

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MARCO METODOLÓGICO

El día domingo treinta de mayo del año en curso se realizó la aplicación de las encuestas a las empresas previstas de acuerdo a la muestra establecida consistente en 8 empresas que se encontraban en la zona centro de Frontera Comalapa, la encuesta se llevó a cabo en un promedio de dos horas, por parte de los tesistas profesionistas de Administración de Empresas del 9° cuatrimestre. Único semi escolarizado del campus de la Frontera.

Cabe destacar que este proceso de investigación se llevó a cabo de manera satisfactoria obteniendo los resultados de participación deseados. Finalmente se presenta los resultados obtenidos por el investigador durante la elaboración de la tesis, en el periodo de Mayo - Julio del año 2021, en los cuales se presentaran los puntos sobresalientes de nuestra investigación.

En el siguiente apartado se presentan los resultados a través de tablas y gráficas, que nos permitieron realizar un análisis e interpretación de la información para conocer la situación que prevalece respecto al nivel de conocimiento que poseen las empresas de la zona centro de Frontera Comalapa sobre la Responsabilidad Social Empresarial, que a su vez fue la base para la construcción de las recomendaciones y propuestas.

4.2 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

TABLA 1 DATOS PERSONALES

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
SEXO	MASCULINO	3	37.5
	FEMENINO	5	62.5
	TOTAL	8	100%
ESCOLARIDAD	PRIMARIA	0	0
	SECUNDARIA	4	50
	PREPARATORIA	1	12.5
	UNIVERSITARIO	3	37.5
	TOTAL	8	100%

Gráfica 1



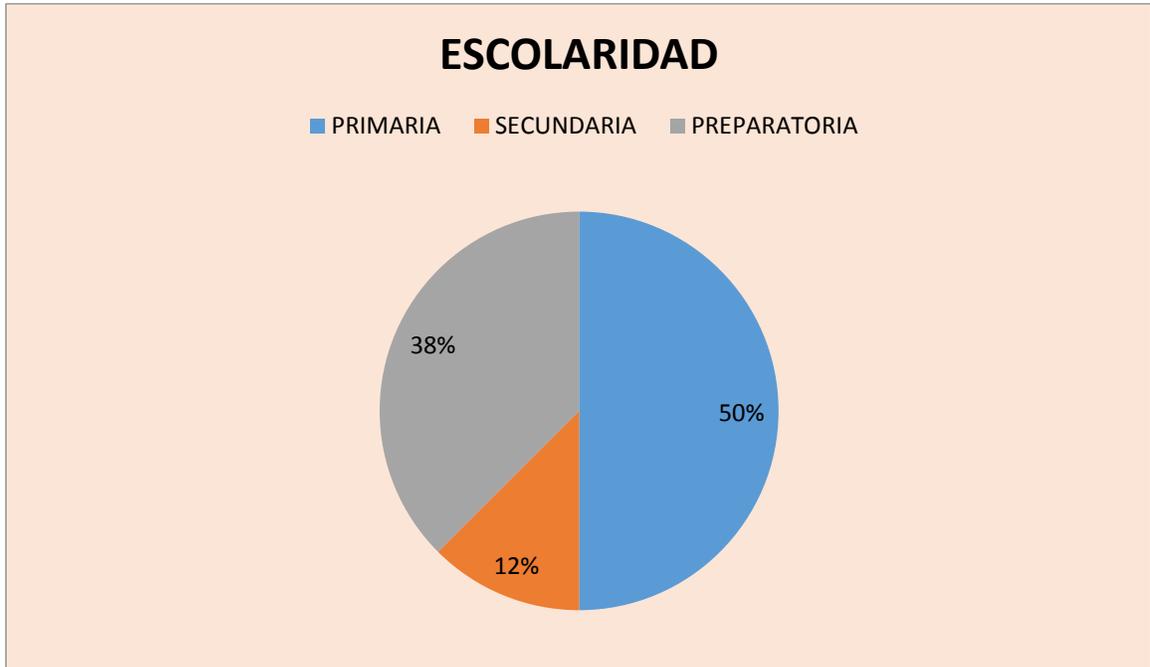
Análisis:

La grafica señala que dentro de las organizaciones encuestadas el 63% del personal son mujeres mientras que 37% son hombres.

Interpretación:

En la gráfica se observa que en muchas empresas son mujeres las que están al frente como representantes mientras que la mayor parte son hombre.

Gráfica 2



Análisis:

La grafica señala que el 50% de empleados tiene como grado de estudio la primaria, mientras que el 12% cuenta con secundaria terminado. Y un 38% preparatoria.

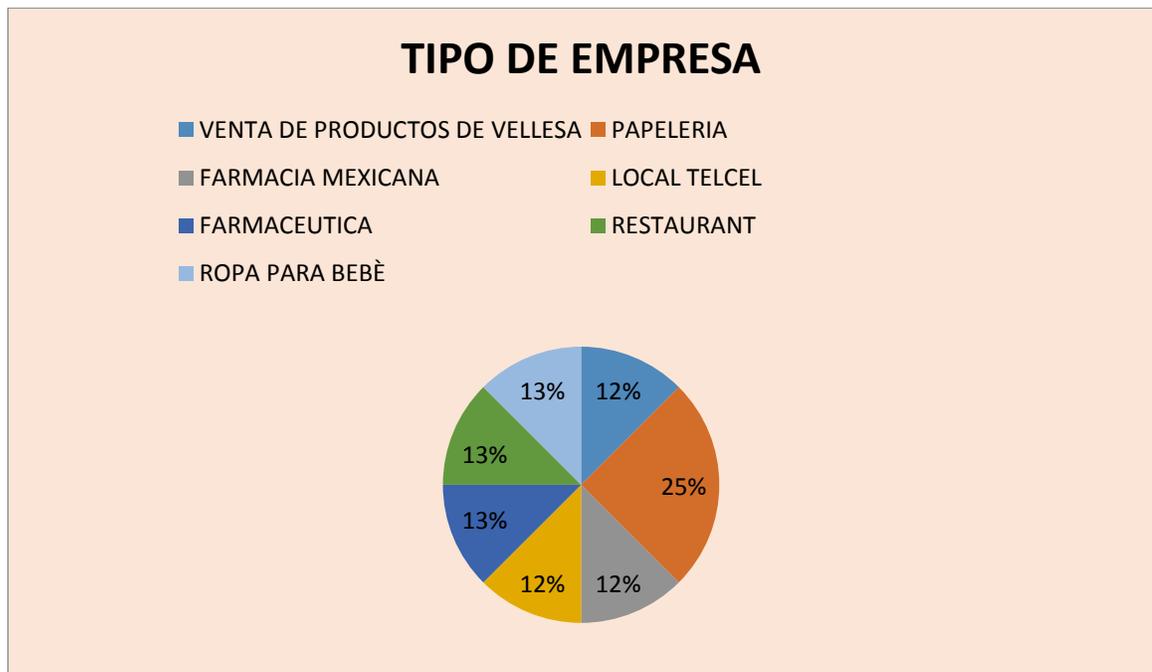
Interpretación:

En la gráfica podemos observar que la mayor parte de los empleados o encargados de una organización solo cuentan con primaria como últimos grados de estudio y una pequeña parte de ella tiene secundaria.

