

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2026,  
Volumen 10, Número 2.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v10i2](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2)

**LA INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PLANIFICACIÓN  
ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS MIEMBROS DE  
FUNDAHRSE EN EL 2025**

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE  
STRATEGIC PLANNING OF FUNDAHRSE MEMBER COMPANIES IN  
2025**

**Gessler Yamil Lupi Arguello**  
Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)

**Wendolyn Bravo Zurita**  
Universidad Internacional Iberoamericana (UNINI)

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v10i2.23302](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2.23302)

## La influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la planificación estratégica de las empresas miembros de FUNDAHRSE en el 2025

**Gessler Yamil Lupi Arguello<sup>1</sup>**[gessler.lupi@unah.edu.hn](mailto:gessler.lupi@unah.edu.hn)<https://orcid.org/0000-0002-2715-7740>Universidad Nacional Autónoma de Honduras  
(UNAH)

San Pedro Sula – Honduras

504 94550219

**Wendolyn Bravo Zurita**[wendolyn.bravo@unini.edu.mx](mailto:wendolyn.bravo@unini.edu.mx)<https://orcid.org/0009-0007-7208-6877>Universidad Internacional Iberoamericana  
(UNINI)

Ciudad de Mexico - Mexico

Co-autor

### RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo analizar la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la planeación estratégica de las empresas miembros de Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE) mediante un estudio con enfoque mixto, alcance descriptivo y diseño no experimental, aplicando una encuesta y entrevista a la población antes mencionada, conformada por 51 preguntas cerradas y 7 preguntas abiertas, respectivamente. Los resultados de la investigación dieron a conocer que, según el 91.66% de los encuestados, los procesos y la estructura organizacional de la empresa se encuentran bien definidos y de fácil identificación para la gestión, planeación y toma de decisiones, a su vez, el 73.61% manifestó que la empresa es asistida por un especialista o recurre a investigaciones previas para fundamentar las soluciones brindadas a problemáticas de índole ético, social, ambiental o derechos humanos, por otro lado, el 79.17% estuvo de acuerdo en que la empresa responde adecuadamente a las crisis económicas que ha atravesado el país, observando también que el 93.05% de las empresas consultadas se actualizan constantemente en el uso de la tecnología para optimizar sus procesos productivos y competencias. Por medio de las entrevistas, se conoció que las estrategias de responsabilidad social empresarial que forman parte de la planeación estratégica de las empresas miembros de FUNDAHRSE son la conformación de equipos de voluntariado, optimización de la cadena de suministros, desarrollo comunitario y ambiental, seguridad en el trabajo, apoyo a la comunidad local, entre otros más.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial, planeación estratégica, FUNDAHRSE.

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [gessler.lupi@unah.edu.hn](mailto:gessler.lupi@unah.edu.hn)

# The influence of corporate social responsibility on the strategic planning of FUNDAHRSE member companies in 2025

## ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility on the strategic planning of member companies of the Honduran Foundation for Corporate Social Responsibility (FUNDAHRSE) through a mixed-method study with a descriptive scope and non-experimental design, applying a survey and interview to the aforementioned population, consisting of 51 closed questions and 7 open questions, respectively. The results of the research revealed that, according to 91.66% of those surveyed, the company's processes and organizational structure are well defined and easily identifiable for management, planning, and decision-making. In turn, 73.61% stated that the company is assisted by a specialist or draws on previous research to support the solutions provided to ethical, social, environmental, or human rights issues. On the other hand, 79.17% agreed that the company responds adequately to the economic crises that the country has gone through, also noting that 93.05% of the companies consulted are constantly updating their use of technology to optimize their production processes and competencies. Through interviews, it was learned that the corporate social responsibility strategies that form part of the strategic planning of FUNDAHRSE member companies include the formation of volunteer teams, supply chain optimization, community and environmental development, workplace safety, and support for the local community, among others.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, strategic planning, FUNDAHRSE.

*Artículo recibido 28 febrero 2026  
Aceptado para publicación: 28 marzo 2026*



## INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere al deber de las empresas de cumplir y hacer cumplir por medio de sus normas institucionales con los preceptos de desarrollo sostenible en beneficio de la sociedad, sin importar si son individuos involucrados directa o indirectamente con la empresa, al mismo tiempo que se alcanzan los objetivos de la organización (Gutiérrez, 2022).

Actualmente, la RSE representa una mayor oportunidad de crecimiento en el mercado, además Potes y Buheli (2022) señalan que favorece a la sostenibilidad de la institución, por medio de estrategias que optimizan los procedimientos productivos y financieros, así como mejoran el desempeño laboral del talento humano a través de los factores motivacionales tanto a nivel interno como externo.

De este modo, se considera que cualquier estrategia de RSE debe formar parte de la planeación y planificación empresarial, en este sentido, la planeación se refiere a la acción de identificar cuáles son las actividades que deben realizarse para alcanzar los objetivos de la organización en el futuro, aprovechando las posibles oportunidades. Por lo tanto, para Valenzuela (2016), se entiende por planeación estratégica como un proceso analítico del entorno actual de la empresa y de los objetivos a mediano y largo plazo, para los cuales se seleccionan las medidas y estrategias más adecuadas para alcanzar dicho propósito.

En la actualidad, la planificación estratégica se ha convertido en una herramienta fundamental dentro de la RSE, por lo que todos los involucrados en un proceso corporativo, incluyendo los propietarios, empleados, clientes y la misma comunidad, esperan de las empresas el compromiso correspondiente en el cuidado del medio ambiente y el compromiso social, siendo la planificación estratégica la herramienta que permite armonizar los esfuerzos de la RSE con los objetivos empresariales, de modo que simultáneo al impacto positivo, se desarrolle el éxito de manera sostenible (Abreu et al., 2024).

La aplicación de las medidas de RSE, según Nogueira et al. (2023), se desarrolla de forma gradual y sustentable para asegurar que se cumplan los compromisos y deberes de la empresa con la sociedad y el entorno en el que se desenvuelve, aprovechando los recursos más convenientes para su implementación, pero valiéndose de la propia ética profesional, es decir, la aplicación de la RSE debe generarse en equilibrio entre los negocios y el medio. La aplicación de estas medidas inicia con la formulación de



estatutos sociales que dicten una conducta favorable y la transparencia, además de promover la gobernanza, el cumplimiento de políticas internas y la comunicación.

La aplicación de estrategias de RSE, de acuerdo a Hernández et al. (2024) surge de la necesidad de solventar una determinada problemática que afecte la imagen de la empresa o bien, la relación y captación de clientes, sin embargo, estas también pueden ser usadas para impulsar el crecimiento de la empresa a nivel estructural y que la empresa pueda funcionar de forma más eficaz y eficiente e incluso, llegan a tener un impacto significativo en la empatía que se transmite a la comunidad.

Así como la RSE permite acceder a nuevos mercados por medio de la acumulación de certificaciones y cumplimiento de estándares, fomenta la lealtad de los consumidores al atender sus necesidades, mejora la productividad al retener de forma satisfactoria el talento humano de la empresa, refuerza la credibilidad de la empresa y su imagen externa, incita la práctica de valores que a su vez fortalece la innovación, las relaciones con los proveedores y otras empresas, e incluso el acceso al financiamiento; también implica ciertos costos y que la empresa se desvíe de su objetivo lucrativo al destinar fondos para la ejecución de programas de RSE (Sánchez, 2023).

Desarrollar una debida planeación en la que se diseñen y apliquen estrategias de RSE debe ser el objetivo de cada empresa; en Honduras, esta iniciativa inicia en el año 2003 con la creación de la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE) que actualmente actúa como máximo referente de la RSE a nivel nacional y de la que forman parte diversas empresas hondureñas de diversos rubros tanto comerciales y de energía como agrícolas y de transporte. Por lo tanto, por medio de esta investigación, se busca conocer cuál es la influencia de la RSE en la planeación estratégica de las empresas que forman parte de esta Fundación, puesto que cada una se conoce por su compromiso con la sostenibilidad sin perder de vista el crecimiento económico[MOU1][MOU2].

### ***PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN***

Considerando la evolución del impacto de las acciones del ser humano, la Responsabilidad Social Empresarial ha tomado cada vez más importancia, puesto que el hombre debe hacerse responsable de su actuar no sólo para el beneficio propio sino para el bienestar común, en este sentido, Constantino y Sánchez (2023) definen que las empresas, sin importar su tamaño, también deben cumplir con las



medidas de RSE, además de sus obligaciones jurídicas o medioambientales, si quieren continuar siendo productivas y competitivas en el mercado.

No obstante, el crecimiento del comportamiento consumista y el avance acelerado de la tecnología han opacado la necesidad de aplicar medidas de RSE, lo cual ha ocasionado que diversas empresas cometan errores significativos de consecuencias sociales que finalmente han dado lugar a la pérdida de la corporación por haber omitido los debidos estatutos éticos, ecológicos o de cualquier otra índole dentro de sus procesos productivos (Constantino y Sánchez, 2023).

Incluso cuando las empresas que generan bienes y servicios dependen de un entorno natural estable e inocuo para su producción continua, como ser la agricultura, la minería y el turismo, que tienen dependencia directa del medio ambiente y sus recursos; o las industrias de transformación de alimentos y bebidas, textiles y de construcción, que tienen vínculos económicos con el medio, la Oficina Internacional del Trabajo [OIT] (2023) las señala como las primeras en recibir los daños ocasionados por la escasez de recursos y el deterioro en la capacidad de la Tierra por absorber residuos a causa de los gases de efecto invernadero.

Desde el año 1970 se ha generado una huella ecológica que supera la capacidad regenerativa de la Tierra a causa de la actividad económica, según datos de la OIT (2023), ocasionando que ya se haya usado el 56% de su capacidad biológica. Asimismo, el estrés térmico provocado por las empresas ha ocasionado una pérdida del 2,2% de la productividad laboral, ya que afecta la capacidad de las personas para realizar sus labores a un ritmo normal.

Las empresas que deliberadamente cometen actos dañinos en contra de la comunidad porque de ellas obtendrán mayores ganancias individuales son calificadas por Vidal (2016) como irresponsables socialmente, puesto que ponen en desventaja a los demás actores involucrados en el proceso ya sea por el incumplimiento de leyes u otras acciones, incluso cuando son el resultado de una serie de eventos involuntarios y desafortunados, pero que a largo plazo también ocasionarán daños económicos a la misma empresa por la pérdida de la reputación y el incumplimiento de sus objetivos.

En el continente asiático, fue analizado por Zhang y Hao (2024) que el crecimiento de la popularidad de la RSE no ha generado un cambio significativo en las operaciones de las empresas de la región y, por ende, su economía tampoco ha sufrido cambios drásticos. La resistencia que las empresas han mostrado



a la imposición de la RSE puede atribuirse a las costumbres propias del lugar, por ejemplo, en Estados Unidos los debates sobre este tipo de estrategias surgieron en la década de los 50, mientras que en Asia se empezaron a explorar estos horizontes 40 años más tarde.

Otros factores como el político y el social no han permitido que en las empresas asiáticas se puedan replicar estrategias occidentales, puesto que no se enfocan en soluciones a las mismas problemáticas que a esta región le competen, ya que son únicas. Además, las pocas investigaciones realizadas en el continente se enfocan principalmente en los países más desarrollados como ser China, Japón o la India, por lo que los datos que se tienen no son completamente homogéneos puesto que las empresas de estos países no abordan de la misma forma las problemáticas económicas, sociales y medioambientales por medio de la RSE (Zhang y Hao, 2024).

Asimismo, el estudio desarrollado por Prihatin et al (2024) en Indonesia, descubrió que las empresas nacionales se ven limitadas en su capacidad de implementar estrategias de RSE debido a la falta de un marco legal claro y por la falta de transparencia y en la rendición de cuentas, en suma, la situación económica del país dificulta la posibilidad de equilibrar el sustento de la empresa con los requerimientos de estas estrategias; en este sentido, resulta necesario mejorar indicadores como la eficacia y la eficiencia de las normativas referente al cumplimiento de las políticas de RSE, así como la equidad, la capacidad de respuesta y su precisión.

Por su parte, los resultados de la investigación de Wirba (2024) señalan la necesidad de que países tanto desarrollados como subdesarrollados elaboren campañas que impulsen las prácticas de la RSE en conjunto con el gobierno y se creen organizaciones humanas enfocadas en la concientización, el diseño de leyes, la asociación entre partes, la transparencia y la obligación de empresas por solucionar los problemas sociales que se presenten en su entorno.

Algunos países de la Unión Europea, especialmente el Reino Unido, Estados Unidos y otros países desarrollados son los que mejor aplican estas estrategias, sin embargo, las naciones en desarrollo, como las de Asia oriental, se limitan a imitar estas estrategias y no a generar nuevas medidas que se orienten al desarrollo sostenible. Además, el tipo de gobernanza y corrupción en el manejo de los recursos ha ocasionado que los fondos destinados a la RSE acaben siendo usados para satisfacer los intereses personales y no los de la comunidad (Wirba, 2024).



Dentro de la Unión Europea, Pantazi (2024) señala la Directiva 2014/95 de la sobre divulgación de información no financiera y sobre diversidad y su nueva política de divulgación de información de carácter obligatorio para las grandes empresas de más de 500 empleados, en la cual se deberá publicar información referente a cuestiones medioambientales, laborales, sociales, de derechos humanos y medidas anticorrupción y soborno; sin embargo, uno de los principios de esta política fueron las amplias y accesibles excepciones para empresas que no quisieran divulgar información sobre sus medidas de RSE, lo cual neutralizó el objetivo de alcanzar mayor transparencia.

En efecto, dentro de esta política no se establecieron medidas específicas de cumplimiento, formatos específicos de contenido o sanciones por incumplimiento, lo cual limita en gran medida su debida aplicación, además de que la información no ha llegado a todas las partes involucradas como las comunidades locales. Tampoco se desarrollaron instrumentos de control o garantías externas, las cuales reducen la confiabilidad de información y tampoco incitan a los accionistas a generar un cambio en función de la política de divulgación (Pantazi, 2024).

La RSE en Europa ha sido regulada dentro de la misma legislación, lo que ha generado cierto nivel de gobernanza efectiva sobre el sector empresarial, sin embargo, fue en Francia donde se desarrollaron los primeros instrumentos para aplicar de forma obligatoria medidas de RSE y se convirtió en la referencia para los demás países europeos, aun así, permanece la deficiencia en la normativa de toda la región que regule el comportamiento de las empresas (dos Prazeres, 2023).

En España, en el estudio desarrollado por Suárez (2022) se ha identificado que la aplicación de medidas de RSE se enfrentan a ciertas limitantes a nivel interno, puesto que el contexto en el que se desarrollan las empresas se califica como inestable y variable, cualidades que se han transmitido al recurso humano; por ejemplo, la no aplicación de políticas de salud y seguridad industrial son factores que inciden en la motivación de un empleado por abandonar la empresa y sienten que disminuye su compromiso con la misma, incluso cuando se trata de empresas de bajo riesgo, lo cual disminuye su productividad y, por ende, su competitividad en el mercado.

Por lo tanto, para las empresas latinoamericanas, Sánchez (2023) reconoce que el desarrollo de estrategias de RSE representa un reto considerable, puesto que implica una inversión significativa de recursos que puedan tener un impacto al menos en una parte de la comunidad, aun así, es necesario que



tanto los gobiernos como el sector empresarial aúnen sus esfuerzos puesto que la implementación de estas estrategias se enfrenta a una importante limitante económica y práctica.

En Perú, Montoya y Chilcon (2023) señalan que en el entorno social del país se visualiza una seria falta de valores morales o éticos, se transmiten las actitudes negativas y se sufre a causa de la falta de normas dentro de las empresas puesto que a estas cualidades no se les considera tan importantes en comparación con alcanzar un lugar competitivo en el mercado o generar ingresos económicos considerables, como es el caso de empresas fundidoras cuyos residuos han ocasionado que el 99% de los menores de edad de La Oroya presentan niveles insalubres de plomo en la sangre, sin embargo, las empresas únicamente se han preocupado por su retribución económica.

En Ecuador, fue observado por Álvarez et al., como se citó en Mendoza y Loor (2023), que las empresas de carácter público son las que menor calidad gerencial presentan en promedio al ser comparadas con empresas de la misma índole en otras regiones del mundo que sí cumplen con las competencias esperadas. La empresa pública ecuatoriana se ha caracterizado por sus malas prácticas de gestión, producto de un talento humano menos preparado académicamente y una limitada orientación a la responsabilidad social, entre otros obstáculos, que evidencian las falencias a las que se atribuye el mínimo crecimiento de estas compañías.

En Honduras, la formación en temas de RSE es relativamente reciente y limitada, sobre todo dentro del sistema educativo superior, contribuyendo a la necesidad del diseño y aplicación de medidas estratégicas que favorezcan al crecimiento empresarial por medio de estrategias socialmente responsables. La Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE) cumple con casi el 100% de las actividades y procesos relacionados con la promoción y certificación de empresas responsables socialmente (Banegas, 2018). De esta forma, por medio de este trabajo investigativo, se busca identificar la influencia existente entre la RSE en la planeación estratégica en las empresas miembros de FUNDAHRSE.

Esta investigación es de gran importancia debido a que la identificación de las estrategias de responsabilidad social en las organizaciones resulta una acción clave para el crecimiento institucional dado que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) según Jiménez et al. (2020) corresponde a un factor relevante para la planificación estratégica debido a que las organizaciones están ligadas a la



sociedad, por lo que las acciones desarrolladas por las empresas impactan de manera significativa en el entorno que las rodea.

Destacando que los conflictos mundiales generalmente son producidos por problemas socioeconómicos y ambientales; por lo que surge la necesidad de la implementación de estrategias orientadas a la responsabilidad social en las organizaciones; debido a que la proyección social además de cubrir las necesidades de la sociedad permite a las organizaciones optimizar sus niveles de competitividad y por consiguiente, mejorar la planificación estratégica a largo plazo para permanecer vigentes en el mercado (Jaimes et al., 2021).

Cabe destacar que la Responsabilidad Social Empresarial en la planificación estratégica de las organizaciones según Mena (2015) permite optimizar la competitividad organizacional a través del valor agregado mediante la adecuada toma de decisiones y gestión de las operaciones; así como la toma de acciones en beneficio de la sociedad y el medio ambiente debido a que esto permite que las empresas establezcan un equilibrio entre los objetivos organizacionales y las necesidades del entorno.

Dando continuidad a lo indicado por Mena (2015), las organizaciones que integran la Responsabilidad Social Empresarial en la planificación estratégica se centran en el cumplimiento de buenas prácticas de responsabilidad social en las que interviene el personal de la empresa, los proveedores y los consumidores en función de promover un beneficio mutuo.

Asimismo, las empresas que adicionan la Responsabilidad Social Empresarial en la planificación estratégica tienden a incrementar su rentabilidad a través de la optimización del capital humano, mejoramiento de su reputación en el mercado, incremento de los niveles de calidad, incremento de la competitividad, reducción de la contaminación ambiental, desarrollo de acciones benéficas para la sociedad; siendo de gran relevancia para el progreso tanto interno como externo, dado que la RSE crea ventajas en las organizaciones y en la comunidad (Lara y Sánchez, 2021).

Resulta de gran importancia la identificación de las acciones de responsabilidad social debido a que las organizaciones que implementan este tipo de estrategias buscan la sustentabilidad de la comunidad; acentuando que las organizaciones que se caracterizan por identificar las necesidades sociales para proporcionar soluciones promueven el bienestar tanto de los integrantes de las organizaciones como de



las personas externas a la empresa. Acentuando que hoy en día la responsabilidad social forma parte de múltiples empresas de los sectores público y privado (Saldaña et al., 2021).

Este estudio toma lugar al reconocer a las medidas de Responsabilidad Social Empresarial como una nueva necesidad dentro del entorno empresarial, puesto que, por medio de diferentes perspectivas a las que se habían considerado anteriormente, este concepto es capaz de desarrollar estrategias que permiten el desarrollo simultáneo entre la productividad y la calidad de vida de la sociedad, sobre todo dentro del territorio hondureño cuya economía depende en gran manera de las actividades industriales gracias al empleo que generan y las actividades comerciales, por lo tanto, resulta necesario analizar la forma en la que estas actividades están beneficiando también a la población hondureña.

Asimismo, la relevancia social de este proyecto se centra en la recopilación de estrategias de RSE dirigidas a los diferentes grupos sociales que interactúan de forma directa o indirecta con las empresas de FUNDAHRSE y cómo han sido beneficiadas estas personas, así como el beneficio que han recibido las mismas empresas por medio de dichas estrategias como un factor común dentro de su planificación estratégica y la manera en la que estas podrían ser aplicadas en empresas más pequeñas o de otros rubros. La Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE) es una organización que lleva en operaciones más de 20 años, cuya misión es promover la transformación de empresas e instituciones por medio de conductas responsables y de liderazgo para alcanzar la sostenibilidad empresarial conjuntamente. Para el año 2022 se registró un total de 138 [MOU3] empresas miembros, siendo las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula las que mayor cantidad de empresas que cuentan con esta membresía, aunque de la totalidad de las empresas solo 93 han logrado obtener el sello de RSE ya que las demás son miembros, pero no lo han conseguido esto debido a gestiones necesarias para que sean galardonadas y el elemento muestral son empresas que ya han obtenido el sello alguna vez.

### ***DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN***

El diseño de una investigación consiste en un procedimiento que sirve como guía para la persona que está realizando un trabajo investigativo, con la finalidad de que este pueda llevar a cabo el proceso de investigación, es decir que, al referirse a un diseño de investigación, se trata de las estrategias o procesos que se llevan a cabo, para la realización del estudio los objetivos (Arispe et al., 2020).

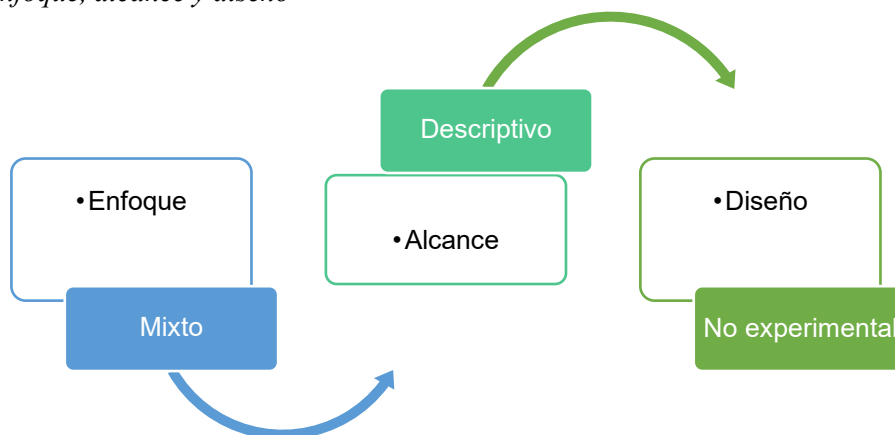


Sin embargo, Alonso-Serna (2019), define el diseño de la investigación de gran importancia, puesto que es considerado como una estrategia para el investigador al momento de realizar el proceso de seleccionar, analizar e interpretar lo que se ha logrado observar.

Asimismo, se lleva a cabo el análisis minucioso de las variables que serán tomadas en cuenta para analizar su factibilidad. En esta investigación se utilizó un enfoque mixto, con un alcance descriptivo, Diseño no experimental, la población son los encargados de la Responsabilidad social empresarial de las empresas miembros de Fundahrse y se contará con una muestra de 72 empresas de las 87 empresas que han obtenido el sello de responsabilidad social ESR, siendo sus hipótesis de investigación “Las estrategias de responsabilidad social empresarial influyen positivamente en la planeación estratégica de las empresas miembros de FUNDAHRSE”

### Figura 1

Enfoque, alcance y diseño



Nota: Elaboración propia

### Instrumento de investigación

Los instrumentos de investigación son considerados como una herramienta específica utilizada con la finalidad de recopilar y estudiar la información que es obtenida durante el proceso de la investigación (Medina et al., 2023). En consecuencia, estos instrumentos pueden ser de diversos tipos, como ser cuestionarios, escalas de medición, fichas de cotejo, fichas de entrevistas, pruebas estandarizadas entre otros.

Para la investigación en curso, las técnicas a emplear serán la encuesta y entrevista, siendo estas usadas de manera amplia en el contexto investigativo, la encuesta es un elemento enfocado hacia las unidades

de análisis, recolectando información acerca de sus opiniones, comportamiento o percepción. Para esto, se establecen interrogantes en un orden lógico y sistema de respuesta ordenado. Por otro lado, la entrevista permite la obtención de datos desde el punto de vista cualitativo, cuyas bases se encuentran en el conocimiento de opiniones en función de la experiencia de los expertos en el área de interés (Arias, 2021).

Es por eso por lo que, en la presente investigación se implementaron dos instrumentos, los cuales corresponden a una encuesta integrada por 51 preguntas cerradas con el fin de obtener información de tipo cuantitativo y una entrevista compuesta por 7 preguntas abiertas, la cual será aplicada con la finalidad de recabar información cualitativa.

## **RESULTADOS**

En este artículo de la investigación se presentan los resultados obtenidos a partir de la administración del instrumento de medición, siendo estos dos, el primero fue para los resultados numéricos o cuantitativos, siendo aplicado a los representantes del comité de responsabilidad Social de las empresas miembros de FUNDAHRSE; mientras que los resultados descriptivos o cuantitativos fueron obtenidos de los representantes del comité de ética de las empresas miembros de FUNDAHRSE; finalmente, se presenta la comprobación de hipótesis, logrando esto por medio de pruebas estadísticas llevada a cabo por medio del programa SPSS V. 27.

### **Resultados cualitativos**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos por medio de la aplicación de una entrevista.

¿Cuáles son los beneficios en el crecimiento económico que ha presenciado en la empresa por la adopción de medidas de responsabilidad social empresarial?

Los resultados permiten apreciar que los beneficios en el crecimiento económico que han presenciado las empresas entrevistadas son reconocimiento público, mejora en reputación, mejora en la imagen ante las áreas de impacto, fortalecimiento de la reputación corporativa, generación de confianza de clientes, proveedores y comunidades.

**¿Cuáles son las mejoras en la competitividad que ha experimentado la empresa al aplicar estrategias de responsabilidad social empresarial?**

Las mejoras experimentadas entorno a la competitividad de la empresa al aplicar estrategias de responsabilidad social empresarial es la preferencia de los clientes por aquellas empresas que son socialmente responsables, aumento de la imagen positiva de la empresa ante consumidores, inversionistas y otros grupos de interés, con los grupos de interés, posicionamiento comercial, mejores oportunidades de ventas y preferencias en el servicio.

**¿En qué formas se ha evidenciado el crecimiento en el desarrollo productivo de la empresa al implementar medidas de responsabilidad social empresarial?**

Las formas en las que se ha evidenciado el crecimiento en el desarrollo productivo de las empresas al implementar medidas de responsabilidad social empresarial han sido el valor de la marca, mejora e implementación de procesos de eficiencia, ahorro de costos, ampliación de la cartera de clientes, mayor participación y productividad en los colaboradores, innovación, mejora continua y retención del talento humano.

**¿Cómo ha mejorado la percepción social de las personas para con la empresa después de haber ejecutado estrategias de responsabilidad social empresarial?**

La manera en la que ha mejorado la percepción social de las personas para con la empresa luego de la ejecución de estrategias de responsabilidad social empresarial ha sido por medio de la ubicación en los mejores rankings de reputación, mejora de la relación con las comunidades, visualización de la empresa como amiga, reputación positiva para el entorno local y reconocimiento como una entidad responsable.

**¿Mencione algunas de las estrategias de responsabilidad social empresarial que forman parte de la planeación estratégica de la empresa de forma regular?**

Algunas de las estrategias de responsabilidad social empresarial que forman parte de la planeación estratégica de la empresa son equipos de voluntarios, sostenibilidad ambiental, mejoras en la cadena de suministros, mejoras en la relación con proveedores, salud, seguridad y bienestar en el trabajo para los colaboradores, y políticas de inclusión, ética y cumplimiento.



### **¿Mencione las estrategias de responsabilidad social empresarial que son ejecutadas de forma continua?**

Algunas de las estrategias de responsabilidad social empresarial que son ejecutadas de forma continua por la empresa son aquellas enfocadas en la familia a través de las escuelas socio deportivas, donaciones, voluntariado, ética empresarial, documentación, capacitación constante al personal, gestión ambiental y compromiso permanente con los objetivos de desarrollo sostenible.

### **CONCLUSIONES**

Dentro de este capítulo se encuentran las conclusiones a las que se han llegado partiendo de los datos obtenidos, de igual manera se presentan las limitaciones e implicaciones de la investigación.

1. Se identificaron las estrategias de responsabilidad social empresarial que actualmente son aplicadas por las empresas miembros de FUNDAHRSE y se llegó a la conclusión que respecto a la definición de los procesos y a la estructura de la organización empresarial para la planeación, gestión y la toma de decisiones, hay una percepción de las instituciones con una tendencia muy positiva según el 91.67%, tornándose esto en un fuerte fundamento para manejar la compañía de manera estratégica y operativa, lo que surge partiendo según los resultados obtenidos.

Además, la empresa es asistida por especialistas o realiza investigaciones para solucionar problemas al tratarse de temas de ética, ambiente, derechos humanos o sociales según el 73.61%, lo que evidencia el compromiso que la empresa tiene respecto a la responsabilidad social y que las soluciones que esta considera no se fundamentan en simples propuestas, sino en pensamientos especializados y evidencia.

Dentro de las mismas estrategias también se encuentra la promoción de prácticas de valores, actitud personal y principios éticos de los trabajadores a través de un código de ética en la empresa según el 94.45% evidenciando que el código de ética es parte fundamental de la cultura empresarial, con lo cual también se hace referencia a la existencia de la formación ética y un liderazgo claro, así como demás acciones que fortalecen un buen funcionamiento de la planta laboral de acuerdo con valores y demás temas relacionados.

En la misma línea, con frecuencia, según el 87.5%, los valores de la institución empresarial son difundidos internamente. Al difundir los valores de la empresa, los trabajadores se encuentran con mayor compromiso, concluyendo que, por ende, lo están. Seguidamente, de acuerdo con el 97.22% cada



trabajador tiene conocimiento acerca de los valores morales y éticos de la empresa, los cuales debe manifestar al momento de iniciar a trabajar

Consecutivamente, con frecuencia se hacen revisiones de manera regular de certificaciones ISO de inocuidad, calidad y de cumplimiento social, de acuerdo con el 84.72% indicando el sostén por parte de la empresa de la evaluación que realiza a las áreas que la componen, lo cual se liga a la optimización de la prestación de servicios, desarrollo de sus operaciones, siempre encaminado a la mejora de la calidad y el cumplimiento de las normas internacionales que lo rigen, no dejando de lado la excelencia en las operaciones.

De igual manera se llegó a la conclusión que son ejecutados planes de capacitaciones cada año si se visualizan necesidades dentro de las capacidades laborales o el desarrollo profesional de los trabajadores, lo que es respaldado por el 86.11%. de igual manera, según el 86.11%, los colaboradores de FUNDAHRSE reciben diferentes seguros; oftalmológico, médico, dental y de vida, lo que se liga con una estrategia empresarial relacionada con la confianza y lealtad de sus trabajadores, además de un sentido de pertenencia.

Además, FUNDAHRSE ha considerado políticas promotoras de la contratación de personas mayores de los 45 años o que cuenten con alguna discapacidad, esto con la finalidad de dar cumplimiento y respetar los derechos humanos, evidenciando que esta es una empresa que da apertura a espacios inclusivos. En la misma línea, regularmente, el clima laboral se evalúa para el diseño de planes de optimización dentro de áreas que lo necesiten indicado por el 79.17%, lo cual se liga con una estrategia que busca la estabilidad tanto psicológica como social de los trabajadores evidenciando la importancia del bienestar colectivo.

Consecutivamente, la organización empresarial desarrolla proyectos comunitarios para aprovechar las fuentes naturales de energía sustentable por medio de alianzas con entidades no gubernamentales de acuerdo con el 58.34%. Además, de acuerdo con el 50%, la empresa abastece de energía renovable y desarrolla programas de reforestación según el 76.38%, esto para apoyar a los gobiernos locales, juntas de aguas, centros educativos o a los patronos.

De igual manera, la empresa desarrolla programas promotores de la inclusión social, así como de la competitividad de la cadena de valor de acuerdo con el 73.61% lo cual indica que se abre camino a tener



igualdad de oportunidades, no únicamente en el caso de la apertura de empleo, sino que también en atención al cliente y demás espacios. La empresa cuenta con políticas de recuperación de productos que no cumplen con los estándares de calidad de los clientes según el 54.17%.

2. Se han reconocido los beneficios de la aplicación de estrategias de responsabilidad social empresarial en el crecimiento económico, la competitividad, el desarrollo productivo y la percepción social de las empresas miembros de FUNDAHRSE, según los resultados, se llegó a la conclusión que dentro de estos se encuentran los reconocimientos públicos, los cuales suman prestigios a las empresas a nivel social, mejorando la imagen empresarial, fortalece la reputación de la corporación y aumenta la confianza tanto de los proveedores como de los clientes y de la comunidad.

Además, las mejoras dentro de la competitividad que la empresa ha experimentado al aplicar estrategias de responsabilidad social empresarial radica en que los clientes suelen preferir empresas que tengan responsabilidad social empresarial (RSE), también, incrementa la imagen positiva de la compañía frente a los inversionistas, consumidores y demás grupos de interés, se gana de igual manera una mejor posición de comercial, óptimas oportunidades de ventas, preferencias en la obtención de la prestación del servicio entre otros, no dejando de lado una mejor comunicación con los grupos de interés.

No dejando de lado que más mejoras radican en la menor rotación del personal, mayor proactividad en temas de la planta de trabajadores y la optimización de los comités de trabajo, concientización de los trabajadores, lo cual es traducido en la disminución de los costos, lo cual genera el incremento de la fidelidad de los clientes, implementación de prácticas sostenibles y éticas, entre otros.

Consecutivamente, el crecimiento dentro del desarrollo productivo de la empresa al implementar medidas de responsabilidad social empresarial se ha evidenciado en el incremento de valor de la marca, así como en la generación de más clientes, en el crecimiento de la productividad de los trabajadores, por ende la retención del talento humano y la innovación continua. No dejando de lado que brinda mejoras cualitativas y cuantitativas dentro del talento humano, en su motivación, en la cultura organizacional, uso eficiente de los recursos, mejoras dentro del ambiente social, entre otros.

En la misma línea, la percepción social de las personas para con la empresa después de haber ejecutado estrategias de responsabilidad social empresarial ha mejorado evidenciando la posición de la empresa dentro de los mejores rankings de top y reputación, con responsabilidad, ética y sostenible, también



optimiza la reputación dentro del entorno local y es reconocida como una empresa responsable. No dejando de lado que las empresas se encuentran completamente comprometidas a brindar apoyo a los trabajadores dentro de su educación formal, ascensos y ayudas económicas.

3. Se determinaron los criterios que son tomados en cuenta por las empresas miembros de FUNDAHRSE para la selección de estrategias durante su planeación empresarial, llegando a la conclusión que empresa responde de manera adecuada a las crisis económicas que el país ha atravesado según el 79.17% y por ende se mantiene al tanto de los cambios dentro de las clases sociales para la modificación de los productos o de los servicios que ofrece según el 79.17%. ya que esta es una constante que se debe considerar para siempre estar al tanto de los factores externos que puedan afectar la aceptación del producto o lo que ofrece la compañía.

Del mismo modo, la organización gestiona de manera adecuada la normativa en vigencia que regula el rubro de la empresa según el 83.33%, lo que es de primera instancia para el buen funcionamiento de la empresa, además, debe estar al tanto de cualquier tipo de cambio que esta sufra y aplicarla, siendo este un factor externo más que está fuera del dominio de la compañía y debe ser acatado. En la misma línea, la tecnología, según el 93.5% es un factor externo más que puede afectar la selección de estrategias de la empresa, ya que es un elemento que se encuentra en constante transformación y la globalización obliga a las compañías a actualizarse y estar a la vanguardia.

De acuerdo con el 87.5%, los códigos y normas morales de la compañía brindan protección a la integridad cultural y productiva de la empresa para que funcione adecuadamente, ya que, sin este elemento, las empresas caerían en tita corrupción y exteriormente no tendrían aceptación, es decir, no contarían con una cartera de clientes suficientes para cubrir toda su oferta. Y en la misma línea, la compañía se adapta a las exigencias del mercado internacional de manera inmediata según el 81.94% y de esta manera crecer, sobrevivir y por ende permanecer dentro de la competencia.

Consecutivamente, dentro de la empresa, los clientes son clasificados en actuales y en posibles clientes para los servicios y productos que ofrecen de acuerdo con el 84.72%, esto facilita el enfoque de su plan de mercadotecnia, priorización de clientes actuales, brindar un mejor servicio, inclusión en programas de lealtad entre otros. Este es un factor interno que su riesgo puede ser gestionado, en el sentido de pagos, otorgamiento de créditos e inversión de recursos.



En la misma línea, la empresa frecuentemente analiza cómo se encuentran las empresas competidoras según el 75% para contar con una sostenible ventaja competitiva dentro del mercado, esta es una actividad continua que se efectúa para lograr adecuarse a un entorno de negocios que está en constante cambio y así definir una ventaja competitiva única, identificación de fortalezas y debilidades dentro de la misma empresa, posicionamiento y diferencia de la marca, estrategias en el precio, así como también las oportunidades y amenazas, mejora de la operatividad, entre otros.

Consecutivamente, las estrategias de mercadeo actuales han cumplido con su objetivo de atraer nuevos clientes y de mantener a los clientes actuales de acuerdo con el 84.72% y de esta manera evidenciar la efectividad de atracción de clientes, no dejando de lado que mantener los clientes significa reducción de costos en la adquisición de nuevos clientes, mayor satisfacción de los clientes que permanecen, entre otros. En la misma línea, la empresa efectúa análisis de costos y de ingresos regularmente para identificar irregularidades o prever la disponibilidad financiera de la empresa según el 94.44%, lo que da lugar a la detección de desvíos de fondos, irregularidades en los ingresos, gastos no justificados, ineficiencias operativas.

4. Fueron identificadas las estrategias de responsabilidad social empresarial que forman parte de la planeación estratégica de las empresas miembros de FUNDAHRSE y se ha llegado a la conclusión que dentro de las estrategias de responsabilidad social empresarial que forman parte de la planeación estratégica de la empresa de forma regular se encuentran los equipos de voluntariado, la sostenibilidad ambiental, la optimización en la cadena de suministros, y por lo tanto, mejora en la relación con los proveedores, gestión en el desarrollo comunitario, desarrollo ambiental y seguridad en el trabajo.

En la misma línea, otras estrategias de responsabilidad social empresarial radican en los programas ambientales, acciones de reforestación y en el seguimiento de actividades de crecimiento, algunas empresas han brindado becas académicas, se establecen horarios especiales para empresas maquilas, dar apoyo a la comunidad local, optimizando centro educativo, entre otros.

Además, dentro de las estrategias de responsabilidad social empresarial que son ejecutadas de forma continua por la empresa se encuentra el enfoque en la familia, por medio de las escuelas socio deportivas, voluntariados y donaciones, capacitación constante al personal, gestión ambiental y compromiso permanente con los objetivos de desarrollo sostenible. Al igual que la gestión responsable de recursos,



implementación del reciclaje y disminución de desechos, bienestar laboral, alianza y participación con fundaciones y hogares de niños, promoción del turismo responsable a través de las redes sociales.

También, dentro de las estrategias de responsabilidad social se encuentra el mantenimiento de acciones de continua vigilancia en las prácticas comerciales, vigilando siempre que se practique la ética y la justicia. Promoviendo, creando y posteriormente desarrollando condiciones laborales justas; no quedando únicamente en las condiciones laborales sino, yendo más lejos, beneficiando adicionalmente a los trabajadores, en conjunto a sus familias, proporcionando mejores oportunidades educativas a sus hijos.

5. Se estableció la relación de influencia de las estrategias de responsabilidad social empresarial en la planeación estratégica de las empresas miembros de FUNDAHRSE, según los resultados se llegó a la conclusión que la empresa tiene con mecanismo de atención al cliente para reclamos, quejas o sugerencias según el 84.72%, además, se logra percibir una aceptación por todos los departamentos de la compañía con la administración gerencial de acuerdo con el 83.34%. De igual manera, las variables tienen una correlación positiva media en la escala Rho de Spearman  $r_s = .811^{**}$ , representando un 99% de confianza que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J., Cantú, A., & Ortiz, A. (2024). La Importancia de la Planeación Estratégica en la Responsabilidad Social Empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 19(2), 1-24.
- Alonso - Serna, D. (2019). Diseño de la investigación. *Con-Ciencia Serrana: Boletín Científico de la Escuela Ixtlahuaco*(2), 19 - 20.
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Rivera, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador.
- Banegas, L. (2018). Responsabilidad Social y Educación en Honduras. *Paradigma Revista de investigación educativa*, 23(36), 1-16.



- Constantino, P., & Sánchez, J. (2023). Algunas reflexiones en torno al concepto de responsabilidad social empresarial. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 7(2), 24-34. <https://doi.org/https://doi.org/10.18779/csye.v7i2.468>
- dos Prazeres, G. (2023). *European Union Governance Response to Corporate Social Responsibility and the French Case Study*. University of Gothenburg.
- Gutiérrez, J. (2022). Responsabilidad social empresarial: un análisis desde la sostenibilidad. *Revista Inquietud Empresarial*, 22(2), 1-4.
- Hernández, J., Juárez, S., & Pérez, A. (2024). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia hacia los Objetivos Desarrollo Sostenibles en Pequeñas y Medianas Empresas mexicanas. *Transdigital*, 5(9), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.56162/transdigital308>
- Jaimés, M., Ochoa, S., & Jacobo, C. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Revista Económica, Empresarial y del Pensamiento Tiempo y Economía*, 8(2). <https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Jiménez, C., Vasco, C., Lara, P., & Hugo, F. (2020). Planeación estratégica en la responsabilidad social. *Recimundo*, 4(2), 116-126. <https://doi.org/10.26820/recimundo/>
- Lara, I., & Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*(43), 97-118. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la Investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mena, G. (2015). *Planificación estratégica incorporando responsabilidad social de la empresa DISMAC S.C.C. para el periodo 2014-2018*. Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Mendoza, C., & Loor, H. (2023). Responsabilidad social empresarial: una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 10(2), 107-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.21855/ecociencia.102.804>



- Montoya, D., & Chilcon, A. (2023). Responsabilidad social empresarial y su impacto en las empresas. *Rev. Horizonte Empresarial*, 10(1), 22-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2463>
- Nogueira, Y., Mirabal, Y., & Rodríguez, S. (2023). El proceso de gestión de la responsabilidad social: particularidades en una empresa pesquera. *COODES*, 11(3), 1-21.
- Oficina Internacional del Trabajo [OIT]. (2023). *La ecologización de las empresas: Transformar los procesos y los lugares de trabajo*. OIT.
- Pantazi, T. (2024). The Introduction of Mandatory Corporate Sustainability Reporting in the EU and the Question of Enforcement. *European Business Organization Law Review*, 25, 509-532. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s40804-024-00320-x>
- Potes, L., & Bubheli, J. (2022). La Responsabilidad Social Empresarial como eje de fortalecimiento en la competitividad de la microempresa. *Revista Academia & Derecho*, 13(5), 1-22.
- Prihatin, P., Setiawan, R., & Wedayanti, H. (2024). Evaluation of the Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Policies in Dumai City, Riau Province, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 12(1), 273-292. <https://doi.org/https://doi.org/10.26811/peuradeun.v12i1.972>
- Saldaña, R., Pallares, E., & Otalvarez, R. (2021). *Responsabilidad social empresarial y su aporte como modelo de gestión hacia un desarrollo sostenible*. Universidad Popular del César Seccional Aguachica.
- Sánchez, A. (2023). *La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador*. Universidad Espiritu Santo .
- Suárez, J. (2022). *Responsabilidad social corporativa interna en el sector de las nuevas tecnologías en España*. Universidad de Castilla-La Mancha.
- Valenzuela, C. (2016). *Importancia de la planeación estratégica en las empresas*. Universidad Militar Nueva Granada.
- Vidal, H. (2016). Irresponsabilidad Social Corporativa. Análisis conceptual y estudio de la percepción de ISC a través de la web change.org. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*(23), 15-32.
- Wirba, A. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Government in promoting CSR. *Knowl Econ*, 15, 7428-7454. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s13132-023-01185-0>



Zhang, K., & Hao, X. (2024). Corporate social responsibility as the pathway towards sustainability: a state-of-the-art review in Asia economics. *Discover Sustainability*, 5(348), 1-17.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s43621-024-00577-9>

