

UNIVERSIDAD EVANGELICA DE EL SALVADOR



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS

“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”

Seminario de Pre Especialización

“Diseño de modelo de RSE para la empresa DISENSA”

Asesor:

Dr. Mauricio Vladimir Umaña.

Integrantes:

Diego Emanuel Rivas Rivera.

Fernando Antonio Quintanilla Recinos.

Monografía para optar al título de:

Licenciatura en Administración de Empresas.

El Salvador, San Salvador.

UNIVERSIDAD EVANGELICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS:

DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE AMAYA

RECTORA

DRA. MIRNA MARIBEL GARCÍA DE GONZÁLEZ

VICERRECTORA ACADÉMICA

ING. SONIA CANDELARIA ROGRÍGUEZ DE MARTÍNEZ

SECRETARIA GENERAL

MTRO. JOSÉ VICENTE PÉREZ CUBIAS

DECANO

MTRA. ANA INGRID CHEVEZ

COORDINADORA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Salvador, San Salvado

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación en primer lugar a Dios por guiarme, ayudarme y apartarme de todo peligro en estos años, además de darme la sabiduría para tomar las mejores decisiones, a pesar de las dificultades, las complicaciones que hemos tenido desde principio del año 2020 con la pandemia de COVID-19; Ha sido una experiencia extraordinaria y única que he vivido a lo largo de esta hermosa carrera “Lic. Administración de Empresas”. Me siento satisfecho y muy feliz de estar a un paso de obtener mi título, a mis padres por dar todo su esfuerzo y hacer lo posible para que este sueño se cumpliera, por apoyarme y estar conmigo en mis mejores y peores momentos ofreciéndome siempre palabras de sabiduría, motivación y superación, Cada año ha sido muy difícil debido a que algunas materias requerían de más esfuerzo, más dedicación, más tiempo en proyectos, trabajos de investigación, etc. Pero con la ayuda de los catedráticos que siempre han estado ahí para solventar nuestras dudas y el apoyo de mis compañeros he logrado llegar hasta este punto tan importante en mi vida. Estoy muy agradecido con todos los catedráticos que me dieron clases y Licenciado que a pesar que no me dieron clases si me dieron consejos muy sabios para completar mi carrera ya que ellos han formado al profesional que soy hoy en día, por los conocimientos que compartieron.

Diego Emanuel Rivas Rivera

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios porque él es el que me ha permitido y me ha dado la sabiduría de poder llegar a este punto de mi carrera de presentar mi trabajo final, también agradezco a mis padres de gran manera por el apoyo y el esfuerzo que ellos hicieron día tras día para que yo pudiera superarme y cumplir mis sueños, además de todos los buenos consejos que me dieron en momentos de dificultad. A todos los catedráticos y coordinadores de la carrera que desde el día que comenzó esta gran aventura estuvieron dispuestos a acompañarnos y ayudarnos brindándonos mucho conocimiento, donde en muchas ocasiones tuvieron que tener paciencia, dedicación, comprensión por que enseñar no es de cualquiera y ellos todo lo hicieron con el fin de crear buenos profesionales y mejores personas mediante sus consejos, motivación, críticas constructivas.

De igual manera agradecer a nuestro asesor Dr. Mauricio Vladimir Umaña que con gran esfuerzo y mucha dedicación el nos ha ayudado y apoyado en este trabajo final, ha estado presente en los momentos donde teníamos dudas y con su conocimiento hemos solucionado y aclarado todas las dudas presentes.

A mis compañeros que en esta aventura se han convertido en mis amigos hemos estado juntos, muchas veces riendo otras veces preocupados, pero ayudándonos y apoyándonos entre todos hemos salido adelante y llegado a este último paso de nuestra carrera.

Muchas gracias a todos los que me apoyaron y ayudaron a cumplir mis sueños, Dios les bendiga siempre.

Diego Emanuel Rivas Rivera

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación a mi familia, a todos mis hermanos mis padres que me enseñaron valores, la disciplina, la responsabilidad, la honestidad y sobre todo humildad, a Dios que en ningún momento me dejo solo en esta larga trayectoria a todas las personas que fueron un peldaño para enriquecer mi aprendizaje no solo didáctico si no me han enseñado sobre la vida, dado las adversidades que se presentan día a día en parte agradecer a conglomerado de catedráticos en especial Lic. Carlos Molina una mente brillante de esas personas que su profesión la convierten en pasión, entregado a su familia y a sus sueños Q.E.P.D es lamentable pero la pandemia azoto muy fuerte llevándose a estas sabias mentes que instruían sobre el futuro de nuestra vida, dedico este último trabajo a las manos de mis padres que con esfuerzo me sacaron adelante siempre apoyándome en todo lo que necesitaba, agradecer a mis compañeros que siempre me apoyaron, buscando un solo propósito culminar nuestros estudios.

Fernando Antonio Quintanilla Recinos

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios que sin lugar a duda estuvo tan presente desde que tome la decisión de cambiarme de universidad joven adolescente, empezando a tomar decisiones en su vida con su iluminación, acompañamiento, brindando esa fortaleza y enfoque en mi sueño a cumplir, le agradezco a mis Padres por siempre inculcarme el valor de la perseverancia, la disciplina y humildad para ser primeramente una persona de bien que ayude al desprotegido, al prójimo a ser empáticos y solidarios antes de todo siempre está presente mis valores esencia y mis raíces, Agradezco a todos mis hermanos, Marlene, Cristina, Leopoldo, Juan, Miguel, Ignacio, Gabriel, Luis, Elías, Fátima les agradezco por ese apoyo que me brindaron y ese sentido de superación personal, mejora continua y lucha.

Fernando Antonio Quintanilla Recinos

ÍNDICE.

RESUMEN.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
ALCANCES Y LIMITACIONES	2
OBJETIVOS.....	3
CAPITULO I: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA	4
1.1 Situación actual	4
1.1.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	6
1.1.3 ¿Qué define a una corporación o empresa socialmente responsable?	7
1.1.5 JUSTIFICACIÓN.....	8
1.2 MARCO HISTÓRICO	9
1.2.1 Directrices de la Empresa Socialmente Responsable	9
1.2.2 Objetivo de la RSE.....	9
1.2.3 Pasos para crear un modelo de diseño RSE eficiente.....	10
1.2.4 La ética en las empresas	13
1.2.5 Ventajas y desventajas de aplicar RSE en las empresas	15
1.2.6 FERRETERIAS DISENSA	16
1.2.7 INNOVACIÓN DE DISENSA	16
1.3 MARCO CONCEPTUAL	17
1.4 MARCO LEGAL.....	19
1.4.1 Función de la ISO 26000	19
1.4.2 ¿Cuáles son los principios en los que se basa la ISO 26000?.....	20
1.4.3¿Cómo se aplica la ISO 26000?	20
CAPITULO II: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.1 Método de investigación.....	22
2.1.1 Tipo de estudio	22
2.1.2 Población y muestra	22
2.1.3 Técnica de investigación e instrumento de investigación	22
2.1.4 Tipo de monografía	22
CAPITULO III: RESULTADO DE LA INVESTIGACION	23
ANALISIS DE RESULTADOS.....	28
CONCLUSIÓN.....	29

RECOMENDACIONES.....	31
DISEÑO DE MODELO RSE	32
BIBLIOGRAFIA.....	36
ANEXOS	37
ANEXO1: ENCUESTA	37
ANEXO 2: LA RSE EN EL SALVADOR.....	39
ARTICULO	40

RESUMEN.

La RSE contribuye de manera positiva y de bienestar no solamente para la empresa que ejerce esta responsabilidad. Tradicionalmente las empresas tienen un fin en sí y es “económico” generar ganancias y eso está bien, el problema es que muchas de estas empresas realizan dichas actividades de manera incorrecta dañando la salud de las personas, dañando al medioambiente, etc. Desde la revolución industrial las empresas juegan un rol importante con la sociedad y como tal ejercen dicha responsabilidad social. Las empresas deben de comenzar a tomar en cuenta y considerar los aspectos sociales, económicos y medioambientales.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también conocida como empresa responsable, es un proceso de amplio alcance que cubre todo el ciclo de producción y desarrollo de un producto o servicio. RSE es la contribución de las empresas a los desafíos del desarrollo sostenible. Por tanto, una empresa que practica la RSE buscará tener un impacto positivo en la sociedad y, al mismo tiempo, ser económicamente viable.

¿Qué es la RSE y que no es RSE?

La RSE es: Una contribución de la empresa con el desarrollo de la sociedad (empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad), y con el cuidado del medioambiente. La RSE es una manera en la que la empresa toma en cuenta los intereses de los stakeholders (los consumidores, los empleados, los inversionistas, los accionistas, el medio ambiente, y la comunidad local).

La RSE no es lo siguiente: Filantropía o donaciones. Muchas veces se confunde con estos conceptos, pero la RSE busca la sostenibilidad de las acciones que se emprenden, es decir, que sean viables económica, social y ambientalmente.

En base a esto podemos clasificar tres áreas concretas donde las empresas deben poner especial atención:

Ámbito económico: Incluye los aspectos relacionados con proveer servicios de calidad. Igualmente entra en este punto la autogestión eficiente y desarrollo dinámico, competitivo y económicamente sostenible, para asegurar el logro de objetivos estratégicos coherentes con los valores, principios y necesidades de la sociedad.

Ámbito social: Se encuentra relacionado con el trato a los empleados de la organización, con la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía y con la creación de oportunidades para los colectivos con dificultades especiales.

Ámbito medioambiental: Se basa en la realización de actuaciones que fomenten la protección del medioambiente y la buena administración de recursos, residuos y desechos.

INTRODUCCIÓN

Según una publicación de la Unión Europea, la función social de las empresas incluye la integración de preocupaciones sociales, ambientales, éticas y de derechos humanos en su estrategia y operaciones comerciales. Es decir, el compromiso y responsabilidad que las empresas tienen en retribuir a la comunidad.

La Responsabilidad Social Empresarial es un factor clave para el buen desarrollo y aceptación de las empresas con la sociedad o comunidad donde están ubicados, aumentando su rentabilidad, confiabilidad y competitividad a comparación de todas aquellas empresas que no poseen un modelo de RSE. Es un tema muy importante a nivel mundial. En el país lastimosamente muchas empresas no ponen en práctica buenas prácticas sociales, no tienen ningún tipo de preocupación socioambiental en sus operaciones.

Esta implementación de un Diseño de modelo de RSE para las empresas es una estrategia para impulsar un desarrollo sostenible basada en temas, como: La educación, inclusión económica, igualdad de género, protección de recursos naturales y la biodiversidad, campañas de salud dirigida a niños, jóvenes, adultos o adultos mayores. Darle la importancia que los clientes y las personas se merecen.

El compromiso social que las empresas tienen se divide en diferentes ramas, para poder entender dicho trabajo de investigación destacaremos responsabilidades más conocidas:

- Compromisos sociales: donaciones a organizaciones no gubernamentales (ONG), participación en programas voluntarios.
- Compromisos económicos: Equidad salarial, capacitación laboral para personas con deficiencia, programas de reinserción social para personas privadas de libertad.

- Compromisos ambientales: adopción de programas de reciclaje, implementación de energía renovable, reutilización del agua, optimización de cadenas de suministro.

Un estudio realizado por el Informe de Tendencias en Experiencia del Cliente 2021 de Zendesk; 6 de cada 10 clientes quieren comprar a empresas que actúan con responsabilidad social.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Alcances:

- En el siguiente trabajo se dará a conocer la importancia de contar con un diseño de modelo de RSE eficiente y tener mayor credibilidad en el mercado, también expondremos las diferentes actividades e ideas que las empresas pueden enfocados en la RSE.
- Realizar un diseño de RSE y darles a conocer el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para las empresas. De igual manera promover o incentivar una mejor relación entre la empresa y la comunidad.
- Al culminar la investigación se conocerá las múltiples ventajas y beneficios que se obtienen al realizar una buena práctica social que tengan repercusiones positivas sobre la sociedad.

Limitaciones:

- Poca información bibliográfica sobre la creación de un diseño de modelo de RSE para una empresa.
- Debido a la pandemia COVID-19 se dificulta mucho poder reunirse con los encargados de brindar información sobre la empresa DISENSA.
- Algunos clientes directos de DISENSA no brindan información sobre las opiniones que queremos conocer de esta.

OBJETIVOS

Objetivo general:

- Identificar y dar a conocer los aspectos claves más importantes al desarrollar un modelo de diseño de RSE y así contribuir al desarrollo social y aumentar la competitividad empresarial.

Objetivos Específicos:

- Conocer los conceptos teóricos que la empresa maneja sobre la RSE.
- Realizar un diseño de modelo de RSE para empresa DISENSA.
- Determinar cómo afecta la buena práctica de RSE en el ámbito competitivo e identificar las ventajas de una buena práctica de RSE.

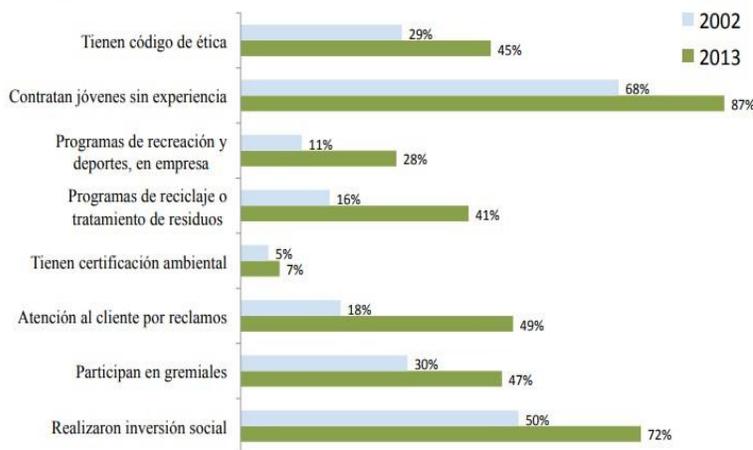
CAPITULO I: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA.

1.1 Situación actual

El termino RSE en El Salvador tuvo sus indicios a finales de 1999, sin embargo, se afirma que fue hasta mayo del año 2000 que a través de la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS) se empieza a hablar sobre la RSE. Dicha iniciativa fue creada por la necesidad existente de promover en el sector empresarial salvadoreño, la adopción de valores, políticas y prácticas para lograr la competitividad de las empresas y el desarrollo económico y social sostenible de El Salvador “sin importar el sector productivo al que pertenezca o su tamaño, la forma de hacer negocios competitivos, permitiéndole a las empresas incorporar políticas y prácticas en beneficio de los accionistas, los colaboradores, la comunidad, el medioambiente y su cadena de valor, a través de la adopción de medidas alineadas a su estrategia de negocio.

Es muy importante mencionar el impacto positivo que ha tenido FUNDEMÁS y FUSADES en dar a conocer con más claridad el concepto de RSE a todas aquellas empresas que no conocían sobre ello.

Gráfica 1. Evolución indicadores de RSE seleccionados 2002-2013 (Porcentaje de empresas)



Fuente: Elaboración propia con información de la Encuesta “RSE en El Salvador -2013” y de la encuesta de RSE realizada por FUNDEMÁS/ FUSADES en 2002.

Un estudio realizado por FUSADES denominado Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador: Prácticas y estrategias para prevenir el crimen y la violencia, se ha logrado mostrar que entre el año 2002 y 2013 ha crecido el conocimiento sobre la RS crecido entre las empresas salvadoreñas, al igual que ha evolucionado positivamente la adopción de prácticas empresariales responsables en todos los ejes de aplicación; así como con sus diferentes grupos de interés, tanto internos como externos. Mediante el estudio realizado por FUSADES con el apoyo de FUNDEMÁS la información que se presenta proviene de una encuesta que se llevó a cabo en 2013, la cual fue aplicada a una muestra de 598 empresas, La muestra incluye empresas pequeñas, medianas y grandes que operan en El Salvador (nacionales o multinacionales). Dicha investigación se comparo con el año 2002.

Según FUSADES/FUNDEMÁS dice: Los resultados muestran que si bien ha aumentado el conocimiento sobre la RSE y que han aumentado en todos los aspectos las acciones que las empresas ejecutan al respecto, todavía hay bastante desconocimiento de lo que involucra el concepto. Solamente 14% cuentan con un comité de RSE o persona encargada, y solo 9% tienen una estrategia o política escrita de RSE. El conocimiento es más alto entre las empresas grandes y medianas. Por otro lado, a pesar de que más de 7 de cada 10 apoyan causas sociales, solamente el 25% de éstas reporta que esas inversiones también benefician a la empresa; el porcentaje es aún bajo entre las empresas pequeñas.

El principal beneficio que las empresas perciben por practicar responsabilidad social empresarial está relacionado con el reconocimiento e imagen que se puede adquirir. Por otro lado, el beneficio interno que mencionan más como resultado de las prácticas de RSE está vinculado con el desarrollo del personal y en consecuencia, de la empresa.

1.1.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Para poder hablar un poco sobre la RSE se debe conocer sus principios, sus raíces. En años recientes la RSE ha tomado una dinámica totalmente diferente, se ha innovando acorde a la modernización de la sociedad. Pero lo cierto es que no es algo nuevo en la historia de la humanidad sus orígenes se remontan a finales de los años 50 derivada de los conflictos mundiales de la época donde las comunidades pensaban que por medio del trabajo con algunas empresas podían mantener y colaborar con sistemas políticos o económicos éticamente cuestionables.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue tratado por primera vez por el economista Howard R. Bowen en su obra "Social Responsibilities off the Businessmen" donde cuestiona a las empresas la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que esta les facilito. Posteriormente Archie Carroll define la responsabilidad de la empresa como algo legal donde la ética debe nacer voluntariamente por parte de las organizaciones.

La responsabilidad social empresarial, nace con el fin de ayudar a las empresas como un nuevo método de hacer negocio, enfocándose principalmente en aspectos económicos, sociales y ecológicos. La Comisión Europea (2006), resalta la importancia como potencial innovador para el desarrollo sostenible de las empresas, porque favorece la competitividad fomenta la creación de empleo, el incremento económico y la permanencia en el mercado.

De acuerdo con Cansino C., y Morales, M. (2008) citando a Williams, Siegel y Wright, la responsabilidad Social Empresarial se define como: "situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley".

1.1.3 ¿Qué define a una corporación o empresa socialmente responsable?

Una empresa es **socialmente responsable** (ESR) cuando trabaja apegada a valores y que dentro de sus objetivos empresariales incluye apoyar necesidades sociales, económicas y ambientales a fin de optimizar su situación competitiva y su valor añadido.

Cuando una **empresa** es socialmente responsable lo hace por decisión propia y no por imposición y sus políticas, estrategias y prácticas están orientadas a favorecer a sus colaboradores, proveedores, familiares, entorno y medio ambiente.

El libro verde de la **Comisión Europea** manifiesta que “la responsabilidad social corporativa es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”.

Entre las acciones que debe hacer una empresa para ser reconocida como socialmente responsable están:

- Ofrecer productos o servicios que respondan a las necesidades de los usuarios.
- La ética debe estar incluida en todas las decisiones que se tomen en la empresa.
- Sus trabajadores deben ser su prioridad.
- Deben respetar el medio ambiente.
- Deben integrarse a la comunidad de la que forma parte.
- Deben aumentar la calidad de la vida laboral.
- Poner en práctica estrategias de marketing que desarrollen la comercialización responsable.

Entre los beneficios que le ofrece a tu empresa ser socialmente responsable están:

- Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la sociedad.

- Reduce los costos operativos.
- Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia.
- Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión.
- Mejora la performance financiera de la empresa.
- Facilita el acceso a capital.

1.1.4 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

Delimitación temática: La realización del presente trabajo busca determinar si la empresa DISENSA tiene conocimiento sobre la RSE y que tipos de actividades realiza para ayudar a la sociedad.

Delimitación geográfica: La presente Investigación y realización de Diseño de modelo de RSE se llevará a cabo en la empresa DISENSA ubicada Santa Tecla, departamento de La Libertad.

Delimitación temporal: El trabajo se realizará del 01 de mayo del 2022 hasta el 29 de mayo del mismo año.

1.1.5 JUSTIFICACIÓN

Con la investigación que se realizará se dará a conocer el compromiso consciente y congruente de las empresas en cumplir, tanto en lo interno como en lo externo, considerando los puntos económicos, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. Dentro de la RSE se encuentran diferentes ramas: dimensión económica interna, dimensión económica externa, dimensión social interna y dimensión sociocultural y política externa. Y determinaremos como estas acciones que las empresas toma ayuda a la sociedad ya sea que tengan un impacto negativo o positivo con sus operaciones.

1.2 MARCO HISTÓRICO

1.2.1 Directrices de la Empresa Socialmente Responsable

Estas directrices de la Empresa Socialmente Responsable como base de acción pueden ser:

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Empleo digno.
- Solidaridad.
- Subsidiariedad.
- Contribución al bien común.
- Corresponsabilidad.
- Confianza.
- Ética en los negocios.
- Prevención de negocios ilícitos.
- Vinculación con la comunidad.
- Transparencia.
- Honestidad y legalidad.
- Justicia y equidad.
- Empresarialidad.
- Desarrollo social.
- Calidad de Vida.
- Cuidado del Medio Ambiente.

1.2.2 Objetivo de la RSE

El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generan en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación. Al mismo tiempo tiene por objeto la contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

El apostar por la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones conlleva los siguientes beneficios:

- Mayor productividad: a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce, a mejor retención de talentos, y por ende menores índices de rotación.
- Lealtad del cliente: satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción y subcontratación, las certificaciones que tiene el producto o servicio, entre otras.
- Acceso a mercados: por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- Credibilidad: la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto, proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse al cambio, y generando confianza.

1.2.3 Pasos para crear un modelo de diseño RSE eficiente.

1. Identifique el campo de acción

Es importante que identifique el campo de acción de su empresa. Si está inmersa en diferentes sectores, elija el que más se relacione con consumo masivo. Así podrá tener luces sobre el público al que se va a dirigir y sobre el tipo de acciones que puede poner en marcha.

Es importante conocer previamente la situación de la compañía frente a las exigencias que internacionalmente son aceptadas en RSE. Entre las más reconocidas, dijo el experto, se encuentran los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas; los criterios de la Guía ISO 26000; los indicadores de las

versiones recientes del Global Reporting Initiative (GRI) y los lineamientos para empresas multinacionales de la Ocede.

2. Defina la inversión

Sea cual sea su tipo, se rige bajo cuatro factores fundamentales. La rentabilidad, el riesgo, la liquidez y el plazo. Esto es, lo que ganamos, lo que podríamos perder y el tiempo. La inversión en RSE ha sido de 2,6% (promedio) del total de las ventas de las compañías en los últimos ocho años. “El monto ayudará a cuantificar cada movimiento y a evitar que la iniciativa sufra imprevistos que puedan retrasarla”, dijo Mauricio López, director ejecutivo de Pacto Global.

3. Seleccione grupos de interés

Los grupos de interés son aquellas empresas, instituciones o público aliado que, además de estar interesado en su proyecto, puede apoyarlo de alguna forma. Debe estar segmentado y hacerse responsable de tareas específicas, así habrá un balance.

4. Elija su público objetivo

Deberá elegir un grupo de personas o una comunidad con la que su empresa se sienta identificado. El público objetivo puede ser su habitual consumidor, pero debe estar en condiciones vulnerables.

5. Elija las zonas de operación

Dependiendo de las sedes donde tenga presencia la compañía y de la ubicación geográfica de sus grupos de interés, elija una zona en condiciones vulnerables a la que su empresa quiera impactar positivamente.

6. Determine el tipo de acción

Hay diferentes acciones que ayudan a transformar el entorno: actividades que favorezcan el medio ambiente; acciones en pro de la construcción de comunidad,

como la educación, terapias sociales o la enseñanza de labores productivas para el posterior vínculo a un empleo.

7. Realice un plan a seguir

Hacer una lista sobre las acciones que llevará a cabo también facilitará la organización de las actividades.

8. Someta el plan a aprobación

La dirección de la empresa debe estar comprometida con el proyecto, por eso debe estar al tanto de lo que sucede en él.

9. Realice seguimiento frecuente

Debe revisar el cumplimiento del programa para sugerir cambios o aprobar lo realizado.

10. Presente resultados

Tener un control del desarrollo del programa, en variables cualitativas y cuantitativas, sirve para calcular su efectividad y plantear nuevos retos.

Las empresas deben tener un área focalizada

Los expertos consultados manifestaron que al interior de las empresas debe haber un área o un departamento encargado de RSE, que se encargue propiamente de la gestión, ejecución y seguimiento de los proyectos que se realicen. Este grupo debe estar coordinado con la dirección general de la empresa, “debe existir comunicación entre los agentes implicados, así las estrategias irán en línea con la visión de la organización y causarán un efecto verdaderamente positivo”, indicó Mauricio López, director ejecutivo de Pacto Global.

1.2.4 La ética en las empresas

La ética empresarial tiene una influencia significativa en el mundo corporativo. No solo cambia la forma en que las empresas operan día a día, sino que también influye en la legislación sobre la regulación corporativa.

En primer lugar, mantiene a la empresa trabajando dentro de los límites de la ley, asegurando que no cometan delitos contra sus empleados, clientes, consumidores en general u otras partes. Sin embargo, el negocio también tiene otras ventajas que los ayudarán a tener éxito si conocen la ética empresarial.

Las empresas también pueden generar confianza entre la empresa y los consumidores. Si los consumidores sienten que se puede confiar en un negocio, es más probable que lo elijan sobre sus competidores. Algunas empresas optan por utilizar ciertos aspectos de la ética empresarial como una herramienta de marketing, especialmente si deciden destacar un problema social popular. Aprovechar sabiamente la ética empresarial puede dar como resultado un mayor valor de marca en general.

Ser un negocio ético también es muy atractivo para los inversores y accionistas. Es más probable que inviertan dinero en la empresa, ya que seguir las prácticas comerciales éticas estándar y aprovecharlas adecuadamente puede ser un camino hacia el éxito para muchas empresas.

Seguir la ética empresarial también puede ser beneficioso para los empleados y las operaciones de la empresa. Atraer a los mejores talentos es significativamente más fácil para las empresas éticas. Los empleados no solo aprecian a un empleador con conciencia social, sino que también lo percibirán como el tipo de negocio que actuará en la mejora de sus intereses. Esto produce empleados más dedicados y también puede reducir los costes de reclutamiento.

Bajo el estudio realizado por FUNDEMÁS, "Aporte de las fundaciones y ONG a la comunidad", se expone que el 78.3% de las empresas salvadoreñas conocen la definición contemporánea de lo que hoy conocemos por RSE, el 11.4% lo instituye,

pero no quiere decir que la implemente. El 96% de las empresas que se entrevistaron por FUNDEMAS, realizan inversiones en las comunidades en especial en programas de deportes, salud, educación y capacitación laboral. De estas empresas anualmente destinan \$633 millones de dólares en proyectos sociales (aún no vinculados con la nueva agenda de desarrollo sostenible). La interrogante se encuentra en: ¿Qué empresas salvadoreñas están suscritas al Global Compact? Esto quiere decir, qué empresas implementan acciones de RSE en el país para contribuir a la sociedad y medio ambiente. Según la página oficial las empresas suscritas oficialmente a este sistema son las siguientes:

Empresa	Unido desde
Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS)	16/05/2014
Tigo El Salvador	03/07/2014
Telefónica Móviles El Salvador S.A de C.V	03/07/2014
Grupo Roble	03/07/2014
Industria la Constancia	07/07/2014
Cadena de Hoteles Villa Serena	09/02/2016
Patronic S.A de C.V	15/03/2016
Holcim El Salvador S.A de C.V	24/03/2016
Constructora Díaz Sánchez S.A de C.V	26/04/2016
Universidad Don Bosco	27/05/2016
Hoteles y Desarrollos Turísticos S.A de C.V	05/07/2016
Cámara salvadoreña de la industria de la construcción	19/08/2016
Distribuidora de electricidad DELSUR	22/12/2016
Universidad Francisco Gavidia	14/06/2017
AES El Salvador	20/06/2017

1.2.5 Ventajas y desventajas de aplicar RSE en las empresas

Ventajas

- Motivación para empleados y para atraer nuevos talentos, al formar parte de una empresa que entusiasme a sus integrantes.
- Fidelidad de los clientes, como consecuencia del punto anterior y del desarrollo de proyectos sociales y ambientales.
- Valoración y diferenciación de la marca. En relación con esto, aumenta la credibilidad.
- Reducción de posibles sanciones legales. Según Business for Social Responsibility, las empresas socialmente responsables tienen menos riesgo de ser multados.
- Las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa permiten el control de contingencias que puedan surgir. Por lo tanto, se logra sostenibilidad del negocio a largo plazo.
- Desde el punto de vista estratégico del negocio, resulta atractivo el aumento en las ventas y el rápido crecimiento de marca como cosecha de las acciones a favor de la sociedad y el medio ambiente.

Desventajas

- La ISO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial no es certificable por lo cual no es útil para contratos, compraventa y exportación.
- El costo de los patrocinios debe ser correctamente administrado para contar con los fondos necesarios en el plazo establecido de lo contrario creará una imagen negativa al no poder cumplir.
- Una inversión a la responsabilidad social en un programa o una organización que resulte ser ineficiente o ilegítima.
- Una empresa que regularmente apoya una organización de caridad local, pero que retira su patrocinio durante un período de dificultades financieras puede parecer demasiado preocupada con su línea de fondo o insensible a las preocupaciones del público.”

1.2.6 FERRETERIAS DISENSA

Disensa es una empresa ecuatoriana, líder en el mercado de distribución de ventas de materias de construcción desde 1973 cuenta con experiencia en el desarrollo de solución para el mercado de la construcción siempre ofreciendo productos de calidad garantizada y mejor servicio.

Recientemente, Disensa presentó la estrategia para el 2021 con la que busca no solo incrementar el reconocimiento y preferencia de los salvadoreños, sino fortalecer los beneficios para las ferreterías que forman parte de la red.

“Con más de 2,000 franquicias a nivel latinoamericano, Disensa cuenta con un respaldo sólido que continúa permitiéndonos expandir sus beneficios a cada vez más salvadoreños”, manifestó Rodrigo Gallardo, CEO de Holcim El Salvador.

De la mano con la digitalización

En este sentido, Disensa ha lanzado el sitio web midisensa.com, una herramienta virtual en el sector ferretero, donde a través de este portal los franquiciados podrán tener acceso a herramientas de aprendizaje, realizar compra de productos, consultar indicadores de gestión y acceder a Programas, un programa de lealtad de Disensa.

La red Disensa se introdujo a El Salvador a finales de 2017 y desde entonces ha tenido un rápido crecimiento gracias a la aceptación de los ferreteros, quienes encuentran en la marca la oportunidad para profesionalizar y hacer crecer su negocio.

1.2.7 INNOVACIÓN DE DISENSA

El tiempo de la pandemia permitió reinventar el modelo de negocio de Disensa, de un modelo de negocios básico donde los clientes debían ir hasta la sucursal para adquirir sus productos; A un modelo de negocio innovador que los clientes pueden realizar compras, pedidos, cotizaciones desde la comodidad de su hogar y recibir su producto hasta la puerta de su casa. Además de conocer más a fondo a sus clientes, cuáles son sus necesidades, etc. Teniendo estos datos como base

realizaron una segmentación y crearon cuatro formatos dentro de la red Disensa: Disensa Max, Disensa Standard, Disensa Express y Disensa Distribuidor”, expresó Jorge Scull, director comercial de Disensa. Aquí el ferretero podrá optar por cualquiera de estas dependiendo del tamaño de su punto de venta.

- **Disensa Max**, un formato grande con un mayor portafolio de soluciones.
- **Disensa Standard**, con enfoque en una experiencia de compra diferenciada.
- **Disensa Express**, un formato de conveniencia en menor escala que el resto de tiendas Disensa.
- **Disensa Distribuidor** con capacidad logística de proveer a otras tiendas de la red actuando como aliado estratégico de la franquicia.

Otra de las novedades que presenta Disensa es “el chatbots” (Se trata de una tecnología que permite al usuario mantener una conversación a través de un software que se integra en un determinado sistema de mensajería, como, por ejemplo: Facebook, Twitter, Telegram, Whatsapp). Se encuentra en fase piloto y esperan lanzarlo muy pronto a nivel nacional para poder hacer los pedidos por WhatsApp a través de Daniela, una asistente virtual que se comunica con los usuarios a través de mensajes de texto. Con esta herramienta, los franquiciados desde su celular podrán realizar consultas o chequear el estatus de los pedidos.

1.3 MARCO CONCEPTUAL

Desarrollo sostenible: Formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades.

Diversidad: Se refiere a las diferencias entre los grupos de personas – edad, género, antecedentes étnicos, raza, creencia religiosa, orientación sexual, discapacidad física o mental, y más.

Eficiencia: Alcanzar unos objetivos al menor coste posible.

Estrategia empresarial: Conjunto de criterios y reglas de decisión que tratan de hacer corresponder los recursos de la organización con su contorno y, en particular, con las expectativas de sus grupos de interés.

Ética de la empresa: Aplicación de los principios generales de la ética a un campo específico de acción humana: la empresa.

Excelencia: Cambio de cultura de la empresa que permite la mejora continua, la satisfacción de las clientas y de los clientes – a nivel externo e interno- y la colaboración dentro y fuera de la organización.

Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial: Reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.

Gestión Responsable de la cadena de proveedores: Consiste en el control y gestión del impacto económico, social y ambiental de las prácticas de aprovisionamiento de una empresa. Para eso actúa en dos frentes: Asegurando que sus prácticas hacia las entidades proveedoras son éticas, mediante el establecimiento y cumplimiento de un código de conducta interno y asegurando que solo escogen entidades proveedoras que controlan y gestionan su impacto social y ambiental.

Gestión responsable de la relación con los clientes: Consiste en el control y gestión del impacto económico, social y ambiental de las prácticas de mercadotecnia, comercialización, atención a los clientes y salud y seguridad de los productos de una empresa.

Gobierno corporativo: Los sistemas y procesos de dirección y control de una empresa. La estructura de gobierno especifica la distribución de derechos y

obligaciones entre sus distintas partes (consejo, personal directivo, accionistas y otros grupos de interés) y establece las reglas para la toma de decisiones empresariales. Mediante eso también facilita la estructura mediante la cual la empresa establece sus objetivos y los mecanismos de control.

Grupos de interés (Stakeholders): Cualquier persona o grupo interno o externo a la organización que pueda afectar o ser afectado por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de esta. Se utiliza también la expresión “partes interesadas” para referirse a este mismo concepto.

Imagen corporativa: La evaluación global que una persona o grupo hace de una organización, a partir de sus creencias y sentimientos hacia esta.

Ventajas competitivas: Pueden definirse como las características o atributos que posee un producto o un proceso productivo que confieren a una empresa cierta superioridad sobre sus entidades competidoras y les permite obtener beneficios que superan la media de su sector.

La huella ecológica: también conocida como huella medioambiental, es una forma de medir el impacto que la humanidad ejerce sobre el planeta. Es la superficie ecológicamente productiva necesaria para producir los recursos consumidos por un individuo, así como la necesaria para absorber los residuos que genera.

1.4 MARCO LEGAL

1.4.1 Función de la ISO 26000

La ISO 26000 nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible.

En los últimos tiempos, ha crecido la preocupación por el impacto que las actividades del hombre ocasionan tanto a nivel ambiental como social, de ahí que las empresas sean constantemente observadas y supervisadas durante el desarrollo de sus actividades.

La población es más consciente de la importancia de realizar actividades sostenibles, compatibles con la conservación de los ecosistemas, con la equidad social y con una correcta gobernanza por lo que la presión social ha sido de crucial importancia a la hora de elaborar esta norma.

1.4.2 ¿Cuáles son los principios en los que se basa la ISO 26000?

La **ISO 26000** es una guía de responsabilidad social que trata de tutelar a las organizaciones en su camino hacia la sostenibilidad abarcando los marcos ambiental, social y legal. Esta norma se basa en los siguientes principios:

- Rendición de cuentas, por tanto, los ciudadanos deben vigilar y evaluar si las organizaciones actúan de modo correcto y no abusan de su poder.
- Transparencia, deben ser claros en su modo de actuar.
- Tener un comportamiento ético.
- Respetar los intereses de todos los interesados.
- Respetar el principio de legalidad.
- Seguir la normativa internacional de comportamiento.
- Respetar los derechos humanos.

Esta norma es de carácter voluntario ya que el crear una serie de requisitos para poder obtener una certificación, iría contra el propio principio de responsabilidad social.

1.4.3 ¿Cómo se aplica la ISO 26000?

Cada organización debe aplicar los principios de responsabilidad social a cada materia fundamental que nombraremos a continuación:

- Gobernanza, organización de la organización.
- Derechos humanos.
- Prácticas laborales.

- Medio ambiente.
- Prácticas justas de operación.
- Asuntos de consumidores.
- Participación y desarrollo de la comunidad.

CAPITULO II: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 Método de investigación

El método de investigación que se utilizara es una investigación cualitativa ya que la información que obtendrá no será numérica y se realizara el instrumento de encuesta para la recopilación de datos con el fin de obtener una comprensión más profunda de la empresa

2.1.1 Tipo de estudio

Es un tipo de estudio descriptivo, ya que mediante la información recolectada se analizará como DISENSA podría implementar la RSE y así aumentar la competitividad de la empresa en el mercado.

2.1.2 Población y muestra

El tipo de muestra que se selecciono es por conveniencia o intencional, el cual se facilita mucho ya que los directivos de la empresa facilitaran la recolección de datos y que además tienen la disponibilidad de participar, la encuesta la realizaran los directivos que cumplen con el perfil de nuestro interés.

2.1.3 Técnica de investigación e instrumento de investigación

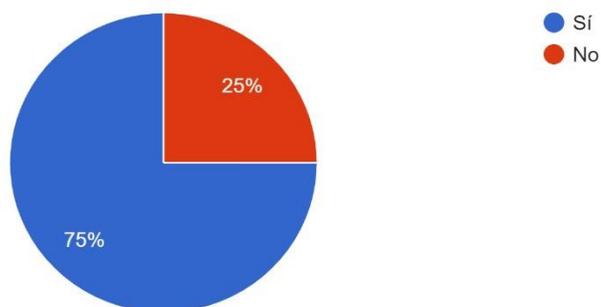
El instrumento de investigación para la recolección de datos de dicho trabajo será: Encuesta. Es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a los directivos. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.

2.1.4 Tipo de monografía

El tipo de monografía será de investigación ya que se recopilará información en fuentes de diferentes autores el cual ayudará a poder razonar sobre la el nivel de conocimiento que DISENSA tiene con la responsabilidad social empresarial (RSE) y así poder brindar un análisis acertado.

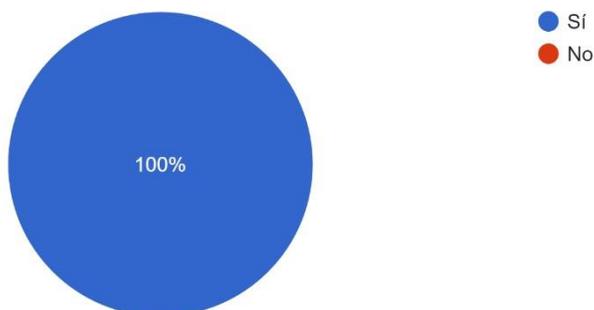
CAPITULO III: RESULTADO DE LA INVESTIGACION.

1- ¿Conoce el significado de responsabilidad social empresarial?
4 respuestas



El 75% de los encuestados conocen el termino de responsabilidad social empresarial, mientras que un 25% desconoce el concepto.

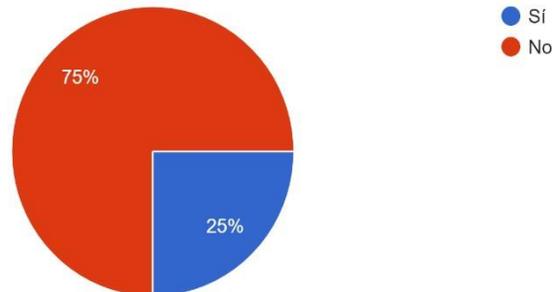
2- ¿Te gustaría implementar un diseño de RSE a tu empresa?
4 respuestas



La totalidad de los encuestados están interesados en implementar un diseño de RSE a DISENSA.

3- ¿Considera que la RSE es vital para la sustentabilidad y rentabilidad para DISENSA?

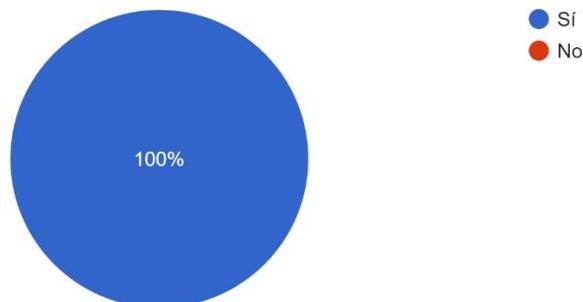
4 respuestas



El 75% de los encuestados no consideran la RSE vital para la sustentabilidad de sus operaciones, mientras tanto el 25% considera que si es una parte fundamental para sustentabilidad y rentabilidad.

4- ¿La RSE es un asunto de relaciones públicas muy importante?

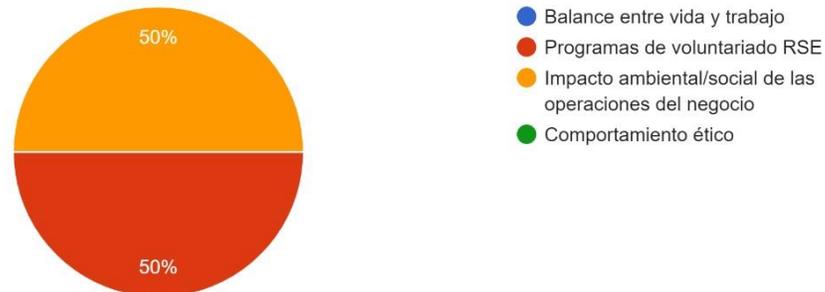
4 respuestas



El 100% de los encuestados consideran que la responsabilidad social empresarial es algo fundamental y de gran importancia dentro de las relaciones públicas.

5- ¿Si se aplicaría un diseño de RSE a su organización en que lo basaría?

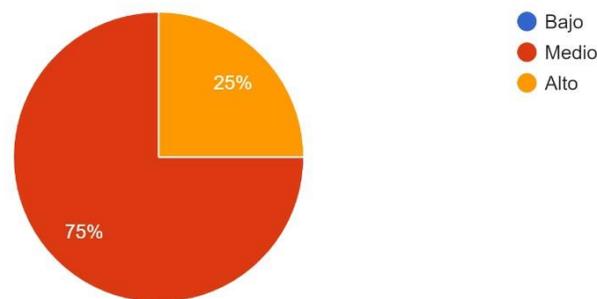
4 respuestas



Los resultados de esta pregunta se centraron en dos opciones: El 50% estaría interesada en aplicar su diseño de RSE en el impacto ambiental/social de las operaciones del negocio y el 50% restante aplicaría un diseño de RSE basado en programas de voluntariado de RSE

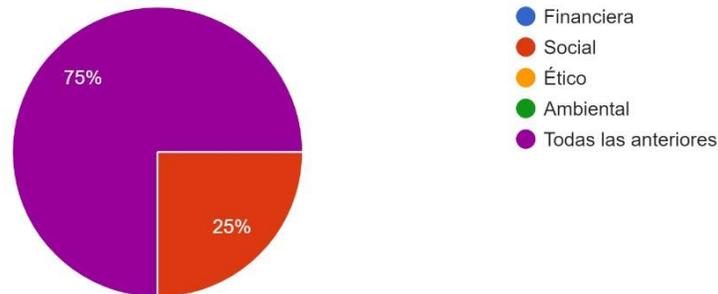
6- ¿Qué tan amigable se considera DISENSA en relación al medio ambiente?

4 respuestas



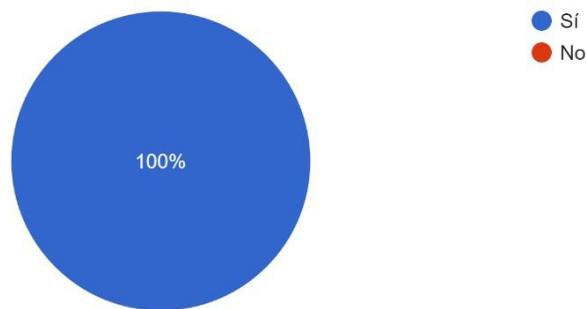
En relación a cómo se comporta DISENSA con el medio ambiente podemos afirmar que el 75% de las personas encuestadas consideran que DISENSA está en un nivel **MEDIO** y un 25% lo considera un nivel **ALTO**.

7- ¿Cuál son los beneficios que esperaría para su empresa mediante una implementación de RSE?
4 respuestas



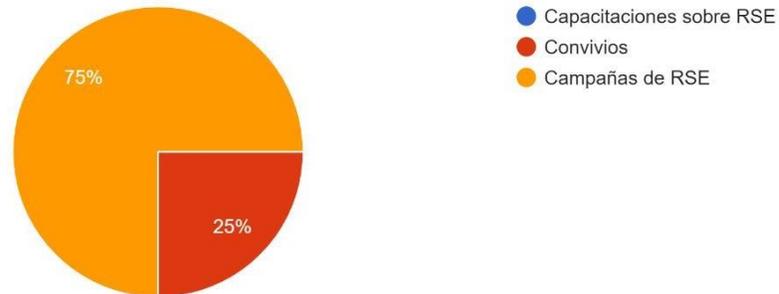
El 75% de los encuestados esperan un retorno positivo en los ámbitos: Financiero, Social, Ético y ambiental y un 25% solamente espera un beneficio en el ámbito social.

8- ¿Estaría dispuesto a realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de RSE?
4 respuestas



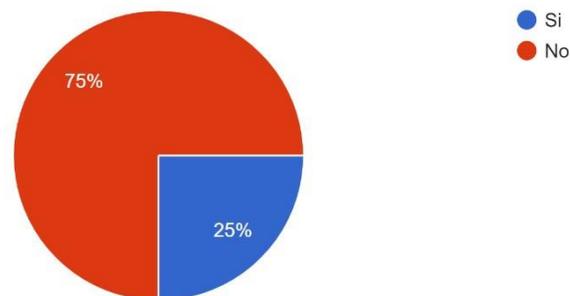
En su totalidad los directivos encuestados de DISENSA están con toda la disponibilidad y disposición de realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de RSE.

9- ¿De que manera motivarías a tus empleados para que respalden las acciones de RSE?
4 respuestas



En cuanto a la inclusión de los empleados con la Responsabilidad social empresarial de DISENSA el 75% estaría dispuesto a realizar campañas y el otro 25% convivios.

10- ¿De las operaciones actuales de la empresa, hay alguna por la que pueda ser señalada como irresponsable?
4 respuestas



El 75% de los encuestados consideran que las operaciones de DISENSA se implementan responsablemente con las prácticas de RSE y solo un 25% si considera que algunas prácticas se están desarrollando de manera irresponsable.

ANALISIS DE RESULTADOS.

El total de encuestados fue de 4 personas (Directivos de DISENSA).

Mediante los resultados planteados anteriormente se concluye que en su mayoría DISENSA cuenta con conocimientos previo a RSE, sin embargo, no cuentan con un modelo de diseño de RSE por lo tanto no realizan actividades que ayuden o que aumenten su desarrollo sostenible y su competitividad en el mercado.

Además, se refleja el interés de poder incluir un modelo de diseño de RSE enfocados en dos pilares:

- 1- En el impacto ambiental/social de las operaciones del negocio.
- 2- Basado en programas de voluntariado de RSE.

Asimismo, mediante la pregunta No 8 se buscó indagar o conocer que piensa DISENSA sobre las alianzas estratégicas para ejercer funciones socialmente responsables y se determinó que en su totalidad los directivos encuestados de DISENSA están con toda la disponibilidad y disposición de realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de RSE.

CONCLUSIÓN.

El análisis presentado nos hace comprender la importancia de la RSE para el desarrollo de la sostenibilidad y rentabilidad de toda organización, especialmente en DISENSA ya que es una empresa que está en vías de desarrollo por medio de una buena aplicación de prácticas responsables y amigables con el medio ambiente pueden adquirir beneficios importantes que son: Lealtad de los empleados, confiabilidad de los clientes, beneficios ambientales, aceptación social, retorno económico y posicionamiento en el mercado.

Se identificaron dos aspectos relevantes donde DISENSA enfocaría sus pilares de RSE como primer factor el impacto socio-ambiental y segundo factor programas de voluntariado de RSE ya que su idea es exteriorizar sus buenas prácticas dejando un resultado positivo para la comunidad, por lo que los valores, ética, buen trato, ayuda, cooperación, trabajo proactivo deberán ser parte del día a día de los empleados que integran a DISENSA, bajo este contexto las empresas son participes de la responsabilidad, por sus políticas o la carencia de las mismas, por sus sistemas de dirección y por una serie de costumbres y vicios empresariales que lo alejan de una actuación responsable.

Se percibe disposición por parte de DISENSA para implementar RSE con ayuda de alianzas con otras empresas para potenciar su alcance social, económico y ambiental.

En general la Responsabilidad Social Empresarial es un apoyo muy fundamental en el desarrollo de las empresas y no solamente de estas, también es una gran ayuda para las comunidades donde se implementan dichas actividades ya que impulsan un desarrollo sostenible, mediante temas como la educación, la inclusión económica, la igualdad de género, así como la protección de los recursos naturales y la biodiversidad, son enfoques sumamente importantes en el país. Un estudio realizado por Fundemas nos dice que año con año es notorio el avance en el conocimiento del concepto RSE para pequeñas, medianas y grandes empresas, pero son pocas las empresas que inician acciones para ayudar a las comunidades

y aquellas empresas que implementan las actividades lo hacen mediante una necesidad puntual que surgió en la empresa o por solicitud de terceros, como ONG o personas particulares. Es visible la falta de empatía que las empresas tienen en no querer aportar a las comunidades para satisfacer las necesidades y al mismo tiempo contribuyan al desarrollo de las empresas.

RECOMENDACIONES.

1. Dado a su potencial de crecimiento en El Salvador se recomienda incluir en su estructura organizacional un departamento de RSE para generar un impacto positivo y que sus acciones se traduzcan en prácticas que permitan una mayor competitividad y productividad para el desarrollo de El Salvador.
2. Proponer que se deben implementar programas de capacitación de acuerdo al enfoque establecido por DISENSA a sus empleados y establecer una comunicación vertical para incentivar la responsabilidad social como parte de su cultura organizacional y plasmarlo en el día a día.
3. Se recomienda a DISENSA realizar un diagnóstico situacional sobre lo que se tiene actualmente de acuerdo a la Responsabilidad Social Empresarial y con base a los resultados obtenidos del diagnóstico realizar una planeación estratégica considerando los dos pilares seleccionados en la encuesta ambiental/social y voluntariado de RSE.
4. Se recomienda desarrollar un modelo de diseño de RSE para tener un impacto positivo en la sociedad y así aumentar su competitividad y posicionamiento en el mercado.

DISEÑO DE MODELO RSE

Objetivo general

Diseñar un plan de RSE para Ferreterías DISENSA atreves de diferentes estrategias que ayuden a las necesidades de la comunidad involucrada.

Objetivos específicos

Crear estrategias que involucren diferentes áreas de la comunidad y que estas pueden ser beneficiadas dentro del diseño de plan de RSE.

Proporcionar un ambiente agradable laboral para los empleados a través de diferentes actividades en equipo consideradas en el plan RSE

Mejorar la imagen corporativa y lograr un posicionamiento de la Ferretería DISENSA a nivel del municipio y nivel nacional.

Importancia

Las entidades que sepan integrar adecuadamente la responsabilidad social empresarial tienen grandes posibilidades de obtener ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento se plantea utilizarla de manera estratégica y como método de creación de valor y que no solo sea un aporte al entorno si no lograr también un retorno positivo financieramente a la Ferretería.

DISENSA como empresa que aún no tiene un plan de RSE establecido, pero si cuenta con la disposición de hacerlo enriquecerá la imagen corporativa además de contribuir de manera cuantitativa de forma que le permitirá ser reconocida por su labor cabe mencionar que dicha ejecución ayudará a posicionar su marca, y obtener mayor participación en el mercado y atraerá clientes.

Análisis FODA

FORTALEZAS

- Nuevas tecnologías
- Es Reconocido Localmente
- Variedades De Productos
- Volumen De Sucursales En El País
- Tiempo de entrega inmediata

DEBILIDADES

- No Posee un plan de RSE
- Ineficiencia en el manejo de inventarios
- Falta de clara dirección estratégica

OPORTUNIDADES

- Búsqueda De Nuevos Mercados
- Alianzas Estratégicas
- Desarrollo de nuevos productos

AMENAZAS

- Inflación de los precios
- Competencia
- Cambio de las necesidades y gustos de los consumidores
- Inseguridad social

Estrategia 1

Posicionamiento

Objetivo

- Posicionar la imagen de Ferreterías DISENSA en la comunidad creando un impacto positivo por medio de acciones RSE

Área

Comunidad o Social

- Impartir charlas acerca de preservar y cuidado de medio ambiente en la comunidad.
- Programar jornadas de reciclaje y recolección de basura en la comunidad.
- Optimiza el consumo de agua y luz en las operaciones de la empresa.

- Reducir el Ruido de las operaciones.

Descripción

- El proyecto consistirá en desarrollar todas las acciones que puedan beneficiar a la comunidad con la optimización de los recursos como reducir el consumo de agua y luz, reducir el ruido que ocasiona la maquinaria utilizada en las operaciones

Encargados

- Departamento de recursos humanos y departamento de mercadeo

Estrategia 2

Programas de voluntariado

Objetivo

- Implementar un programa de voluntariado para ir a limpiar playas de sector costero del puerto de libertad y preservar de ecosistema con la liberación de tortugas en playa los cobanos.

Área

Ambiental

- Participar en programas de voluntariado para el aseo de playas del sector costero del puerto de la libertad.
- Jornadas de liberación de tortugas en playa los cobanos.
- Limpieza de esteros y canales, barras de arena y playas, islas, manglares y bosques.

Descripción

- Es de gran importancia la preserva de ecosistemas en ellos se alberga una gran cantidad de biodiversidad. Diferentes especies de aves, mamíferos y crustáceos, entre otras, encuentran en los bosques salados un lugar para refugio, alimentación, descanso y reproducción.

Encargados

- Departamento de recurso humanos y departamento de Mercadeo

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Año											
MESES	Año 2023											
Optimizar el consumo de energía en operaciones de la empresa	■	■										
Impartir charlas sobre el cuidado el medio ambiente con la comunidad			■	■								
Campañas de reciclaje y aseo de comunidad					■	■						
Medición de avances de las primeras acciones							■	■				
Programas de voluntariado para el aseo de playas									■			
Jornadas de liberación de tortugas en playa los cobanos										■		
Limpieza de esteros y canales, barras de arena y playas, islas, manglares y bosques.											■	
Presentación de resultados												■

BIBLIOGRAFIA

Flórez, M. (2020, July 27). *Antecedentes de la responsabilidad social empresarial: una larga historia*. NW Group.

<https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/444/TODAS/Antecedentes-de-la-responsabilidad-social-empresarial-una-larga->

La importancia de la responsabilidad social empresarial. (2019, December 12). Devoteam G Cloud. <https://gcloud.devoteam.com/es/blog/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>

¿Qué es ser una Empresa Socialmente Responsable ESR? (2014, June 30). Responsabilidad Social y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/que-es-ser-una-empresa-socialmente-responsable-esr/?amp>

(N.d.-a). Impulsapopular.Com. Retrieved May 5, 2022, from <https://www.impulsapopular.com/marketing/que-es-una-empresa-socialmente-responsable/>

(N.d.-b). Fusades.Org. Retrieved May 5, 2022, from

<http://fusades.org/publicaciones/Responsabilidad%20Social.pdf>

Responsabilidad social empresarial. (n.d.). Aes-elsalvador.com. Retrieved May 5, 2022, from <https://www.aes-elsalvador.com/es/responsabilidad-social-empresarial>

Editorial La República SAS (sf). *¿Cómo crear un proyecto eficiente de RSE en 10 pasos?* Diario La República. Recuperado el 6 de mayo de 2022, de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/como-crear-un-proyecto-eficiente-de-rse-en-10-pasos-2344291>

Información corporativa. (2020, 20 de octubre). Diseño

Ecuador. <https://disensa.com.ec/informacion-corporativa/>

ANEXOS

ANEXO1: ENCUESTA

1- **¿Conoce el significado de responsabilidad social empresarial?**

SI

NO

2- **¿Considera que la RSE es vital para la sustentabilidad y rentabilidad para DISENSA?**

SI

NO

3- **¿Qué tan amigable se considera DISENSA en relación al medio ambiente?**

Bajo

Medio

Alto

4- **¿Si se aplicaría un diseño de RSE a su organización en que lo basaría?**

-Balance entre vida y trabajo

-Programas de voluntariado RSE

-Impacto ambiental/social de las operaciones de negocio

-Comportamiento ético

5- **¿Cuál son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en RSE?**

-Financiera

- Ético
- Ambiental
- Todas las anteriores

6- ¿Estaría dispuesta a realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de RSE?

- SI
- NO

7- ¿La RSE es un asunto de relaciones públicas muy importante?

- SI
- NO

8- ¿De qué manera motivarías a tus empleados para que respalden las acciones de RSE?

- Capacitaciones sobre RSE
- Convivios
- Campañas de RSE

9- ¿Te gustaría implementar un diseño de RSE a tu empresa?

- SI
- NO

10- ¿De las operaciones actuales de la empresa, hay alguna por la que pueda ser señalada como irresponsable?

- SI

ANEXO 2: LA RSE EN EL SALVADOR

La RSE en El Salvador



Investigaciones realizadas por FUNDEMAS durante el año 2013, y realizada a más de 400 empresas de diferentes sectores y tamaños productivos, permitieron destacar estos datos en cuanto a la actualidad de la RSE en el país:

- El 78.3% de las empresas indican conocer el significado de RSE y un 11.4% lo intuye. Esto no significa que lo implementan.
- El 96% de las empresas entrevistadas realizan inversiones en la comunidad, principalmente en programas de deporte, salud, educación y capacitación laboral.
- El 90.8% de las empresas entrevistadas ofrece a sus empleados beneficios adicionales a los de la Ley, como por ejemplo: capacitaciones, proyectos de balance vida familiar y laboral, programas de recreación, cultura y deporte para el trabajador o familiares o becas de estudio para el trabajador.
- El 50.0% de las empresas encuestadas ha realizado análisis de impacto ambiental de operaciones. Similar número tiene conocimiento de los principales impactos medioambientales o a la salud generada por las actividades de las empresas (51%).
- Anualmente las empresas salvadoreñas destinan \$633 millones de dólares en proyectos sociales

“Diseño de modelo de RSE para la empresa DISENSA”

Autores:

Diego Emanuel Rivas Rivera
Fernando Antonio Quintanilla Recinos

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también conocida como empresa responsable, es un proceso de amplio alcance que cubre todo el ciclo de producción y desarrollo de un producto o servicio. RSE es la contribución de las empresas a los desafíos del desarrollo sostenible. Por tanto, una empresa que practica la RSE buscará tener un impacto positivo en la sociedad y, al mismo tiempo, ser económicamente viable.

Palabras Claves: RSE - Proceso – Ciclo – Desarrollo - Practica – Impacto positivo.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR), also known as responsible business, is a wide-ranging process that covers the entire production and development cycle of a product or service. CSR is the contribution of companies to the challenges of sustainable development. Therefore, a company that practices CSR will seek to have a positive impact on society and, at the same time, be economically viable.

Keywords: CSR - Process - Cycle - Development - Practice – Positive impact.

Presentado: 27 de mayo de 2022. Publicado : mayo 2022.

Acerca de los Autores*

Diego Emanuel Rivas Rivera

Licenciatura en Admón. de Empresas. (2022)
Universidad Evangélica de El Salvador.

Email: djegonzach@gmail.com

Fernando Antonio Quintanilla Recinos

Licenciatura en Admón. de Empresas. (2022)
Universidad Evangélica de El Salvador.

Email: quintanillafernando2016@gmail.com

I. INTRODUCCIÓN

Según una publicación de la Unión Europea, la función social de las empresas incluye la integración de preocupaciones sociales, ambientales, éticas y de derechos humanos en su estrategia y operaciones comerciales. Es decir, el compromiso y responsabilidad que las empresas tienen en retribuir a la comunidad. La Responsabilidad Social Empresarial es un factor clave para el buen desarrollo y aceptación de las empresas con la sociedad o comunidad donde están ubicados, aumentando su rentabilidad, confiabilidad y competitividad a comparación de todas aquellas empresas que no poseen un modelo de RSE. Es un tema muy importante a nivel mundial. En el país lastimosamente muchas empresas no ponen en práctica buenas prácticas sociales, no tienen ningún tipo de preocupación socioambiental en sus operaciones.

Esta implementación de un Diseño de modelo de RSE para las empresas es una estrategia para impulsar un desarrollo sostenible basada en temas, como: La educación, inclusión económica, igualdad de género, protección de recursos naturales y la biodiversidad, campañas de salud dirigida a niños, jóvenes, adultos o adultos mayores. Darle la importancia que los clientes y las personas se merecen.

El compromiso social que las empresas tienen se divide en diferentes ramas, para poder entender dicho trabajo de investigación destacaremos responsabilidades más conocidas:

- **Compromisos sociales:** donaciones a organizaciones no gubernamentales (ONG), participación en programas voluntarios.

- **Compromisos económicos:** Equidad salarial, capacitación laboral para personas con deficiencia, programas de reinserción social para personas privadas de libertad.
- **Compromisos ambientales:** adopción de programas de reciclaje, implementación de energía renovable, reutilización del agua, optimización de cadenas de suministro.

Un estudio realizado por el Informe de Tendencias en Experiencia del Cliente 2021 de Zendesk; 6 de cada 10 clientes quieren comprar a empresas que actúan con responsabilidad social.

II. SITUACIÓN ACTUAL

Según estudio realizado por FUSADES/FUNDEMAS dice: Los resultados muestran que si bien ha aumentado el conocimiento sobre la RSE y que han aumentado en todos los aspectos las acciones que las empresas ejecutan al respecto, todavía hay bastante desconocimiento de lo que involucra el concepto. Solamente 14% cuentan con un comité de RSE o persona encargada, y solo 9% tienen una estrategia o política escrita de RSE. El conocimiento es más alto entre las empresas grandes y medianas. Por otro lado, a pesar de que más de 7 de cada 10 apoyan causas sociales, solamente el 25% de éstas reporta que esas inversiones también benefician a la empresa; el porcentaje es aún bajo entre las empresas pequeñas. El principal beneficio que las empresas perciben por practicar responsabilidad social empresarial está relacionado con el reconocimiento e imagen que se puede adquirir. Por otro lado, el beneficio interno que mencionan más como resultado de las prácticas de RSE está vinculado con el desarrollo del personal, y en consecuencia, de la empresa.

¿QUÉ ES RSE?

Para poder hablar un poco sobre la RSE debemos de conocer sus principios, sus raíces. En años recientes la RSE ha tomado una dinámica totalmente diferente, se ha innovando acorde a la modernización de la sociedad. Pero lo cierto es que no es algo nuevo en la historia de la humanidad sus orígenes se remontan a finales de los años

50 derivada de los conflictos mundiales de la época donde las comunidades pensaban que por medio del trabajo con algunas empresas podían mantener y colaborar con sistemas políticos o económicos éticamente cuestionables.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue tratado por primera vez por el economista Howard R. Bowen en su obra "Social Responsibilities of the Businessmen" donde cuestiona a las empresas la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que esta les facilitó. Posteriormente Archie Carroll define la responsabilidad de la empresa como algo legal donde la ética debe nacer voluntariamente por parte de las organizaciones. De acuerdo con Cansino C., y Morales, M. (2008) citando a McWilliams, Siegel y Wright, la responsabilidad Social Empresarial se define como: "situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley".

BENEFICIOS

- Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la sociedad.
- Reduce los costos operativos.
- Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia.
- Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión.
- Mejora la performance financiera de la empresa.
- Facilita el acceso a capital.

III. VENTAJAS DE APLICAR RSE EN LAS EMPRESAS

- Motivación para empleados y para atraer nuevos talentos, al formar parte de una empresa que entusiasme a sus integrantes.
- Fidelidad de los clientes, como consecuencia del punto anterior y del desarrollo de proyectos sociales y ambientales.
- Valoración y diferenciación de la marca. En relación con esto, aumenta la credibilidad.
- Reducción de posibles sanciones legales. Según Business for Social Responsibility, las empresas socialmente responsables tienen menos riesgo de ser multados.
- Las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa permiten el control de contingencias que puedan surgir. Por lo tanto, se logra sostenibilidad del negocio a largo plazo.
- Desde el punto de vista estratégico del negocio, resulta atractivo el aumento en las ventas y el rápido crecimiento de marca como cosecha de las acciones a favor de la sociedad y el medio-ambiente.

IV. FUNCION DE LA ISO 26000

La ISO 26000 nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible.

En los últimos tiempos, ha crecido la preocupación por el impacto que las actividades del hombre ocasionan tanto a nivel ambiental como social, de ahí que las empresas sean constantemente observadas y supervisadas durante el desarrollo de sus actividades.

La población es más consciente de la importancia de realizar actividades sostenibles, compatibles con la conservación de los ecosistemas, con la equidad social y con una correcta gobernanza por lo que la presión social ha sido de crucial importancia a la hora de elaborar esta norma.

V. ¿Cómo se aplica la ISO 26000?

Cada organización debe aplicar los principios de responsabilidad social a cada materia fundamental que nombraremos a continuación:

- Gobernanza, organización de la organización.
- Derechos humanos.
- Prácticas laborales.
- Medio ambiente.
- Prácticas justas de operación.
- Asuntos de consumidores.
- Participación y desarrollo de la comunidad

VI. OBJETIVOS DE LA RSE

El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generan en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación. Al mismo tiempo tiene por objeto la contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

El apostar por la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones conlleva los siguientes beneficios:

- **Mayor productividad:** a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce, a mejor retención de talentos, y por ende menores índices de rotación.
- **Lealtad del cliente:** satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción y subcontratación, las certificaciones que tiene el producto o servicio, entre otras.
- **Acceso a mercados:** por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- **Credibilidad:** la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto, proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse al cambio, y generando confianza.

VII. Directrices de la Empresa Socialmente Responsable

Estas directrices de la Empresa Socialmente Responsable como base de acción pueden ser:

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Empleo digno.
- Solidaridad.
- Subsidiariedad.
- Contribución al bien común.
- Corresponsabilidad.
- Confianza.
- Ética en los negocios.
- Prevención de negocios ilícitos.
- Vinculación con la comunidad.
- Transparencia.
- Honestidad y legalidad.
- Justicia y equidad.
- Empresarialidad.
- Desarrollo social.
- Calidad de Vida.
- Cuidado del Medio Ambiente.

VIII. ¿QUÉ DEFINE A UNA CORPORACIÓN O EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?

Una empresa es socialmente responsable (ESR) cuando trabaja apegada a valores y que dentro de sus objetivos empresariales incluye apoyar necesidades sociales, económicas y ambientales a fin de optimizar su situación competitiva y su valor añadido.

Cuando una empresa es socialmente responsable lo hace por decisión propia y no por imposición y sus políticas, estrategias y prácticas están orientadas a favorecer a sus colaboradores, proveedores, familiares, entorno y medio ambiente.

El libro verde de la Comisión Europea manifiesta que “la responsabilidad social corporativa es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”.

IX. JUSTIFICACIÓN

Con la investigación que se realizará se dará a conocer el compromiso consciente y congruente de las empresas en cumplir, tanto en lo interno como en lo externo, considerando los puntos económicos, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. Dentro de la RSE se encuentran diferentes ramas: dimensión económica interna, dimensión económica externa, dimensión social interna y dimensión sociocultural y política externa. Y determinaremos como estas acciones que las empresas toma ayuda a la sociedad ya sea que tengan un impacto negativo o positivo con sus operaciones.



X. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1 Método de investigación

El método de investigación que se utilizara es una investigación cualitativa ya que la información que obtendrá no será numérica y se realizara el instrumento de encuesta para la recopilación de datos con el fin de obtener una comprensión más profunda de la empresa

1.2 Tipo de estudio

Es un tipo de estudio descriptivo, ya que mediante la información recolectada se analizará como DISENSA podría implementar la RSE y así aumentar la competitividad de la empresa en el mercado.

1.3 Población y muestra

El tipo de muestra que se selecciono es por conveniencia o intencional, el cual se facilita mucho ya que los directivos de la empresa facilitaran la recolección de datos y que además tienen la disponibilidad de participar, la encuesta la realizaran los directivos que cumplen con el perfil de nuestro interés.

1.4 Técnica de investigación.

El instrumento de investigación para la recolección de datos de dicho trabajo será: Encuesta. Es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a los directivos. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.

1.5 Tipo de monografía

El tipo de monografía será de investigación ya que se recopilara información en fuentes de diferentes autores el cual ayudará a poder razonar sobre la el nivel de conocimiento que DISENSA tiene con la responsabilidad social empresarial (RSE) y así poder brindar un análisis acertado.

XI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1- ¿Conoce el significado de responsabilidad social empresarial?

El 75% de los encuestados conocen el término de responsabilidad social empresarial, mientras que un 25% desconoce el concepto

2- ¿Considera que la RSE es vital para la sustentabilidad y rentabilidad para DISENSA?

La totalidad de los encuestados están interesados en implementar un diseño de RSE a DISENSA.

3- ¿Qué tan amigable se considera DISENSA en relación al medio ambiente?

El 75% de los encuestados no consideran la RSE vital para la sustentabilidad de sus operaciones, mientras tanto el 25% considera que si es una parte fundamental para sustentabilidad y rentabilidad.

4- ¿Si se aplicaría un diseño de RSE a su organización en que lo basaría?

El 100% de los encuestados consideran que la responsabilidad social empresarial es algo fundamental y de gran importancia dentro de las relaciones públicas.

5- ¿Cuál son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en RSE?

Los resultados de esta pregunta se centraron en dos opciones: El 50% estaría interesada en aplicar su diseño de RSE en el impacto ambiental/social de las operaciones del negocio y el 50% restante aplicaría un diseño de RSE basado en programas de voluntariado de RSE.

6- ¿Estaría dispuesta a realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de RSE?

En relación a cómo se comporta DISENSA con el medio ambiente podemos afirmar que el 75% de las personas encuestadas consideran que DISENSA está en un nivel MEDIO y un 25% lo considera un nivel ALTO

7- ¿La RSE es un asunto de relaciones públicas muy importante?

El 75% de los encuestados esperan un retorno positivo en los ámbitos: Financiero, Social, Ético y ambiental y un 25% solamente espera un beneficio en el ámbito social.

8- ¿De qué manera motivarías a tus empleados para que respalden las acciones de RSE?

En su totalidad los directivos encuestados de DISENSA están con toda la disponibilidad y disposición de realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de RSE.

9- ¿Te gustaría implementar un diseño de RSE a tu empresa?

En cuanto a la inclusión de los empleados con la Responsabilidad social empresarial de DISENSA el 75% estaría dispuesto a realizar campañas y el otro 25% convivios.

10- ¿De las operaciones actuales de la empresa, hay alguna por la que pueda ser señalada como irresponsable?

El 75% de los encuestados consideran que las operaciones de DISENSA se implementan responsablemente con las prácticas de RSE y solo un 25% si considera que algunas prácticas se están desarrollando de manera irresponsable.

Flórez, M. (2020, July 27). *Antecedentes de la responsabilidad social empresarial: una larga historia*. NW Group. <https://www.reddearboles.org/noticias/nw/articulo/444/TODAS/Antecedentes-de-la-responsabilidad-social-empresarial-una-larga->

La importancia de la responsabilidad social empresarial. (2019, December 12). Devoteam G Cloud. <https://gcloud.devoteam.com/es/blog/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>

¿Qué es ser una Empresa Socialmente Responsable ESR? (2014, June 30). Responsabilidad Social y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/que-es-ser-una-empresa-socialmente-responsable-esr/?amp>

(N.d.-a). *Impulsapopular.Com*. Retrieved May 5, 2022, from <https://www.impulsapopular.com/marketing/que-es-una-empresa-socialmente-responsable/>

(N.d.-b). *Fusades.Org*. Retrieved May 5, 2022, from <http://fusades.org/publicaciones/Responsabilidad%20Social.pdf>

Responsabilidad social empresarial. (n.d.). *Aes-elsalvador.com*. Retrieved May 5, 2022, from <https://www.aes-elsalvador.com/es/responsabilidad-social-empresarial>

Editorial La República SAS (sf). *¿Cómo crear un proyecto eficiente de RSE en 10 pasos?* *Diario La República*. Recuperado el 6 de mayo de 2022, de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/como-crear-un-proyecto-eficiente-de-rse-en-10-pasos-2344291>

Información corporativa. (2020, 20 de octubre). *Diseño Ecuador*. <https://disensa.com.ec/informacion-corporativa/>

Inversión. (2018, July 13). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

ACERCA DE LOS AUTORES



Diego Rivas es un joven apasionado por Dios y por la música, actualmente esta trabajando de la mano con su papá que es pastor de la Iglesia de Dios de la Profecía Universal, siendo director musical de dicha iglesia. Además, esta trabajando como “Becario” en el ministerio de hacienda realizando el rol de Técnico analista de contribuyentes. Nació el 01 de noviembre de 1999

Contacto directo:

Email: DIEGOPOUCH@GMAIL.COM



Fernando Quintanilla joven con muchos sueños con gustos por la música y el deporte regido por valores cristianos ultimo hijo de 11 hermanos de dos padres luchadores actualmente se desempeña como Promotor Preferente en Banco Davivienda desde 2018, nació el 19 de diciembre 1996

Contacto directo:

Email: quintanillafernando50@gmail.com