TABLA 2 DATOS DE LA EMPRESA

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
EMPRESA	PRODUCTOS BELLEZA	1	12.5
	PAPELERIA	2	25
	FRAMACIA MEXICANA	1	12.5
	LOCAL TELCEL	1	12.5
	FARAMACEUTICA	1	12.5
	RESTAURANT	1	12.5
	ROPA PARA BEBÈ	1	12.5
	TOTAL	8	100%
DIAS DE SERVICIO	LUNES-VIERNES	0	0
	LUNES-SABADO	2	25
	LUNES-DOMINGO	6	75
	TOTAL	8	100%
HORARIO	6:00AM-9:00PM	1	12.5
	7:00AM-6:00PM	1	12.5
	8:00AM-6:00PM	1	12.5
	8:00AM-7:00PM	1	12.5
	8:00AM-8:00PM	1	12.5
	9:00AM-4:00PM	1	12.5
	9:00AM:6:00PM	1	12.5
	9:00AM-9:00PM	1	12.5
TOTAL	8	100%	

Gráfica 3



Análisis:

La grafica señala que existe un porcentaje bastante equilibrado entre el 13% y 12% señalando así que los negocios encuestados se dedican a la venta de un producto.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de los negocios se dedican a la venta de productos y no a brindar un servicio al público en general.

Gráfica 4



Análisis:

La grafica señala que el 60% de los negocios tiene un horario completo de lunes a domingo, mientras que un 40% atiende de lunes a sábado.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de las empresas laboran un turno completo de lunes a domingo dejando así las posibilidades de poder realizar compras en todo momento y muy pocas son aquellas que a tienden hasta los días sábados.

Gráfica 5



Análisis:

La grafica señala que existe un equilibrio entre el 13% y 12% en cuanto a que las empresas tienen horarios muy similares de atención al cliente, entre 7:00 am a 9:00 pm.

Interpretación:

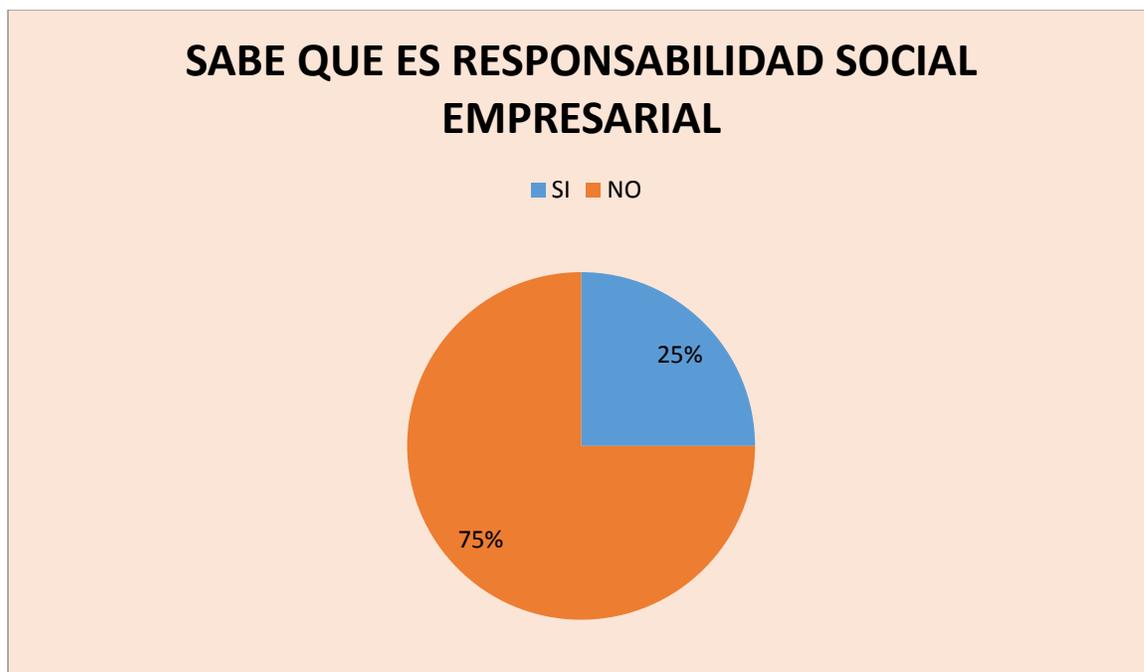
En la gráfica se observa que gran parte de las empresas tiene un mismo horario de atención al cliente y que su horario culmina a las 9:00 pm lo que quiere decir que se cuentan con empresas que están disponibles hasta tarde lo que beneficia de cierta forma al público en general.

TABLA 3 CONOSIMIENTO COBRE EL TEMA

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
SABE QUE ES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	2	25
	NO	6	75
	TOTAL	8	100%
CONOCE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL MEDIOAMBIENTAL	SI	2	25
	NO	6	75
	TOTAL	8	100%
CONOCE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL FINANCIERA	SI	3	37.5
	NO	5	62.5
	TOTAL	8	100%
IDEA O CONCEPTO ASOCIA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	A	3	37.5
	B	5	62.5
	C	0	0
	D	0	0
	TOTAL	8	100%
MOTORES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	A	1	12.5
	B		0
	C	4	50
	D		0
	E	3	37.5
	TOTAL	8	100%
CONOCE ALGUNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE	SI	4	50
	NO	4	50
	TOTAL	8	100%
INFLUYE SI UNA EMPRESA ES SOCIALMENTE	SI	5	62.5
	NO	3	37.5
	TOTAL	8	100%

