

**UNIVERSIDAD GERARDO BARRIOS**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**MAESTRIA EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**



**Propuesta de un Modelo Estratégico para la Responsabilidad Social  
Empresarial en la Mediana Empresa en el Departamento de San Miguel**

**PRESENTADO POR:**

Ing. Bryan Isaac Martínez Pérez

Ing. Juan Ricardo Ventura Fuentes

Ing. Roberto Carlos Villatoro Chávez

**ASESOR(A):**

MsC. Víctor Edgardo López Sandoval

**EI SALVADOR, SAN MIGUEL, JUNIO 2025**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios, por haberme dado sabiduría y la perseverancia necesaria para culminar esta etapa tan significativa de mi vida académica. Su guía ha sido fundamental en cada proceso paso a paso este camino lleno de aprendizaje en mi vida profesional. Así mismo, expreso mi más profundo agradecimiento a mi familia, cuyo apoyo incondicional, comprensión y constante aliento fueron pilares esenciales durante todo el proceso de realización de esta maestría en dirección estratégica de empresas. Sin ellos no hubiera podido continuar con este proceso académica ya que son el motor para seguir adelante. Gracias por creer en mí, por acompañarme con amor en los momentos de dificultad y por celebrar conmigo cada pequeño logro. Este trabajo es también fruto de su entrega, sacrificio y confianza en mí.

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento al asesor de tesis por su orientación académica, compromiso y valiosas observaciones que enriquecieron significativamente este trabajo, por su formación rigurosa y constante apoyo a lo largo de mi trayectoria en este gran proceso académico. De igual manera a mis compañeros de tesis con quienes compartí no solo el trabajo académico, sino también el compromiso, el esfuerzo y los desafíos que implicó esta investigación. Ha sido un privilegio transitar este proceso junto a ustedes, y valoro profundamente el compañerismo y la experiencia compartida a lo largo de estos años de formación.

**Ing. Bryan Isaac Martínez Pérez**

## **AGRADECIMIENTO**

Firmemente a Dios, por el discernimiento durante el proceso de investigación y culminación del proyecto.

A mi esposa Mirna Esperanza Argueta de Ventura, mis hijos Diana, Judith, Adonái e Isaac, por su amor y sus palabras de ánimo, dedico este logro a todos ellos.

Al MsC. Víctor Edgardo López Sandoval, asesor de tesis por su apoyo en el desarrollo del proyecto, su nivel académico y su experiencia han sido fundamentales para el éxito del trabajo.

A mis compañeros de tesis: Ing. Bryan Isaac Martínez Pérez e Ing. Roberto Carlos Villatoro Chávez, por el aporte profesional y el esfuerzo compartido en la ejecución de la tesis.

**Ing. Juan Ricardo Ventura Fuentes**

## **AGRADECIMIENTO**

**A DIOS PRIMERO, SOBRE TODAS LAS COSAS,** Por haberme permitido culminar con éxito este trabajo de graduación y poder así alcanzar uno de mis grandes sueños.

**A MIS PADRES:** Ana Arcila Chávez De Villatoro y Pedro Antonio Villatoro Aguilar, quienes siempre han estado dándome su apoyo incondicional a lo largo de mi preparación académica, gracias a sus consejos y la comprensión que siempre me han tenido.

**A MI ESPOSA:** María Elizabeth Castro Martínez, por estar conmigo en los momentos más difíciles y por ese apoyo incondicional que siempre me ha brindado.

**A MIS HIJAS:** Marilyn Yojana Villatoro Castro y Karla Gissel Villatoro Castro, ya que ellas son el regalo más bello que Dios me ha dado, además son los seres, que me han motivado para luchar y alcanzar mis metas.

**A MIS COMPAÑEROS DE TESIS:** Ing. Bryan Isaac Martínez Pérez y el Ing. Juan Ricardo Ventura Fuentes, Por todo el esfuerzo, dedicación y empeño que han tenido durante este trabajo de Tesis. Quiero decirles que además de haber logrado este triunfo he ganado dos amigos más.

**AI ASESOR(A):** MsC. Victor Edgardo López Sandoval, asesor de tesis por su apoyo en el desarrollo del proyecto.

Y, por último, pero no menos importante a las personas que con sus acciones y buenos deseos me apoyaron, durante el desarrollo de este proceso académico.

**Ing. Roberto Carlos Villatoro Chávez**

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	vii
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	1
1.2 ALCANCES Y LIMITACIONES.....	4
1.2.1. DELIMITACIONES .....	4
1.2.2. ALCANCES .....	4
1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA O PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	5
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	9
2.1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MUNDO.....	9
2.1.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SALVADOR .....	13
2.2 ELEMENTOS TEÓRICOS .....	15
2.2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO .....	17
2.2.2 MODELOS PARA LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....	18
2.2.3 BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS.....	22
2.2.7 CASOS DE EXITOS DE EMPRESAS EN EL SALVADOR .....	32
2.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS Y VARIABLES. .....	35
CAPÍTULO III: METODOLÓGIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	39
3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	39
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.3 POBLACIÓN.....	39
3.4 MUESTRA .....	39
3.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	40
3.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	40
3.7 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.8 PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	41
CAPÍTULO IV: HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
4.1 PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	42
CAPÍTULO V: HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	64
BIBLIOGRAFÍA .....	110

Bibliografía .....	110
ANEXOS .....	112
ANEXO A: PRESUPUESTO DEL PROYECTO .....	112
Tabla 26.....	112

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Resumen de estudio realizado por FUNDEMAS .....	6
<b>Tabla 2:</b> Principales áreas de apoyo para la Responsabilidad Social Empresarial 2013 .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>Tabla 3. Definición y operacionalización de términos y variables</b> .....	35
<b>Tabla 4.</b> .....	39

### ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Ilustración 1:</b> Iniciativas para institucionalizar la Responsabilidad Social Empresarial ....	16
<b>Ilustración 2:</b> Grafica 1, modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la DIAN, adaptado por Gustavo R. Henríquez Fuente. ....	25
<b>Ilustración 3:</b> Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la DIAN.....	26
<b>Ilustración 4:</b> Modelo Dinámico de Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. .	26
<b>Ilustración 5: Conocimiento sobre RSE</b> .....	43
<b>Ilustración 6: Aplicación de RSE en empresas</b> .....	44
<b>Ilustración 7: Importancia sobre la RSE</b> .....	45
<b>Ilustración 8: Practicas sobre la RSE</b> .....	46
<b>Ilustración 9: Actividades de RSE</b> .....	47
<b>Ilustración 10: Periodicidad en la realización de actividades de RSE</b> .....	48
<b>Ilustración 11: Involucramiento de trabajadores sobre RSE</b> .....	49
<b>Ilustración 12: Inversión en el talento humano</b> .....	50
<b>Ilustración 13: Frecuencia con la que deben realizarse actividades de RSE</b> .....	51
<b>Ilustración 14: Percepción de la comunidad sobre la imagen de la empresa</b> .....	52
<b>Ilustración 15: implementación de un modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial</b> .....	53
<b>Ilustración 16: Implementación de prácticas de RSE</b> .....	54
<b>Ilustración 17: Incremento en ventas con actividades de RSE</b> .....	55
<b>Ilustración 18: Seguir un modelo definido sobre prácticas de RSE</b> .....	56
<b>Ilustración 19: Tiempo para implementación un modelo estratégico de RSE</b> .....	57
<b>Ilustración 20: Conocimiento de un modelo estratégico de RSE</b> .....	58
<b>Ilustración 21: Planeación de prácticas de RSE a través de un modelo</b> .....	59
<b>Ilustración 22: Sector en enfocarse mayormente un modelo de RSE.</b> .....	60

## INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial, ha demostrado su importancia y su impacto en la relación que mantienen las empresas con los diferentes públicos con los que interactúan, por lo que a lo largo del tiempo y sobre todo en los últimos años ha evolucionado considerablemente, las empresas ya sean estas grandes, medianas o pequeñas, contemplan en sus planificaciones a la Responsabilidad Social Empresarial, las empresas de El Salvador, no están exentas de la utilización de estas prácticas de responsabilidad social.

El presente estudio, se realizó por etapas y quedando plasmado a través de los diferentes capítulos: iniciando con el capítulo uno en el cual se describe la situación problemática, así como la justificación, los objetivos a alcanzar y los alcances y limitantes de la investigación.

En el capítulo dos se muestran los antecedentes y elementos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial, para tener un mayor contexto del tema, posteriormente en el capítulo tres se detalla la metodología utilizada en esta investigación, la cual permitió llegar a los resultados obtenidos y analizados en los capítulos cuatro y cinco, para finalmente con base en el análisis de los resultados, poder realizar la propuesta de un “Modelo Estratégico para la Responsabilidad Social Empresarial de las medianas empresas en el departamento de San Miguel.”

Se pretende a través de este estudio y la propuesta final, brindar a las medianas empresas del departamento de San Miguel una guía para iniciar sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial o bien mejorarlas si es que ya las realizan actualmente.

