



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

**COMPLEJO REGIONAL MIXTECA
CAMPUS CHIAUTLA DE TAPIA**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS

PRESENTA:

KEVIN ABARCA BERNABÉ

TÍTULO:

**“ANÁLISIS SOBRE LAS INICIATIVAS
ECOLÓGICAS Y SU VÍNCULO CON PERCEPCIÓN
DE LA MARCA. CASO: BANCO AZTECA
CHIAUTLA DE TAPIA (PUEBLA, MÉXICO)”**

DIRECTOR DE TESIS:

DR. DAVID ESPINOSA GONZÁLEZ

DIRECTORA DE TESIS:

**DRA. ALEJANDRA CEDALLÍN MARTÍNEZ
SÁNCHEZ**

CHIAUTLA DE TAPIA, PUE., JUNIO DE 2025

OFICIOS



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
COMPLEJO REGIONAL MIXTECA
LICENCIATURA
PROCESO DE TITULACIÓN Y EGRESO

Asunto: Dictamen de tesis.

MTRA. SARA CECILIA VEGA CERVANTES

DIRECTORA GENERAL
COMPLEJO REGIONAL MIXTECA
BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA.

PRESENTE.

Por este conducto se hace de su conocimiento la decisión del Director de la tesis denominada: “ANÁLISIS SOBRE LAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS Y SU VÍNCULO CON PERCEPCIÓN DE LA MARCA. CASO: BANCO AZTECA CHIAUTLA DE TAPIA (PUEBLA, MÉXICO)”, que presenta el alumno egresado: KEVIN ABARCA BERNABÉ con matrícula: 201842111 de la licenciatura en: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Se comunica que la tesis ha sido considerada:

- I.- Aprobada sin observaciones.
- II.- Aprobada condicionando a hacer ciertas modificaciones:
_____.
- III.- Rechazada.

La anterior postura es inapelable y fundamentada por el presente Reglamento de titulación y Egreso.

ATENTAMENTE:

“Pensar Bien, para vivir mejor”

H. Ciudad de Atlixco a los 20 días del Mes de Junio del año 2025.

Director de Tesis

Dr. David Espinosa González



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

COMPLEJO REGIONAL MIXTECA

**LICENCIATURA
PROCESO DE TITULACIÓN Y EGRESO**

Asunto: Dictamen de tesis.

MTRA. SARA CECILIA VEGA CERVANTES

**DIRECTORA GENERAL
COMPLEJO REGIONAL MIXTECA
BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA.**

PRESENTE.

Por este conducto se hace de su conocimiento la decisión de la Directora de la tesis denominada: “ANÁLISIS SOBRE LAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS Y SU VÍNCULO CON PERCEPCIÓN DE LA MARCA. CASO: BANCO AZTECA CHIAUTLA DE TAPIA (PUEBLA, MÉXICO)”, que presenta el alumno egresado: KEVIN ABARCA BERNABÉ con matrícula: 201842111 de la licenciatura en: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Se comunica que la tesis ha sido considerada:

- I.- Aprobada sin observaciones.
- II.- Aprobada condicionando a hacer ciertas modificaciones:
_____.
- III.- Rechazada.


La anterior postura es inapelable y fundamentada por el presente Reglamento de titulación y Egreso.

ATENTAMENTE:

“Pensar Bien, para vivir mejor”

H. Ciudad de Atlixco a los 20 días del Mes de Junio del año 2025.

Directora de Tesis



Dra. Alejandra C. Martínez Sánchez

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar esta etapa tan significativa de esfuerzo, dedicación y crecimiento personal, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que fueron parte de este proceso y me acompañaron en el camino.

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios por darme la fortaleza y la perseverancia necesarias para alcanzar esta meta.

Especialmente a mis padres, Antonio Abarca de Jesús y Gaudencia Bernabé Parra, por su amor incondicional, sus sacrificios y por ser mi mayor fuente de motivación. Gracias por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.

A mis hermanos, José Antonio, Jenny y Antonio Abarca, por su constante apoyo, comprensión y por estar siempre presentes con palabras de ánimo y cariño.

A mis asesores de tesis, el Dr. David Espinosa González y la Dra. Alejandra Cedallin Martínez Sánchez, por ser una guía clave en esta investigación, por su apoyo constante y por compartir sus conocimientos con paciencia y compromiso a lo largo de este proceso.

A mis amigos y compañeros de universidad, Monserrat Meléndez, Selene Nájera, Bladimir Tapia, Martín Contreras y Kiary Yandirly Sánchez por su compañía, palabras de aliento y apoyo emocional durante esta etapa exigente. Y a mi compañera de tesis por su apoyo incondicional en este proceso, Daisy Clara Monroy.

Al Complejo Regional Mixteca de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, gracias por el apoyo y su compromiso con la formación de las (os) estudiantes.

A todos ustedes, mi más sincera gratitud.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. INTERNALIZACIÓN AL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.1. Planteamiento del problema	10
1.2. OBJETIVOS.....	15
1.2.1. General	15
1.2.2. Específicos.....	15
1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	16
1.4. HIPOTESIS.....	16
1.4.1. General	16
1.4.2. Particular	16
1.5. Justificación	17
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL	20
2.1. Desarrollo sustentable: aproximación conceptual.....	20
2.1.1. Evolución e implementación del DS para el cuidado del planeta.	22
2.2. Definición de Iniciativas ecológicas.	30
2.2.1. Iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca	32
2.3. Banco Azteca: generalidades empresariales.	34
2.3.1. Historia	36
2.3.2. Compromiso Social	40
2.4. Importancia de las iniciativas ecológicas en el sector financiero.	42
2.5. Impacto de las iniciativas ecológicas en la percepción de marca	44
CAPITULO 3. FUNDAMENTO METODOLÓGICO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1. Diseño de la investigación	49
3.2. Sujetos de investigación	51
3.2.1. Justificación de la selección.....	51
3.2.2. Presentación de sujetos de investigación.....	53
3.3. Descripción del instrumento.....	55
3.4. Resultados.....	57
3.5. Análisis	69
3.5. Propuesta: Digitalización y distribución eficiente para la reducción del Consumo de Papel	76
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS	85

INTRODUCCIÓN

Las iniciativas ecológicas han adquirido una relevancia cada vez mayor dentro del entorno empresarial, ya que no solo representan una respuesta ante los problemas ambientales globales, sino que también se han convertido en una estrategia efectiva para fortalecer la imagen de una institución financiera. En una época marcada por la preocupación social por el cambio climático y la degradación ambiental especialmente visible durante la segunda década del siglo XXI, los consumidores valoran cada vez más el compromiso ambiental de las empresas, lo que influye directamente en la percepción que tienen sobre ellas y en sus decisiones.

En este sentido, la presente tesis tiene como objetivo principal “Analizar la eficacia e impacto de la campaña ecológica de reducción de papel implementada por Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) como estrategia para disminuir la contaminación en el municipio”.

En este contexto, se establece la hipótesis que guiará el desarrollo de la presente investigación: “Las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) han contribuido positivamente a la mejora del contexto ambiental local, generando un impacto significativo en la conservación de recursos naturales, la reducción de la contaminación y la promoción de prácticas sostenibles entre la comunidad”.

Este trabajo se guía a través de la metodología cualitativa, la cual, permitirá comprender a profundidad las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes respecto a las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca y su influencia en la imagen de la marca. También, se implementará el método analítico – sintético y se retomará a la entrevista semiestructurada como técnica principal de investigación.

La presente tesis se organiza en tres capítulos principales, cada uno diseñado para desarrollar diferentes fases del estudio.

En el primer capítulo, se describen el planteamiento del problema, donde se contextualiza la situación que motiva este estudio y se formulan los objetivos, tanto principal como específicos, que guiarán su desarrollo. Además, se incluye la pregunta de investigación, que orienta el enfoque del análisis, así como la hipótesis general y la particular, las cuales, permiten anticipar posibles respuestas y delimitar las variables principales del estudio. Finalmente, este primer capítulo concluye con la justificación de la investigación, donde se argumenta por qué es importante analizar la relación entre las iniciativas ecológicas y la percepción de marca, particularmente en el caso de Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México).

Asimismo, en el capítulo dos, se presentan los principales conceptos y definiciones que sustentan la presente investigación. Se inicia con una revisión general sobre las iniciativas ecológicas, su relevancia y evolución, seguida por una descripción de la historia y compromiso social de Banco Azteca.

También, se examinan las principales iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca, y se analiza la percepción que tienen los consumidores sobre dichas prácticas. También se aborda la importancia que estas iniciativas tienen para fortalecer la imagen de la marca dentro del sector financiero.

Para concluir, en el capítulo tres se detalla la metodología empleada, la cual, corresponde a un enfoque cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas. Se recabó información de cuatro participantes representando a los sectores más importantes en el municipio de Chiautla de Tapia vinculados al tema: el presidente municipal de Chiautla de Tapia, el subgerente del Banco Azteca local, un docente y un cliente frecuente de la institución.

En este capítulo, se considera la descripción de la técnica de investigación e instrumento utilizado para la recolección de datos; se presentan los resultados obtenidos a partir de las entrevistas, y posteriormente, se realiza un análisis de estos. Finalmente, se expone una propuesta centrada en la “reducción del consumo

de papel mediante la digitalización de procesos y la distribución eficiente de folletos digitales”, la cual, se plantea como una estrategia hacia la institución.

Esta investigación surge de la necesidad de hacer frente a los distintos tipos de contaminación que afectan a nuestro planeta, promoviendo el uso y la implementación de iniciativas ecológicas como una vía para mitigar su impacto. Se busca concientizar sobre la importancia de que tanto las instituciones como los ciudadanos se sumen a acciones sostenibles, ya que solo a través del compromiso de todos será posible mejorar las condiciones ambientales actuales y construir un entorno más saludable para las futuras generaciones.

C. Kevin Abarca Bernabé

CAPÍTULO 1. INTERNALIZACIÓN AL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

Las iniciativas ecológicas ayudan a las organizaciones a posicionarse como responsables frente a los retos ambientales globales y, al mismo tiempo, pueden influir significativamente en la percepción que los consumidores tienen de una marca.

En un escenario donde la responsabilidad ambiental y las acciones sostenibles están adquiriendo una relevancia creciente, las empresas, especialmente las del sector financiero, deben ser conscientes del impacto de sus iniciativas ecológicas, no solo en el medio ambiente, sino también en la percepción pública de su marca.

Este capítulo busca internalizar el objeto de estudio a través de diversos elementos protocolarios que problematizan, justifican y exponen los elementos fundamentales metodológicos de la investigación que generará un análisis exhaustivo de las políticas y acciones ecológicas que Banco Azteca ha implementado en la región de Chiautla de Tapia (Puebla, México) y cómo estas iniciativas son percibidas e interpretadas por la comunidad local.

La internalización de este objeto implica una comprensión profunda de las estrategias verdes que la institución bancaria ha adoptado y su relación con el posicionamiento y la imagen corporativa.

Este análisis permitirá también identificar áreas de mejora en las prácticas actuales y cómo la marca podría fortalecer aún más su relación con el público local mediante el enfoque en sostenibilidad y el compromiso con el medio ambiente.

1.1. Planteamiento del problema

Durante la segunda década del siglo XXI, el cambio climático y la degradación ambiental se han convertido en preocupaciones centrales para las sociedades de todo el mundo. Ante ello, diversas empresas han optado por implementar iniciativas ecológicas, todo con el objetivo de minimizar su impacto ambiental y poder contribuir con el desarrollo sostenible. Estas acciones van desde la reducción de emisiones de carbono y el uso de materiales reciclables, hasta la implementación de energías renovables.

Por consiguiente, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha sido líder en la lucha contra la contaminación a nivel mundial. Se fundamenta en reducir la contaminación del aire, agua y suelo, así como promover la adopción de prácticas sostenibles en todo el mundo. Expresando la alerta a la población, ya que la contaminación atmosférica y el dióxido de nitrógeno (NO₂) se asocia a “enfermedades respiratorias, sobre todo al asma, lo que provoca síntomas respiratorios, como tos, sibilancias o dificultad para respirar, ingresos hospitalarios y visitas a los servicios de urgencias” (ONU, 2022).

Como es posible observar, la ONU juega un papel fundamental en el combate contra la contaminación, promoviendo políticas, acciones e instrumentos internacionales que buscan mitigar los impactos negativos del medio ambiente y la salud humana.

En este sentido, algunas de las iniciativas y enfoques que la ONU ha adoptado en relación con la contaminación, se ven cristalizadas al presentar el “Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos Persistentes que entró en vigor el 17 de mayo de 2004, noventa (90) días después de la presentación del quincuagésimo instrumento de ratificación, aceptación, aprobación o adhesión con respecto al Convenio” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2009, p. 2).

Subrayando la importancia de que los fabricantes de contaminantes orgánicos persistentes asuman la responsabilidad de:

Reducir los efectos adversos causados por sus productos y de suministrar información a los usuarios, a los gobiernos y al público sobre las propiedades peligrosas de esos productos químicos, conscientes de la necesidad de adoptar medidas para prevenir los efectos adversos causados por los contaminantes orgánicos persistentes en todos los estados de su ciclo de vida (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2009, p. 5).

En este orden de ideas, existe un proyecto llamado Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), que lidera varias campañas globales, tales como “Mares limpios” que se dedica principalmente a combatir la contaminación de plástico en los océanos, dado el aumento del deterioro por este material que pone en peligro los ecosistemas marinos y la supervivencia de especies acuáticas, como tortugas, ballenas, peces y aves marinas.

Por primera vez en la historia de la ONU, los Estados miembros se reunieron en junio del año 2017 en su sede en Nueva York (EE. UU.), a manera de concretar el primer esfuerzo político para abordar en forma exclusiva el deterioro de los océanos y su conservación, como lo expresa Arredondo (2018, p. 30):

Naciones Unidas reconoce desde el seno de la organización la gran alarma que están provocando los daños causados por los seres humanos a la biodiversidad marina, así como el impacto adverso al cambio climático, visibilizando a la comunidad internacional la gravedad de la contaminación de los océanos por la gran cantidad de plásticos y basuras que se encuentran en ellos.

Por otra parte, en México, la contaminación sigue siendo un desafío crítico que afecta tanto al medio ambiente como a la salud pública, ya que las grandes ciudades enfrentan niveles elevados de contaminación del aire, mientras que el agua y suelo

están comprometidos por desechos industriales y agrícolas, explicado por Maguey (29-10-2018):

La industria de producción y la agricultura consumen la mayoría del agua que se utiliza en México. En el sector agrícola se desperdicia más del 57% por la infraestructura obsoleta y en mal estado; la industria es la que contamina más: el equivalente a la generada por 100 millones de habitantes.

El aire en las grandes ciudades mexicanas contiene concentraciones elevadas de “partículas suspendidas PM10 y PM2.5 y gases contaminantes como el ozono (O₃) y el dióxido de nitrógeno (NO₂), superando los límites establecidos en las directrices de la OMS respecto de la media anual de PM2,5 son 10 µg/m³” (Organización Mundial de la Salud, 27-09-2016).

En este sentido, las partículas en suspensión, específicamente las PM_{2,5} y PM₁₀, representan una grave preocupación para la salud humana debido a su capacidad de penetrar profundamente en los pulmones. Las PM_{2,5}, siendo de tamaño aún menor, tienen la habilidad de ingresar directamente al torrente sanguíneo, lo que puede afectar no sólo el sistema respiratorio, sino también el cardiovascular y otros órganos vitales, “las PM son generadas principalmente por la combustión de combustibles en diferentes sectores, como el transporte, la energía, los hogares, la industria y la agricultura” (Organización Mundial de la Salud, 22-09-2021).

Además, la contaminación del agua y del suelo continúa siendo un problema persistente. El uso excesivo de químicos en la agricultura, las descargas industriales no tratadas, y la deforestación son factores que han contribuido a la degradación de los recursos hídricos y del suelo, afectando la seguridad alimentaria y la biodiversidad; ya que en México se generan “120,128 toneladas de residuos sólidos cada día, de los cuales se recolectan 106,523, es decir solo el 88.6% del total de los residuos generados” (ECOCE, 2023).