ES IGUAL LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN DIFERENTES EMPRESAS	SI	4	50
	NO	4	50
	TOTAL	8	100%

Gráfica 6



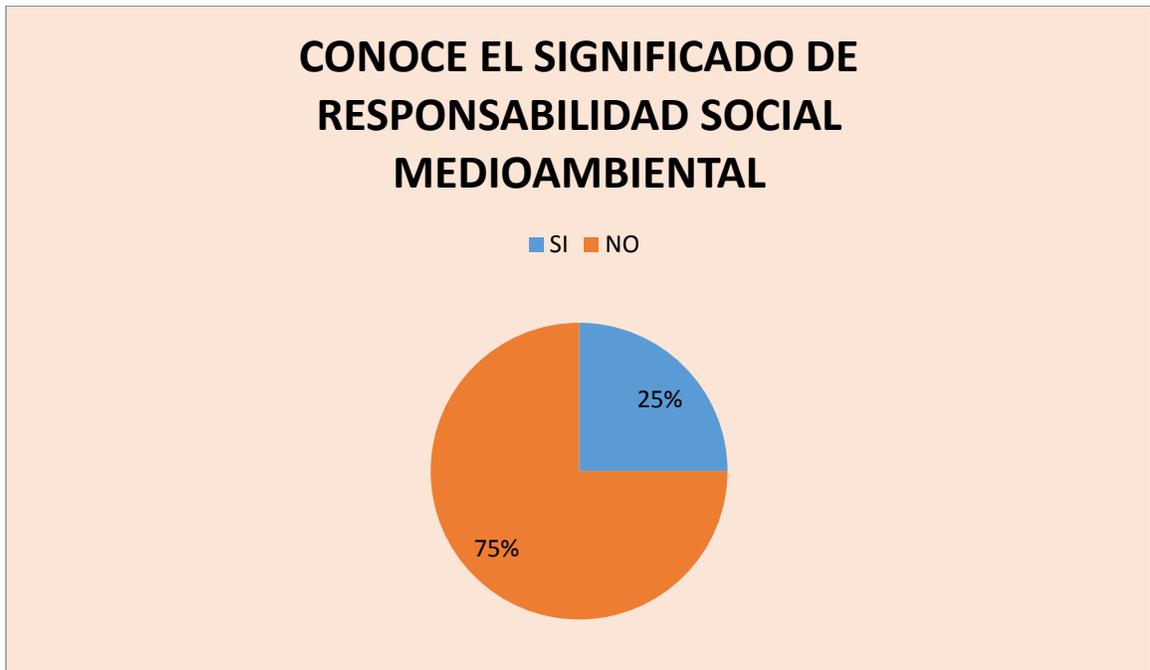
Análisis:

La grafica señala que el 75% de las personas conocen acerca del tema de responsabilidad social empresarial, mientras que un 25% desconoce el tema.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de nuestra muestra conoce algo acerca de la responsabilidad social empresarial, gracias a ello nos pudieron aportar conocimientos que prevalecen en su empresa y como lo llevan a cabo.

Gráfica 7



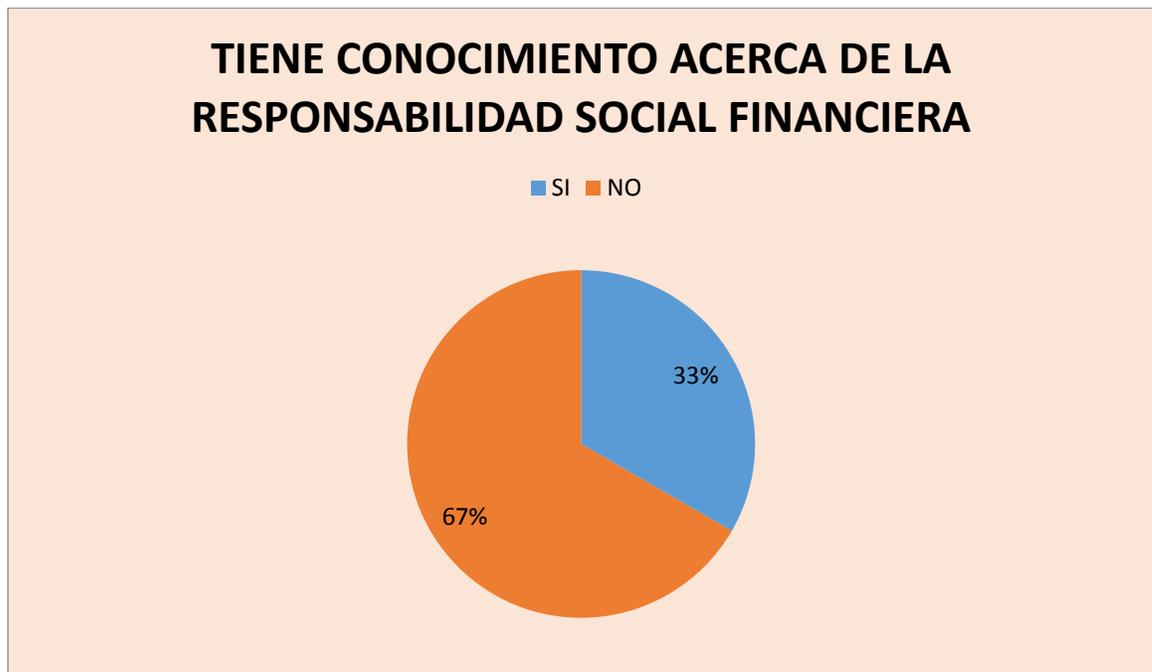
Análisis:

La grafica señala que el 75% conoce el significado de responsabilidad social medioambiental, y un 25% no conoce acerca de este tema.

Interpretación:

En la gráfica podemos observar que una pequeña parte de nuestra muestra no conoce el significado de la responsabilidad medio ambiental, esto contribuye a que lo llevan a cabo en la mayor parte de las empresas.

Gráfica 8



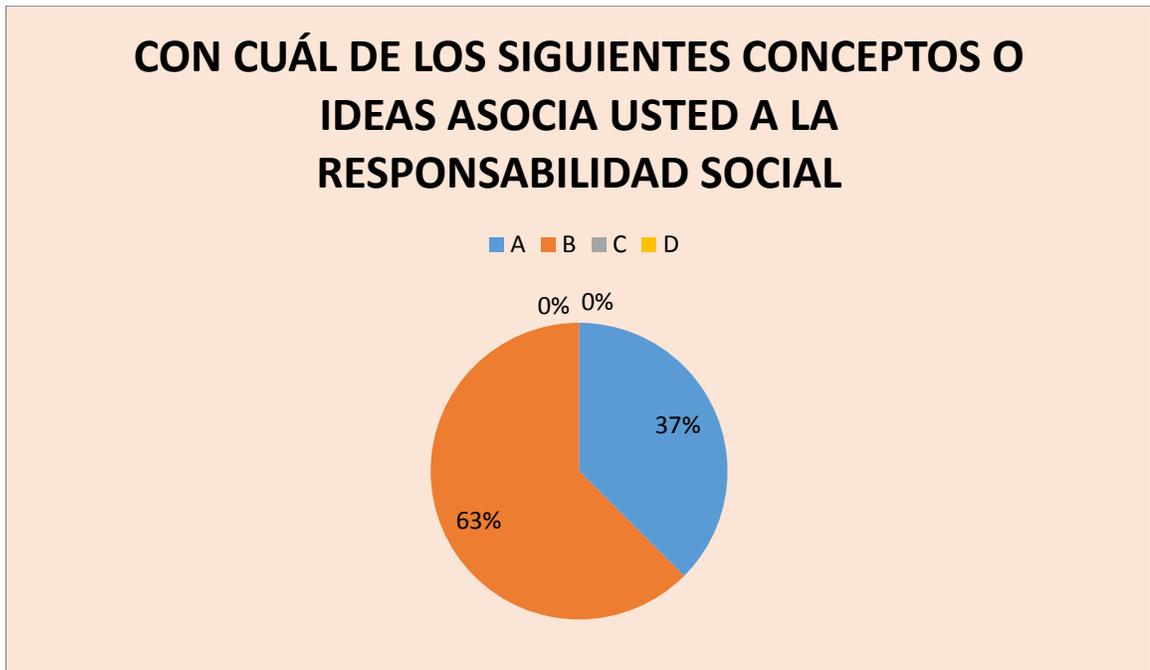
Análisis:

La grafica señala que el 67% tiene conocimiento acerca de la responsabilidad financiera y sus funciones, mientras que un 33% desconoce este tema.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayor parte de nuestra muestra tiene conocimiento acerca de la responsabilidad financiera y como negociantes es bastante importante que tengan conocimientos claros acerca de este tema de la administración.