# **CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

Al hacer un recorrido por la historia, no podemos encontrar una fecha exacta en la que podamos ubicar el origen como tal de la Responsabilidad Social Empresarial, pero si podemos mencionar que los primeros indicios se remontan a mediados del siglo XX, el tema surge bastante relacionado a la filantropía, esta integra el elemento estratégico y las expectativas por parte de los grupos de interés, por evolucionar y dar surgimiento a lo que hoy en día llamamos Responsabilidad Social Empresarial.

El compromiso social empresarial retoma fuerza a raíz del foro Mundial de Davos, Suiza, en 1999, en el que se anunció el PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS, en el 2000, un año más tarde las empresas comienzan a adoptar principios universales en materia de derechos humanos, normas laborales y el medio ambiente, siendo estos los principales indicadores, que dan surgimiento a un nuevo enfoque en el desarrollo de las empresas y el surgimiento de un nuevo elemento llamado Responsabilidad Social Empresarial entendida como la incorporación consistente, clara y sostenida en la gestión estratégica de una organización, de los impactos sociales de su actividad en el entorno en donde los negocios operan.

Hoy en día en el mundo empresarial se habla mucho sobre el termino Responsabilidad Social Empresarial entendiéndose como el conjunto de prácticas, estrategias y sistema de gestión que persigue un nuevo equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales; este concepto es aplicable a toda empresa independiente el rubro al que esta se dedique o lugar donde realice sus operaciones; también, La ISO 26,000 define la Responsabilidad Social Empresarial como: la Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, tomando en consideración las expectativas de sus partes interesadas y cumpla con la legislación aplicable que sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones. (Secretaria General de ISO, 2010)

En Latinoamérica según un documento llamado Manual de la Micro, Mediana y Pequeña Empresa, preparado por Mariano Álvarez, consultor de la cooperación técnica Alemana, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y CENPROMYPE (Centro Regional para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa), establecen que la micro, pequeña y mediana empresa juega un papel importante en la cohesión social, ya que estas son generadoras de empleo, dinamizan la economía local, estas a la vez representan buena parte del tejido empresarial de los países, a tal grado que, pueden contribuir al Producto Interno Bruto, se estima un promedio de contribución del 20% del PIB y que, en algunos casos esta contribución llega a alcanzar el 50%. así en el istmo centroamericano se estima que la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) representan más del 90% de la estructura empresarial de la región. (Alvarez, 2009)

Del contexto anterior podemos deducir que en Latinoamérica el termino Responsabilidad Social Empresarial es conocido por las empresas, y se ha orientado en la práctica a las obras de caridad, donaciones o ayudas que las empresas hacen en beneficio de sectores vulnerados o marginados, conocidas estas prácticas como filantropía, altruismo o generosidad de las empresas por hacer actos de presencia con sus marcas en causas que son sensibles para los seres humanos, es posible que todos los sinónimos de filantropía, conduzcan a un término más general como amor y solidaridad por el ser humano, todos estos actos de bondad no tienen una estructura o una estrategia de negocio orientadas a buscar un beneficio en particular para la empresa.

Mientras tanto la Responsabilidad Social Empresarial, se diferencia del altruismo, porque pretende además de contribuir con el bienestar social, ambiental y comunitario, el uso de estrategias bien planificadas, puede traer grandes beneficios o ventajas competitivas, como un mejor posicionamiento, fidelidad de sus clientes, aumentos en las ventas y mejor imagen corporativa, estos y muchos beneficios más que las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, pueden generar en las empresas, independiente del rubro, tamaño o localidad en donde se ubiquen.

En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial se encuentra plenamente institucionalizada a través de diversas organizaciones, interesadas al estudio y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, tanto a nivel nacional como internacional y la región Centroamericana no está exento del estudio y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial y cuenta con las siguientes organizaciones que se encargan de estudiar

y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, en Centro América; CentraRSE de Guatemala, FUNDAHRSE de Honduras, UNIRSE de Nicaragua, AED de Costa Rica, SUMARSE de Panamá y FUNDEMAS de El Salvador; estos organismos enfatizan el origen y destino de los fondos, a fortalecer una cultura empresarial asociada al comportamiento con responsabilidad de las empresas.

En el Salvador no se tiene un registro exacto de cuando el termino Responsabilidad Social Empresarial, tomó relevancia, ya que surge a raíz de la necesidad de que las empresas puedan de manera voluntaria retribuir o compensar el daño que ocasionan por medio de sus operaciones en materia de explotación de los recursos naturales, el medio ambiente y a la sociedad o comunidades que se ubican en el entorno donde estas realizan sus actividades, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida, o con el fin de mejorar la imagen o mal concepto que se pueda tener de las empresas, en materia de los impactos ambientales que estas generan por medio de sus operaciones.

En el Salvador la fundación que mayor esfuerzo realiza en promover prácticas de Responsabilidad Social Empresarial es la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS) esta fundación define el termino Responsabilidad Social Empresarial como la “forma de hacer negocios competitivos, permitiéndole a las empresas incorporar políticas y prácticas en beneficio de los accionistas, colaboradores, comunidad, medio ambiente y su cadena de valor, a través de la adopción de medidas alineadas a su estrategia de negocios, contribuyendo así al desarrollo auto sostenible, haciendo de los recursos naturales un aprovechamiento óptimo y garantizando la existencia de estos a las nuevas generaciones.

De acuerdo con lo expuesto con anterioridad podrían surgir las siguientes interrogantes, ¿Cómo las medianas empresas del Departamento de san Miguel hacen uso de la Responsabilidad Social Empresarial, como estrategia de negocio? ¿Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial agregan valor a las medianas empresas del Departamento de San Miguel? ¿cuál podría ser el beneficio económico, social y ambiental que las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial generan en la mediana empresa del Departamento de San Miguel, cuando estas se incorporan como estrategias de gestión? estas y muchas interrogantes pueden surgir en torno a esta investigación, considerando que la Responsabilidad Social Empresarial podría ser un valor agregado y

una ventaja competitiva para las empresas, de aquí la importancia de hacer esta investigación.

## **1.2 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.2.1. DELIMITACIONES**

- **Delimitación Espacial:**

La investigación se centrará en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.

- **Delimitación Temporal:**

Esta investigación estará delimitada en el periodo del mes de febrero de 2023 al mes de junio del 2025.

- **Delimitación Temática:**

Este estudio está orientado al análisis de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, tomando en cuenta que están inmersamente ligadas con las estrategias empresariales, relacionadas con aspectos del talento humano, cuando la Responsabilidad Social Empresarial está dirigida hacia adentro de las empresas y en materia estratégica cuando están dirigidas hacia afuera, en beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

### **1.2.2. ALCANCES**

- Este proyecto de investigación estará directamente dirigido a las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.
- Con esta investigación se realizará un diagnóstico sobre el nivel de prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.

- Elaborar un modelo estratégico de buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial, dirigido a las medianas empresas, como producto de la investigación realizada.

### **1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA O PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuál es el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Medianas Empresas del Departamento de San Miguel?

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

La Responsabilidad Social Empresarial es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una forma de gestión y de hacer negocios, por lo que las empresas se preocupan por que sus operaciones sean sustentables en materia económica, social y ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relacionan buscando la preservación del medio ambiente, la optimización de los recursos y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Según un estudio realizado por FUNDEMÁS, en el año 2013, a más de 400 empresas de diferentes sectores y tamaño productivo, logra destacar datos relevantes en materia de Responsabilidad Social Empresarial, en el país, estableciendo lo siguiente.

**Tabla 1:** Resumen de estudio realizado por FUNDEMAS

<b>% de empresas</b>	<b>Datos relevantes</b>
78.3%	De las empresas indican conocer el termino RSE
11.4%	De las empresas lo perciben, esto no significa que lo implementan.
96.0%	De las empresas entrevistadas realizan inversiones en la comunidad, en programas de salud, educación entre otros.
90.8%	De las empresas entrevistadas ofrecen a sus empleados beneficios adicionales a los que la ley establece, por ejemplo, en áreas como capacitaciones, programas de recreación, cultura y deporte para el trabajador o familiares, programas de becas para trabajadores o hijos.
50.0%	De las empresas encuestadas han realizado análisis de impacto ambiental de operaciones.
50.0%	De las empresas encuestadas tiene conocimiento de los principales impactos ambientales o a la salud generadas por sus actividades.

*Nota.* la tabla 1 muestra los hallazgos más relevantes del estudio realizado por FUNDEMAS, en 2013, sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

En materia de inversión, este estudio también señala que las empresas salvadoreñas destinan \$633 millones de dólares en proyectos sociales anualmente. Por lo tanto, el papel de las empresas resulta determinante para proporcionar un modelo de productividad y gestión que contribuya a mejorar aspectos a nivel económico, social y medio ambiental,

siendo las empresas polos dinamizadores de desarrollo de las ciudades y las naciones, ya que sus actividades mejoran las condiciones económicas de las familias de sus colaboradores, accionistas o en todo caso sus propietarios; las empresas son generadoras de empleo y riqueza, y se busca que su gestión y operaciones puedan tener un equilibrio en el uso y aprovechamiento adecuado de los recursos, garantizando la existencia de estos para las generaciones futuras, por ende las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, contribuyen a direccionar acciones que mitiguen o compensen en gran medida los impactos ocasionados por sus operaciones.