Por ello, unos tres millones de muertes al año están relacionadas con la exposición a la contaminación de aire en exteriores. La contaminación del aire en interiores

puede ser igualmente letal. En 2012, según las estimaciones de la Organización Mundial de la Salud (27-09-2016): “6,5 millones de muertes, 11,6% de todas las muertes mundiales. Estuvieron relacionadas con la contaminación del aire tanto de interiores como de exteriores”.

Continuando con este orden de ideas, el Comunicado de prensa de 2016, comenta que el “94% de las muertes se deben a enfermedades no transmisibles, sobre todo a enfermedades cardiovasculares, accidentes cerebrovasculares, la neumopatía obstructiva crónica y el cáncer de pulmón. La contaminación del aire también aumenta el riesgo de infecciones respiratorias agudas”.

Por lo anterior, Banco Azteca S.A., Institución de Banca Múltiple, como institución financiera y como parte de su compromiso con la responsabilidad social y ambiental, ha implementado diversas estrategias para reducir su impacto en la contaminación. Estas acciones están enfocadas en disminuir la huella ambiental de sus operaciones y contribuir a la sostenibilidad.

Banco Azteca ha implementado diversas iniciativas ecológicas como parte de su compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente. Estas iniciativas buscan reducir el impacto ambiental de sus operaciones y promover prácticas más sostenibles tanto dentro de la organización como entre sus clientes:

[E] 30% de la energía que consumimos proviene de fuentes renovables, 100% de nuestras sucursales cuentan con el programa de eficiencia energética, implementamos proyectos paperless con el objetivo de reducir el desperdicio de papel y su impacto en el medio ambiente. En 2022 disminuimos 16% el uso de papel, evitando la emisión de 518 toneladas de CO₂ (Banco Azteca, 2024a).

Esta persona moral, ha promovido el uso de servicios digitales, como la banca en línea y la banca móvil, para reducir el uso de papel y disminuir la huella de carbono asociada con las operaciones tradicionales en sucursales.

Además de sus esfuerzos internos, Banco Azteca apoya diversas iniciativas

externas que buscan combatir la contaminación, como programas de reforestación y conservación de áreas naturales, así como colaboraciones con organizaciones ambientales. El propósito de esta investigación es desarrollar una campaña integral en Chiautla de Tapia (Puebla, México), donde los residentes, escuelas y empresas locales, puedan adaptarse a utilizar documentos digitales en lugar de impresos, es una forma efectiva de reducir el impacto ambiental y promover la sostenibilidad. Al elegir formatos digitales, no sólo se disminuye el consumo de papel, sino que también se contribuye a la conservación de los recursos naturales y reducción de la generación de desechos.

Los documentos digitales ofrecen ventajas adicionales como el acceso inmediato desde cualquier dispositivo, la facilidad de compartir información y la capacidad de realizar búsquedas rápidas. Esta transición no sólo simplifica la gestión de documentos, sino que también se apoyará un futuro más verde. Al incorporar esta práctica en la rutina diaria, es posible hacer una diferencia significativa en la preservación de nuestro entorno y en la eficiencia de nuestras actividades cotidianas.

1.2. OBJETIVOS

La presente investigación de pregrado en Administración de Empresas se guía a través de la formulación de objetivos generales y específicos.

1.2.1. General

Único. – Analizar la eficacia e impacto de la campaña ecológica de reducción de papel implementada por Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) como estrategia para disminuir la contaminación en el municipio.

1.2.2. Específicos

Primero. - Conocer la problemática medioambiental que ha generado el empleo excesivo de documentos impresos por parte de las empresas en el municipio de Chiautla de Tapia, a partir del estudio de caso de Banco Azteca.

Segundo. - Fomentar el uso de servicios bancarios en línea y móviles entre clientes del banco para reducir la necesidad de procesos físicos y de papel, contribuyendo así a una menor huella ecológica.

Tercero. - Evaluar el impacto de la digitalización de procesos y distribución de folletos digitales en la reducción del consumo de papel en Banco Azteca, así como la aceptación de esta iniciativa por parte de empleados y clientes.

1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el impacto de las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en el municipio de Chiautla de Tapia (Puebla, México)?

1.4. HIPOTESIS

La presente tesis de nivel superior busca la comprobación de posturas hipotéticas generales y particulares, a continuación, presentadas.

1.4.1. General

Única. - Las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) han contribuido positivamente a la mejora del contexto y del ambiental local, generando un impacto significativo en la conservación de recursos naturales, la reducción de la contaminación y la promoción de prácticas sostenibles entre la comunidad.

1.4.2. Particular

Única. - La implementación de documentos digitales por parte de Banco Azteca en lugar de impresos reduce significativamente el consumo de papel y otros recursos asociados, lo que resulta en una disminución de la huella de carbono y una mejora en la sostenibilidad ambiental de las organizaciones y comunidades que adoptan esta práctica, como en Chiautla de Tapia (Puebla, México).

1.5. Justificación

La investigación sobre las iniciativas ecológicas y su impacto en la percepción de la marca es de suma importancia, ya que, en la actualidad (2025), las cuestiones medioambientales juegan un papel crucial en las decisiones tanto de los consumidores como de las empresas. En este contexto, la empresa financiera Banco Azteca, implementa estrategias ecológicas que, no sólo contribuyen a la sostenibilidad del entorno, sino que también influye directamente en la imagen de su marca ante la sociedad y sus clientes, por ello promueven “una cultura de respeto al medio ambiente con iniciativas, productos e innovación en la operación de nuestro negocio para mitigar los efectos del cambio climático y conservar el planeta para las próximas generaciones” (Banco Azteca, 2024a).

Este estudio se enfoca en un caso específico, Banco Azteca en Chiantla de Tapia (Puebla, México), donde como institución financiera integra tres factores importantes para la sociedad: Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo en sus operaciones. Es decir, están alineados a estándares nacionales como a la “Declaratoria común de bancos a favor del desarrollo de las finanzas verdes y sostenibles de la ‘Asociación de Bancos de México’” (Banco Azteca, 2024a).

Las acciones sustentables implementadas tienen como objetivo comprender cómo iniciativas como la reducción del consumo de papel y la promoción del reciclaje impactan en la percepción de los clientes y de la comunidad en general. Por ello, la importancia de esta investigación radica en que, en un contexto global donde la contaminación y la sostenibilidad se ha convertido en temas prioritarios, las organizaciones deben adaptarse a las expectativas sociales y demostrar su compromiso con el medio ambiente. De este modo, se puede “conseguir un posicionamiento en categorías de una calidad superior y, además, con la etiqueta eco, que es sinónimo de una ventaja competitiva” (Ramos *et al.*, 10-07-2024).

Además, las empresas que adoptan prácticas ecológicas a menudo gozan de una mejor aceptación por parte de los consumidores, lo cual, ayuda a tener ventajas

competitivas en un mercado cada vez más consciente de los temas medioambientales, es decir, las empresas que adoptan el marketing verde son beneficiadas, ya que atrae a “nuevos clientes que prefieren comprar productos más saludables y menos contaminantes, en definitiva, productos ecológicos. Además, ayuda a mejorar el posicionamiento de marca, ya que este tipo de productos y servicios se posicionan como de mayor calidad que otros” (Ramos *et al.*, 10-07-2024).

En este sentido, las empresas que lideran con iniciativas ecológicas pueden diferenciarse de sus competidores para atraer a un público más consciente y responsable, por ello, este análisis también proporciona datos que pueden ayudar a optimizar las políticas verdes dentro de la organización y evaluar su efectividad para generar un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la relación con los clientes.

Asimismo, al momento de involucrar el “*marketing* verde” en una empresa financiera y, al mismo tiempo, estar comprometidos con el cuidado del planeta provoca:

[Que] muchos clientes vean la empresa con otros ojos. Es una forma de demostrar a los clientes que el producto que se ofrece no genera estragos ni en el ambiente ni en la salud de las personas. De este modo, eso revaloriza a la marca (Ramos *et al.*, 10-07-2024).

En resumen, este tema es de gran importancia porque permite explorar el efecto directo de las políticas ecológicas en la percepción pública, contribuyendo a la creación de un modelo de negocio más sostenible y, por ello, socialmente responsable, mientras se fortalece la relación con los consumidores y, asimismo, se puede posicionar a Banco Azteca como un líder en responsabilidad social, por ello “queremos tener un impacto positivo en nuestra región, contribuyendo a la prosperidad incluyente al promover la inclusión y la salud financiera de nuestros

clientes e incorporando la sostenibilidad en todo lo que hacemos” (Banco Azteca, 2024a).

Por lo tanto, esta tesis de nivel superior no sólo busca analizar el impacto de las políticas ecológicas de Banco Azteca, sino también proporcionar una visión profunda sobre cómo las acciones verdes de una empresa financiera pueden afectar la percepción pública de su marca en los sectores de impacto de determinada colectividad como: comercial, educativo, gubernamental y empresarial. Finalmente, esto resulta esencial tanto para mejorar la estrategia empresarial de Banco Azteca en Chiautla de Tapia, como para proporcionar ejemplos prácticos a otras instituciones sobre cómo poder integrar la sostenibilidad en sus operaciones y fortalecer su relación con los clientes.

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

En este apartado, se desarrollarán las bases teóricas fundamentales que respaldan la investigación. El objetivo es proporcionar elementos suficientes que faciliten un análisis óptimo del tema, para ello, se llevará a cabo una revisión de la literatura que considerará investigaciones previas y destacará las teorías y enfoques que han influido en el campo de las iniciativas ecológicas.

De igual forma, se definirán conceptos clave, abordando la importancia de estas iniciativas y se presentará un enfoque que permita comprender su impacto en la percepción de la marca.

Además, se presentarán diversas perspectivas teóricas que explicarán el fenómeno en cuestión y su evolución a lo largo del tiempo, subrayando su relevancia para el problema de investigación.

2.1. Desarrollo sustentable: aproximación conceptual

El desarrollo sustentable considerado en iniciativas ecológicas se centra en implementar prácticas que protejan el medio ambiente mientras se satisfacen las necesidades actuales de la sociedad. Estas iniciativas buscan promover la conservación de recursos naturales, la reducción de desechos y la mitigación del cambio climático a través de estrategias que fomentan el uso eficiente de la energía, la gestión responsable del agua y la preservación de la biodiversidad.

En este sentido, se considera pertinente presentar elementos definitorios sobre los diversos términos que se engloban en la presente tesis, partiendo por “desarrollo” que el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2024), define como “acción y efecto de desarrollar o desarrollarse” y “sustentable” como “que se puede sustentar o mantener sin agotar los recursos o causar daño grave al medio

ambiente”. Asimismo, el diccionario Oxford University (2025) define a “sostenible” como “que implica el uso de productos naturales y energía de una manera que no dañe el medio ambiente”. Por último, la Enciclopedia Británica (Kulik, 28-05-2025) describe el desarrollo sustentable como "enfoque de la planificación social, económica y ambiental que intenta equilibrar las necesidades sociales y económicas de las generaciones humanas presentes y futuras con el imperativo de preservar o prevenir daños indebidos al medio ambiente".

De igual forma, el Informe Brundtland presenta una perspectiva que se centra en el equilibrio entre el desarrollo económico y la protección ambiental. Cabe señalar que los términos “desarrollo sostenible” y “desarrollo sustentable” suelen usarse como sinónimos, especialmente en el contexto de políticas ambientales mexicanas; por lo que el desarrollo sostenible es “aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Brundtland, 1987, p.2).

Lo que se traduce en un compromiso hacia un porvenir más equitativo y sostenible para todos, considerado esencial para construir un entorno en el que las generaciones presentes y futuras puedan prosperar en un ambiente saludable y equilibrado.

Desde la perspectiva de la Secretaría de Sustentabilidad (2024), el concepto de “desarrollo sustentable es el resultado de una acción concertada de las naciones para impulsar un modelo de desarrollo económico mundial compatible con la conservación del medio ambiente y con la equidad social”.

En este contexto, la conservación del medio ambiente se enfoca a la preservación y uso responsable de los recursos naturales para asegurar que las generaciones futuras puedan disfrutar de un entorno saludable y equilibrado. La conservación de la biodiversidad se refiere a las “acciones humanas que buscan proteger al menos una porción representativa de la naturaleza, genes, especies, ecosistemas,

paisajes, de otras acciones humanas que causan deterioro, y también se refiere al uso sostenible de la biodiversidad” (CONABIO, 2025).

En cuanto a la equidad social, Flores (2024, p.158) señala que el "buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza".

Lo anterior, subraya la importancia de una relación respetuosa con la naturaleza, entendiendo que el bienestar de las personas está vinculado al cuidado del medio ambiente. Es decir, no basta con disfrutar de derechos, sino que es crucial que cada individuo y comunidad también asuma su rol en la protección del entorno.

Este enfoque integral promueve una visión más sostenible y equitativa del desarrollo, donde la armonía entre lo social, lo cultural y lo ambiental es fundamental para el verdadero bienestar.

Así, el desarrollo sustentable implica integrar de manera armónica la conservación de los recursos naturales, en un esfuerzo conjunto por alcanzar un futuro más equitativo y sostenible para todos.

2.1.1. Evolución e implementación del DS para el cuidado del planeta.

El desarrollo sustentable es sinónimo de sostenible en México y se introdujo por primera vez en el informe de Brundtland de 1987, elaborado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) bajo la dirección de la Dra. Gro Harlem Brundtland. Este informe, titulado “Nuestro Futuro Común”, estableció las bases para comprender la importancia de un desarrollo que respete el medio ambiente y garantice las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

En un mundo cada vez más interconectado, el desarrollo sustentable se ha convertido en un objetivo primordial para garantizar un futuro viable, por lo que los tres pilares que se relacionan son “la economía, el medio ambiente y la sociedad” (Larrouyet, 2015, p. 2).

Esta tríada interconectada resalta la importancia de encontrar un equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación de los recursos naturales y la equidad social. Este mismo autor, sostiene la existencia de indiferencia ecológica, no sólo en esta década:

[Desde] 1789 con el inicio de la Revolución Industrial, fueron más de 150 años de indiferencia ecológica. La violencia ecológica que se desató desde 1789 fue enorme, y en poco o nada se intentó evitar o por lo menos controlarla. Fueron más de 150 años de depredación irracional e inmisericorde de la tierra en favor de un modelo de crecimiento sostenido, pero no sustentable que iba poco a poco atentando contra la propia humanidad (Larrouyet, 2015, p. 17).

Por consiguiente, en respuesta a la creciente preocupación por la sostenibilidad ambiental, en 1992, la Unión Europea lleva a cabo el “V Programa de acción de la Comunidad en materia de medio ambiente” intitulado “Hacia un desarrollo sostenible”, caracterizado por reconocer “que el camino hacia el desarrollo sostenible será largo y que el medio ambiente depende de las acciones colectivas que se tomen en la actualidad” (Larrouyet, 2015, p. 12).

Por lo que esta iniciativa surge en un contexto en el que el planeta está enfrentando diversos cambios que provocan problemas:

[La] contaminación de las aguas de ríos, lagos y mareas, masiva

y acelerada deforestación, contaminación en las ciudades, avance de la desertificación, entre otros, resultado en buena medida de modelos y estilos de desarrollo que consideren a los recursos naturales como inagotables y el lucro el fin supremo de los agentes económicos” (Larrouyet, 2015, p. 12).

Este programa fue un logro fundamental en la formulación de políticas ambientales a nivel europeo, ya que no sólo plantearon medidas para la protección del medio ambiente, sino que también vinculó directamente el bienestar económico y social de los Países Miembros con la conservación de los recursos naturales. A través de un enfoque integral, el programa promovió la necesidad de desarrollar una economía basada en el uso sostenible de los recursos, asegurando que las generaciones futuras pudieran disfrutar de un entorno saludable y próspero.

Por otra parte, a partir de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992, se consolidó el enfoque hacia un desarrollo sostenible con la creación de la Agenda 21, que ofrecía un plan de acción global. Este evento destacó la interconexión entre desarrollo económico, justicia social y protección ambiental.

Uno de los propósitos fundamentales de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro fue la necesidad de prestar “especial atención a recursos críticos, como el agua y la tierra y a factores ambientales esenciales, incluyendo el estado de los ecosistemas y la diversidad biológica” (Arrocha, 28-11-2017). Este enfoque integral busca garantizar la sostenibilidad de estos recursos y la salud de nuestro planeta para las generaciones presentes y futuras.

La Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992 fue un evento pionero que ayudó a dar forma al discurso global sobre sostenibilidad y medio ambiente. Sus resultados continúan influyendo en políticas y acciones ambientales a nivel mundial, subrayando la necesidad de un enfoque integral y colaborativo para enfrentar los desafíos que afectan al planeta.

De este modo, se establece un marco fundamental para guiar las políticas ambientales, subrayando la necesidad de una cooperación activa entre los Estados Miembros y la sociedad civil para abordar los desafíos ecológicos y promover un desarrollo equilibrado.

Este modelo busca utilizar los recursos naturales de manera responsable, asegurándose de que no se agoten para que las generaciones futuras también puedan beneficiarse de ellos. Es importante permitir que los recursos se renueven y que se minimicen los daños que se ha causado al medio ambiente.

Además, para que el desarrollo sea realmente sostenible, se deben implementar políticas sociales y económicas en las áreas más desfavorecidas, especialmente en las zonas rurales. Estas políticas deberían ayudar a equilibrar el entorno natural y mejorar la economía local, permitiendo a las comunidades vivir de manera sostenible y satisfacer sus propias necesidades.

Antes de concluir este apartado, es importante destacar la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Este es un plan de acción que busca beneficiar a las personas, el planeta y promover la prosperidad. También tiene como objetivo fomentar la paz en un sentido más amplio de libertad:

[Fue en] septiembre de 2015, por la Asamblea General de las Naciones Unidas, que establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados Miembros que la suscribieron y será la guía de referencia para el trabajo de la institución en pos de esta visión durante los próximos 15 años (Bárcena *et al.*, 2018, p. 7).

Estos Estados (Brasil, Argentina, Colombia, Perú, Estados Unidos, México y Panamá, entre otros [CEPAL, 2025]) se comprometieron a cumplir con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que abordan desafíos clave como la

erradicación de la pobreza, la lucha contra el cambio climático, la igualdad de género, la educación de calidad, y la salud, entre otros.

La implementación de este plan dependerá de la colaboración de todos los países celebrantes y partes interesadas. Estando comprometidos a liberar a la humanidad de la pobreza y las privaciones, así como a cuidar y preservar el planeta.

Comprendiendo que la intención de este instrumento es llevar a cabo las acciones audaces y transformadoras que son necesarias con urgencia para guiar al mundo hacia la sostenibilidad y la resiliencia.

Por ello la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible busca orientar los esfuerzos de los países miembros hacia un futuro más justo, equitativo y sustentable. Por ello, establece los siguientes objetivos y metas para un Desarrollo sustentable (ONU, 2015, p. 2):

- I. Las personas: Estamos decididos a poner fin a la pobreza y el hambre en todas sus formas y dimensiones, y a velar por que todos los seres humanos puedan realizar su potencial con dignidad e igualdad y en un medio ambiente saludable.
- II. El planeta: Estamos decididos a proteger el planeta contra la degradación, incluso mediante el consumo y la producción sostenibles, la gestión sostenible de sus recursos naturales y medidas urgentes para hacer frente al cambio climático, de manera que pueda satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
- III. La prosperidad: Estamos decididos a velar por que todos los seres humanos puedan disfrutar de una vida próspera y plena, y por qué el progreso económico, social y tecnológico

se produzca en armonía con la naturaleza

- IV. La paz: Estamos decididos a propiciar sociedades pacíficas, justas e inclusivas que estén libres del temor y la violencia. No puede haber desarrollo sostenible sin paz, ni paz sin desarrollo sostenible.

- V. Las alianzas: Estamos decididos a movilizar los medios necesarios para implementar esta Agenda mediante una Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible revitalizada, que se base en un espíritu de mayor solidaridad mundial y se centre particularmente en las necesidades de los más pobres y vulnerables, con la colaboración de todos los países, todas las partes interesadas y todas las personas.

Finalmente, en septiembre de 2015, los Países Miembros de las Naciones Unidas adoptaron los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Estos objetivos abarcan una amplia gama de desafíos globales y buscan transformar el mundo de manera integral. Entre ellos, se encuentran:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria, mejorar la nutrición y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas.

6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (Bárcena *et al.*, 2018, pp. 3 - 4).

Estos objetivos buscan promover un desarrollo que sea inclusivo, equitativo y respetuoso con el medio ambiente, abordando de manera integral los desafíos más urgentes del mundo, por ello, han traído cambios significativos que exigen respuestas rápidas y efectivas por parte de la educación, por ello se necesita un enfoque renovado que ayude a guiar estos cambios.

Varias organizaciones, como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* [por sus siglas en inglés UNESCO]), y diferentes programas a nivel internacional, nacional y local están promoviendo la necesidad de abordar las preocupaciones sobre el daño al medio ambiente. Este daño está relacionado con factores sociales, económicos y políticos que son tanto causas de los problemas ambientales como parte de sus soluciones.

En la actualidad (2025), la creciente preocupación por el estado del planeta lleva a reflexionar sobre la importancia de abordar los problemas ambientales de manera urgente y efectiva, ante problemas ambientales como:

[El] deterioro de los recursos naturales, la pérdida de la biodiversidad y de la capacidad productiva de los ecosistemas, las sustancias químicas sintéticas, el cambio climático, la contaminación puntual y dispersa, también son considerados por importantes pensadores y científicos como manifestaciones de una crisis global que afecta a nuestra sociedad (Larrouyet, 2015, p. 13).

Para hacer frente a esta crisis, es fundamental adoptar un enfoque integral que considere no sólo las soluciones tecnológicas, sino también cambios en todos los niveles de la sociedad, es decir, la implementación de políticas públicas que promuevan la sostenibilidad, el uso responsable de los recursos y la transición hacia fuentes de energía renovables debe ser una prioridad.

Además, la educación ambiental y la conciencia colectiva jugarán un papel esencial en la transformación de los hábitos de consumo, promoviendo una relación más equilibrada entre la humanidad y el entorno natural. Para enfrentar esta crisis, es fundamental implementar soluciones sostenibles y promover un cambio en la forma en que se interactúa con el entorno.

En conclusión, la crisis ambiental que describe Larrouyet exige una respuesta urgente y coordinada a nivel global, ya que los efectos del deterioro ecológico no sólo ponen en peligro la biodiversidad y los ecosistemas, sino también la estabilidad social y económica del planeta.

2.2. Definición de Iniciativas ecológicas.

Las iniciativas ecológicas son proyectos o acciones que buscan cuidar el medio ambiente y mejorar la relación entre el ser humano y la naturaleza, la idea es tomar decisiones que ayuden a proteger el planeta, reducir la contaminación y asegurar que sea posible vivir de manera responsable sin agotar los recursos que necesitamos para el futuro.

Las iniciativas ecológicas, entendidas como esfuerzos dirigidos a la protección y conservación del medio ambiente, son fundamentales para enfrentar los desafíos ambientales actuales. Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2024), “iniciativa” es la acción “que da principio a algo, acto de ejercer el derecho de hacer una propuesta”, y “ecología” se define como “ciencia que estudia los seres vivos como habitantes de un medio, y las relaciones que mantienen entre sí y con el propio medio”. Por otro lado, para el diccionario Oxford (2024) “iniciativa” es “caracterizado por iniciar, que tiene la función, el poder o la facultad de comenzar u originar algo”, mientras que “ecología” es “la relación de las plantas y los seres vivos entre sí y con su entorno”.

En este orden de ideas, la enciclopedia Britannica (Pimm y Smith, 2025) define a “ecología” como el “estudio de las relaciones entre los organismos y su entorno. Algunas de las cuestiones más urgentes en los asuntos humanos”.

Al reconocer la relación que existen entre los seres vivos y medio ambiente, la ecología permite entender cómo las actividades humanas pueden alterar estos equilibrios naturales, generando consecuencias que afectan tanto a la naturaleza como a las sociedades.

Por ello, es necesario reflexionar las formas en que se interactúa con el entorno y promover un desarrollo más responsable que no sólo busque el crecimiento económico, sino también la sostenibilidad ambiental.

Asimismo, las iniciativas ecológicas se definen como “aquellos que están orientados al desarrollo de prácticas responsables con los entornos y el diseño de soluciones para la conservación y el buen uso de dichos recursos y del medioambiente en general” (Pérez, 08-04-2016). Este enfoque busca no sólo mitigar el impacto ambiental, sino también generar conciencia sobre la importancia de un desarrollo sostenible en todos los ámbitos de la sociedad.

Las iniciativas ecológicas tienen como objetivo principal generar un cambio positivo en el entorno y “buscan implementar soluciones que ayuden a conservar los recursos naturales, reducir la contaminación y crear comunidades más sostenibles” (López, 03-12-2024), enfocándose en la implementación de prácticas que favorezcan la protección del medioambiente.

Por ello, las iniciativas ecológicas juegan un papel crucial en la construcción de un futuro más sostenible, al promover un equilibrio entre el ser humano y el medioambiente. Por tanto, las iniciativas ecológicas no sólo representan una necesidad urgente, sino una oportunidad para transformar la relación con el planeta

de manera que se conserve y se cuide a largo plazo.

2.2.1. Iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca

Desde 2018 hasta la fecha, Banco Azteca ha tomado medidas significativas para promover la sostenibilidad y proteger el medio ambiente a través de diversas iniciativas ecológicas. Estas acciones reflejan el compromiso del banco con la responsabilidad social y su intención de contribuir a un futuro más sostenible.

Entre estas iniciativas se destacan programas de financiamiento verde, que apoyan proyectos ecológicos, y prácticas internas que buscan reducir el consumo de recursos y minimizar su huella ambiental. A continuación, se exploran algunas de estas iniciativas y su impacto en la comunidad y el medio ambiente.

Hoy en día, aproximadamente el “30% de la energía que consumimos proviene de fuentes renovables” (Banco Azteca, 2024a), lo que representa un avance significativo hacia la sostenibilidad. Esta cifra no sólo refleja un cambio en la forma en que se produce y consume energía, sino que también subraya la importancia de seguir promoviendo el uso de energías limpias. La implementación de iniciativas que fomenten el uso de energías renovables, como la solar y la eólica, es crucial para reducir la dependencia de combustibles y mitigar el impacto del cambio climático.

Por consiguiente, uno de los compromisos que tiene Banco Azteca con la sociedad mexicana desde el enfoque de la sostenibilidad, es que se refleja en el hecho de que el “100% de sus sucursales cuenta con un programa de eficiencia energética” (Banco Azteca, 2024a). Esta medida no sólo busca reducir el consumo de energía y minimizar el impacto ambiental, sino que también contribuye a la creación de un entorno más sostenible para sus empleados y clientes.

A través de esta iniciativa, el banco demuestra su liderazgo en la implementación de prácticas que favorecen el uso responsable de los recursos y promueven una cultura de responsabilidad ambiental en el sector financiero.

Este esfuerzo por reducir el uso de papel es sólo uno de los pasos hacia una mayor sustentabilidad en Banco Azteca. Con la implementación de “proyectos paperless, con el objetivo de reducir el desperdicio de papel y su impacto en el medio ambiente” (Banco Azteca, 2024a).

En 2022, gracias a estas acciones, este Banco, logró reducir “16% el uso de papel, evitando la emisión de 518 toneladas de CO2” (Banco Azteca, 2024a), se busca no sólo disminuir el impacto ambiental relacionado con la producción y desecho de papel, sino también optimizar los procesos internos para hacerlos más eficientes y amigables con el medio ambiente.

Como última iniciativa, esta entidad bancaria, se ha enfocado en el monitoreo de la emisión de gases: “monitoreamos las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que generamos directa e indirectamente por nuestra operación, y desarrollamos estrategias para mitigar los impactos” (Banco Azteca, 2024a).

En este sentido, se ha implementado esta estrategia de monitoreo de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) mediante un enfoque sistemático en todas sus operaciones. La entidad realiza un seguimiento detallado de las emisiones directas, como las generadas por el consumo de energía eléctrica en sus instalaciones.

En conjunto, estas iniciativas reflejan el compromiso continuo de la institución financiera con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente. A través de cada acción, busca, no sólo reducir su impacto directo, sino también promover una cultura empresarial más responsable y alineada con los principios del desarrollo sostenible.

La empresa continuará trabajando para mejorar sus prácticas y contribuir a un futuro

más limpio y verde para todos.

2.3. Banco Azteca: generalidades empresariales.

En este contexto, Banco Azteca ha sido un colaborador importante en el impulso de la bancarización, facilitando el acceso a servicios financieros a quienes históricamente han estado excluidos del sistema:

Somos un banco mexicano que ha buscado desde sus inicios impulsar la inclusión financiera. Con nuestros productos y servicios de uso sencillo, bancarizamos a la población que no cuenta con ningún producto o servicio financiero contratado, convencidos que, a través de la bancarización y la inclusión financiera, que también ofertamos por medios digitales, podemos generar prosperidad incluyente (Banco Azteca, 2024b).

Banco Azteca se distingue por su visión global y su firme compromiso con la prosperidad incluyente, tanto en México como en los países donde opera:

Ese compromiso por alcanzar la prosperidad incluyente no solo en México sino en los demás países en donde tenemos operaciones, como Guatemala, Honduras y Panamá. Brindamos una oferta de clase mundial, por eso, somos uno de los únicos bancos mexicanos con operación en distintos países (Banco Azteca, 2024b).

Desde sus inicios, este Banco ha tenido un crecimiento exponencial, consolidándose como un referente en el sistema financiero mexicano:

Nacimos en octubre de 2002 y, en conjunto con Tiendas Elektra, logramos iniciar operaciones con 800 sucursales. Hoy, tenemos más de 1,900 a nivel nacional, representando una de las redes de sucursales bancarias con mayor alcance en México. Tenemos presencia en más de 800 municipios en república mexicana y nuestro mayor compromiso es llegar al último rincón de México donde nadie más ha llegado (Banco Azteca, 2024b).

La innovación y la tecnología han sido pilares fundamentales desde el inicio de esta entidad bancaria, ofreciendo soluciones avanzadas para sus clientes:

Siempre hemos apostado por la innovación y la tecnología, por eso fuimos de los primeros bancos en implementar la identificación biométrica para proteger a nuestros clientes. Tras casi cumplir 20 años, ya logramos alcanzar más de 18 millones de clientes digitales en México, reafirmando así nuestro compromiso por la inclusión digital (Banco Azteca, 2024b).

Banco Azteca, como parte integral de Grupo Salinas, refleja los principios y valores que han guiado a este grupo empresarial en su crecimiento y expansión, porque:

[Es uno de los] grupos empresariales más grandes de América Latina, en un conjunto de empresas dinámicas, de rápido crecimiento y a la vanguardia tecnológica, con enfoque en la creación de valor y en el mejoramiento de la sociedad a través de un sólido compromiso con la excelencia (Banco Azteca, 2024b).

A lo largo de su trayectoria, ha logrado expandir su oferta de productos y servicios más allá de lo tradicionalmente esperado, enfocándose en brindar soluciones integrales y accesibles:

A través de un esquema integral de servicios no bancarios, complementamos su oferta financiera a través de: Seguros Azteca, Afore Azteca y Dinero Express. En Banco Azteca hemos evolucionado para ser uno de los bancos más grandes de México y ser orgullosamente un banco para todos (Banco Azteca, 2024b).

Desde esta perspectiva estratégica, ha permitido a Banco Azteca, no sólo expandir su presencia en el sector financiero, sino también posicionarse como parte clave en la inclusión financiera en México, considerándose como una entidad integral y dinámica, comprometida con el bienestar económico y social de la población mexicana.

2.3.1. Historia

Gracias a su sólida trayectoria en el sector financiero y su enfoque innovador, Banco Azteca se ha destacado por ofrecer soluciones accesibles a amplios sectores de la población: “Banco Azteca cuenta con el respaldo de la experiencia de Grupo Salinas con más de 100 años de operaciones a crédito con la base de la pirámide y con una de las plataformas tecnológicas más avanzadas en el mundo” (Banco Azteca, 2024b).

Desde su fundación, este banco ha experimentado un rápido crecimiento y expansión en el sector financiero, logrando importantes hitos en sus primeros años de operación:

[En] 2002, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorizó la operación de Banco Azteca como institución de banca múltiple, y 2003, el banco recibió la aprobación para operar una

administradora de cuentas de ahorro para el retiro: Afore Azteca. Además, Banco Azteca inauguró 813 sucursales en las tiendas de Grupo Elektra, ocho sucursales independientes y 96 módulos en otros Canales a Terceros. De igual forma, se firmaron acuerdos con Infonavit para otorgar créditos hipotecarios (Banco Azteca, 2024b).

A lo largo de los años, esta institución financiera continuó expandiendo su oferta de productos y servicios financieros, consolidándose como un referente en el apoyo al emprendimiento y la inclusión financiera, por ello:

[En] 2004, inició operaciones Seguros Azteca. Banco Azteca comenzó a otorgar préstamos a pequeños agricultores. En octubre de ese año, lanza el programa Empresario Azteca y la Asociación del Empresario Azteca, para financiar y asesorar a aquellas personas que desean iniciar o expandir negocios pequeños, y en 2005, se convierte en el primer banco mexicano con sucursales fuera del país: inicia operaciones en Panamá, también, lanza uno de sus principales productos financieros: Tarjeta Azteca. Este mismo año inician las operaciones del nuevo buró Círculo de Crédito, con información e historial crediticio de nuestros clientes (Banco Azteca, 2024b).

Banco Azteca no sólo consolidó su presencia en el mercado mexicano, sino que también comenzó a expandirse con gran éxito en América Latina, fortificando su crecimiento internacional:

En 2006 fue orgulloso patrocinador oficial de la Selección Mexicana de Fútbol, en 2007 el crecimiento de Banco Azteca en Latinoamérica es un suceso sin precedentes, logrando la habilitación para operar en Honduras, por ello en 2008, la

expansión no tiene límites y alcanza nuevas fronteras, y en 2009 fue reconocido como una de las 20 mejores compañías en México por sus innovaciones tecnológicas, de acuerdo con Information Week, ese mismo año, comienzan las operaciones del banco en el Salvador (Banco Azteca, 2024b).

Del 2010 en adelante, continuó innovando y expandiendo su presencia, tanto en el mercado financiero como en el ámbito social y cultural, por lo que se presenta una proyección cronológica de la actividad de este Banco:

- En 2010, se presenta Monedero Azteca, una tarjeta de prepago orientada al mercado popular.
- En 2014 se lanza la aplicación móvil de Banco Azteca como punta de lanza de esta clase de servicios. Con un nuevo concepto bancario y una plataforma 100% móvil dirigida a todos los usuarios con teléfono inteligente con acceso a internet.
- En 2015 el programa de educación financiera de Banco Azteca, “Aprende y Crece” se implementa en Guatemala con el objetivo de acercar el conocimiento de conceptos financieros básicos y de las finanzas personales, así como promover la cultura emprendedora también en Latinoamérica.
- En 2016 Banco Azteca ejecuta acciones para eliminar parte de su cartera vencida y fortalece su salud financiera estableciendo las bases para un nuevo Banco.
- En 2017 se rediseña la identidad gráfica incluyendo la razón de ser de Banco Azteca: ‘Sueñas. Decides. Logras’ Además, se celebran los quince años de Banco Azteca en el Campo Marte en la Ciudad de México. Este año se suma a apoyar el WGC México, en el club de golf Chapultepec.
- En 2018 escala del lugar 21 al 13 en el ranking BrandZ Top 30

de las empresas más valiosas de México. También se une a la fiesta del fútbol del Mundial en Rusia, con las exitosas campañas: La Goleada Millonaria y la Playeroshka Mundial.

- En 2019 se participa por primera vez en el Women's Forum of the Americas y el Women's Economic Forum en CDMX. Se inaugura la 'Academia Espacial de Ahorronautas', exposición de educación financiera única en su tipo, creada por Banco Azteca para exhibirse por dos años en el Museo MIDE (Banco Azteca, 2024b).

Cobrando más fuerza a últimos años, por lo que la expansión y compromiso social se mantiene a inicios de la segunda década del siglo XXI:

- En 2020 trae a México un evento de clase mundial a sus clientes: Van Gogh Alive presentado por Banco Azteca. Se convierte en orgulloso patrocinador del Mazatlán FC. Este año se lanza la Banca Empresarial Azteca Móvil y alcanza 10 millones de clientes digitales que usan la app financiera mejor calificada del país. Banco azteca logra ser el número uno en portabilidad de nómina durante el 2020. Este año, previo al aniversario 18 del banco, se lanza la campaña institucional de "Solidez" de Banco Azteca.
- En 2021 se obtuvo el primer lugar en el ranking de las organizaciones más innovadoras en uso de tecnologías de la información a través de Net Media. Se firmó el "Memorando de Entendimiento" con la UNFPA (Fondo de Población de las Naciones Unidas) para impulsar iniciativas sociales que beneficien a la población mexicana.
- En 2022 celebramos 20 años de ser un banco hecho de gente que dice "sí" a cumplir sus metas, reforzando nuestro posicionamiento al ser uno de los bancos que más otorga

créditos personales (Feb 2022, CNBV) y estando más cerca que nunca con nuestras más de 1,995 sucursales, siendo así una de las redes de sucursales más grandes de México, ofreciéndote una atención personalizada con tecnología e innovación para que sigas haciendo tus sueños realidad. Además, nos diste la confianza para ser uno de los bancos que más remesas recibe del extranjero (Jun 2022, CNBV), porque sabemos que los tuyos son primero. 2022 es un año muy especial, porque es el año en el que nuestra familia creció en todos los sentidos, dándoles la bienvenida en lo digital y en lo físico con más de 23 millones de mexicanos que pueden decir, sí, lo logré (Banco Azteca, 2024b).

Estos importantes avances generan que desde 2022, se refleje el esfuerzo constante de Banco Azteca por adaptarse a las necesidades cambiantes de sus clientes y ofrecerles soluciones cada vez más accesibles y eficientes. La incorporación de más de 23 millones de mexicanos a su ecosistema, tanto en el ámbito digital como físico, no sólo resalta el crecimiento de la entidad, sino también su compromiso con la inclusión financiera y la mejora de la calidad de vida de las personas.

2.3.2. Compromiso Social

Grupo Salinas ha sido un referente en la integración de la conciencia social y ambiental dentro de sus operaciones, impulsando iniciativas que benefician tanto a la sociedad como al medio ambiente: “Grupo Salinas impulsa la responsabilidad social y ecológica dentro de sus empresas a través de Fundación Azteca, Arte & Cultura de Grupo Salinas, Caminos de la Libertad y Kybernus” (Banco Azteca, 2024b).

Este sector de Grupo Salinas se enfoca en apoyar y promover actividades artísticas y culturales con el principal propósito de crear un impacto positivo en la sociedad. Su objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas a través del arte y la cultura, mientras fomenta el orgullo y la identidad dentro de la comunidad, de esta manera, busca generar un valor social que beneficie a todos.

En este sentido, es una institución financiera Socialmente Responsable acreditada por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y ha adoptado el valor principal de la generosidad:

Firme compromiso de contribuir al desarrollo del país y al mismo tiempo, de llevar a la práctica uno de nuestros valores más importantes: la generosidad. Por eso apoyamos proyectos sociales de carácter propio, o a través de los canales sociales y culturales de nuestro Grupo Salinas, principalmente Fundación Azteca (Banco Azteca, 2024b).

Porque en un mundo cada vez más consciente de los desafíos sociales y ambientales, las empresas tienen una responsabilidad crucial en la promoción de soluciones sostenibles. En este contexto, “Fundación Azteca promueve la toma de conciencia, así como el cambio social y ambiental al interior de Grupo Salinas, como hacia la sociedad mexicana, mediante nuestro compromiso social basado en la generación de valor social compartido” (Banco Azteca, 2024b).

Por lo que Fundación Azteca juega un papel fundamental al impulsar iniciativas que buscan generar un cambio significativo dentro de Grupo Salinas y en la sociedad mexicana. A través de su trabajo, promueve la toma de conciencia y el cambio social y ambiental, alentando una cultura de responsabilidad y solidaridad. Banco Azteca, como parte de este esfuerzo, se enorgullece de caminar a su lado, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos que apuntan a la generación de valor social

compartido.

2.4. Importancia de las iniciativas ecológicas en el sector financiero.

La integración de prácticas sostenibles en el sector financiero ha cobrado gran relevancia como respuesta a los desafíos ambientales actuales, en México, desde el “2016 las autoridades financieras han venido impulsando una agenda de fomento a las finanzas sostenibles” (Yorio - González *et al.*, 2022, p. 31), por ello el sector financiero ha incorporado de manera cada vez más relevante, prácticas ecológicas, convirtiéndolas en un pilar fundamental para asegurar tanto la sostenibilidad, como la estabilidad de las instituciones financieras.

Estas prácticas incluyen, el financiamiento de proyectos verdes y la integración de criterios ambientales. Es decir, el sector financiero tiene un papel fundamental en el logro de los objetivos de sostenibilidad que persiguen tanto las empresas como las comunidades y los gobiernos. Al alinear sus inversiones y actividades con prácticas responsables y sostenibles, las instituciones financieras pueden impulsar cambios significativos que beneficien tanto al medio ambiente como a la sociedad.

Su involucramiento es crucial para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, ya que pueden canalizar los recursos necesarios para financiar proyectos que promuevan un desarrollo económico más justo y respetuoso con el entorno.

Por ello, a medida que el mundo enfrenta desafíos ambientales cada vez mayores, el concepto de finanzas verdes ha ganado relevancia como una herramienta clave para abordar estos problemas. Las finanzas verdes son uno de los términos utilizados para describir actividades correlacionadas entre elementos como el medio ambiente, las finanzas y la inversión, como lo expresa la Organización Internacional de Normalización (2022):

Actividades relacionadas con la interacción bidireccional entre el medio ambiente y las finanzas y la inversión. Se ha convertido en una expresión familiar en la última década, en parte debido a la creación de muchos bancos de inversión verdes de ámbito nacional y a un mercado de bonos verdes en rápido crecimiento.

Las instituciones financieras tienen una gran responsabilidad en impulsar la sostenibilidad, ya que no sólo se trata de aplicar prácticas ecológicas dentro de sus propias operaciones, sino que también tienen la capacidad de influir en otros sectores y en la economía en general. Su impacto se extiende más allá de lo que hacen dentro de sus instalaciones, ya que sus decisiones de inversión y financiamiento pueden fomentar o frenar el desarrollo de proyectos y actividades que sean respetuosos con el medio ambiente.

Por ello pueden contribuir a fortalecer el medio ambiente de dos maneras:

- I. Externamente: Pueden ofrecer opciones de financiamiento, préstamos y esquemas de inversión para proyectos verdes, apoyando a individuos y empresas en el camino hacia el desarrollo sostenible.
- II. Internamente: Los bancos pueden incorporar prácticas sostenibles en sus operaciones, recursos humanos y gestión de activos. Este compromiso con la sostenibilidad, tanto dentro como fuera de la organización, les otorga una ventaja competitiva (Redacción ClimateTrade, 07-09-2023).

La sostenibilidad se ha convertido en algo esencial para las instituciones financieras, ya que estos sectores tienen una oportunidad clave para generar un cambio positivo, al incorporar principios de ESG (ambientales, sociales y de gobernanza [en inglés: Environmental, Social and Governance]) en sus actividades. Al hacer esto,

no sólo se alinean con los valores de los clientes, que cada vez demandan más prácticas responsables, sino que también contribuyen a la creación de un futuro más sostenible para todos. En este contexto:

Las instituciones financieras que priorizan iniciativas de banca sostenible pueden desbloquear vías de crecimiento de ingresos anteriormente inexploradas. Al adoptar prácticas responsables desde el punto de vista ambiental y social, los bancos pueden atraer una base de clientes más amplia que valora la sostenibilidad, aumentando así depósitos e inversiones (Redacción ClimateTrade, 07-09-2023).

Como es posible observar, las iniciativas ecológicas en el sector financiero no sólo son esenciales para enfrentar los desafíos globales del cambio climático, sino que también representan una oportunidad estratégica al adoptar prácticas sostenibles, los bancos y otras entidades que, no sólo mejoran su reputación y cumplen con regulaciones cada vez más estrictas, sino que también fomentan la resiliencia, al estar mejor posicionados frente a los riesgos ambientales y sociales.

De este modo, las iniciativas ecológicas se consolidan como un pilar clave para la sostenibilidad del sector financiero y para el desarrollo de una economía más verde y responsable.

2.5 Impacto de las iniciativas ecológicas en la percepción de marca

Las iniciativas ecológicas tienen un impacto significativo en la percepción de marca, especialmente en un contexto donde los consumidores están cada vez más conscientes de los problemas medioambientales y sociales. Cuando las empresas, y especialmente las instituciones financieras, adoptan prácticas sostenibles

demuestran su compromiso con el planeta y también refuerzan su imagen de responsabilidad y ética. Esto puede generar una percepción positiva entre los clientes que valoran las marcas que contribuyen al bienestar global.

La percepción de marca es influenciada por diversos factores que los consumidores toman en cuenta al evaluar un producto o servicio. Según Mejía-Vayas *et al.* (2020, p. 73) menciona que las “características de precio, forma, tamaño, color y movimiento son las que se centran los consumidores para formar una percepción de marca positiva o negativa”. Esta idea es reforzada por Reynolds (citado en Mejía-Vayas *et al.*, 2020, p. 73) quien indica que la “percepción visual predomina en los consumidores, puesto que se centran en las características de la forma, color y movimiento en los productos de empresas comerciales”.

De manera similar, Mejía-Vayas *et al.* (2020, p. 72) al coincidir que “la percepción de marca es el cúmulo de ideas e impresiones que tienen los consumidores hacia una determinada marca, producto, servicio o empresa”.

Por otro lado, la sostenibilidad ha dejado de ser una simple tendencia para convertirse en un pilar fundamental de la estrategia de marca de diversas empresas, porque en un contexto global donde los consumidores son cada vez más “conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus compras, las marcas que adoptan prácticas sostenibles no sólo mejoran su reputación, sino que también pueden aumentar su rentabilidad y lealtad del cliente” (Redacción 3 de lectura, 01-07-2024).

Estas prácticas pueden incluir desde la reducción de la huella de carbono hasta la implementación de procesos de producción más sostenibles, y pueden abarcar desde el uso de materiales reciclados hasta la creación de productos más ecológicos. En este sentido, las empresas que demuestran un esfuerzo tangible por ser más sostenibles logran atraer a un público más consciente y generan una conexión emocional con los consumidores.

El marketing verde busca generar beneficios inmediatos y tiene un impacto profundo en la percepción pública, por lo que es importante conocer este concepto a través de Novillo - Díaz *et al.* (2018, p. 101): como el “proceso administrativo holístico responsable de identificar, anticipar y satisfacer los requerimientos de los consumidores y de la sociedad, de una manera rentable y sostenible”.

Por otro lado, los estudios de Monteiro *et al.* (2015, p. 119), coinciden en señalar que el marketing verde se puede “dividir en dos modelos de negocios: uno para producir productos y servicios respetuosos con el medio ambiente, y otro que implica el desarrollo de las actividades que están relacionadas con la protección ambiental”.

Sin embargo:

[El] impacto del marketing verde no se limita solo a las ventas. También puede influir en la reputación a largo plazo de una empresa. Las marcas que invierten en iniciativas ecológicas y transparentes, como la compensación de carbono o la adopción de energías renovables, no solo fortalecen su imagen pública, sino que también ganan la confianza del consumidor (Redacción MGA Nexus, 30-09-2024).

La transparencia en las prácticas ecológicas es crucial; cuando las empresas comunican de manera clara y abierta sus esfuerzos en sostenibilidad, los consumidores sienten que están tomando decisiones informadas y responsables, lo que fortalece la relación de confianza con la marca.

Las iniciativas ecológicas son un activo importante para mejorar la imagen de marca, atraer a un público más comprometido y, al mismo tiempo, contribuir a la construcción de un futuro más sostenible.

Además, estas iniciativas permiten a las marcas posicionarse como líderes en responsabilidad social y ambiental, lo cual, tiene beneficios de imagen y también puede resultar en una ventaja económica significativa, al atraer inversionistas y consumidores que valoran la sostenibilidad.

En este sentido, las empresas que lideran el camino en prácticas ecológicas tienen la oportunidad de marcar una diferencia tanto en el mercado como en la sociedad, convirtiéndose en modelos a seguir en su industria.

Finalmente, es fundamental mencionar que las iniciativas ecológicas de una empresa financiera son factores clave para mejorar su reputación y generar confianza, lo que a su vez atrae a más clientes. Al mismo tiempo que al comprometerse con la sostenibilidad, no solo contribuyen al bienestar del planeta, sino que también se posicionan como instituciones responsables, comprometidas con el desarrollo de un futuro más sostenible para todos, lo que a su vez beneficia tanto a la empresa como a la sociedad en general.

CAPITULO 3. FUNDAMENTO METODOLÓGICO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo tiene como propósito explicar cómo se diseñó y ejecutó el proceso de investigación, así como presentar los resultados obtenidos de manera clara y detallada.

En esta sección, se describe el enfoque metodológico utilizado para abordar el problema de investigación, incluyendo los métodos y técnicas seleccionadas para recolectar y analizar los datos.

Además, se incluyen los procedimientos seguidos para llevar a cabo la investigación, así como las razones detrás de las decisiones metodológicas tomadas, para justificar los resultados de manera comprensible.

Finalmente, en este capítulo se exponen los resultados y se hace una primera interpretación de estos, analizando su relación con los elementos fundamentales metodológicos del estudio.

3.1. Diseño de la investigación

En el marco de este estudio, se implementó un enfoque cualitativo con el fin de obtener una comprensión más detallada de las iniciativas y su impacto en la comunidad. En una primera fase, se llevó a cabo un estudio de la literatura existente con el objetivo de analizar las iniciativas ecológicas de Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) y su relación con la percepción de la marca, teniendo presente que “las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo, (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” (Hernández - Sampieri *et Al.*, 2014, p. 8).

Por lo que “la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista fresco, natural y holístico de los fenómenos, así como flexibilidad” (Hernández - Sampieri *et Al.*, 2014, p. 16).

De acuerdo con lo anterior, se utilizó el método analítico – sintético, que permitió abordar la investigación de manera más efectiva. Con el análisis se pudieron identificar claramente los factores clave que influyen en la situación, o que facilitan un entendimiento profundo y detallado, al aplicar la síntesis, pudiendo integrar esos elementos y generar soluciones innovadoras y coherentes. Asimismo, en el análisis de datos cualitativos el “proceso esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, pero que nosotros les damos estructura” (Hernández - Sampieri *et Al.*, 2006, p. 623).

El análisis cualitativo es fundamental para interpretar y comprender la complejidad de los datos recogidos, permite una exploración más profunda de las percepciones y experiencias de los participantes, por lo que el “análisis cualitativo implica organizar los datos recogidos, transcribirlos cuando resulta necesario y codificarlos” (Hernández - Sampieri *et Al.*, 2006, p. 581).

A través de este proceso, se permite responder de manera efectiva a la pregunta de investigación, proporcionando evidencia de las acciones ecológicas que impactan en la empresa. Además, este enfoque permitió comprobar las hipótesis iniciales relacionadas a la contribución satisfactoria en la conservación de los recursos naturales y la adopción de esta percepción en los sectores importantes dentro del municipio de Chiautla de Tapia, contribuyendo así al cumplimiento de los objetivos establecidos al inicio de la investigación.

En cuanto a la técnica para la recolección de datos, se optó por la entrevista semiestructurada debido a que permiten obtener información detallada de los participantes, fomentando una conversación abierta sobre el tema de estudio, por ello, la entrevista cualitativa, según Hernández - Sampieri *et Al.*, (2006, p. 597), se define como: “una reunión para intercambiar información entre una persona ‘el entrevistador’ y otra ‘el entrevistado’”.

En este caso, las entrevistas semiestructuradas, se basan en “una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados, es decir, no todas las preguntas están predeterminadas” (Hernández - Sampieri *et Al.*, 2006, p. 597).

El diseño de la investigación presentado ha permitido establecer un marco metodológico que facilita una exploración de las iniciativas ecológicas de Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) y su influencia en la percepción de la marca.

3.2. Sujetos de investigación

Para esta investigación se identificaron cuatro sectores poblacionales que intervienen directa o indirectamente en el impacto de las acciones ecológicas implementadas por Banco Azteca, sucursal Chiautla de Tapia (Puebla, México).

3.2.1. Justificación de la selección

Este impacto se identificará a partir de la percepción de un miembro de cada sector de importancia en el municipio de Chiautla de Tapia: laboral, gubernamental, educativo y comercial, empleando una selección de muestra - sujetos de investigación no probabilística a conveniencia del investigador. Estos sujetos de investigación son: a) Trabajadores de la sucursal (1), b) Presidencia municipal (1), c) Docentes de nivel superior (1) y d) Clientes (1).

A continuación, se describen cada uno de ellos, junto con el número de personas consideradas por grupo:

a) Trabajadores de la sucursal:

Se retomó únicamente al Subgerente General de la sucursal como sujeto de investigación clave debido a su conocimiento sobre las operaciones internas y externas de las acciones ecológicas llevadas a cabo por la institución.

Cabe mencionar que, en Banco Azteca S.A., sucursal de Chiautla de Tapia, laboran un total de 15 trabajadores, conformando un equipo reducido pero diverso.

Considerando necesario mencionar la estructura organizacional, la cual, se compone de la siguiente manera: un gerente general, un subgerente, un cajero supervisor, un cajero líder, tres cajeros universales, dos asesores financieros, dos

asesores de crédito, tres evaluadores, y uno de limpieza.

Cada integrante desempeña un rol específico que contribuye al funcionamiento eficiente de la sucursal y a la atención integral de los clientes.

b) Presidencia municipal:

Se consideró la participación de una persona, en este caso, el Presidente Municipal de Chiautla de Tapia. Su perspectiva resulta especialmente valiosa, ya que, desde su posición como máxima autoridad local, tiene conocimiento directo sobre las políticas ambientales y la colaboración con instituciones financieras en iniciativas ecológicas.

Expresando que, en el momento de la entrevista, se tuvo que realizar a la Lic. Yazmín Tlatenchi Flores ya que el Presidente Municipal tuvo una actividad de último momento; empero, la Lic. Tlatenchi, tenía el enfoque encomendado por la Autoridad.

c) Docentes de nivel superior:

Se integró la opinión de un docente del nivel superior, cuya experiencia en el ámbito educativo aporta una visión informada sobre temas de conciencia ecológica y responsabilidad social empresarial.

Considerando viable la implementación de esta técnica a un docente adscrito al Campus Chiautla de Tapia del Complejo Regional Mixteca de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

d) Clientes de Banco Azteca:

Se incluyó a un cliente habitual de la sucursal, con el fin de conocer su percepción respecto a las acciones ecológicas implementadas por la institución. Al ser receptores directos de los servicios, su experiencia resulta clave para valorar el impacto de dichas iniciativas.

Estos cuatro sectores proporcionan una visión integral del contexto social, laboral y ecológico en torno al banco, lo que permitirá analizar de forma más completa la relación entre las iniciativas ecológicas y la percepción de marca.

3.2.2. Presentación de sujetos de investigación

Los sujetos seleccionados para las entrevistas son:

El Subgerente General del Banco, T.S.U Isaac Bravo Barrera: que tiene una visión integral de las políticas y acciones ecológicas implementadas por la institución. Esta persona fue fundamental para la investigación, ya que posee un conocimiento profundo de las iniciativas ecológicas implementadas. Su visión interna y estratégica permitió comprender cómo se desarrollan y gestionan estas acciones dentro del banco y qué objetivos están detrás de ellas.

En representación del Presidente Municipal, Lic. Gonzalo Oropeza García, fue entrevistada su asistente particular, Licenciada Yazmin Tlatenchi Flores: como representante del gobierno local y encargado de coordinar las políticas medioambientales en la región. Al ser una figura clave en el gobierno local, el Presidente Municipal tiene una visión amplia sobre el impacto de las iniciativas ecológicas en la comunidad. Su participación en este estudio fue crucial para entender cómo las políticas medioambientales del Municipio interactúan con las acciones del banco y cómo estas, a su vez, afectan la percepción que los habitantes tienen de la marca.

Respecto al docente de la comunidad, se eligió al Lic. Enrique René Morales Flores, del Complejo Regional Mixteca de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Como docente en una institución educativa de prestigio como la BUAP, tiene un profundo compromiso con la formación de las nuevas generaciones en temas de sostenibilidad y conciencia ambiental. Aportando una visión crítica y educativa sobre la efectividad de las iniciativas ecológicas, especialmente en términos de su impacto en las nuevas generaciones y en la formación de una cultura ambiental en la comunidad. Su punto de vista fue valioso para evaluar cómo estas iniciativas son percibidas por las personas más jóvenes y cómo influyen en su visión sobre la responsabilidad social empresarial.

Respecto a la elección del Cliente de Banco Azteca para ser entrevistado, se consideró al Lic. Jesús Galarza Ávila, quien aportó una perspectiva desde el punto de vista del consumidor respecto al impacto de las iniciativas ecológicas en su percepción de la marca. El cliente representa la percepción directa de la marca desde la perspectiva del consumidor. Entrevistar a un cliente es esencial para conocer cómo las iniciativas ecológicas de Banco Azteca influyen en la percepción de la marca del banco. Esta entrevista permitió analizar si las acciones ecológicas realmente impactan en la imagen de la institución y si generan un vínculo más fuerte con los consumidores, especialmente en un contexto local.

La selección de estos cuatro sujetos se basó en la necesidad de obtener una visión integral y sobre el impacto de las iniciativas ecológicas de Banco Azteca. Cada uno de ellos aportó una perspectiva única que permitió comprender cómo estas iniciativas afectan la percepción de la marca, tanto desde el punto de vista institucional, gubernamental, educativo como comunitario.

3.3. Descripción del instrumento

Para esta investigación se empleó la entrevista semiestructurada como técnica de recolección de datos, el investigador la emplea para poder recolectar la información necesaria, se entenderá como técnica de investigación según Arias (2006, p.67) “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”, y está diseñada para explorar las percepciones y opiniones de los participantes sobre las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México).

La elección de esta técnica responde a la necesidad de obtener información sobre las experiencias y actitudes de los individuos involucrados, y cómo estas acciones influyen en su percepción de la marca.

En este sentido, las entrevistas semiestructuradas se implementaron de manera presencial y ofrecieron la oportunidad de explorar más profundamente las respuestas de los participantes, permitiendo que se sigan líneas de conversación adicionales que puedan surgir durante la interacción.

El instrumento utilizado para aplicar esta técnica es un guion de entrevista, que en sí es un conjunto de especificaciones a contemplar y una batería de preguntas, sirviendo como guía para el entrevistador durante el desarrollo de la conversación, desde un punto de vista general, “se establece así un diálogo cara a cara, pero un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra se presenta como fuente que las proporciona” (Martins - Pestana y Pelella - Stracuzzi, 2006, p. 140).

El guion de entrevista está compuesto por 10 preguntas abiertas que ayudan a explorar la percepción de la comunidad sobre las prácticas sostenibles de Banco Azteca. Las preguntas están diseñadas para indagar sobre los siguientes aspectos:

1. Conocer el nivel de conocimiento de los entrevistados acerca de las políticas ecológicas implementadas por Banco Azteca y cómo las perciben.
2. Identificar cómo las políticas ecológicas del banco han influido en la comunidad local y si estas acciones son vistas como un aporte significativo.
3. Indagar si las acciones ecológicas han modificado la imagen del banco en la comunidad y entre los clientes.
4. Analizar si las iniciativas ecológicas han logrado un cambio en los hábitos de los empleados y los clientes, especialmente en lo que respecta al consumo de papel y la correcta gestión de residuos.

El análisis de las respuestas obtenidas a través de las entrevistas se realizará utilizando un enfoque cualitativo. Se empleará un análisis para identificar las diferentes opiniones y actitudes de los entrevistados, con el objetivo de comprender las percepciones y el impacto de las iniciativas ecológicas en la marca de Banco Azteca y en la comunidad local.

3.4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de los datos obtenidos a través de las entrevistas semiestructuradas realizadas a las diferentes personas relacionadas con las iniciativas ecológicas de Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México).

El análisis se fundamenta en un enfoque cualitativo, lo que permite interpretar y comprender las percepciones y experiencias de los participantes en la comunidad.

Las entrevistas semiestructuradas fueron realizadas entre los meses de diciembre de 2024 y enero 2025, con el objetivo de recopilar datos sobre las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en Chiautla de Tapia y su relación con la percepción de la marca.

Para asegurar el uso adecuado de la información proporcionada, se solicitó el permiso de los entrevistados para emplear los datos e información obtenidos de manera responsable y conforme al propósito establecido en la investigación. Cada entrevista constó de 10 preguntas, diseñadas para explorar las opiniones de los entrevistados sobre las acciones ecológicas del banco.

A continuación, se presentan la descripción de los resultados obtenidos de las entrevistas.

a) Entrevista 1

Se realizó la entrevista al subgerente general de la sucursal de Banco Azteca, T.S.U Isaac Bravo Barrera, quien es además residente de la misma comunidad. Esta entrevista se realizó el 26 de diciembre del 2024 a la 1:20 pm, en las instalaciones de Banco azteca, se le planteó la primera pregunta: ¿Cuál es su opinión sobre las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en su comunidad? A lo que

el subgerente respondió que, como subgerente de Banco Azteca, puede afirmar que las iniciativas ecológicas que han implementado están alineadas con el compromiso con el medio ambiente y con el desarrollo sostenible. Estas iniciativas no sólo buscan reducir el impacto ambiental de sus operaciones, sino también promover prácticas responsables dentro de la comunidad en la que operan.

Continuando con la conversación, se le interrogó si ha notado algún cambio en la imagen de Banco Azteca desde que comenzaron a promover iniciativas ecológicas y, si es así, cuáles son. En este sentido, el subgerente explicó que ha notado un cambio positivo en la percepción de la marca. Comentó que han recibido comentarios de usuarios que aprecian la disposición del banco para tomar medidas para reducir el impacto ambiental. Además, ha observado que algunas de las acciones implementadas, como la digitalización de procesos para reducir el uso de papel, han mejorado la imagen de Banco Azteca como una institución más responsable.

Por lo tanto, se continuó con la siguiente cuestión: ¿Qué importancia les asigna a las iniciativas ecológicas de una institución financiera como Banco Azteca? A lo que el subgerente de Banco Azteca explicó que es de suma importancia porque los clientes están cada vez más informados y preocupados por el medio ambiente. Además, estas acciones reflejan la visión a largo plazo del banco y su compromiso tanto con la comunidad como con el entorno en el que operan.

Con relación al cuarto cuestionamiento, ¿considera que las acciones ecológicas de Banco Azteca son genuinas o más bien una estrategia de marketing?, el subgerente respondió que las acciones ecológicas de Banco Azteca son absolutamente genuinas. Si bien, la comunicación de las iniciativas también forma parte de la estrategia para informar a los clientes sobre los esfuerzos realizados, lo que realmente los motiva es el compromiso con la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente. Aclaró que no se trata sólo de marketing, sino de un compromiso real con el medio ambiente y la sociedad.

Continuando con el quinto punto del instrumento, ¿en qué medida cree que la comunicación sobre iniciativas ecológicas influye en su percepción de la marca?, el subgerente comentó que la comunicación sobre las iniciativas ecológicas juega un papel fundamental en cómo es percibida la marca por los clientes. Aunque las acciones son lo más importante, es crucial compartirlas para que los usuarios comprendan que el banco está comprometido con el medio ambiente y con el futuro de la comunidad. La transparencia y la información clara sobre lo que están haciendo para reducir el impacto ambiental, ayudan a fortalecer la relación con los clientes y mejorar su confianza en la marca.

Siguiendo con la conversación, se le interrogó sobre ¿cómo compara las iniciativas ecológicas de Banco Azteca con las de otras instituciones financieras en la región? El subgerente de Banco Azteca comentó que, en su entidad, siempre están al tanto de las tendencias y mejores prácticas dentro del sector bancario. Aunque es cierto que otras instituciones financieras también están implementando iniciativas ecológicas, consideró que las acciones de Banco Azteca se distinguen por su enfoque integral y sostenible, y que no se limitan únicamente a acciones visibles como la digitalización de procesos o la reducción de papel, sino que también abordan otros aspectos de la operación, como la optimización energética y la concientización sobre el reciclaje dentro de sus instalaciones.

En cuanto a la pregunta sobre ¿cómo influye su percepción sobre el compromiso ecológico de Banco Azteca en su disposición a recomendarlo a otros?, el subgerente externó que el compromiso ecológico de Banco Azteca es, sin duda, un factor que influye positivamente en la disposición a recomendar la institución. Los responsables de la dirección de la entidad saben que la sostenibilidad es un valor clave para muchos de sus clientes y sus comunidades. Expresó que, al promover estas iniciativas, demuestran que no sólo están interesados en ofrecer productos y servicios financieros, sino también en ser parte de un cambio positivo para el planeta.

Posteriormente, se le cuestionó si le gustaría que Banco Azteca promoviera más información sobre sus prácticas ecológicas y qué tipo de información sería relevante. Él destacó que es fundamental promover más información sobre las prácticas ecológicas. Consideró que la información compartida debería incluir detalles sobre las acciones específicas que el banco está tomando, como el ahorro de recursos, la reducción de emisiones o las políticas de reciclaje. También mencionó que sería útil mostrar los resultados de las iniciativas, lo que contribuiría a mejorar la percepción pública.

A continuación, se le preguntó ¿qué mejoras o nuevas iniciativas le gustaría ver implementadas por Banco Azteca para reforzar su compromiso genuino con el medio ambiente? El expresó que Banco Azteca siempre está buscando formas de mejorar sus iniciativas ecológicas. Además, destacó que le gustaría ver implementada una iniciativa para ofrecer incentivos a los clientes que adopten comportamientos más ecológicos, como la reducción del uso de papel o el reciclaje.

Finalmente, para concluir la entrevista, se le interrogó ¿cómo imagina el futuro de Banco Azteca en términos de sostenibilidad y responsabilidad ecológica? A lo que el subgerente de Banco Azteca exteriorizó que, en términos de sostenibilidad y responsabilidad ecológica, el banco está completamente alineado con las tendencias globales hacia un futuro más verde y responsable. Imaginó un banco que no solo ofrezca servicios financieros, sino que también se convierta en un líder en la implementación de soluciones ecológicas dentro de la industria financiera.

b) Entrevista 2

A continuación, se presenta la entrevista realizada el 4 de enero de 2025 a las 12:30 pm, en las instalaciones de la presidencia municipal de Chiautla de Tapia, Puebla,

México, a la Lic. Yazmín Tlatenchi Flores, quien se desempeña como secretaria particular del Presidente Municipal de Chiautla de Tapia, ya que debido a la carga de trabajo del Presidente Municipal, fue ella a quien le pidió responder en su nombre.

En primer lugar se le preguntó ¿cuál es su opinión sobre las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en su comunidad?, expresando que son un paso positivo hacia la construcción de un futuro más sostenible, es interesante ver que una institución financiera tan importante como Banco Azteca se involucra activamente en la protección del medio ambiente, y que también sirven como ejemplo para otras empresas y ciudadanos, fomentando una cultura de responsabilidad ecológica en nuestra región.

En ese orden de ideas, se le cuestionó si ha notado algún cambio en la imagen de Banco Azteca desde que comenzaron a promover iniciativas ecológicas, a lo que expresó que sí ha notado un cambio en su imagen, porque la gente ve a la institución no sólo como un banco, sino como una entidad preocupada por el bienestar del medio ambiente.

De tal modo, se siguió indagando sobre este tema, lo cual, se llevó a interrogar ¿qué importancia les asigna a las iniciativas ecológicas de una institución financiera como Banco Azteca?, por lo que respondió que las preocupaciones medioambientales están cada vez más presentes, las instituciones financieras juegan un papel clave al demostrar que pueden operar de manera responsable y contribuir al bienestar de las comunidades en las que tienen presencia.

Siguiendo con la entrevista en su cuarto punto, acerca de si considera que las acciones ecológicas de Banco Azteca son genuinas o más bien una estrategia de marketing, consideró que las acciones ecológicas de Banco Azteca son genuinas. Aunque cualquier institución debe comunicar sus esfuerzos para asegurar que la comunidad esté informada, lo que realmente importa es el impacto real que estas

acciones tienen.

En la quinta cuestión, sobre ¿en qué medida cree que la comunicación sobre iniciativas ecológicas influye en su percepción de la marca, la manera en que informan a la comunidad sobre sus esfuerzos y logros en materia ecológica refuerza la imagen de Banco Azteca como una institución responsable? Expone que no sólo informan sobre lo que están haciendo, sino que también invitan a los ciudadanos a involucrarse en estas acciones, lo que genera una mayor conexión con la comunidad y una percepción más positiva de la marca.

Por consiguiente, al plantear sobre ¿cómo compara las iniciativas ecológicas de Banco Azteca con las de otras instituciones financieras en la región?, afirma que no se trata de comparar, más bien de unirse al esfuerzo para seguir construyendo un futuro más sostenible y próspero para todos.

Por lo tanto, se cuestiona sobre ¿cómo influye su percepción sobre el compromiso ecológico de Banco Azteca en su disposición a recomendarlo a otros?, refiriendo que, como figura pública, valora que las empresas que operan en el municipio estén alineadas con los valores de sostenibilidad y responsabilidad social. Cuando una empresa demuestra un compromiso genuino con el medio ambiente, como lo ha hecho Banco Azteca, aumenta la confianza para recomendarlo con mayor seguridad.

También, se le preguntó si le gustaría que Banco Azteca promoviera más información sobre sus prácticas ecológicas, y qué tipo de información sería relevante. Comentando que debe proporcionar información detallada sobre el impacto de sus acciones, como el ahorro de recursos. Retomando que también sería interesante conocer cómo las iniciativas ecológicas de Banco Azteca contribuyen al bienestar social, como el apoyo a proyectos comunitarios que fomenten la educación ambiental.

En el cuestionamiento número nueve, se le formuló ¿qué mejoras o nuevas iniciativas le gustaría ver implementadas por Banco Azteca para reforzar su compromiso genuino con el medio ambiente? Respondiendo que sería valioso que se involucraran más en proyectos de reforestación o conservación en la región.

Para terminar con esta entrevista se le preguntó ¿cómo imagina el futuro de Banco Azteca en términos de sostenibilidad y responsabilidad ecológica?, resolviendo que “como parte de una tendencia global hacia un futuro más verde y responsable, continuará siendo un referente en sostenibilidad y responsabilidad ecológica”.

c) Entrevista 3

Se llevó a cabo la entrevista al Mtro. Enrique René Morales Flores, docente y residente de la misma comunidad, el 28 de diciembre de 2024 a las 4:10 pm, la entrevista se realizó de forma virtual. La entrevista comenzó con la pregunta ¿cuál es su opinión sobre las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en su comunidad?, por lo que él respondió, que, en su opinión, no ha notado un impacto significativo en las iniciativas ecológicas de Banco Azteca, especialmente en lo relacionado con el ahorro de papel. Mencionó que la eliminación de los tickets impresos es una acción que ha observado en otros bancos, pero eso no lo hace sentir que Banco Azteca esté marcando una diferencia notable en comparación con otras instituciones financieras. Según él, la iniciativa no parece ser lo suficientemente innovadora ni distintiva para generar un cambio perceptible en la comunidad.

Continuando con la entrevista, se le interrogó, si ha notado algún cambio en la imagen de Banco Azteca desde que comenzaron a promover iniciativas ecológicas, si es así, cuáles son. Comentó que no ha notado ningún cambio significativo en la

imagen de Banco Azteca debido a las iniciativas ecológicas. Explicó que, a su entender, estas iniciativas tienen un carácter administrativo y no han sido lo suficientemente visibles o impactantes para los usuarios. Además, señaló que como usuario de Banco Azteca no suele reflexionar ni analizar profundamente estas acciones ecológicas, porque los usuarios están más enfocados en factores como las tasas de interés y los beneficios financieros que el banco ofrece, tales como las ganancias por inversiones o ahorros, en lugar de preocuparse por las prácticas ecológicas.

Por consiguiente, se procedió y se cuestionó sobre qué importancia les asigna a las iniciativas ecológicas de una institución financiera como Banco Azteca. Destacó que, aunque las iniciativas ecológicas de Banco Azteca no hayan tenido un impacto visible en su percepción personal de la imagen del banco, considera que este tipo de acciones son sumamente importantes. Señaló que, como ciudadano, le parece admirable que instituciones financieras como Banco Azteca implementen prácticas ecológicas, ya que, además de contribuir a la preservación del medio ambiente, también generan un ahorro económico para la empresa.

Seguidamente, se planteó el cuarto cuestionamiento ¿considera que las acciones ecológicas de Banco Azteca son genuinas o más bien una estrategia de marketing? Expresó que no considera que las acciones ecológicas de Banco Azteca sean ni completamente genuinas ni simplemente una estrategia de marketing. En su opinión, estas iniciativas son más bien una respuesta a una tendencia global impulsada por el uso creciente del internet y el avance significativo de la tecnología.

Por ello se llevó a preguntar ¿en qué medida cree que la comunicación sobre iniciativas ecológicas influye en su percepción de la marca? Explicando que, como usuario, su principal interés al elegir una institución bancaria radica en la seguridad de su dinero y en los servicios que le ofrece la entidad, como cuentas sin cuotas elevadas. En su opinión, si Banco Azteca contara con una iniciativa ecológica mejor estructurada, podría generar una imagen más "amigable" en cuanto a lo ecológico,

lo cual, contribuiría a generar mayor confianza. Sin embargo, confesó que, al pensar en Banco Azteca, no lo asocia tanto con sus iniciativas ecológicas, sino más con la figura de "Tío Richi" debido a la amplia presencia de sucursales y la rapidez en los servicios, lo cual le resulta más relevante en su relación con la entidad bancaria.

De tal manera, se planteó, cómo compara las iniciativas ecológicas de Banco Azteca con las de otras instituciones financieras en la región, en su caso, no realiza una comparación directa entre Banco Azteca y otras instituciones financieras en la región, ya que no percibe una diferencia significativa en las iniciativas ecológicas. Para él, estas iniciativas parecen ser una práctica común en el sector bancario, por lo que no considera que Banco Azteca se distinga de manera relevante en este aspecto en comparación con otras instituciones.

De tal modo, se procedió a interrogar sobre ¿cómo influye su percepción sobre el compromiso ecológico de Banco Azteca en su disposición a recomendarlo a otros? El Mtro. Morales Flores señaló que, como usuario, su disposición a recomendar Banco Azteca no está directamente influenciada por su compromiso ecológico. Lo que realmente destaca y valora de esta institución financiera son aspectos prácticos como el amplio horario de atención para acceder a los servicios, lo cual, lo hace más conveniente. Además, resaltó que la aplicación móvil de Banco Azteca es más rápida y fácil de usar en comparación con otras, lo que mejora significativamente su experiencia como usuario.

De tal modo, en la cuestión ocho donde se le preguntó que si le gustaría que Banco Azteca promoviera más información sobre sus prácticas ecológicas y qué tipo de información sería relevante para él, respondió de manera afirmativa, señalando que sin duda alguna sería útil para los usuarios conocer más sobre las prácticas ecológicas de Banco Azteca. Explicó que contar con información clara sobre las iniciativas ecológicas ayudaría a los usuarios a comprender si la institución está realizando un trabajo destacado en este ámbito, por encima de otras entidades financieras. Aunque mencionó que tal vez ya existan esfuerzos de este tipo, indicó

que no ha tenido conocimiento de ellos, lo que sugiere que una mejor divulgación, podría aumentar la visibilidad de estas acciones. Finalmente, destacó que, al ser conscientes de estas iniciativas, los usuarios podrían compartirlas con otros, lo que a su vez contribuiría a una mejor percepción de la marca.

Antes de terminar esta entrevista, se le planteó sobre qué mejoras o nuevas iniciativas le gustaría ver implementadas por Banco Azteca para reforzar su compromiso genuino con el medio ambiente, en su caso, desconoce qué otras medidas podrían implementarse específicamente para beneficiar al ámbito ecológico. A pesar de su reconocimiento hacia las iniciativas actuales, indicó que no tiene claridad sobre qué tipo de acciones adicionales podrían ser efectivas para reforzar el compromiso de Banco Azteca con el medio ambiente.

Para terminar con la entrevista al Mtro. Enrique René Morales Flores se le preguntó ¿cómo imagina el futuro de Banco Azteca en términos de sostenibilidad y responsabilidad ecológica?, en su opinión, el futuro de Banco Azteca en términos de sostenibilidad y responsabilidad ecológica estará marcado por la necesidad de seguir la tendencia mundial hacia la sostenibilidad. Externó que, para mantenerse en la preferencia de los usuarios, el banco deberá seguir mejorando sus iniciativas ecológicas, asegurándose de que realmente generen un impacto positivo tanto en la empresa como en la sociedad en general.

d) Entrevista 4

Para terminar con estas entrevistas, existió un acercamiento a un cliente recurrente de Banco Azteca: el Lic. Jesús Galarza Ávila, el 5 de enero de 2025 a las 3:00 pm. En primer lugar, se le preguntó ¿cuál es su opinión sobre las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en su comunidad?, resolviendo que le parece valioso que una institución tan grande tome medidas para reducir su huella ecológica y promover prácticas más sostenibles en su operación.

Continuando en este orden, se llevó a interrogar: si ha notado algún cambio en la imagen de Banco Azteca desde que comenzaron a promover iniciativas ecológicas, expresando que sí ha notado un cambio en la imagen de Banco Azteca, porque no sólo se preocupa por la empresa sino también por sus clientes y el planeta.

Por consiguiente, se le formuló ¿cuál es la importancia que le asigna a las iniciativas ecológicas de una institución financiera como Banco Azteca?, resolviendo que no sólo contribuyen al bienestar del planeta, sino que también muestran que la institución está alineada con los valores de muchos de sus clientes.

En este orden, el siguiente punto del instrumento, se le interrogó ¿considera que las acciones ecológicas de Banco Azteca son genuinas o más bien una estrategia de marketing?, a lo que comentó que las acciones del banco son ambas, tanto genuinas como de marketing, para que tanto sus clientes, como personas exteriores vean la importancia que esta empresa le está dando a la sostenibilidad ambiental.

En la quinta interrogante, se planteó ¿en qué medida cree que la comunicación sobre iniciativas ecológicas influye en su percepción sobre la marca?, a lo que señaló que cuando Banco Azteca comunica claramente sus esfuerzos para ser más sostenible, siente que están siendo transparentes y responsables. Y que, a su vez, esto aumenta su confianza con el banco, ya que da la sensación de que no sólo están enfocados en las finanzas, sino también en el bienestar de la comunidad y del planeta.

Ante el sexto punto del instrumento ¿cómo compara las iniciativas ecológicas de Banco Azteca con las de otras instituciones financieras en la región? Exteriorizó que él no compara ningún banco con otro porque cada empresa tiene sus propios propósitos, y por ello cada persona elige cuál banco le conviene más, tanto en lo sostenible como en lo financiero.

En el mismo orden de ideas, se formuló la interrogante ¿cómo influye su percepción sobre el compromiso ecológico de Banco Azteca en su disposición a recomendarlo a otros?, explicó que, como cliente satisfecho, se siente capaz de hablar positivamente del banco a otros, porque no sólo se trata de obtener servicios financieros, sino también de hacer una elección consciente y responsable.

Continuando con esta entrevista, en el octavo punto, se expuso ¿le gustaría que Banco Azteca promoviera más información sobre sus prácticas ecológicas?, obteniendo una respuesta afirmativa pero que sería mejor que dieran a conocer información detallada sobre el impacto real de sus iniciativas para que otras personas puedan conocer más sobre este tema y sus acciones del banco.

Antes de concluir esta conversación, se sometió a su consideración ¿qué mejoras o nuevas iniciativas le gustaría ver implementadas por Banco Azteca para reforzar su compromiso genuino con el medio ambiente?, resolviendo que no sabría decir qué iniciativas podrían ser implementadas por el banco, pero que sí le gustaría que lo hiciera.

Para cerrar esta última entrevista, se le preguntó ¿cómo imagina el futuro de Banco Azteca en términos de sostenibilidad y responsabilidad ecológica?, respondiendo que siendo una empresa responsable alineándose a los valores para el cuidado del medio ambiente.

Las respuestas obtenidas de los entrevistados permiten concluir que, si bien las iniciativas ecológicas de Banco Azteca son percibidas positivamente, la falta de visibilidad y una mayor estrategia de comunicación son factores clave que limitan su impacto en la comunidad. Los entrevistados, en su mayoría, reconocen que las iniciativas ecológicas son importantes, pero sugieren mejorar la visibilidad y la comunicación de estas acciones para incrementar su eficacia y fortalecer la imagen de la institución.

3.5. Análisis

En este apartado se mencionan los resultados obtenidos de acuerdo con las entrevistas realizadas, conforme a los objetivos de investigación, pregunta de investigación e hipótesis, para finalmente concretar en un análisis fundamental de la información obtenida.

En primer lugar, la mayoría de los entrevistados reconocen que las iniciativas ecológicas de Banco Azteca son valiosas y tienen el potencial para ayudar a contribuir al bienestar ambiental. Este reconocimiento puede ser fundamentado a través de la teoría del desarrollo sustentable que busca equilibrar “las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Brundtland, 1987, p. 2).

De acuerdo con este concepto, las prácticas ecológicas que toma Banco Azteca, tales como la digitalización de sus servicios y la reducción de la impresión de documentos físicos, están alineadas con un modelo de desarrollo responsable, promoviendo la eficiencia en el uso de los recursos naturales y disminuyendo la huella ecológica de la institución.

Por lo tanto, al hacer mención sobre la pregunta de investigación, ¿Cuál es el impacto de las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en el municipio de Chiautla de Tapia (Puebla, México)?, se concluye que de acuerdo a las respuestas obtenidas, las iniciativas ecológicas implementadas por esta institución financiera han tenido un impacto positivo, tanto social como ambiental, es decir, las personas ven de manera positiva que el banco esté generando este tipo de iniciativas, en particular la reducción del uso de papel.

En este sentido, la propia institución ha reportado avances significativos en materia de sostenibilidad, de acuerdo con Rommel (23-07-2024) menciona que a “parte de ahorrar papel, la digitalización de documentos disminuye el consumo de energía

relacionado con la impresión, copiado y almacenamiento de documentos físicos”. Esta información respalda la percepción positiva manifestada por los usuarios, al demostrar un compromiso institucional concreto con el cuidado del medio ambiente.

Desde un punto de vista ambiental, la reducción del uso de papel es una de las iniciativas más destacadas. Como mencionan los entrevistados, la digitalización de servicios no solo contribuye a la conservación de los recursos naturales, sino que también ayuda a minimizar la huella de carbono de la institución. En este sentido, las acciones del banco se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente en cuanto a la eficiencia energética y la reducción de residuos. Según Rommel (23-07-2024) “la digitalización de documentos surge como una solución, tanto para disminuir la huella de carbono como para reducir los costes operativos y simplificar la recuperación de información”. Este tipo de iniciativas, reflejan un compromiso profundo con la conservación del medio ambiente y con la reducción de la contaminación que se deriva de los procesos industriales, como la producción masiva de papel.

Es reconocible que, aunque otras instituciones también han integrado prácticas ecológicas, Banco Azteca se distingue por ser una entidad más accesible para la comunidad, lo que ha generado beneficios directos para los habitantes de Chiautla de Tapia. Esto ha contribuido a que el banco no sea percibido únicamente como una institución financiera, sino también como un agente comprometido con el bienestar social y el cuidado del medio ambiente. Además, Banco Azteca ha apostado firmemente por la innovación y la tecnología:

Banco Azteca, líder en inclusión financiera y transformación digital en México, y parte de Grupo Elektra, ha sido galardonado con el prestigioso reconocimiento Most Innovative Company in the Banking Industry – 2024 por el medio británico World Finance Magazine. Este premio, otorgado en el marco de los World Finance Innovation Awards 2024, destaca los avances

innovadores del banco en el sector de la banca minorista y su compromiso con la adopción de tecnologías que facilitan el acceso a servicios financieros para millones de personas (Redacción ideas de negocios TV, 02-12-2024).

Por ello es una institución financiera que tiene una gran responsabilidad en impulsar la sostenibilidad no solo de manera interna sino también de una manera que puede influir en otros sectores y en la economía en general.

Asimismo, las personas entrevistadas están de acuerdo con la disminución de la impresión de tickets físicos, lo cual, refleja una adaptación positiva hacia servicios bancarios más sostenibles. Esto también está alineado con los objetivos de promover el uso de servicios bancarios en línea y móviles, reduciendo la necesidad de procesos físicos y contribuyendo a una menor huella ecológica.

La decisión de reducir la impresión de tickets físicos se alinea con una tendencia global hacia la digitalización y la sostenibilidad. Este paso hacia los servicios bancarios en línea y móviles no solo representa un avance tecnológico, sino que también refleja un compromiso con el medio ambiente, contribuyendo significativamente a la disminución de la huella ecológica.

En este sentido, Banco Azteca se adhiere a los principios del ODS 12 (Consumo y Producción Responsables), buscando un equilibrio entre el crecimiento económico y la reducción de su impacto ambiental. Por ello, la institución promueve prácticas sostenibles que fomentan el uso eficiente de los recursos naturales y la minimización de desechos, con el objetivo de garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, también implica la mejora de la calidad de vida sin aumentar la degradación ambiental, asegurando que los patrones de desarrollo actuales no comprometan la capacidad de las generaciones futuras.

Al evaluar la eficacia de la campaña ecológica de reducción de papel implementada

por Banco Azteca, se observa que la iniciativa ha logrado generar un impacto positivo tanto en la reducción del consumo de papel como en el cambio de comportamientos entre los empleados y clientes. Según las entrevistas realizadas, la mayoría de los entrevistados considera que esta medida es una acción viable y necesaria, especialmente en un contexto global cada vez más consciente de los efectos negativos de la contaminación.

Este cambio hacia la digitalización de documentos, como los recibos y estados de cuenta, no solo responde a un interés ecológico, sino que también mejora la eficiencia operativa del banco, al reducir el uso de recursos físicos y mejorar los tiempos de atención al cliente. Sin embargo, aunque los empleados y usuarios han adoptado favorablemente esta práctica, la falta de una comunicación más efectiva sobre los beneficios concretos de estas acciones limita la percepción general sobre su impacto.

Si bien la campaña ha sido bien recibida, especialmente entre los clientes que buscan soluciones más rápidas y ecológicas, es necesario seguir fortaleciendo las estrategias de difusión para asegurar una integración más profunda de estas prácticas sostenibles en la comunidad local y fomentar una mayor responsabilidad ambiental a largo plazo, siendo el principal sustento de la comprobación de las posturas hipotéticas de investigación. En este contexto, resulta pertinente considerar que “la percepción de marca es un factor de asociación de gustos y preferencias que permiten determinar la fidelización o desagradado de los clientes y/o consumidores hacia una marca” (Mejía-Vayas *et al.*, 2020, p. 72).

Por ello, una adecuada comunicación de las iniciativas digitales y ecológicas podría reforzar la imagen institucional del banco y su vínculo con la sustentabilidad.

Además, las personas entrevistadas en su mayoría están de acuerdo con la disminución de la impresión de tickets físicos. De hecho, la opción de recibir toda la información relacionada con sus movimientos bancarios de manera digital, a través

de sus teléfonos móviles, ha sido bien recibida. Esta modalidad permite que los usuarios accedan a sus registros en cualquier momento y lugar, sin preocuparse por perder los comprobantes físicos, “conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus compras, las marcas que adoptan prácticas sostenibles no solo mejoran su reputación, sino que también pueden aumentar su rentabilidad y lealtad del cliente” (Redacción 3 de lectura, 01-07-2024).

Estos objetivos están estrechamente alineados y se enfocan en políticas que buscan reducir el consumo de papel y otros recursos en las operaciones de Banco Azteca, al mismo tiempo que promueven prácticas sostenibles como el reciclaje y la gestión adecuada de los residuos generados.

Este enfoque no solo beneficia al banco, sino que también contribuye a la adopción de estas políticas por parte de los clientes, quienes las perciben como viables y convenientes. Un ejemplo claro de esto es la preferencia de los usuarios que valoran la rapidez de realizar sus transacciones a través de cajeros automáticos, evitando la necesidad de acudir a ventanillas y, por ende, optimizando su experiencia bancaria. Estas soluciones digitales no solo resultan más eficientes, sino que también consolidan el compromiso de Banco Azteca con la reducción de su impacto ambiental, convirtiéndose en una estrategia que beneficia tanto a los clientes como al medio ambiente. De hecho, este enfoque promueve un “entorno más limpio y ecológico, alineado con las prácticas de gestión sostenible de residuos. Incluso, la disminución de desechos reduce la necesidad de servicios de recolección y tratamiento, contribuyendo aún más a la reducción del impacto ambiental” (Rommel, 23-07-2024).

En este orden de ideas, en una respuesta del subgerente general del banco, menciona que, por su parte, ha observado que esta acción implementada ha mejorado la imagen de cómo las personas perciben al banco de una manera positiva, ya que ahora es visto como una institución más consciente de su impacto ambiental y comprometida con el bienestar social.

A través de los objetivos, para reducir el uso del papel, según la Lic. Yazmín, la gente ve a la institución no sólo como un banco, si no como una entidad preocupada por el bienestar del medio ambiente, pero que no compara a ningún banco, sino más bien la gente decide qué institución le conviene más, sin embargo, si realmente existe interés en el bienestar ambiental es necesario ayudar a contribuir con estas iniciativas y acoplarse a ellas de una manera responsable.

Por otro lado, las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas y en relación con las hipótesis planteadas en esta investigación, se puede afirmar que las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) han tenido un impacto positivo en el contexto ambiental local. Estas iniciativas han contribuido a la conservación de recursos naturales, a la disminución de la contaminación y a la promoción de prácticas sostenibles dentro de la comunidad.

En particular, la hipótesis que señala que el uso de documentos digitales en lugar de impresos por parte de Banco Azteca ha reducido significativamente el consumo de papel y otros recursos, lo que ha llevado a una disminución de la huella de carbono y ha favorecido la sostenibilidad ambiental, también ha sido respaldada por las opiniones de los entrevistados. En esta manera, estas acciones se alinean con la “eliminación de la necesidad de espacio físico para almacenar documentos es otro beneficio clave de la digitalización. Sin archivadores ni la necesidad de deshacerse de documentos obsoletos o innecesarios, se logra una reducción sustancial en la generación de desperdicios” (Rommel, 23-07-2024).

La hipótesis de que las iniciativas ecológicas de Banco Azteca han tenido un impacto significativo en la conservación de recursos naturales y la reducción de la contaminación podría considerarse parcialmente confirmada, pero con la observación de que la falta de comunicación efectiva y la visibilidad de estas prácticas limita el pleno impacto esperado en la comunidad de Chiautla de Tapia.

También, una recomendación es que el banco tenga una mayor información hacia los clientes para que puedan comprender mejor los beneficios ecológicos y operativos que estas acciones tienen, y así poder alinearse a una tendencia global.

Las entrevistas sugieren que, aunque hay un esfuerzo por parte de la institución en reducir el consumo de recursos físicos, la clave está en reforzar la comunicación, al hacer más visibles las iniciativas ecológicas.

Finalmente, a pesar de que las iniciativas ecológicas de Banco Azteca son genuinas, también se perciben como una estrategia que refuerza su imagen en el mercado, lo cual, es positivo tanto para la institución como para la sociedad. La implementación de prácticas más sostenibles no solo mejora la eficiencia operativa del banco, sino que también refuerza el compromiso de la entidad con la biodiversidad y el medio ambiente.

En resumen, Banco Azteca tiene un gran potencial para diferenciarse de otros bancos mediante el fortalecimiento de su compromiso con la sostenibilidad. Mejorando su estrategia de comunicación, la institución puede seguir beneficiando a sus clientes y al planeta, y posicionarse como un líder en el sector financiero en términos de responsabilidad ambiental. Por lo tanto, las personas entrevistadas mencionan que esperan ver a esta institución financiera en un futuro, seguir siendo una empresa responsable y alineándose a los valores del cuidado del medio ambiente.

3.5. Propuesta: Digitalización y distribución eficiente para la reducción del Consumo de Papel

Introducción

En la actualidad, el cuidado del medio ambiente es tema de suma importancia para todas las empresas, pero especialmente para Banco Azteca, ya que día a día se genera una importante cantidad de documentos impresos para cualquier operación que necesite hacer esta institución. Ante esta problemática, esta institución financiera está adoptando prácticas ecológicas, no sólo como un compromiso social, sino también para nuestro propio bienestar, este trabajo tiene como propósito presentar una propuesta para profundizar en la reducción del consumo de papel en Banco Azteca, enfocándose en “la reducción del consumo de papel a través de la digitalización de procesos y la distribución eficiente de folletos digitales”.

Esta propuesta es una estrategia clave para promover aún más la sostenibilidad dentro de la institución financiera, al adoptar soluciones tecnológicas, como la sustitución de documentos físicos por versiones digitales y la distribución electrónica de folletos informativos, se puede reducir significativamente el uso de recursos, mejorar el desempeño operativo y contribuir al bienestar del medio ambiente.

a) Propósitos

Dentro de los propósitos considerados en la presente propuesta, es posible destacar los siguientes;

- Disminuir la cantidad de papel utilizado en sus operaciones y procesos, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.
- Impulsar el uso de plataformas digitales dentro de la institución para mejorar la capacidad operativa, reducir los procesos manuales y optimizar la gestión de recursos.

- Promover entre los empleados y clientes la importancia de utilizar documentos digitales, y sensibilizar a la comunidad sobre la relevancia de estas acciones para el bienestar de nuestro planeta.

b) Exposición de la propuesta

La propuesta fue presentada el 12 de febrero de 2025 en la sucursal de Banco Azteca en Chiautla de Tapia (Puebla, México) a la 1:30 p.m., horario en que el subgerente general pudo ofrecer al tesista la atención necesaria. Desde el inicio, el subgerente fue la persona encargada de la atención, y fue con él con quien se discutieron las diversas iniciativas planteadas. Sin embargo, debido a políticas internas del banco, algunas propuestas no pudieron ser implementadas de inmediato.

Tras una conversación en la que se discutieron diversas alternativas, se llegó a un acuerdo para trabajar conjuntamente en la implementación de la propuesta: “la reducción del consumo de papel a través de la digitalización de procesos y la distribución eficiente de folletos digitales”. Esta estrategia, que ya estaba siendo parcialmente implementada en la institución, busca continuar con la mejora de los procesos y ampliar su alcance, ayudando a que más personas, especialmente los clientes, tomen conciencia sobre la importancia de utilizar plataformas digitales para reducir la huella ecológica.

La propuesta también incluye la distribución de materiales promocionales de forma digital, lo que no sólo reduce el uso de papel, sino que también mejora la accesibilidad de la información para los usuarios. Los clientes podrán recibir folletos informativos y actualizaciones bancarias directamente en sus teléfonos móviles, evitando la necesidad de recibir impresiones físicas.

El 13 de febrero de 2025, el tesista regresó para llevar a cabo la implementación inicial de la propuesta. Aunque debido a la carga de trabajo del banco sólo se pudo estar con el subgerente durante una hora, se logró realizar un avance significativo.

En ese tiempo, se apoyó a 10 personas que solicitaban diversos trámites bancarios, para que pudieran realizar sus gestiones de manera digital. Además, se les notificó sobre la disponibilidad de un folleto digital que explicaba los beneficios de utilizar documentos digitales y cómo esto contribuye al cuidado del medio ambiente (VER IMAGEN 1):

Imagen 1.- Folleto digital

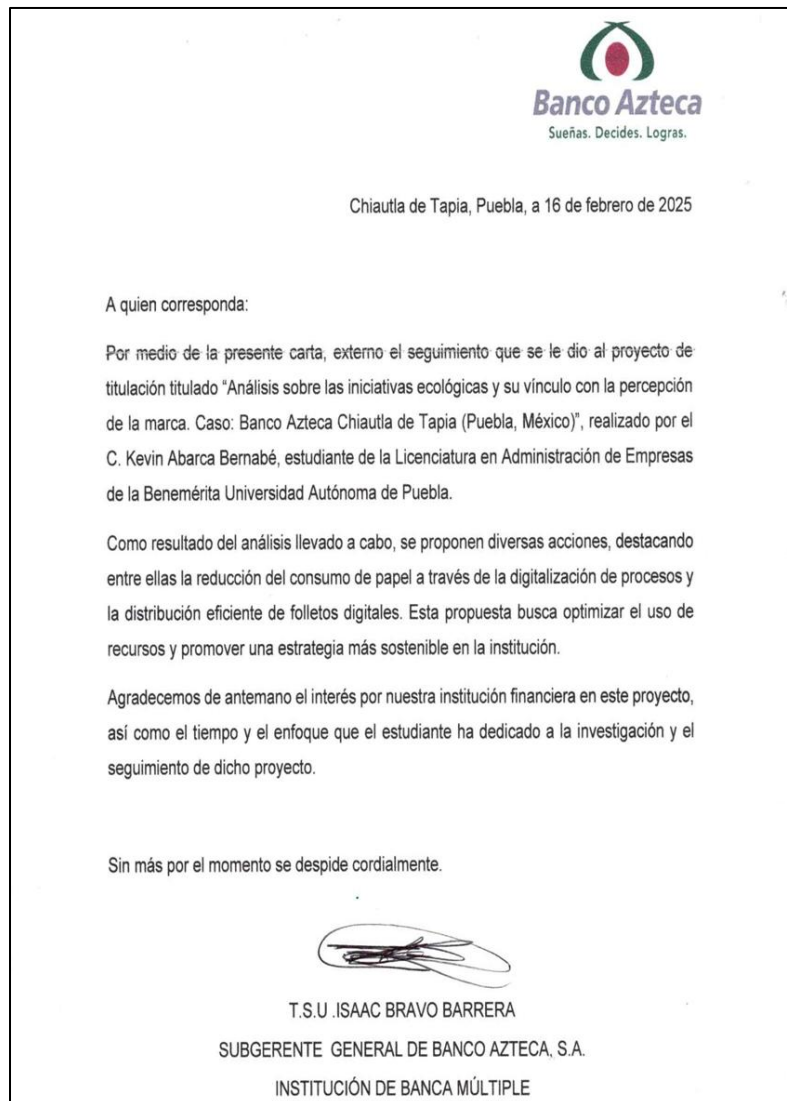


Fuente: Elaboración propia

Durante este proceso, no hubo ningún inconveniente ni objeciones por parte de los clientes o del personal bancario. Al contrario, los clientes mostraron aprecio por la iniciativa, agradeciendo la oportunidad de participar en una práctica sostenible. Cabe destacar que toda la información relacionada con los clientes que participaron en esta práctica se manejó de manera confidencial, en cumplimiento con las políticas de la institución sobre el manejo de datos sensibles.

Para finalizar, se agradeció el apoyo recibido por parte del subgerente durante el desarrollo de la propuesta de investigación, y el 16 de febrero de 2025, se hizo entrega del documento probatorio de la presentación e implementación de la propuesta de investigación en Banco Azteca sucursal Chiautla de Tapia (VER IMAGEN 2):

Imagen 2.- Carta de implementación de propuesta



Fuente: T.S.U Isaac Bravo Barrera, Subgerente General de Banco Azteca Chiautla de Tapia

Esta propuesta demuestra que la digitalización de procesos y la distribución de folletos digitales no solo reducen el uso de papel, sino que mejora la eficiencia

operativa y refuerza el compromiso ambiental de Banco Azteca. Su aceptación por parte de clientes y personal refleja el potencial de estas acciones para generar un impacto positivo y sostenible en la comunidad.

Finalmente, esta estrategia fortalece la imagen institucional del banco como una organización comprometida con la innovación responsable y la conciencia ecológica.

Conclusiones

Primera.- La propuesta de digitalización y distribución eficiente de folletos digitales en Banco Azteca mejora la eficiencia operativa, al sustituir procesos manuales por digitales, se optimiza el tiempo de atención al cliente, se reducen errores humanos y se agiliza la gestión interna del banco.

Segunda.- La implementación de folletos digitales y la orientación brindada a los usuarios ayudan a generar conciencia sobre el impacto del consumo de papel y la importancia de adoptar hábitos más sostenibles. Al disminuir la necesidad de imprimir documentos físicos y distribuir materiales en papel, se reducen gastos en papelería, mantenimiento de impresoras y logística.

Tercera.- La aceptación positiva de esta propuesta por parte de los usuarios, evidencia que es posible integrar prácticas sostenibles en el ámbito financiero sin afectar la calidad del servicio, y más bien, mejorando la experiencia del cliente.

CONCLUSIONES

Al culminar la presente investigación es posible expresar que se dio respuesta a la pregunta principal, se comprobaron las posturas hipotéticas y se cumplieron los objetivos de la tesis de nivel superior en la licenciatura en Administración de Empresas, considerando las siguientes conclusiones:

Primera. - La situación ambiental en Chiautla de Tapia (Puebla, México), en gran parte atribuida al uso excesivo de materiales desechables como el papel, exige que todas las instituciones actúen con mayor responsabilidad ecológica. En este sentido, reducir el consumo de papel no solo contribuye al cuidado del medio ambiente, sino que también transforma a las empresas como promotoras de una gestión moderna, eficiente y comprometida con su comunidad. Las medidas implementadas por Banco Azteca pueden servir como ejemplo práctico para otras organizaciones locales que aún operan bajo esquemas tradicionales. Si estas acciones se replican a gran escala, podrían marcar el inicio de una transformación ambiental más amplia en el municipio.

Segunda. - Las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca, en Chiautla de Tapia (Puebla, México), tienen un impacto positivo en la percepción de los clientes sobre la marca, mejorando su imagen como una entidad responsable con el medio ambiente. Los clientes pueden percibir al banco como una organización que se preocupa por el bienestar social y ambiental, lo cual, puede generar un sentido de confianza y lealtad.

Tercera. - La aceptación de la propuesta de la presente investigación por parte de Banco Azteca, la reducción del consumo de papel a través de la digitalización de procesos y la distribución eficiente de folletos digitales, incluso dentro de sus políticas, refleja el compromiso de la institución con la sostenibilidad. La digitalización no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también posiciona al banco como un referente en prácticas empresariales responsables y alineadas con los objetivos del cuidado ambiental. No obstante, es necesario seguir trabajando en

la comunicación de los beneficios de estas prácticas y en la ampliación de su alcance, para seguir teniendo un impacto en la comunidad y contribuir aún más a la preservación del medio ambiente.

Cuarta. - A pesar de las iniciativas ecológicas implementadas por Banco Azteca, la falta de una comunicación clara y efectiva sobre estas iniciativas puede limitar el impacto real que tienen sobre la percepción de la marca. Esto sugiere la necesidad de mejorar la estrategia de marketing y divulgación sobre sus programas ecológicos.

Quinta. – Banco Azteca debe expandir sus iniciativas ecológicas más allá de prácticas internas, como la reducción de su huella de carbono, hacia proyectos que involucren directamente a la comunidad local. Esto podría generar un mayor sentido de pertenencia y apoyo por parte de los clientes y la población en general.

RECOMENDACIONES

A partir de la investigación desarrollada en la empresa Banco Azteca ubicada en el municipio de Chiautla de Tapia, Puebla, se presentan las siguientes recomendaciones dirigidas a la empresa:

Primera. - Organizar o patrocinar eventos como limpiezas de parques, campañas de reciclaje o talleres educativos sobre sostenibilidad en Chiautla de Tapia.

Segunda. - Difundir anualmente sus esfuerzos ecológicos a través de un informe detallado sobre las acciones y el impacto de sus iniciativas en la comunidad de Chiautla de Tapia. Esto genera confianza y demuestra el compromiso real de la marca con el medio ambiente.

Tercera. - Incentivar a sus clientes a utilizar opciones ecológicas, como pagos en línea o la disminución de uso de papel, a través de recompensas o beneficios especiales.

Cuarta. - Incluir en la app de Banco Azteca una sección informativa sobre el impacto positivo del uso digital (ahorro de papel, reducción de emisiones etc.) que motive al cliente a seguir usando plataformas digitales.

De igual forma, se emiten las siguientes recomendaciones al ámbito académico:

Primera. - Se sugiere que la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla incentive la implementación de políticas internas orientadas a la reducción del uso de papel, como la adopción total de trámites digitales y la entrega electrónica de trabajos académicos.

Segunda. - Se recomienda que el Complejo Regional Mixteca impulse campañas de concientización ambiental entre las (os) estudiantes, promoviendo el uso de herramientas digitales para uso exclusivo de la universidad y la reducción de

residuos sólidos dentro del campus universitario.

Tercera. - Se sugiere crear alianzas con instituciones públicas y privadas que ya implementan buenas prácticas ambientales, con el objetivo de fortalecer el vínculo universidad-comunidad y generar aprendizajes a través de proyectos de innovación ecológica.

Cuarta. - Todas las universidades deben invertir en el desarrollo o mejora de plataformas digitales académicas que sean fáciles de usar para los estudiantes y que permitan realizar trámites, subir trabajos y acceder a materiales sin necesidad de impresión.

REFERENCIAS

Arias, F. (2006). El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica. (6.ª ed.). EPISTEME C.A. <https://tinyurl.com/3zuzkchs>

Arredondo, A. (2018). El plástico en el mar. Revista de Marina. 964. pp. 27-34 <https://tinyurl.com/bdeyhuf>

Arrocha, A. (28-11-2017). Principales conclusiones de Río 92 para la sostenibilidad. Ecopalabras <https://tinyurl.com/2fmfpm43>

Banco Azteca. (2024a). Comunicación institucional. Banco Azteca S.A., Institución de Banca Múltiple. <https://tinyurl.com/2s3aesdp>

_____. (2024b). Historia de Banco Azteca. Información Institucional. Banco Azteca S.A., Institución de Banca Múltiple. <https://tinyurl.com/2pxw7w7n>

Bárcena, A., Cimoli, M., García-Buchaca, R., Yáñez, L. y Pérez, R. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe. CEPAL; Naciones Unidas. <https://tinyurl.com/5n8cec7p>

Brundtland, G. H. (1987). Informe Brundtland: Nuestro futuro común. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. <https://tinyurl.com/5h2m3bdt>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-. (2025). Países, Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. Plataforma regional de conocimiento. CEPAL - Naciones Unidas. <https://tinyurl.com/34axfmus>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2009). Convenio de Estocolmo: Sobre contaminantes orgánicos persistentes. Secretaría del Convenio de Estocolmo, CEPAL. <https://tinyurl.com/57sj3nut>

Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad -CONABIO-. (2025). Planeación para la conservación y restauración de la biodiversidad. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. <https://tinyurl.com/bdfydhpm>

Ecología y Compromiso Empresarial -ECOCE-. (2023). Cifras y estadísticas. Ecología y Compromiso Empresarial. Ecología y Compromiso Empresarial. <https://tinyurl.com/y42was3n>

Flores, B. (2024). Instituciones sociales en el constitucionalismo contemporáneo. Capítulo 9: Equidad social. Instituto de Investigaciones Jurídicas Universidad Nacional Autónoma de México. En Publicaciones del IIJ. pp. 137–165. <https://bsu.buap.mx/fmK>

Hernández - Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación (4.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Hernández - Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. (6.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Kulik, R. M. (28-05-2025). sustainable development. Encyclopedia Britannica. Britannica. <https://tinyurl.com/2mtem8vr>

Larrouyet, M. (2015). Desarrollo sustentable. Origen, evolución y su implementación para el cuidado del planeta. (Trabajo final integrador). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes. <https://tinyurl.com/muncjwdv>

López, M. (03-12-2024). Proyectos ecológicos: qué son y cómo pueden ayudarte a hacer crecer tu negocio. Negocio IQ. <https://tinyurl.com/dw38hmz6>

Maguey, H. (29-10-2018). Crisis de agua en la industria. Gaceta UNAM; Dirección General de Comunicación Social. <https://tinyurl.com/53r3thhn>

Martins – Pestana, F. y Pelella – Stracuzzi, S. (2006) Metodología de la investigación cuantitativa. (2.ª ed.). FEDUPEL.

Mejía-Vayas, C., Cherres-Galarza, D. y Ramos-Salazar, M. (2020). Percepción de marca y comportamiento de compra del consumidor en empresas del sector comercial Tungurahua. 593 Digital Publisher CEIT. 5; (2), Marzo – Abril. pp. 70–80. <https://tinyurl.com/jvphbawy>

Monteiro, T., Giuliani, A., Cavazos-Arroyo, J. y Pizzinatto, N. (2015). Mezcla del marketing verde: una perspectiva teórica. Cuadernos del CIMBAGE, Facultad de Ciencias Económicas Buenos Aires. (17), pp. 103-126. <https://tinyurl.com/bdhsy5u9>

Novillo - Díaz, L., Pérez - Espinoza, M. y Muñoz, J. (2018). Marketing verde, ¿tendencia o moda? Universidad y Sociedad, Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos. 10; (2), pp. 100-105. <https://tinyurl.com/4w3mm2s4>

Organización de las Naciones Unidas. (2015). Informe del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, sobre la situación de los derechos económicos, sociales y culturales en el mundo. Documento de trabajo N° E/C.12/2015/5. Naciones Unidas. <https://bsu.buap.mx/fmL>

_____. (2022). La contaminación del aire y el cambio climático están afectando la salud de millones de personas. Noticias de la ONU. ONU. <https://bsu.buap.mx/fmM>

Organización Internacional de Normalización. (2022). Sistema de gestión ambiental: Finanzas verdes y sostenibles. Secretaría Central de ISO. <https://tinyurl.com/yks8pe77>

Organización Mundial de la Salud. (27-09-2016). Comunicado de prensa: La OMS publica estimaciones nacionales sobre la exposición a la contaminación del aire y sus repercusiones para la salud. OMS - ONU. <https://bsu.buap.mx/fmN>

_____. (22-09-2021). Comunicado de prensa: Nuevas directrices globales sobre la calidad del aire de la OMS buscan salvar millones de vidas de la contaminación del aire. OMS - ONU. <https://bsu.buap.mx/fmO>

Oxford University. (2025). Diccionario. Oxford University Press. <https://tinyurl.com/53mp5uc2>

Pérez, A. (08-04-2016). Proyectos ecológicos: ¿En qué consisten? O Business School; Universitat de Barcelona; UNIE Universidad. <https://tinyurl.com/3h4a82nw>

Pimm, S. y Smith, R. (2025). Ecology. Encyclopaedia Britannica. Britannica. <https://tinyurl.com/bdej6xps>

Ramos, A., Cavadas, D. y Horcajada, L. (10-07-2024). ¿Qué es el marketing verde y cómo beneficia a tu empresa? Asociación para el Progreso de la Dirección. <https://tinyurl.com/4auu43vk>

Real Academia de la Lengua Española. (2024). Diccionario. <https://www.rae.es/>

Redacción 3 de lectura. (01-07-2024). Impacto de la sostenibilidad en la estrategia de marca. Instituto de Innovación de ESIC. ICEMD. <https://tinyurl.com/4u4w6tsv>

Redacción ClimateTrade (07-09-2023). ¿Por qué las instituciones financieras priorizan la banca sostenible? Blog sobre el cambio climático. <https://tinyurl.com/4xer5y5y>

Redacción ideas de negocios TV (02-12-2024). Banco Azteca es reconocido como la empresa más innovadora en la industria bancaria en los World Finance Innovation Awards 2024. Noticias de ideas de Negocios Televisión. <https://tinyurl.com/2sv2wucv>

Redacción MGA Nexus. (30-09-2024). El impacto del marketing verde en la percepción del consumidor. MGA Nexus. <https://tinyurl.com/mpehj5yy>

Rommel. (23-07-2024). La reducción de la huella de carbono gracias a la digitalización de documentos. Normadat. <https://tinyurl.com/h7368xzx>

Secretaría de Sustentabilidad. (2024). ¿Qué es el desarrollo sustentable? Centro de Investigación para el Desarrollo Sustentable: Universidad Autónoma de Nuevo León. <https://tinyurl.com/ye85yd59>

Yorio - González, G., Espinosa - Cantellano, I., Navarrete - Martínez, A. F., Buenrostro - Sánchez, L., Ochoa - Rodríguez, R. E., Cervantes - Parra, J. C., García - Guadarrama, M. I. y López - Gallo Dey, F. (2022). Primer informe anual sobre finanzas sostenibles. Secretaría de Hacienda y Crédito Público: Gobierno de México. <https://tinyurl.com/4yfrhpd5>

Bibliografía

Redacción Conciencia Eco. (2024.). Campaña ecológica. Blog de ecología. <https://tinyurl.com/yc8n5vp5>