Gráfica 9



Análisis:

La grafica señala que un 63% tiene una idea acerca de la responsabilidad social, así como el 37% un concepto distinto.

Interpretación:

En la gráfica podemos observar que todos tienen una idea o conocimiento acerca de la responsabilidad social, aunque en distintos términos.

Gráfica 10



Análisis:

La grafica señala que un 50% 38% y 12% tienen conocimiento acerca de que son los motores de la responsabilidad social.

Interpretación:

De acuerdo a lo que podemos observar en la gráfica la mayoría de nuestra muestra tiene conocimiento acerca de los motores de la responsabilidad social, aunque estos son en términos muy distintos.

Gráfica 11



Análisis:

La grafica señala que 50% considera o conoce empresas que son socialmente responsables, mientras que 50% dice que no conoce ninguna empresa que sea socialmente responsable.

Interpretación:

En la gráfica podemos observar que la mitad de nuestra muestra conoce empresas que son socialmente responsables y la otra parte nos dice que no existen empresas que cumplan con este aspecto.

Gráfica 12



Análisis:

La grafica señala que 62% cree que puede influir en la manera de que una empresa sea socialmente responsable, mientras que 38% dice que no.

Interpretación:

En la gráfica podemos observar que la mayoría de nuestra muestra considera que se puede influir en la forma en la que una empresa pueda ser socialmente responsable y una pequeña parte dice que no tiene que ver.

Gráfica 13



Análisis:

La grafica señala que 50% dice que sí y 50% menciona que no es igual la responsabilidad social en una empresa grande a la de una pequeña y mediana.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica está dividida en dos partes la cual una considera que si es igual la responsabilidad social de una empresa grande a una pequeña y mediana y la otra parte de la muestra dice que no es así.

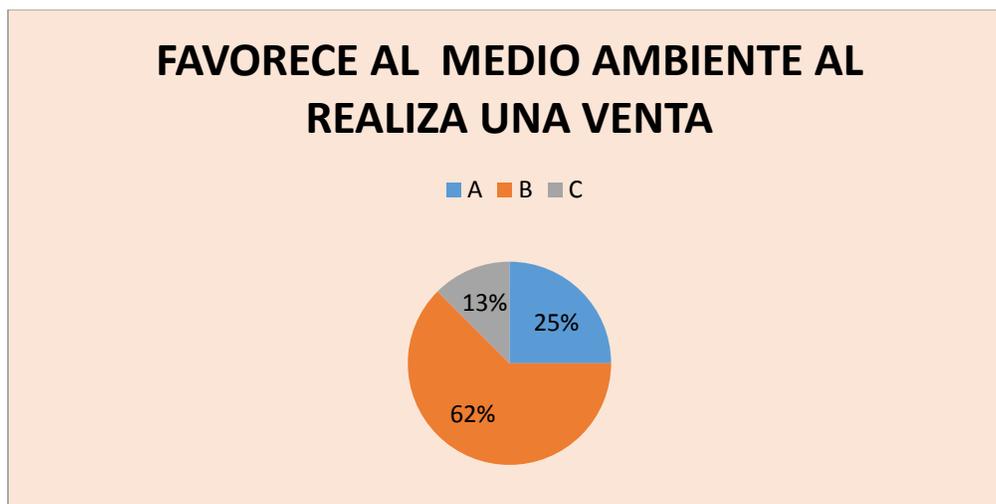
TABLA IV HABITOS DE RSE

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
FAVORECE MEDIO AMBIENTE VENTA	A	2	25
	B	5	62.5
	C	1	12.5
	TOTAL	8	100%
FRECUENCIA DE CONVERSACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	A	2	25
	B	4	50
	C	2	25
	TOTAL	8	100%
SE CASTIGA UNA EMPRESA NO SOCIALMENTE RESPONSABLE	SI	3	37.5
	NO	5	62.5
	TOTAL	8	100%
PREFIERE EMPRESA Y/O PRODUCTO RESPONSABLE	SI	3	37.5
	NO	5	62.5
	TOTAL	8	100%
CLIENTES CAMBIARIAN A COMPETNECIA POR SER RSE	SI	4	50
	NO	4	50
	TOTAL	8	100%
SERIA RESPONSABLE CON LOS PRODUCTOS QUE OFRECE	SI	5	62.5
	NO	3	37.5
	TOTAL	8	100%
SON CONSCIENTES DE LAS COMPRAS RESPONSABLES	SI	5	62.5
	NO	3	37.5
	TOTAL	8	100%

BENEFICIOS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	A	2	25
	B	1	12.5
	C	2	25
	D	3	37.5
	TOTAL	8	100%
TUS PRODUCTOS CUMPLEN CON CALIDAD	SI	7	12.5
	NO	1	87.5
	TOTAL	8	100%
CONTRIBUYES A LA CALIDAD DE VIDA DE LA SOCIEDAD	SI	6	75
	NO	2	25
	TOTAL	8	100%
GENERAS BENEFICIOS QUE AYUDEN A LA SOCIEDAD DE FORMA FINANCIERA	SI	6	75
	NO	2	25
	TOTAL	8	100%
IMPLEMENTAS LA PREVENCIÓN DE RIESGOS HACIA TRABAJADORES	SI	6	75
	NO	2	25
	TOTAL	8	100%
TRABAJADORES CUENTAN CON SEGURO SOCIAL	SI	2	25
	NO	6	75
	TOTAL	8	100%
IMPLEMENTAS FORMACIÓN PARA EMPLEADOS	SI	6	75
	NO	2	25
	TOTAL	8	100%
TIENES BUENA COMUNICACIÓN CON EMPLEADOS/CONSUMIDORES	SI	7	87.5
	NO	1	12.5
	TOTAL	8	100%

REALIZAN RECICLAJE	SI	3	37.5
	NO	5	62.5
	TOTAL	8	100%
SE PREOCUPAN POR CALIDAD DE PRODUCTOS	SI	7	87.5
	NO	1	12.5
	TOTAL	8	100%
PARTICIPAN EN PROYECTOS SOCIALES	SI	3	37.5
	NO	5	62.5
	TOTAL	8	100%

Gráfica 14



Análisis:

La grafica señala que 62% favorecen al medio ambiente mientras que 25% y 13% no lo realiza con frecuencia.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayoría de nuestra muestra si favorece al medio ambiente cuando realiza una venta y una pequeña parte de ellos no realiza esta acción con frecuencia.

Gráfica 15



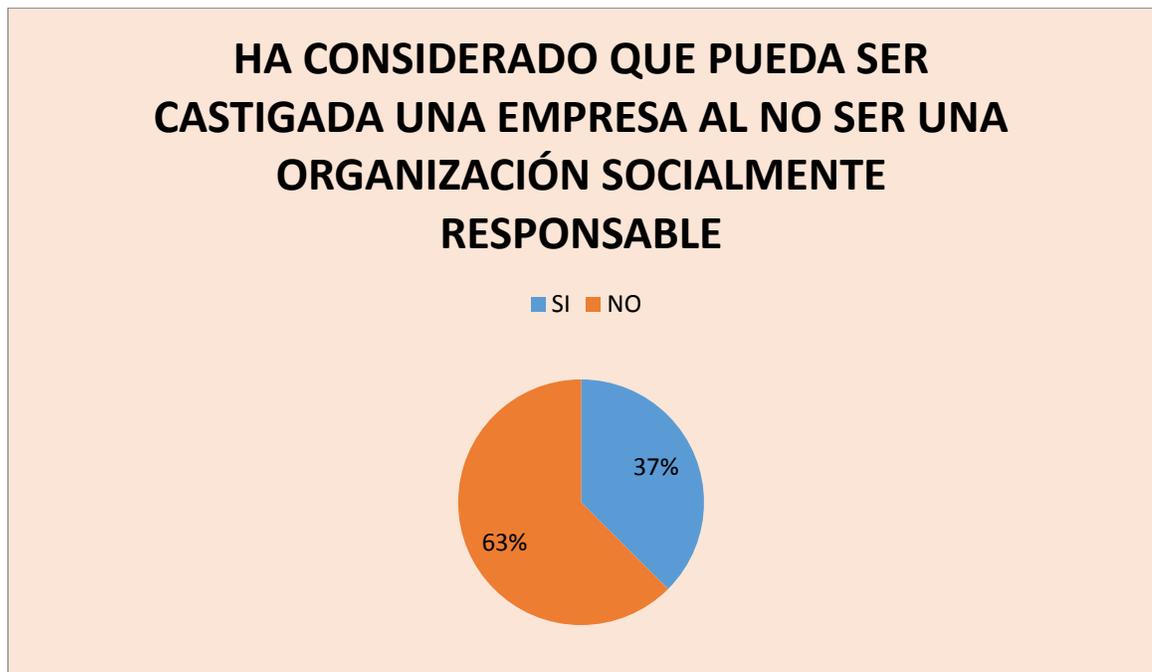
Análisis:

La grafica señala que 57% ha tenido una conversación con familiares y amigos acerca del comportamiento de las RSE. Mientras que el 29% y 14% no lo hace con frecuencia.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica una mayoría de nuestra muestra ha tenido una conversación acerca de este tema de responsabilidad social empresarial, en este caso como administradores pudimos aportar algunos conocimientos de la importancia que tiene en las empresas.

Gráfica 16



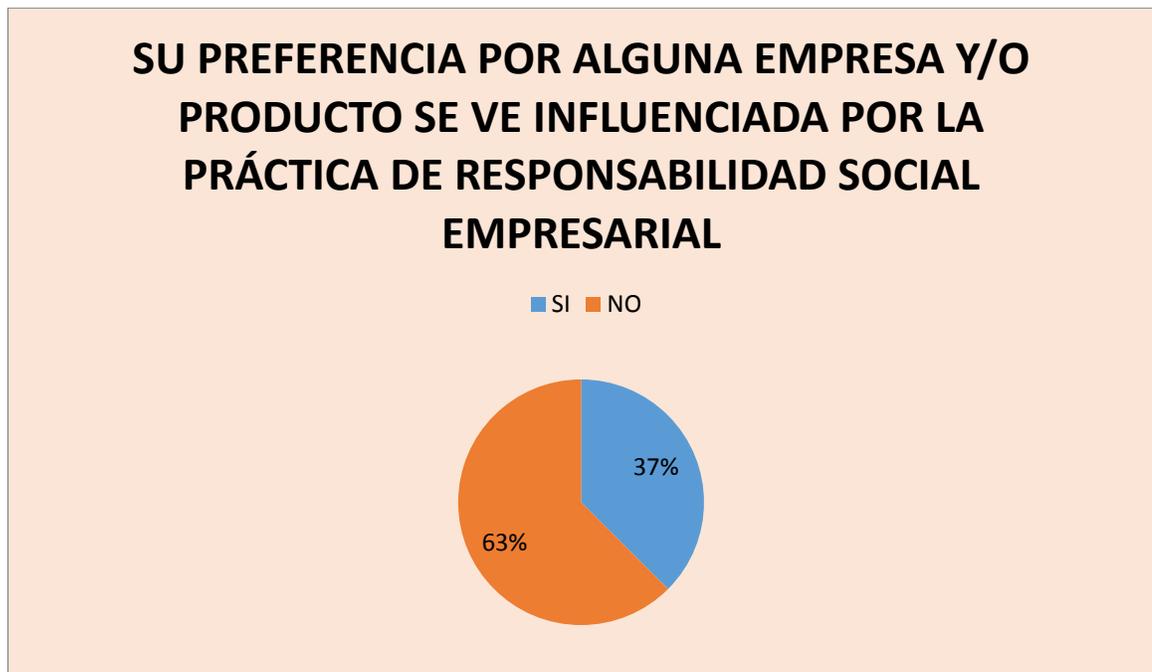
Análisis:

La grafica señala que 63% dice que es posible castigar una empresa por no ser socialmente responsable, mientras que 37% asegura que no se puede castigar de dicha forma.

Interpretación:

De acuerdo a la gráfica podemos observar que la mayoría de nuestra muestra asegura que se puede castigar a una empresa al no ser una organización socialmente responsable.

Gráfica 17



Análisis:

La grafica señala que 63% consideran que influye el tener más ventas si su organización practica las RSE, mientras que 37% dice que esto no tiene que ver.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayoría de nuestra muestra asegura que la preferencia de su empresa y la venta de un producto se ven influenciada al ser una empresa que sea socialmente responsable.

Gráfica 18



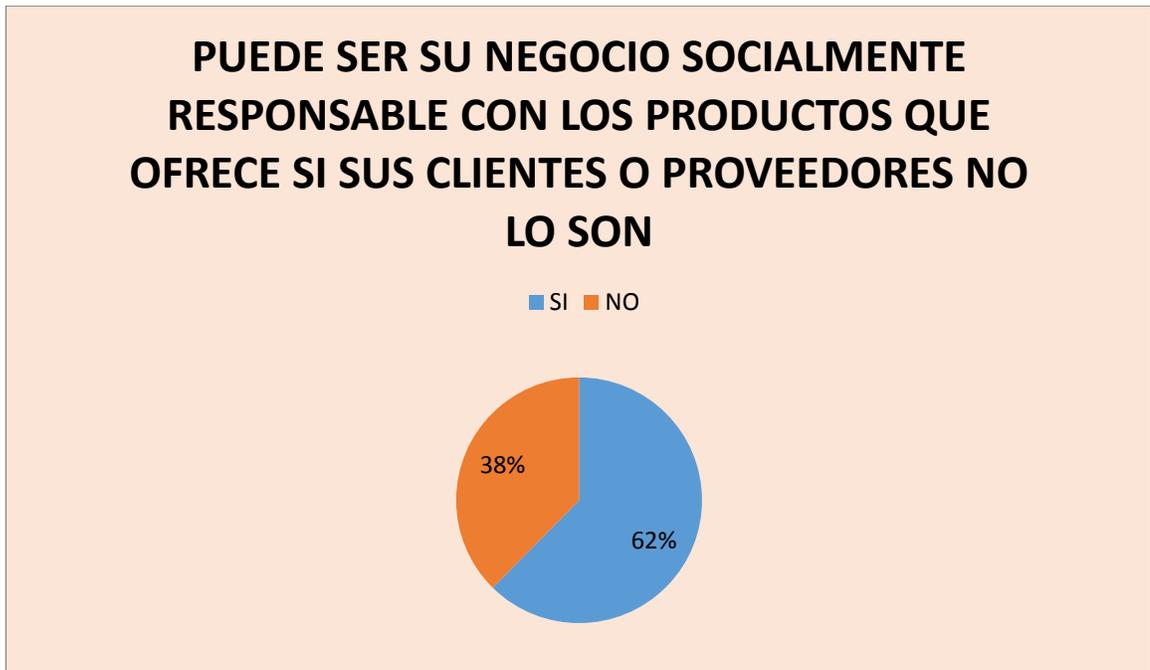
Análisis:

La gráfica señala que 50% consideran que los clientes se cambiarían a la competencia al no ser una empresa socialmente responsable, mientras que el 50% dice que no.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mitad de la muestra considera que el tener un negocio que no sea socialmente responsable traería como consecuencia que los clientes prefieran comprar con la competencia, y la otra mitad dice que no tiene nada que ver.

Gráfica 19



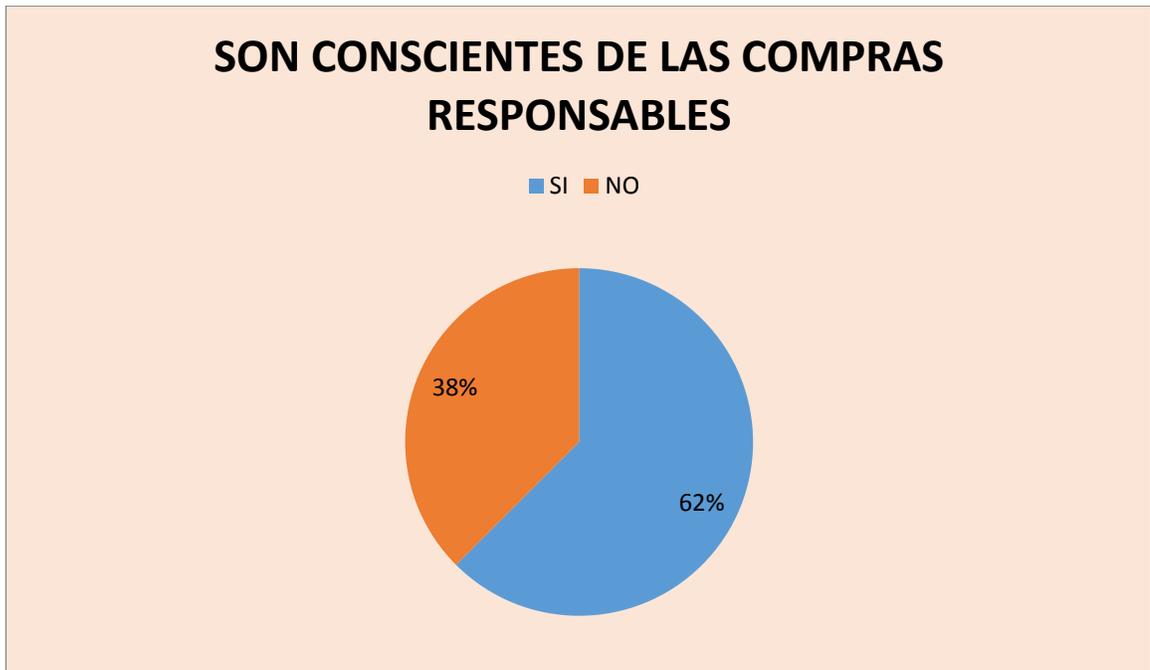
Análisis:

La grafica señala que 62% considera que una empresa puede ser socialmente responsable, aunque sus proveedores y clientes no lo sean, mientras que el 38% dice que no.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de la muestra dice que si puede ser una empresa socialmente responsable aun sabiendo que clientes y proveedores no lo sean y tienen conocimiento sobre ello.

Gráfica 20



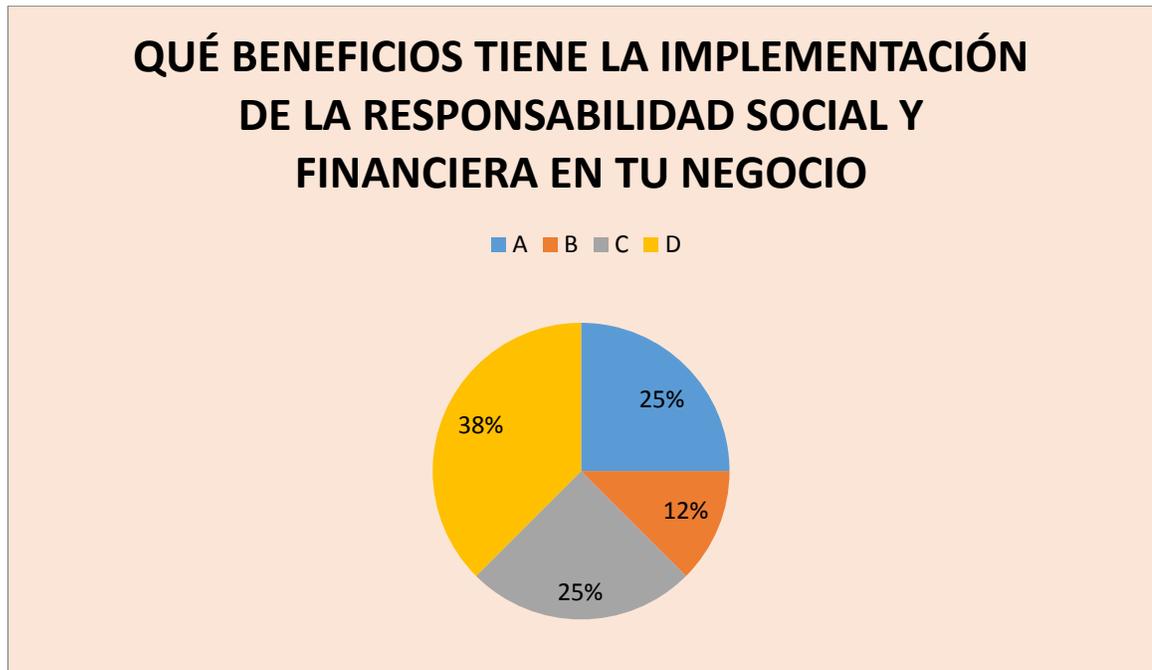
Análisis:

La grafica señala que el 62% son conscientes de las compras responsables, mientras que el 38% no conoce acerca de esto.

Interpretación:

Lo que podemos observar en la gráfica es que la mayoría de las empresas están conscientes de que es una compra responsable y que es lo que tiene que ver con esto.

Gráfica 21



Análisis:

La grafica señala que el 38%, 25%, 12% tiene conocimiento acerca de los beneficios de la implementación de las RSE.

Interpretación:

Lo que podemos observar en la gráfica es que la mayoría de nuestra muestra tiene conocimiento acerca de la implementación de la responsabilidad social y financiera en su negocio, aunque cuenten con distintos puntos de vista.

Gráfica 22



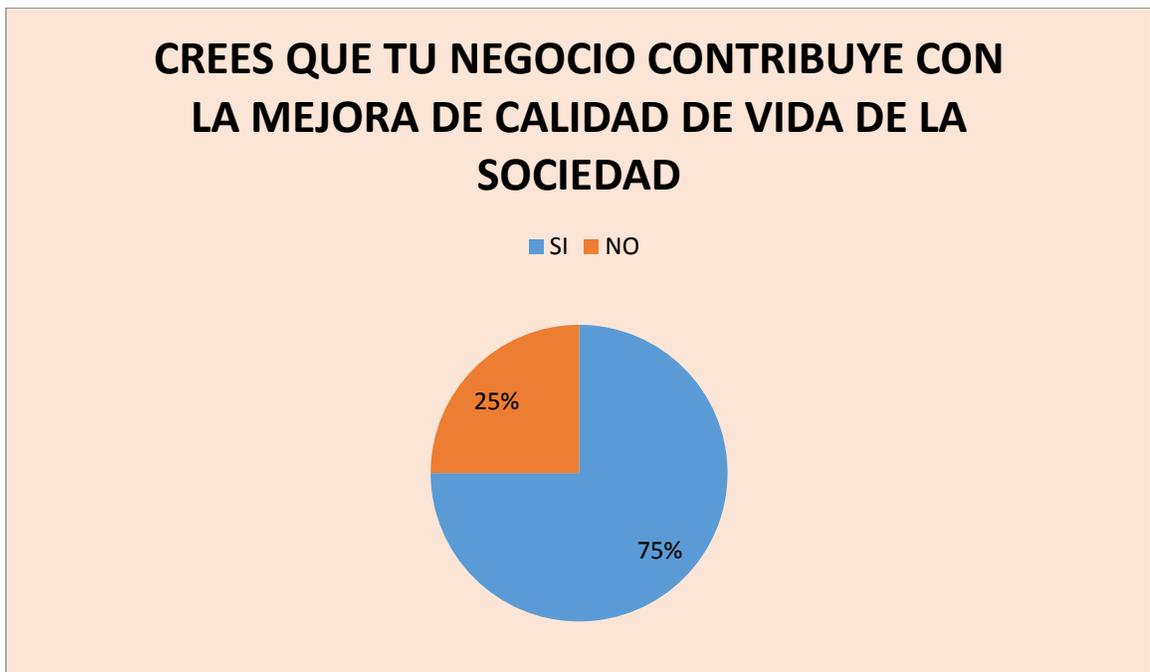
Análisis:

La grafica señala que el 88% está seguro que sus productos cumplen con un servicio de calidad hacia los clientes, mientras que el 12% no tiene conocimiento.

Interpretación:

Lo que podemos observar en esta grafica es que la mayoría de la muestra está seguro de que los productos que ofrece al mercado cumplen con un servicio de calidad, como administradores es importante contar con esta información.

Gráfica 23



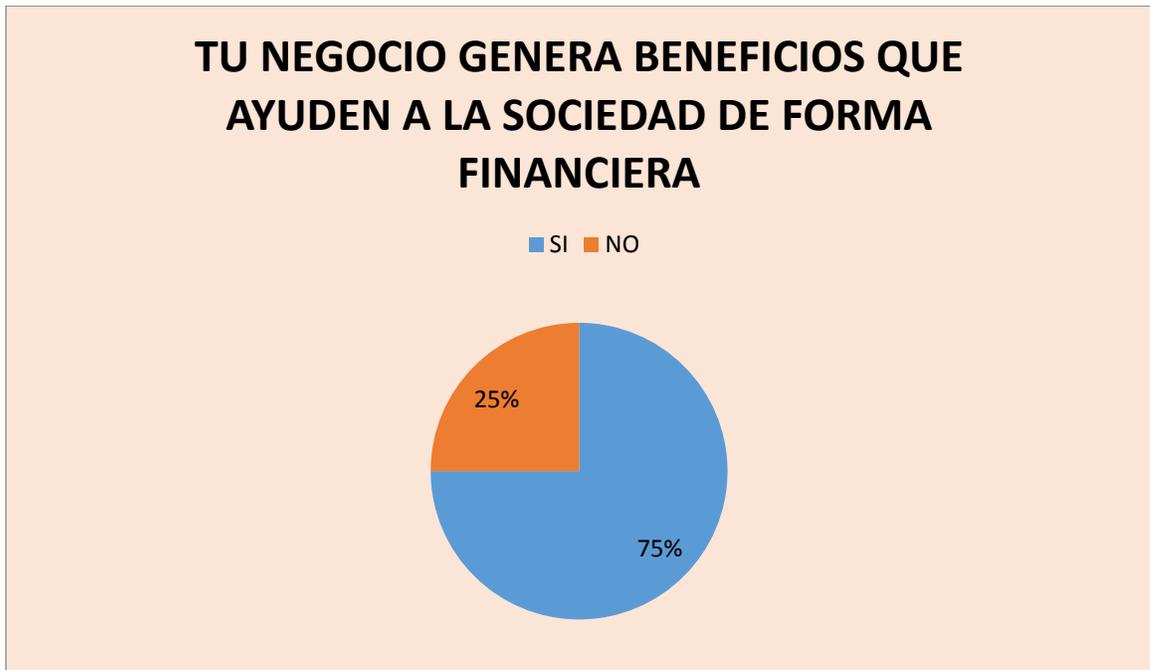
Análisis:

La grafica señala que el 75% sabe que su negocio contribuye con la mejora de calidad de vida de la sociedad, mientras que el 25% dice que no.

Interpretación:

Lo que podemos observar en la gráfica es que la mayoría de nuestra muestra conoce y está seguro de que su negocio contribuye de cierta forma la mejora de calidad de vida de la sociedad.

Gráfica 24



Análisis:

La grafica señala que el 75% su empresa genera beneficio de cierta forma financiera, mientras que el 25% no genera este beneficio.

Interpretación:

Lo que podemos observar en la gráfica es que la mayoría de los negociantes consideran que ayudan de gran forma a la sociedad financieramente.

Gráfica 25



Análisis:

La grafica señala que el 67% implementan prevención de riesgo hacia trabajadores, mientras que el 33% no lo lleva a cabo.

Interpretación:

En la gráfica podemos observar que la mayoría de nuestra muestra toma conciencia al implementar medidas de prevención en caso de riesgo hacia los trabajadores.

Gráfica 26



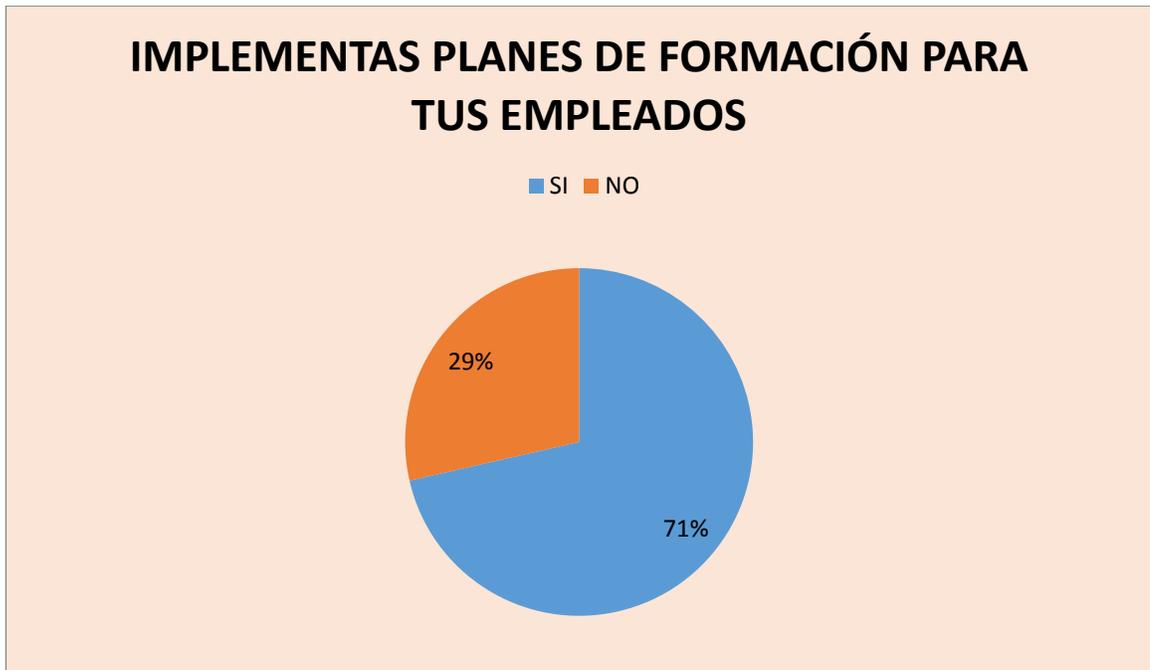
Análisis:

La grafica señala que el 75% los trabajadores cuentan con algún tipo de seguro social, mientras que el 25% no lo implementa.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de nuestra muestra cuenta con algún tipo de seguro para los trabajadores, dato importante para aquellas empresas que podrían poner en riesgo la salud de los empleados.

Gráfica 27



Análisis:

La grafica señala que el 71% implementa planes de formación para los empleados, mientras que el 29% no lo realiza.

Interpretación:

En la gráfica se observa que se encargan de implementar planes de formación para todo empleado, esto es importante dentro de la administración ya que hace motivar a los empleados a forjarse.

Gráfica 28



Análisis:

La grafica señala que el 87% implementa la buena comunicación a los trabajadores, mientras que el 13% no lo lleva a cabo.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de nuestra muestra lleva a cabo la implementación de comunicación entre los trabajadores, como administradores es un punto bastante importante ya que se debe contar con que el trabajador se sienta cómodo en la labor que realice para un mejor desempeño y esto lleve a lograr cada uno de los objetivos como organización.

Gráfica 29



Análisis:

La grafica señala que existe un equilibrado porcentaje en 50% para los negocios en cuanto a la realización del reciclaje.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mitad de la muestra realiza el reciclaje mientras que la otra no cumple con este

Gráfica 30



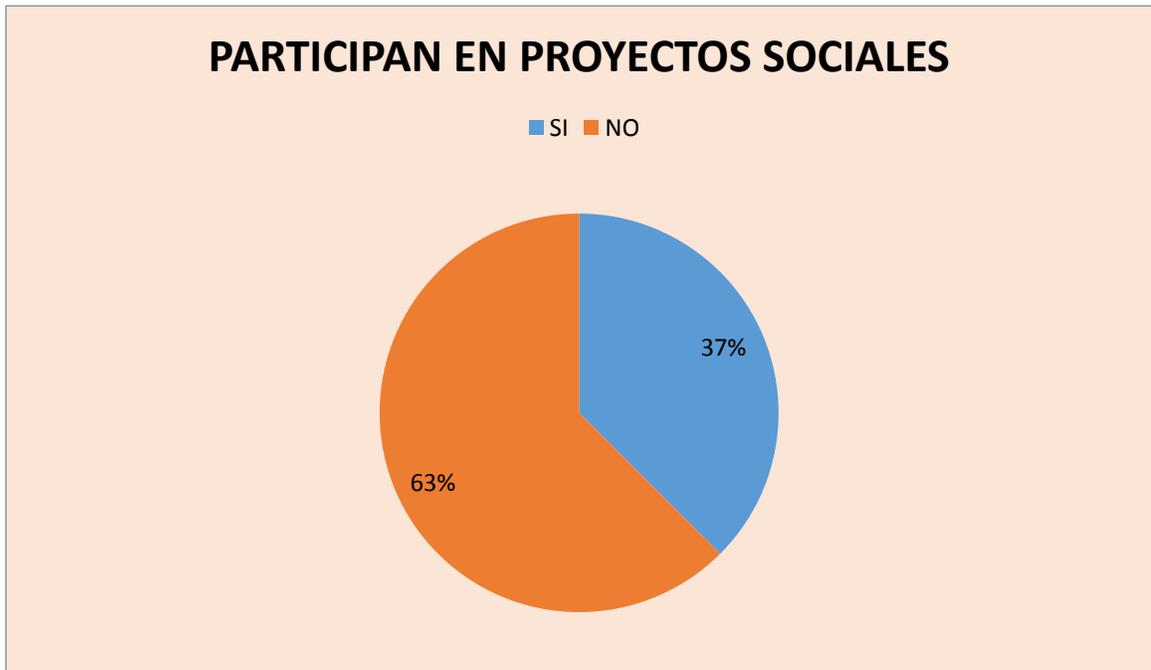
Análisis:

La grafica señala que el 87% considera que su negocio se preocupa por la calidad de sus productos, mientras que el 13% no.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de nuestra muestra se preocupa por ofrecer al público productos de calidad esto con lleva tener más ventas.

Gráfica31



Análisis:

La grafica señala que el 63% participa en proyectos sociales, mientras que el 37% no realiza estas actividades.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayor parte de la muestra participa en proyectos sociales junto con su negocio, esto implica buenos aportes para la misma.