A raíz de todo lo anterior, con este estudio nos centraremos en el Departamento de San Miguel, en vista que en la actualidad se está desarrollando de manera acelerada por lo que es importante que las medianas empresas registradas en este departamento adopten estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, que les permita que sus operaciones sean auto sostenibles en el tiempo. Lo que se espera lograr a través de este trabajo de investigación es motivar el desarrollo de buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel, como estrategia de gestión para que se pueda comprender la importancia del conocimiento de las técnicas constructivas más apropiadas a nuestro entorno, teniendo en cuenta factores tan importantes como Responsabilidad con los empleados, compromiso con el medio ambiente y contribuir con el bienestar de la comunidad.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Investigar el nivel de aplicación que existe de la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Indagar sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, que se utilizan en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.

- Establecer el propósito de las actuales prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.
- Elaborar un modelo estratégico sobre buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, dirigido a las medianas empresas, que permitan mejorar los niveles de vida de la sociedad, el medio ambiente y la imagen corporativa de las empresas.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

#### **2.1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MUNDO**

La Responsabilidad Social Empresarial no es un fenómeno reciente, ya desde 1943, en Johnson & Johnson se contaba con un credo para definir la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y otros grupos de interés. No obstante, se considera su desarrollo a partir de los años cincuenta cuando se publica el libro *Social Responsibilities of The Businessman* de Howard R. Bowen. Luego de la década de 1960 se identifica a los empresarios Thomas Watson de IBM y David Rockefeller del Chase Manhattan, entre otros, como iniciadores de la idea de una responsabilidad social. (Johnson, 2016)

Por su parte en Europa la Responsabilidad Social Empresarial estaba unida a la función estatal de regular el bienestar comunitario, y antes de esto no se asumía la función social, sino por parte de los empresarios a través de su comportamiento paternalista o filantrópico. Fue hasta en el año de 1960 que se estableció en Europa la ley de hierro, dándole poder y legitimidad a la empresa. Por su parte Carroll en 1979 propone un conjunto de cuatro expectativas: económicas, legales, éticas y filantrópicas, que la sociedad posee de las empresas en un determinado tiempo. Un tipo de modelo cuyas responsabilidades económicas y jurídicas están en el orden de lo requerido, la responsabilidad ética en el orden de lo esperado y la responsabilidad filantrópica en el orden de lo deseado.

Por su parte, Freeman (1984), propuso la teoría de los Stakeholders (Grupos de interés), cuya ideología concibe a las organizaciones como un sistema abierto que posee una relación bidireccional con la sociedad a través de los distintos grupos de interés. Intereses que deberían estar contemplados por las empresas en las políticas de la Responsabilidad Social Empresarial.

En 1987 surge el concepto de desarrollo sustentable y aporta un alto grado de evolución a la concepción de Responsabilidad Social Empresarial, el cual hace referencia al desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades. El desarrollo sustentable maneja la idea de que las empresas no debían impactar de forma negativa en la sociedad con sus actividades productivas y comerciales (World Commission on Environment and Development, 1987). En

la década de 1990, la Responsabilidad Social Empresarial se considera como un factor de control que permita a las empresas solucionar daños causados a la sociedad como consecuencia de sus actividades, por lo que reducir los efectos colaterales era una Responsabilidad Social Empresarial. (Johnson, 2016)

También en la década de 1990, Wood (1991), retomó varios de los conceptos planteados anteriormente y estableció tres principios de responsabilidad social: 1) que la empresa es una institución social y debe emplear su poder de forma responsable, 2) que la empresa debe hacerse cargo de los efectos provocados en la sociedad como consecuencia de sus actividades, y como 3) propone a los directivos de las empresas como agentes morales que se encuentran obligados a ejercitar con discreción la toma de decisiones.

Por su parte John Elkington a fines de la década de 1990 acuña el término Triple Bottom Line que aún en la actualidad se encuentra vigente, y hace referencia a que las empresas deben lograr un equilibrio entre los resultados económicos, sociales y medio ambientales (Raufflet, et al, 2012). A principio del siglo XXI diversos organismos internacionales comenzaron a desarrollar iniciativas para elevar la importancia y el compromiso de la Responsabilidad Social Empresarial. Y en el año 2000 se creó el Pacto Mundial o Global Compact, iniciativa que compromete a las empresas a cumplir con 10 principios agrupados en cuatro dimensiones: 1) aspectos laborales, 2) derechos humanos, 3) combate a la corrupción y 4) protección del medio ambiente. En esta misma línea la ONU propuso en 2006 durante la Celebración del Milenio de las Naciones Unidas, los Objetivos del Milenio destinados a mitigar los grandes problemas que afectan a la humanidad (Velasco, 2006). En el mismo orden de ideas, otro organismo internacional que promueve la Responsabilidad Social Empresarial es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), participando con el financiamiento de proyectos para el desarrollo de la normatividad en materia de la Responsabilidad Social Empresarial (Raufflet, et al, 2012). Y también, en 2001, la Unión Europea elaboró el denominado Libro verde de la Unión Europea para desarrollar un marco de RS para las empresas europeas. También en 2001, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO, por sus siglas en inglés), conocida por sus normas genéricas con respecto a la gestión de la calidad (Serie ISO 9000) y de la gestión medio ambiental (Serie ISO 14000), inicia un proceso de reflexión sobre la conveniencia de llegar a emitir algún tipo de norma sobre la Responsabilidad Social Empresarial, dando paso a la creación en marzo del 2005, de un grupo de trabajo que desarrolló la norma ISO 26000 publicada en noviembre de 2010. Esta guía tiene aspiración de universalidad, o aplicación igualitaria para todos, por lo que se ha llegado a acuerdos internacionales con respecto a

su aplicación. (Johnson, 2016).

En el año 2000 el gobierno de Reino Unido crea un Ministerio de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) el cual modifica la Ley de Pensiones y solicita la divulgación de inversiones socialmente responsables. En 2001, la Unión Europea inicia el desarrollo de una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial en Europa y en el Reino Unido la revisión de la Ley de Sociedades, para promover la rendición de cuentas por impactos sociales y ambientalistas. En este mismo año, la Asociación de Aseguradores Británicos emiten las guías de revelación de inversiones sociales responsables, y en 2002 el primer ministro de Francia norma un ministerio de desarrollo sustentable.

También en el año 2003, en el marco del World Economic Forum (WVF) los países suscriben una declaración de ciudadanía corporativa, además de suscribir en abril de ese mismo año el Global Reporting Initiative, que es una organización sin fines de lucro con múltiples grupos de interés, la cual se convierte en una institución permanente y establece los principios e indicadores para llevar un registro de los avances y retos en materia de responsabilidad social y acción empresarial. En la Unión Europea, actualmente la Responsabilidad Social Empresarial contempla un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad, y sus acciones no pueden estar limitadas solo al juego de la oferta y la demanda, sino que deben constituir pivotes para el desarrollo económico y social de los países.

En Latinoamérica, por encargo de fundación Telefónica en 2005, la consultora chilena Tironi Asociados realizó un estudio que sirvió para conocer el nivel de conciencia que se da con respecto de la Responsabilidad Social Empresarial en cinco países latinoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, México y Perú. El resultado muestra un panorama muy diverso. En Brasil ostenta un modelo equilibrado, presentando un alto profesionalismo y un buen desarrollo de programas en alianza con las empresas entre actores públicos, privados, académicos y la sociedad civil, una alta presencia territorial. Y esto no es de extrañar dado el liderazgo brasileño en el tema muy estudiado en el instituto ETHOS creado en 1998 en ese país y hoy principal referente en la región, con más de 7.000 empresas asociadas que suman el 30% del PIB brasileño.

En Argentina, el informe se denomina Clientelismo del tercer sector. En este se evidencia que existe una alta participación de la sociedad civil, con las ONG como protagonistas, mediando el accionar social de las empresas y capitalizando el retorno y la visibilidad de los programas. En México dio como resultado un modelo paternalista enfocado en la asistencia, implementado solo por las empresas más grandes en alianza con el Estado y

con alto impacto comunicacional. En Perú, la Responsabilidad Social Empresarial se encontró en estado germinal, con un desarrollo emergente y con escaso voluntariado corporativo. En Chile, la Responsabilidad Social Empresarial se encontró en una etapa de Marketing Social, evidenciándose un triunfo de los consumidores sobre los ciudadanos, esfuerzos de las empresas con fines comunicacionales, baja descentralización en las acciones, mucha visibilidad de trabajo en el ámbito artístico-cultural y una escases de voluntariado corporativo (Reyno, 2006).

En México, los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial se ubican a mediados del siglo XX con la fundación en 1992 del Centro Mexicano para la filantropía (Cemefi), el cual en 1997 emitió el Programa de Responsabilidad Social Empresarial en México, y en el 2000 convocó para reconocer a las mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, contando con la participación de organizaciones como la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), Unión Social de Empresarios de México (USEM), Desarrollo Empresarial Mexicano del Grupo Editorial Expansión. (Johnson, 2016) México en el año 2001 otorga por primera vez el Distintivo Empresa Socialmente Responsable, integrándose ese mismo año la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial con la participación de Administración por Valores (Aval), la Coparmex, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Cemefi, la USEM, para impulsar el desarrollo empresarial mexicano. A este grupo de organizaciones se une en el 2002 la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin). A pesar de todos los esfuerzos, en México la Responsabilidad Social Empresarial no se ha generalizado debido a muchas razones, como por ejemplo poca información sobre la materia, por considerarse una actividad de las relaciones públicas, por mantener el viejo paradigma de la responsabilidad centrada en la creación de empleo, cumplir leyes y dar dividendos; y por la idea de que el desarrollo social de una comunidad es responsabilidad del gobierno (Gudiño y Sánchez, 2005).

Hoy en día se pronuncian diversidad de manifestaciones que muestran un creciente interés por la Responsabilidad Social Corporativa, también denominada Responsabilidad Social Empresarial. En el foro internacional de Barcelona 2004 se puso de manifiesto que la empresa del siglo XXI tiene que integrarse en la sociedad con un alto valor agregado, más allá de la producción de bienes y servicios, porque el cambio en el sistema de valores de la sociedad actual y la aparición de múltiples grupos de interés han generado presiones que influyen en las condiciones del entorno competitivo de las empresas, logrando así generar valor para el accionista y para los empleados, diferenciarse del resto de compañías, encontrar nuevos nichos de mercado y educar a la sociedad en una cultura de consumo

responsable. (Johnson, 2016).

## 2.1.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SALVADOR

Concretamente en El Salvador, podemos también hablar sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. La Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, realizó en el año 2014 un estudio para Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional denominado “Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador: Prácticas y estrategias para prevenir el crimen y la violencia.”

El objetivo de dicho estudio fue, conocer la situación de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador y, además, identificar casos de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el país y la región orientadas a la prevención del crimen y la violencia, para documentar y sistematizar sus estrategias y lecciones aprendidas, de manera que los resultados de este estudio sirvieran como una guía para promover la canalización de recursos del sector privado hacia la prevención del crimen y la violencia.

El estudio demostró los mecanismos mayormente usados por las empresas en El Salvador para canalizar recursos de Responsabilidad Social Empresarial, la información fue obtenida a través de encuestas a diferentes empresas; las áreas de apoyo, así como también los tipos de aportes que estas realizan, según se detalla a continuación:

**Áreas de apoyo:** Las áreas principales hacia donde las empresas orientan sus prácticas son diversas, entre ellas podemos mencionar, empleo, generación de ingresos, el espíritu empresarial, deporte, liderazgo, salud y prevención de la violencia. La prevención del crimen y la violencia, como tal no es de los primordiales, para las empresas, así estas áreas, solo el 1.9 % de ellas designan recursos a proyectos e iniciativas orientadas al tema; muchas de las empresas destinan recursos directamente a otras áreas vinculadas con la prevención primaria; como, por ejemplo, 24% de las empresas apoyan proyectos de salud, el 22% a proyectos de educación y un 20% al deporte. (FUNDEMÁS, 2014)

Tabla 2: Principales áreas de apoyo para la Responsabilidad Social Empresarial 2013

Área	Tamaños de empresas			
	Total	Grandes	Medianas	Pequeñas

Salud	24%	33.7%	24.7	21.9%
Educación	22%	33.3%	28.9%	18.6%
Deporte	20.3%	31.4%	25.5%	17.2%
Medio ambiente	10.9%	15.5%	11.1%	9.9%
Cultura	7%	14.5%	9.5%	5.2%
Capacitación laboral	5.7%	12.1%	7.6%	4.2%
Proyecto desarrollo local	5.7%	9.1%	4.7%	5.2%
Desarrollo económico	5.0%	5.8%	3.2%	5.2%
Emprendimientos	3.7%	8.9%	5.3%	2.4%
Agua, energía, saneamientos, calles	2.9%	7.9%	6.1%	1.4%
Vivienda	2.9%	5%	3.7%	2.4%
Prevención de la violencia	1.9%	9.8%	3.9%	0.0%
Rehabilitación	1.5%	3.4%	1.3%	1.4%
Otros	5.6%	7.6%	6.1%	5.1%
No especifico	5.0%	7.1%	10%	3.8%
Ninguno	27.9%	13.6%	18.2%	32.3%

*Nota.* Los porcentajes no suman 100% por la posibilidad de respuesta múltiples.

Fuente: Estudio realizado por FUNDEMÁS. (FUNDEMÁS, 2014)

El estudio realizado por FUSADES demostró que para realizar la selección de los proyectos que apoyarán, las empresas responden, en gran medida, a solicitudes eventuales (53%), mientras que un 17% lo hace porque conoce bien los programas o proyectos específicos, y cerca del 15% desarrolla proyectos propios en beneficio de la comunidad. Destaca además que la mayoría de las empresas no tienen una estrategia de apoyo definida, por lo que los aportes que realizan pueden ser considerados más como una acción de altruismo y filantropía que una acción de Responsabilidad Social Empresarial.

**Entidades a las que apoyan:** Para la realización de este tipo de inversiones sociales, las empresas colaboran con una serie de actores. Por ejemplo, 26% colaboró con otras fundaciones, 24% lo hicieron con instituciones o asociaciones privadas, y 20% colaboró con organizaciones no gubernamentales (ONG). Además, casi 20% de las empresas afirmaron haber colaborado con la municipalidad o con otras instituciones gubernamentales; este porcentaje es cercano al 30% para las empresas grandes y medianas. De las empresas

que apoyaron a instituciones públicas, lo más común es el respaldo a las escuelas, instituciones **relacionadas con la salud; algunas colaboraron con la Policía Nacional Civil (PNC)**. (FUNDEMÁS, 2014)

**Tipos de aporte:** La forma como las empresas canalizan sus recursos, incluye el aporte de dinero a terceros (40%), seguido por la donación productos o servicios producidos por sus empresas (26%); cerca de un 20% lo hace mediante otras donaciones en especie. Solamente 2% de empresas tiene un presupuesto destinado a la ejecución de proyectos propios; de estas, la mayoría los ejecuta a través de otros actores, como fundaciones, ONG o instituciones públicas (FUNDEMÁS, 2014).

## **2.2 ELEMENTOS TEÓRICOS**

En el actual escenario mundial, los principales desafíos para las organizaciones provienen de los vertiginosos cambios del entorno. La globalización, la competencia, la tecnología, la responsabilidad social, el conocimiento y los activos intangibles demandan a las empresas serias modificaciones en sus estructuras y estrategias. (MOYA, 2010).

Según un estudio realizado por la Universidad Tecnológica Equinoccial, en Quito Ecuador, durante el año 2010 sobre la Responsabilidad Social: La responsabilidad social no es una cuestión de cosmética, de ahí que resulte tan difícil elegir un caso para analizar. Muchos ejemplos de empresas que dicen actuar de manera responsable, en realidad no han cumplido con los niveles de expansión ética en ellas.

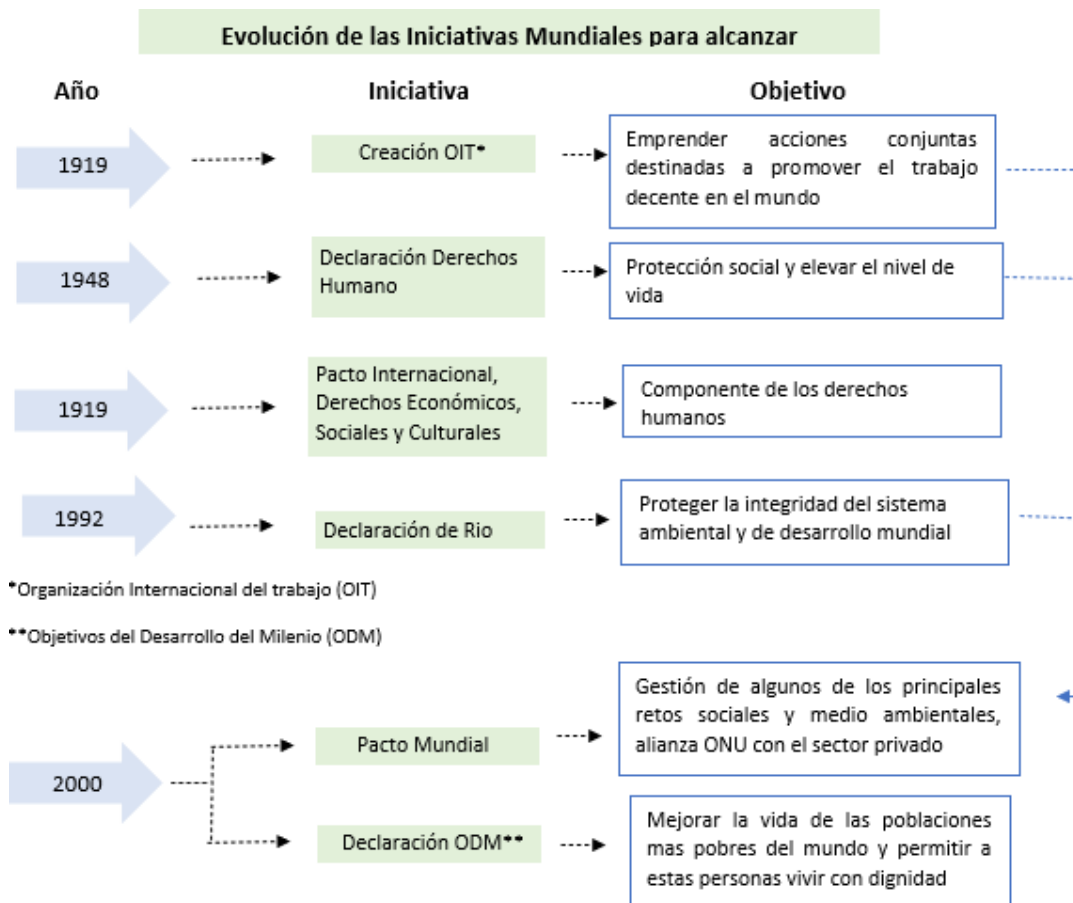
Estos niveles son los grupos de interés vinculados a la organización y que varios autores coinciden en clasificarlos en el ámbito interno (accionistas o directivos; trabajadores o público interno) y en el ámbito externo (clientes, consumidores, proveedores, la comunidad, el medio ambiente). A veces sus acciones no contemplan los grupos de interés internos y externos a ellas; así, pueden pregonar normas de calidad, ayudar a la comunidad, pero no cumplen con sus proveedores o sus trabajadores, por ejemplo.

Responsabilidad Social es el compromiso de identificar los problemas de interés público como: medio ambiente, pobreza, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición y analfabetismo y, que compete a todo tipo de organizaciones (empresa, estado, universidad), para emprender acciones que generen impactos positivos en la

sociedad, con el aporte de soluciones basadas en la transparencia, pluralidad, sustentabilidad y ética, siendo la meta el desarrollo sustentable del ser humano y su entorno.

A lo largo del tiempo, los problemas que ha atravesado la humanidad han obligado a buscar un marco legal para institucionalizar la responsabilidad social a través de declaraciones, pactos y creación de organizaciones. (MOYA, 2010).

**Ilustración 1:** Iniciativas para institucionalizar la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: artículo Responsabilidad Social, publicado en la revista Redalyc. (MOYA, 2010)

## **2.2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO**

Por su parte la Universidad del Zulia en Maracaibo, Venezuela, en el año 2016 llevo a cabo un estudio titulado “La Responsabilidad Social Empresarial en el contexto del capital social” en donde se plasma la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y la toma de decisiones empresariales a lo largo de la historia. (Johnson, 2016).

De la evolución del concepto de la Responsabilidad Social Empresarial se deduce que esta no puede ser ni debe contemplarse como una complicada red de obligaciones y tampoco como el cumplimiento de reportes en una empresa y de actuaciones solidarias en un modelo de empresa que persigue el valor económico y financiero. La Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad debe verse bajo un valor ético, social y ambiental que apunte a una mejor calidad de vida de la sociedad, sin obviar las ganancias en el ámbito económico-financiero de la empresa desde el compromiso voluntario, buscando siempre el bien común. Esta evolución del concepto evidencia que no existe un único modelo de Responsabilidad Social Empresarial ni unas acciones específicas en las que deba forzosamente concretarse, pues cada empresa puede elegir caminos diferentes de participación social y de contribución al bien común (Juregui, et al, 2011). La Responsabilidad Social Empresarial se refiere al desarrollo de una nueva visión de la empresa como institución que se abre a otras necesidades, intereses y expectativa diferentes a la de los propios gestores y accionistas, por lo que exige encontrar un equilibrio más equitativo entre accionistas, empleados y otros miembros de los grupos participantes en la actividad económica, manteniendo la cohesión social de la solidaridad, el respeto al medio ambiente, la ética jurídica, la ética moral, y las dimensiones sociales y económicas. De este modo con la Responsabilidad Social Empresarial la empresa adquiere un sentido humano en el empeño de su desarrollo sostenible, con una estrategia de negocios que integra el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental (Navarro, 2008).

Correa (2004), define la Responsabilidad Social Empresarial como la integración voluntaria entre las empresas, el gobierno y la sociedad en las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surge de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés. Desde la perspectiva organizacional, una

empresa es responsable cuando alcanza los siguientes aspectos:

- Ofrecer productos y servicios que respondan a necesidades de sus usuarios y contribuyan a su bienestar.
- Tener un comportamiento que vaya más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios, optimizando en forma y contenido la aplicación de todo lo que le es exigible.
- La ética ha de impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando y formar parte fundamental de la cultura de empresas.
- Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias, asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Ha de respetar con esmero el medio ambiente.

Ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendíéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad. La acción social de la empresa es importante, pero evidentemente no es el único capítulo de la responsabilidad social (Camejo y Cejas, 2009).

### **2.2.2 MODELOS PARA LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Una de las prioridades en el mundo empresarial moderno es el alineamiento entre la gestión y los valores de la organización, ésta busca incluir a la responsabilidad social en sus estrategias integrales y que sea parte de la cultura empresarial. Varias instituciones, han buscado desarrollar instrumentos de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la Responsabilidad Social Empresarial, así encontramos las siguientes normas: SA 8000 – 2007, SGE21:2008, ISO26000, ANDI, EFQM, Libro Verde de la Comisión Europea, AA1000.

La Responsabilidad Social Empresarial como lo habíamos manifestado, es una estrategia efectiva para lograr el desarrollo sostenible de las organizaciones. Para alcanzar este fin, existen indicadores que permiten evaluar y reportar los resultados de la gestión en cada uno de los campos, social, ambiental y económico, entre los que se pueden citar:

- a) **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial (2008)**, desarrollados por el Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social, en Brasil, es una asociación de compañías de cualquier tamaño/sector que se interesa en el desarrollo de sus actividades de una manera socialmente responsable, en un proceso permanente de evaluación y superación. Estos indicadores son una herramienta para facilitar los procesos de gestión

de Responsabilidad Social Empresarial, que permite definir prioridades, establecer metas e iniciativas conjuntas, evaluar las acciones emprendidas, con el fin de posibilitar el desarrollo sustentable de la compañía y su cadena de valor.

A continuación, el listado de indicadores Ethos:

1. Compromisos Éticos
2. Arraigo en la Cultura Organizativa
3. Gobernanza Corporativa
4. Relaciones con la Competencia
5. Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)
6. Balance Social
7. Relaciones con Sindicatos
8. Gestión Participativa
9. Compromiso con el Futuro de los Niños
10. Compromiso con el Desarrollo Infantil
11. Valoración de la Diversidad
12. Compromiso con la Equidad Racial
13. Compromiso con la Equidad de Género
14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados
15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
16. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales
17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
18. Conducta frente a Despidos
19. Preparación para la Jubilación
20. Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental
21. Educación y Concienciación Ambiental
22. Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.
23. Sustentabilidad de la Economía Forestal.
24. Minimización de Entradas y Salidas de Materiales
25. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
26. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
27. Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva
28. Apoyo al Desarrollo de Proveedores
29. Política de Comunicación Comercial

30. Excelencia de la Atención
31. Conocimiento y Administración de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios
32. Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno
33. Relaciones con Organizaciones Locales
34. Financiamiento de la Acción Social
35. Involucración de la Compañía con la Acción Social
36. Contribuciones para Campañas Políticas
37. Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
38. Prácticas contra la corrupción y la coima
39. Liderazgo e Influencia Social
40. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales. (Ethos, 2006)

- b) **Balance social IBASE**, desarrollados por el Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos, creado en 1981, cuya misión es la construcción de la democracia, combatiendo las desigualdades y estimulando la participación ciudadana. Estos modelos sirven para la publicación de información sobre proyectos, beneficios y acciones sociales y ambientales dirigidas a empleados(as) inversores, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad, actualmente IBASE tiene cuatro modelos de balance social para: Empresas, Fundaciones y Organizaciones Sociales, Micro y Pequeñas Empresas y Cooperativas. (MOYA, 2010)

El Balance Social se puede definir como el estado que permite conocer de manera sistemática las acciones de responsabilidad social de la organización, midiéndola cualitativa y cuantitativamente de forma permanente y sistemática, para identificar los programas que favorezcan el desarrollo efectivo de la acción social e informar a los agentes internos y externos, sobre el desempeño social de la organización durante un período determinado. De la definición anterior se obtiene que los resultados de este balance no necesariamente deberán ser cuantitativos y, que permite evaluar el desempeño de la organización en términos de responsabilidad social, además, los usuarios de la información suministrada son los clientes internos y externos. Por otro lado, para Gallego (1999) es “una herramienta de Auditoría Social” porque mide la gestión social de cualquier organización. El balance Social también es conocido como Estado de Responsabilidad Social. (Oliveros, 2015)

- c) **GRI (Global Reporting Initiative)**, constituido en 1997 como iniciativa conjunta de la Organización Gubernamental de los Estados Unidos (CERES: Coalition For

Environmentally Responsible Economies) y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) para enseñar sobre: calidad, rigor y utilidad de las Memorias de Sostenibilidad. Es la herramienta que mide el desempeño de una empresa con base a la llamada triple cuenta de resultados: económico, social y ambiental. (MOYA, 2010)

A través de sus actividades y relaciones, todas las organizaciones contribuyen de forma positiva y negativa al objetivo de desarrollo sostenible. Por lo tanto, las organizaciones desempeñan un papel clave en el logro de este objetivo. La elaboración de informes de sostenibilidad, promovida por los Estándares GRI, es una práctica que consiste en la elaboración de informes públicos sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones y, por ende, sus contribuciones (positivas o negativas) al objetivo de desarrollo sostenible. A través de este proceso, las organizaciones identifican sus impactos significativos en la economía, el medio ambiente y la sociedad y los hacen públicos de conformidad con un estándar aceptado a nivel mundial. Los Estándares GRI crean un lenguaje común para las organizaciones y los grupos de interés, con el que los impactos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones pueden ser comunicados y comprendidos. Los Estándares se han diseñado para fomentar la comparabilidad global y la calidad de la información sobre estos impactos y posibilitar una mayor transparencia y rendición de cuentas por parte de las organizaciones. La elaboración de informes de sostenibilidad basados en los Estándares GRI debería proporcionar una representación equilibrada y razonable de las contribuciones positivas y negativas de las organizaciones al cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible. La información presentada a través de la elaboración de informes de sostenibilidad permite a los grupos de interés internos y externos formarse opiniones y tomar decisiones informadas sobre la contribución de una organización al cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible. (GRI, 2016)

Los Estándares GRI se dividen en cuatro series:

- Estándares universales: Serie 100
- Estándares temáticos Serie 200 (Temas económicos)
- Serie 300 (Temas ambientales)
- Serie 400 (Temas sociales)

## **2.2.3 BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS**

### **Mejorar La Reputación**

Esto es muy importante para las empresas ya que las acciones y métodos que la empresa efectúe son percibidos por el gran público. Por ello, es el cliente el que decide en gran parte si la reputación de una empresa es buena o mala. al ejercer esta práctica, se lleva a cabo tan gran beneficio y es que se percibe un declive de la confianza en las empresas, se ven en la necesidad de implementar estrategias de responsabilidad social corporativa que demuestren su compromiso con la sociedad y así aumentan su reputación, ya que dicha sociedad en su mente ya tiene impregnado la empresa ayuda al planeta y ese cliente se fideliza con dicha organización.

Además, cabe destacar que, para la reputación sea solida se debe tener una gestión responsable dentro y fuera de la organización para crear valor y lograr una buena reputación que impactara en una positiva imagen corporativa. La empresa es el actor principal de impacto según su actividad, es decir, si su reputación ante el público no es buena, las posibilidades de percibir menos consumidores aumentarán considerablemente. Al tener menos consumidores, es menos rentable, y al ser menos rentable, son menores las actividades que puede llevar a cabo. (SPAIN, 2022)

### **Incrementa La Credibilidad**

Es innegable que está de moda decir ser sostenible, y esta tendencia hace que cada vez más empresas que comparten lo beneficiosos que son para la sociedad y el medioambiente. El simple hecho de decirlo es suficiente, pero no es así. La empresa tiene que demostrarlo ya sea con acciones. Ahora la gente tiene acceso a más información, y si lo que las empresas dicen no es coherente con lo que hacen, perderán la credibilidad. Y para recuperarla, no es nada fácil. Por eso es por lo que, si una empresa aplica estrategias de RSC en su actividad, que realmente generen impacto positivo en su entorno, de una manera u otra será notado y respetado por el público.

### **Fidelización de Clientes**

Si las empresas apuestan por el crecimiento de sus empleados, por impactar positivamente a la sociedad y por cuidar y respetar el medioambiente, los consumidores la valorarán mucho más y serán más fieles a ella ya que de dos de cada tres clientes no les importa gastar más en una marca si esta demuestra que sus acciones están en sintonía con sus principios de cuidar el planeta tierra.

### **Sostenibilidad del Área de La Empresa.**

Acciones tan simples como no utilizar el aire acondicionado cuando no se necesite, o no imprimir documentos a menos que sea necesario, o apagar los dispositivos que no se estén usando, entre otras cosas, disminuyen considerablemente las facturas y además, estarás reduciendo el impacto negativo de las operaciones y el riesgo de pérdida de valor de los activos, además se garantiza la fiabilidad de los estados financieros, así como el cumplimiento de las leyes y normas que estén vigentes en ese momento. Ir un paso más allá es sencillo, cómo incentivar a los empleados para cuidar el medioambiente, pero del que todavía no somos muy conscientes es del cuidar del uso del agua. Todavía seguimos dejando grifos abiertos y utilizando agua en la fabricación sin. Se trata de analizar y modificar las decisiones cotidianas. Además de eso, una de las maneras de ser sostenibles es el ejemplo de empresas de fabricación para reducir las emisiones de carbono y emplear energías renovables cuando a una empresa demuestra que está dedicando esfuerzos a ser cada vez más sostenibles, será más exitosa

### **Aumenta La Captación de Talentos.**

Hoy en día, las personas mejor calificadas buscan empresas que no solo puedan ofrecerles una buena compensación monetaria, sino que, además, se alineen a sus valores y tengan un impacto positivo en su entorno.

### **Aumenta La Retención del Personal.**

Los empleados les encantan a las empresas que valoran a sus colaboradores que les dan soporte y ayuda continua, aún en momentos difíciles. Aún más cuando se trata de cuidar el planeta tierra con diferentes estrategias para de hacer un mundo mejor, Además que los empleados se sienten más motivados y a gusto con el comportamiento de dicha empresa

como tal. Esto estimula a que los empleados permanezcan en la empresa y valore su empleo.

### **Mejora El Clima Laboral.**

Las empresas que practican la Responsabilidad Social Empresarial tienen mayor aceptación por parte de los trabajadores. Esto se debe a que su visión de negocio integra el respeto por las personas, los valores éticos y el cuidado del medioambiente. La empresa contempla características medioambientales que dispone para que los empleados desarrollen su trabajo, por ejemplo, la iluminación, el sonido, la distribución de los espacios. Lo que permite medir el grado de autonomía de las personas en la ejecución de sus tareas habituales. Favorece al buen clima el hecho de que el colaborador pueda disponer de toda la independencia que es capaz de asumir, así como un buen trato con criterios justos para los colaboradores, no tener esas preferencias o casos de discriminación, esto ha condenado a muchas empresas donde los empleados de boca a boca dan una mala reputación. Toda aquella empresa que muestre flexibilidad ante algunas situaciones específicas en el entorno laboral, generador de confianza, coherente con la misión de la empresa, que fomente el éxito e impulse a sus colaboradores en sus aptitudes.

#### **2.2.4 EJEMPLOS DE MODELOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

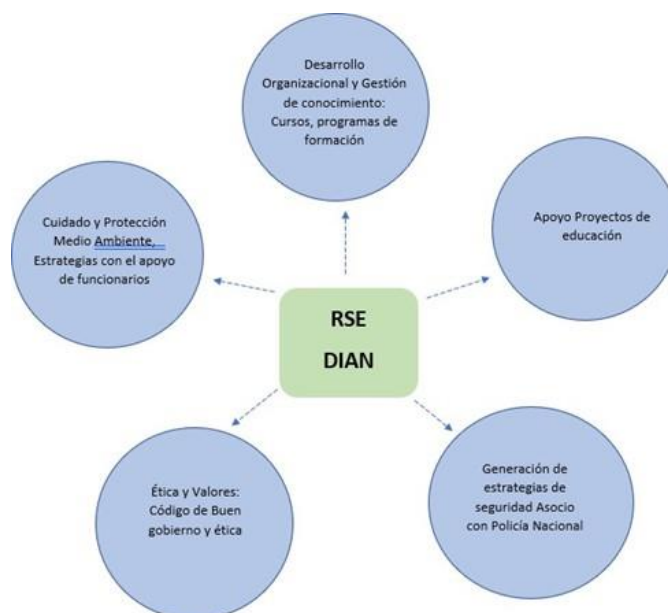
Un modelo de Responsabilidad Social Empresarial puede tener múltiples enfoques, ya sea filantrópico, medioambiental o simplemente la responsabilidad para con sus empleados; ya que esto dependerá a su vez de otros factores como lo son el presupuesto de la empresa, el rubro o las necesidades de la comunidad en la que se ubique, etc.

Según el documento Diseño de Modelo de Responsabilidad Social Empresarial, realizado por Gustavo R. Henríquez Fuente para la DIAN en Colombia, en el año 2013, el modelo de Responsabilidad Social Empresarial debe ir más allá de las buenas prácticas laborales, incluyendo también el apoyo educativo a hijos de empleados, a las madres cabezas de familia, así como también potenciales proyectos en beneficio de la comunidad en los cuales según el autor la empresa podría asociarse con juntas comunales para la realización de proyectos con desarrollo sostenido para la comunidad en diferentes áreas. (Fuentes, 2013).

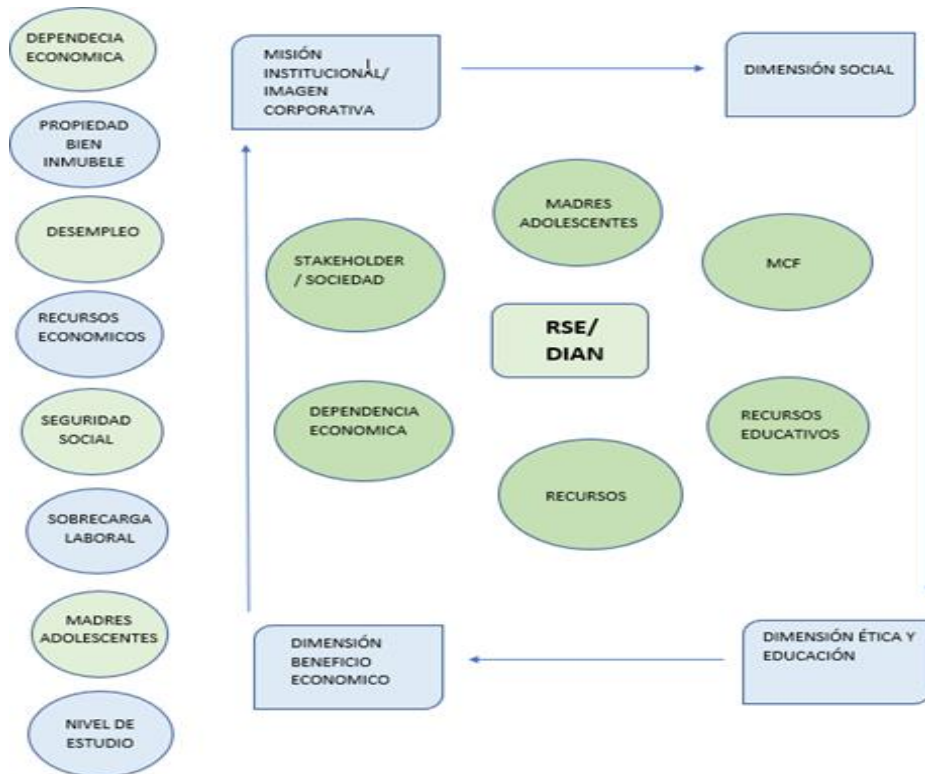
A continuación, se presentan dos gráficas, donde se sintetizan propuestas de modelos para

la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, que fueron desarrollados para la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) de Colombia, pero que contiene elementos perfectamente aplicables a la realidad de El Salvador y que pueden tomarse como referencia para la creación de un modelo estratégico para la Responsabilidad Social Empresarial en la mediana empresa del Departamento de San Miguel.

**Ilustración 2:** *Grafica 1, modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la DIAN, adaptado por Gustavo R. Henríquez Fuente.*

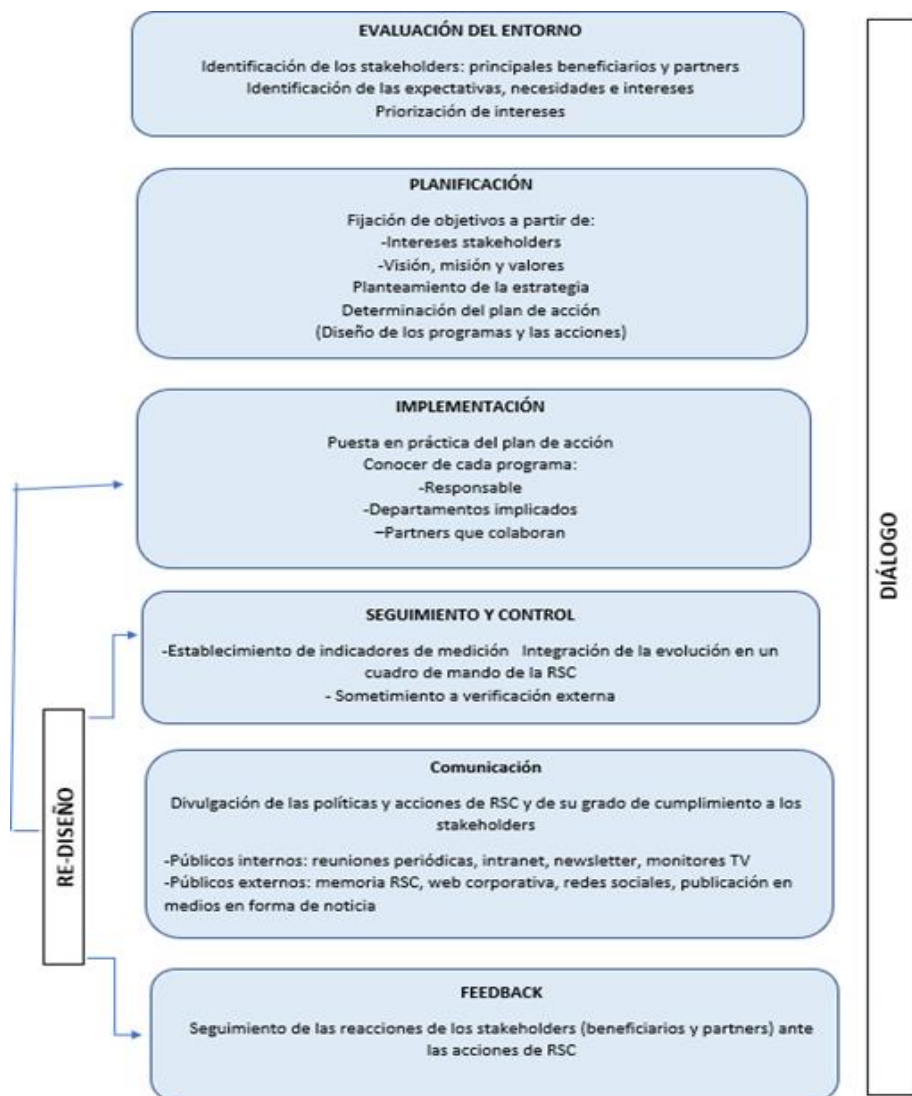


**Ilustración 3:** Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la DIAN



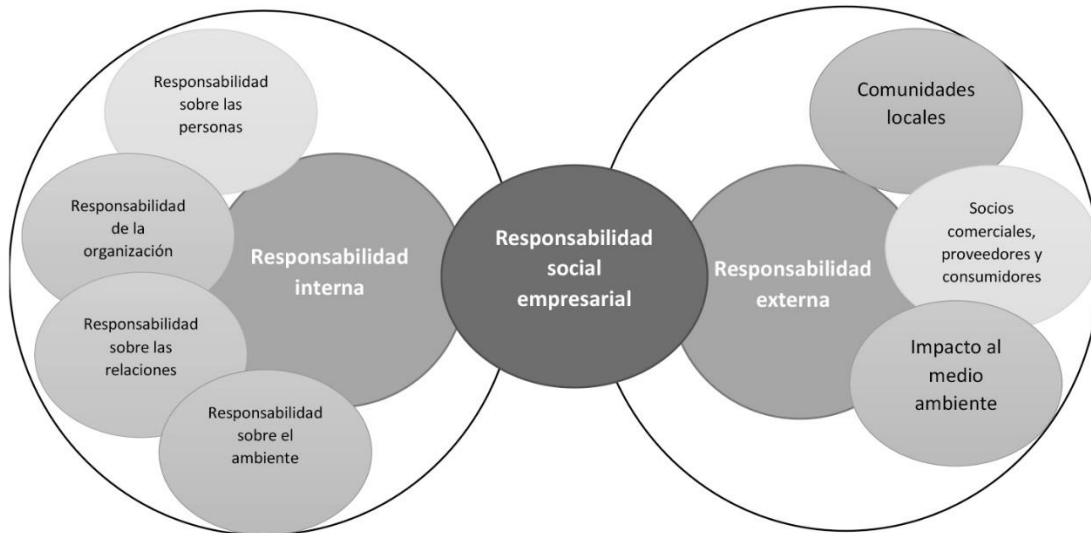
También como ejemplo podemos retomar la publicación en la Revista Científica Internacional de Comunicación y Publicidad, realizada en el 2018 y titulada “La gestión de la responsabilidad social corporativa: Propuesta de un modelo teórico” donde después de analizar diferentes procesos y enfoques de gestión de la Responsabilidad Social Empresarial para las empresas por parte de diferentes autores. Proponen un Modelo Dinámico de gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, denominado así ya que, los resultados obtenidos en las fases de seguimiento y control y de feedback derivan en una redefinición de la fase de planificación, por lo que nos encontramos ante un proceso dinámico, en constante cambio. (Barrio-Fraile, 2018)

**Ilustración 4:** Modelo Dinámico de Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.



### 2.2.5 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Según una investigación publicada por la Revista Venezolana de Gerencia, en el año 2023, existen dos dimensiones de responsabilidad social para las empresas, las cuales a su vez se desglosan en diferentes factores. (Dorantes Benavidez H. G., 2023)



## **Factores de Responsabilidad Interna**

1. Responsabilidades de la organización: En este sentido se estudia la incorporación de los lineamientos de la RSE a lo interno de la misma, con el objetivo de mejorar y asegurar su ejecución, para ello se enfoca en dos factores: la gestión del cambio organizativo, que tiene como objeto disminuir las consecuencias de los procesos de cambios, reestructuración o transformación que se dan al interior de la organización, y el derecho al buen gobierno corporativo su objetivo está encaminado al derecho que tienen los miembros de la organización de una eficiente y eficaz dirección, se apoya en herramientas como los códigos de ética y el desarrollo del capital moral, (Carneiro, 2007)

2. Responsabilidades sobre las relaciones: herramientas como el trabajo en equipo, la comunicación o la motivación pueden ser mejoradas o reorganizadas desde la perspectiva de la sensibilidad social interna. En este caso, Carneiro (2007), considera que los factores de RSE están enfocados a estudiar la eliminación de los riesgos psicosociales y la participación de los empleados.

3. Responsabilidades sobre el ambiente: el enfoque en este elemento se encuentra en lo que hoy conocemos como la ecología organizativa, donde la aplicación de medidas medioambientales se realiza con el fin de mejorar el clima organizacional para así poder extender estas medidas al medioambiente externo y circundante de la organización (Carneiro, 2007). Por lo tanto, se le debe dar importancia a la ecología organizacional y la

aplicación de medidas medioambientales internas.

### **Factores de la responsabilidad social externa de las organizaciones**

1. Comunidades locales: cada día son más las empresas que comprenden que preocuparse por contribuir al bienestar de su comunidad es altamente beneficioso para ellas, según Del Castillo y Yamada (2008) plantean que en sociedades no muy desarrolladas las empresas no triunfan ni son prósperas si no buscan una integración con la comunidad o por lo menos desarrollan programas comunitarios que los lleven a convertirse en empresas socialmente responsables, esto en su planificación estratégica debe convertirse en un objetivo prioritario y estratégico. Ante esto deben desarrollar estrategias de la integración con las comunidades y desarrollo de programas comunitarios.

2. Socios comerciales, proveedores y consumidores: la colaboración estrecha con los tres se puede traducir en reducciones en la complejidad, los costos, aumentar la calidad y de los ingresos, es decir, una mejor relación con socios o proveedores. Para la empresa se hace muy importante, en la actualidad, ofrecer productos y/o servicios que cumplan con requisitos ecológicos y éticos para establecer relaciones a largo plazo y así poner en el mercado productos y/o servicios responsables (Comisión de la Comunidad de Naciones Europeas, 2001).

3. Impacto al medio ambiente: usualmente las empresas se concentran en alcanzar sus objetivos económicos y financieros, dejando de lado los aspectos sociales y ambientales, menospreciando el impacto que estos puedan tener sobre el potencial de sus negocios, sin embargo, eso está cambiando y existen acciones concretas para desarrollar actividades destinadas a fomentar la reducción de ese impacto, generando compromisos con su medio ambiente y un compromiso con el desarrollo sostenible.

Abordar y estudiar las dimensiones y factores de la responsabilidad social proporciona a los gerentes datos e información importante para su planificación, en este caso la estratégica, con las cuales se podrán construir ventajas competitivas que no solo le permitan sobrevivir, sino también alcanzar mayores niveles de competitividad, rentabilidad y crecimiento. (Dorantes Benavidez H. G., 2023).

### **2.2.6 Responsabilidad Social Empresarial y los objetivos de desarrollo sostenible**

La Revista de Ciencias Sociales publicó un artículo titulado “Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030” en el cual hace una interesante correlación entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los planes nacionales del gobierno del Ecuador y el papel de la responsabilidad social y como esta puede aportar para la consecución de dichos objetivos.

En Ecuador, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial (CERES, 2012) ha generado una socialización participativa sobre el paradigma de RSE. En la misma línea la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2017), en coordinación con algunos Ministerios, diseñó el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida, que asume, entre sus objetivos, promover la sostenibilidad ambiental, fortalecer el sistema económico social y solidario e incitar a la transformación de la matriz productiva. Aspectos importantes que deberían ser analizados y estudiados desde la Agenda 2030. La Agenda 2030, con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), 169 metas y 232 indicadores, fue aprobada en septiembre de 2015; presenta una visión ambiciosa del desarrollo sostenible e integra sus dimensiones económica, social y ambiental (Naciones Unidas, 2015). La misma, establece lineamientos transformadores, que coloca la igualdad y dignidad de las personas en el centro, y llama a cambiar el estilo de desarrollo, respetando el medio ambiente. Es un compromiso universal adquirido tanto por países desarrollados como en crecimiento, en el marco de una alianza mundial reforzada, que toma en cuenta los medios de implementación para realizar el cambio y la prevención de desastres por eventos naturales extremos, así como la mitigación y adaptación al cambio climático (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2019).

El Estado debe ser el primer interesado en buscar los mecanismos necesarios y suficientes para implementar los ODS contemplados en la Agenda 2030, como complemento a las políticas y acciones del Gobierno. Las organizaciones empresariales pueden aportar significativamente con la consecución de los ODS a través de la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial, éstas deben encauzar sus estrategias a dichos objetivos; buscando aquellos que sean significativos e importantes para las mismas. (Ormaza, 2020)

**Ilustración 4.**

**Figura I: Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador y la Agenda 2030**



## **2.2.7 CASOS DE EXITOS DE EMPRESAS EN EL SALVADOR**

### **EEO EL SALVADOR:**

#### Energía rural en alianza Público-Privada

En conjunto con Fomilenio, entre los años de 2009 y 2012 se construyó más de mil proyectos de electrificación, beneficiando a cerca de 36 mil familias en 93 municipios de los departamentos de Morazán, La Unión, San Miguel, Chalatenango, Santa Ana, Cabañas y Cuscatlán.

Desde el año 2001, trabajamos en conjunto con el Fondo de Inversión Nacional de Electricidad y Telecomunicaciones (FINET), con alcaldías y con las comunidades organizadas, para desarrollar proyectos de electrificación rural, esfuerzo a la fecha ha beneficiado a más de 35 mil familias en zonas rurales de todo el país.

#### Charlas comunitarias

Impartimos charlas en las comunidades rurales sobre el uso seguro de la energía eléctrica y cómo hacer un consumo eficiente de la electricidad. A la fecha, más de 85 mil personas de 1280 comunidades en todo el país se han visto beneficiadas con estas charlas.

#### Proyecto “Luz para todos”

En 2023 invertimos más de US\$ 1 millones a través de nuestras distribuidoras AES CAESS, AES CLESA, AES EEO y AES DEUSEM para ejecutar el proyecto “Luz para Todos”, el cual benefició a más de mil familias en situación de pobreza con la instalación gratuita del servicio de energía eléctrica y un sistema básico conformado por una caja térmica, un tomacorriente y un foco ahorrador.

### **UNIVERSIDAD GERARDO BARRIOS:**

La UGB a través de la ejecución de proyectos en el Campus San Miguel y UGB Verde ha realizado diversidad de proyectos en los que se ha contribuido al medio ambiente de la manera siguiente:

Desde el año 2015, la UGB ha dejado de emitir 40 kg de CO<sub>2</sub>, equivalente a 1,030 árboles absorbiendo CO<sub>2</sub>. Esto se compara con un volumen de 20 veces el edificio de Biblioteca UGB campus San Miguel.

Se reciclaron 16,537.10 kg de lata, plástico, papel y hierro, esto es equivalente al peso de microbuses tipo coaster.

Las bolsas de plástico que se dejaron de utilizar equivalen a cubrir 13 veces con ese plástico

la Avenida Roosevelt de San Miguel ó Cubrir 2 veces el camino desde San Miguel hasta San Francisco Gotera o Cubrir 2.5 veces el estadio de futbol más grande de Europa con capacidad de 99,354 personas.

1,142 metros cuadrados de tierra reforestada, es decir, 4,000 árboles aproximadamente sembrados en Campus Salitre.

### **FREUND EL SALVADOR:**

Es una organización que había estado operando informalmente por 4 años, y que en el año 2017, con el apoyo de Freund, finalmente se instituyó legalmente como ONG. Esta organización se dedica a la protección y conservación de huevos de tortugas marinas. