuestados. Esto con la finalidad de conocer a profundidad la

población estudiada.

Procedimiento

En el último trimestre del 2023 se inició con una encuesta cara a cara con alumnos de una universidad pública del sur de Tamaulipas, específicamente los municipios de Tampico, Madero y Altamira. Previamente, a los alumnos se les explicó el propósito del estudio y que los datos recabados se manejarían con fines estadísticos para elaborar una investigación, respetando su identidad personal y la información que pudieran proporcionar. Posteriormente, los datos recabados se ingresaron a Excel, donde de inicio se realizó una exploración previa para detectar información atípica o ausente. Esta revisión es importante para evitar distorsiones en los resultados (Kline, 2011). En un segundo paso, se utilizó estadística descriptiva, generando una serie de gráficas; esta disciplina “consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas y procedimientos para obtener resúmenes elaborados y *psicológicamente significativos* a partir del conjunto de información disponible en un estudio” (Granero, 2016, p. 1).

Resultados

El 61 % de los encuestados son del sexo femenino; un 39 %, masculino. Un 76 % se percibe de clase media, un 20 % baja y un 4 % alta. A continuación, la Tabla 1 aborda las preguntas del cuestionario con sus respectivas medias, agrupadas por dimensiones:

Tabla 1. Reactivos con medias

Dimensión/Reactivo	Media
Compromiso con los demás y el entorno	4.8
Pregunta 1. Tengo una visión global de la situación actual del mundo y soy consciente de la necesidad urgente de un desarrollo sostenible.	5.1
Pregunta 2. Esta toma de conciencia aumenta mi interés como universitario en contribuir a la mejora de mi entorno más cercano.	4.9
Pregunta 3. Me cuestiono cuál es mi posicionamiento personal ante las injusticias sociales, ante el dolor ajeno.	4.5
Pregunta 4. Pongo en práctica mi capacidad de servicio y compromiso con inmigrantes, discapacitados, indigentes, niños sin recursos, ancianos...	4.6
Pregunta 5. Considero que una de mis obligaciones como persona es ayudar a los demás desde el compromiso social.	4.9
Descubrimiento personal de los valores	4.00
Pregunta 6. Creo que el compromiso social se fundamenta en el reconocimiento y respeto de la dignidad de toda persona.	3.7

Dimensión/Reactivo	Media
Pregunta 7. Reconozco la necesidad de abrirme a los otros, de ponerme en su lugar y buscar el bien común, por encima de intereses individualistas.	3.9
Pregunta 8. Considero que el cambio personal es un paso previo y necesario para cambiar la realidad que me rodea.	5.1
Pregunta 9. He experimentado en primera persona la felicidad que conlleva el servicio y la solidaridad.	3.9
Pregunta 10. Considero que la experiencia de darse a los demás es provechosa para descubrir valores personales.	3.6
Formación de la responsabilidad social	4.70
Pregunta 11. Considero que el hecho de ser universitario ayuda a tomar conciencia de la importancia de la responsabilidad social.	5.1
Pregunta 12. He reflexionado sobre la importancia de no permanecer indiferente o ajeno ante lo que le sucede a los demás.	4.1
Pregunta 13. Creo que en la medida en que estudie y me prepare a fondo en la universidad, podré aportar más al cambio social.	5.1
Pregunta 14. La formación que recibiré en la universidad contribuirá en la práctica a que aumente mi grado de responsabilidad social.	4.9
Pregunta 15. Considero que la responsabilidad social es una competencia que se debe trabajar en la universidad	4.5
Planteamiento del ejercicio profesional desde el compromiso social	4.50
Pregunta 16. Me planteo el ejercicio de mi profesión futura como una profesión de ejercicio orientada al bien común.	4.4
Pregunta 17. Considero que el buen hacer profesional implica compromiso, trabajo en equipo, constancia, empatía, tolerancia, honradez y respeto.	5.4
Pregunta 18. Creo que mi realización personal y mi felicidad pasa por ser un profesional comprometido en la mejora del conjunto de la sociedad.	3.9
Pregunta 19. Considero que la acción de un buen profesional tiene repercusión en su entorno más inmediato y en otros de transcendencia mayor.	5.1
Pregunta 20. Creo que es realista afirmar que desde el ejercicio profesional es posible el compromiso social.	3.5

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con lo presentado en la Tabla 1, se observa que la dimensión mejor valorada es “compromiso con los demás y el entorno” mientras que en sentido inverso la menos valorada es “descubrimiento personal de valores”. Por otro lado, el reactivo mejor valorado de acuerdo con su media fue la pregunta 17: “considero que el buen hacer profesional implica compromiso, trabajo en equipo, constancia, empatía, tolerancia, honradez y respeto”. En el otro extremo, la menos valorada fue la pregunta 20: “creo que es realista afirmar que desde el ejercicio profesional es posible el compromiso social”.

Discusión

En general, las medias de las dimensiones son superiores a cuatro, si se parte de que eran seis puntos el máximo para calificar la RS, se entiende que se ubican por encima del promedio. Comparando otras investigaciones con el mismo instrumento en el contexto latinoamericano, son superiores a Pegalajar-Palomino et al. (2021) en España, y Severino-González et al. (2023) en Chile. En este sentido, el trabajo de Romero-Argueta et al. (2020) realizado en El Salvador con el mismo instrumento, no presenta medias de sus dimensiones, lo que hubiera sido interesante por su ubicación geográfica cercana a México.

Hablar de una escuela socialmente responsable implica más áreas y acciones. Por ejemplo, Ibarra et al. (2020), en su estudio de caso en una universidad pública en México, mencionan que adoptar una posición socialmente responsable implica conflictos y tensiones. Ahora bien, en el contexto mexicano los resultados son similares a otros de su tipo, por ejemplo, Nahuat et al. (2024) también se enfocaron en una escuela pública de negocios en México con el mismo instrumento y resultados similares, aunque con una muestra más grande y agregando la pregunta: “En conclusión, me percibo socialmente responsable”, para comprobar una correlación positiva y significativa entre esta y las cuatro dimensiones. La adopción genuina de la RS por parte de estudiantes de licenciatura en la presente investigación es muy similar al caso de San Luis Potosí estudiado por Barajas (2020), quien también realizó su estudio en una escuela de negocios. Sería interesante explorar si esta característica influye en los resultados.

Conclusiones

La investigación cumplió con su propósito de analizar la percepción de la RSU de los estudiantes del sur de Tamaulipas. Este primer acercamiento con el fenómeno permite a docentes y personal directivo visualizar los resultados de una campaña permanente de RS. Las medias revelan las fortalezas exactas por rubro, así como las debilidades existentes. Aunque las medias permiten inferir una adopción genuina de la RS, este proceso es dinámico y la adopción puede incrementar, pero también disminuir con el paso del tiempo.

En esta línea, el reactivo mejor evaluado implica un compromiso moral con la sociedad por parte de los alumnos próximos a integrarse al mercado laboral. Cada estudiante es un potencial padre o madre de familia, por lo que la idea de la RS puede permear en diversos contextos y multiplicar su efecto. Ahora bien, los estudiantes que se incorporan a esta dinámica de la RS influyen en los de nuevo ingreso, que intuitivamente seguirán su ejemplo.

Los estudiantes están comprometidos con el futuro y visualizan un trabajo arduo en su futuro profesional, pero esta visión va acompañada de un comportamiento socialmente responsable impulsado por su *alma mater*. Regularmente, los ejecutivos, gerentes y directores de empresas recibieron educación formal, por lo que los estudiantes son semillas de RS que replicarán en su vida laboral, logrando beneficios en temas como inclusión, justicia, equidad y ética. La principal limitación o debilidad de esta investigación es que no usó una muestra representativa y, sobre esto, se sugiere realizar estudios con muestras más amplias.

Referencias

- Amato, C. N., Buraschi, M. y Peretti, M. F. (2016). Orientación de los empresarios de Córdoba-Argentina hacia la sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial: identificación de variables asociadas a cada constructo. *Contaduría y Administración*, 61(1), 84-105. <https://doi.org/h6fq>
- Baca-Neglia, H. Z., Rondán-Cataluña, F. J. y García-Del-Junco, J. (2017). Propuesta de medición de la responsabilidad social universitaria. *Espacios*, 38(43), 1-37.
- Barajas, J., Benitez, M. y Ramírez, R. (2020). Responsabilidad social del estudiante en una universidad pública de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 1140-1158. DOI: <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33207>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Da Silva Junior, A., Martins-Silva, P., Vasconcelos, K., Correa, V., Ramos de Melo, M. y Ramos, M. (2018). Sustainability indicators for the management of Brazilian Higher Education Institutions. *Brazilian Administration Review*, 15(3), 1-22. <https://doi.org/h6f5>
- Drucker, P. F. (1969). *The Age of Discontinuity. Guidelines to Our Changing Society*. Harper & Row
- Fonseca, I., Bernate, J. Betancourt, M., Barón, B. y Cobo, J. (2019). Developing Social Responsibility in University Students. En *Proceedings of the 2019 11th International Conference on Education Technology and Computers* (pp. 215-218). ICETC 2019. <https://doi.org/10.1145/3369255.3369275>
- Forero-Jiménez, M. (2019). Modelo de responsabilidad social universitaria: una propuesta para las instituciones colombianas. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación*, 9(2), 249-260. <https://doi.org/10.19053/20278306.v9.n2.2019.9160>
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
- Gallardo-Vázquez, D. A. (2019). Escala de medida de responsabilidad social en el contexto universitario: una triple visión basada en competencias, formación y participación del estudiante. *Estudios Gerenciales*, 35(151), 159-177. <https://doi.org/h6f9>
- García, J., De la Calle, C., Valbuena, M. y De Dios, T. (2016). Hacia la validación del constructo “Responsabilidad Social del Estudiante Universitario” (RSEU). Bordón. *Revista de Pedagogía*, 68(3), 41-58. <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/32987>
- Granero, J. (2016). *Estadística descriptiva e inferencial*. Anlysis. Data y Models.
- Ibarra, L., Fonseca, C. y Santiago, R. (2020). La responsabilidad social universitaria. Misión e impactos sociales. *Sinéctica*, (54), e1008. [https://doi.org/10.31391/s2007-7033\(2020\)0054-011](https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2020)0054-011)
- Jensen, M. y Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 035-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X) Get rights and content

- Jiménez, M., de Ferrari, J., Delpiano, C. y Andrade, L. (2004). *Observando la responsabilidad social universitaria*. Universidad Construye País.
- Kline, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3ª ed.). The Guilford Press.
- Macías, D. y Bastidas, C. (2019). Responsabilidad social universitaria: estudio de caso desde la perspectiva de los estudiantes. *Ingeniería Industrial*, 6(23), 23-44. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/index.htm>
- Martínez, P. y Rodríguez, I. (2013). Revisión teórica del concepto y estrategias de medición de la Responsabilidad Social Corporativa. *Prisma Social*, 11, 321-350.
- Nahuat, B., Ochoa, M. L. y Morales, D. (2020). La responsabilidad social empresarial practicada por una empresa multinacional en un país huésped. Una visión a través de su capital humano. En J. Azuela, J. Arias, K. Jiménez y C. Estrada. (Eds.), *Gestión sustentable de la empresa*. Consejo Editorial del Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Nahuat, B., Rodríguez, M. y Carrillo, P. (2024). Análisis de la responsabilidad social de los estudiantes universitarios del sur de Tamaulipas, México. *Diálogos sobre Educación*, (29), 1-15. <https://doi.org/1032870/dse.v0i29.1418>
- Pegalajar-Palomino, M., Martínez-Valdivia, E. y Burgos-García, A. (2021). Análisis de la responsabilidad social en estudiantes universitarios de educación. *Formación Universitaria*, 14(2), 95-104. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000200095>
- Romero-Argueta, J., Coreas-Flores, E. y Severino-González, P. (2020). Responsabilidad social del estudiante universitario en El Salvador: Género y territorio. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(ext2), 426-441. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7599955>
- Santana, A. (2022). Evaluación de la responsabilidad social universitaria: una revisión sistemática de literatura. *Emerging Trends in Education*, (4)8, 16-31 <https://doi.org/10.19136/etie.a4n8A.4754>
- Severino-González, P., Sánchez-Limón, M., Rodríguez-Jasso, L. y Reyes-Cornejo, P. (2023). Percepción de estudiantes universitarios sobre responsabilidad social: entre el estallido social y la crisis sanitaria. *Formación Universitaria*, 16(1), 67-76. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062023000100067>
- Tiep, L. T., Huan, N. Q y Hong, T. (2021). Effects of corporate social responsibility on SMEs' performance in emerging market. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1878978. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1878978>
- Torres, A. y Sánchez, L. (2014). La responsabilidad social universitaria desde su fundamentación teórica. *Libre Empresa*, 11(1), 69-105. <https://doi.org/h6gf>

- Vallaey, F. y Álvarez-Rodríguez, J. (2022). El problema de la responsabilidad social de la universidad. Teoría de la educación. *Revista Interuniversitaria*, 34(2), 109-139. <https://doi.org/10.14201/teri.28599>
- Villanueva, B.J. y Grau-Alberola, E. (2019). Diferencias por sexo y edad en la interiorización de los estereotipos de género en la adolescencia temprana y media. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 17(1), 107-128. <https://doi.org/10.25115/ejrep.v17i47.2184>
- Weber, M. (1977). *Economía y sociedad*. FCE.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, (5), 171-180. <https://doi.org/10.2307/2486175>

Algunas obras de los mismos autores:

- Apropriación y usos de las TIC en la competitividad de las organizaciones en México
- Acciones y reflexiones para la reconstrucción de la política social en México: Una mirada desde lo local

Consulta estos títulos dentro del catálogo de Libros UAT del Consejo de Publicaciones en el siguiente enlace:



<https://libros.uat.edu.mx>

 <https://publicaciones.uat.edu.mx>

Equipo editorial

Coordinación: Venancio Vanoye Eligio

Gestión y administración: Jessica Abigail Rodríguez Tinajero, María Teresa Maldonado Sada

Revisión y corrección de estilo: José Luis Énder Velarde García, Jorge Alberto Vázquez Herrera

Diseño y maquetación: Erika González Navarro, Wendy Castillo Cruz, Lorena E. Cortez Rodríguez

Facetas de la responsabilidad social de Bernardo Nahuat Román, Miriam Rodríguez Vargas, María Monserrat Núñez González, Carolina Martínez Jiménez, autores, publicado por la Universidad Autónoma de Tamaulipas y Editorial Fontamara en octubre de 2025. La revisión y diseño editorial correspondieron al Consejo de Publicaciones UAT.

En un contexto global caracterizado por problemáticas como la pobreza, la explotación laboral, el deterioro del medio ambiente y una crisis de valores, las empresas han adoptado un compromiso voluntario con la sociedad y el entorno natural que trasciende sus obligaciones legales. Este compromiso, denominado responsabilidad social empresarial (RSE), supera la mera filantropía, para constituirse en un enfoque holístico de gestión organizacional. En la actualidad, la RSE se ha incorporado en la misión y visión de numerosas empresas, reflejando una transformación profunda en su forma de operar y en su relación con los distintos grupos de interés.

La RSE ha trascendido el ámbito empresarial, expandiéndose hacia otros tipos de organizaciones y hacia contextos geográficos distantes, transformándose en responsabilidad social (RS). Esta obra muestra la relación de la RSE con otras temáticas como la innovación social, la pandemia por COVID-19, las condiciones laborales de los empleados, las prácticas de RS en microempresas rurales y la RS en universidades. Esto permitirá al lector reflexionar críticamente sobre su desarrollo en distintos contextos organizacionales y territoriales. Cada organización e individuo tiene la capacidad de contribuir a la construcción de un mundo más justo y equitativo mediante una conducta socialmente responsable.

Este libro surge del trabajo del Cuerpo Académico UAT-CA-191 "Gestión, Responsabilidad Social, Innovación y Medios de Comunicación" de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, con la participación de estudiantes de licenciatura y maestría. La obra visibiliza las múltiples dimensiones de la RS y contribuye a la formación de recursos humanos capaces de impulsar el desarrollo de este concepto por el bien de la sociedad.

ISBN UAT: 978-607-8888-94-8

ISBN Fontamara: 978-968-9729-10-5

ISBN 978 968 9729 10 5

