

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, UN ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS *STAKEHOLDERS* EN TAMAULIPAS

**Yesenia Sánchez Tovar
Mariana Zerón Félix
(Coordinadoras)**

editorial
fontamara

Primera edición: febrero 2017

Reservados todos los derechos conforme a la ley

© Yesenia Sánchez Tovar, Mariana Zerón Félix, *et al.*

© Distribuciones Fontamara, S. A.

Av. Hidalgo No. 47-b, Colonia Del Carmen

Deleg. Coyoacán, 04100, Ciudad de México

Tels. 5659-7117 y 5659-7978 Fax 5658-4282

Email: coedicion@fontamara.com.mx

www.coedicion.com

www.fontamara.com.mx

ISBN 978-607-736-387-3

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

ÍNDICE

Agradecimientos.....	7
Prólogo	9
I. Reflexiones sobre la subjetividad inherente en los estudios relacionados con la responsabilidad social y medioambiental de las empresas.....	13
Magda Lizet Ochoa Hernández ■ Ma. Angélica Garza Arroyo María Aurelia Bocanegra Noriega ■ José Ignacio Azuela Flores	
Resumen	13
Introducción	14
La responsabilidad social empresarial y sus implicaciones	15
Principales teorías utilizadas en la divulgación de información social y medioambiental.....	18
Teoría de los <i>stakeholders</i>	19
Reflexiones finales	22
Fuentes citadas.....	23
II. Impacto de la responsabilidad social empresarial en el desempeño de las PyMES de Ciudad Victoria, Tamaulipas	27
Fermín Rinconada Carbajal ■ Yesenia Sánchez Tovar ■ Guillermo Mendoza Cavazos	
Resumen	27
Introducción	28
Responsabilidad social corporativa	

rendimiento organizacional.....	37
Conclusiones.....	39
Fuentes citadas.....	40

III. La responsabilidad social corporativa como fuente de satisfacción de los empleados. Un análisis en el mercado laboral de la maquila 45

Pedro Alberto Herrera Ledesma ■ Miguel Ángel Macías García
Mónica Lorena Sánchez Limón

Resumen.....	45
Introducción.....	46
Revisión de la literatura.....	46
Método.....	50
Resultados.....	56
Conclusiones.....	66
Fuentes citadas.....	67

IV. El consumo socialmente responsable.

Un acercamiento a los consumidores del centro de Tamaulipas 73

Yesenia Sánchez Tovar ■ Mariana Zerón Félix
Nallely Guadalupe Hernández Hernández

Resumen.....	73
Introducción.....	74
Revisión de la literatura.....	76
Metodología.....	78
Resultados.....	79
Conclusiones.....	90
Fuentes citadas.....	91

V. La responsabilidad social corporativa o empresarial y sus efectos sobre la imagen de marca y la reputación..... 95

Echeverría Ríos Osiris María ■ Solís Vázquez Sheila Yazmin
José Melchor Medina Quintero

Resumen.....	95
Introducción.....	96
Revisión de literatura.....	98
Responsabilidad social corporativa o empresarial.....	98

Métodos y materiales.....	109
Resultados	111
Conclusiones, limitaciones y líneas de investigación futuras.....	118
Fuentes citadas.....	119
 VI. La responsabilidad social universitaria desde la óptica interna. Un estudio comparativo del noreste de México	125
Álvarez Hernández ■ José Gerardo ■ Lavín Verástegui, Jesús	
Resumen.....	125
Introducción	126
La universidad y la responsabilidad social.....	128
El impacto de la RSU en el entorno	138
Finlandia, un caso de éxito de la universidad que asume su papel en la sociedad	143
RSU, un estudio empírico comparando IES del noreste de México	144
Instrumento y resultados	145
Conclusiones y recomendaciones	154
Fuentes citadas.....	154
 VII. Responsabilidad social en la Facultad de Comercio y Administración Victoria (FCAV).....	159
Leopoldo Jesús Boeta González ■ Yesenia Sánchez Tovar ■ Jesús Lavín Verástegui	
Resumen	159
Introducción	160
Dimensiones de la RSU	163
Metodología.....	165
Análisis de resultados	166
Análisis para la evaluación de RSU en FCAV	172
Conclusiones.....	173
Fuentes citadas.....	174
Cuestionario para medir la percepción de RSU de los usuarios.....	179
Afirmaciones.....	179
 VIII. Medellín 2015: Un proceso mirado y un futuro construido por todos a partir de la responsabilidad social compartida	183
Mario Enrique Vargas Saenz	

Resumen	184
Introducción	184
Temas y contenidos.....	187
Antecedentes y conceptos de Medellín 2015	187
Objetivos de Medellín 2015	188
Temas y contenidos.....	188
Los participantes	189
Metodología de Medellín 2015.....	189
Los socios del proyecto Medellín 2015.....	189
Tratamiento.....	192
Diseño de la evaluación:.....	195
Primeros hallazgos	197
Apéndice.....	201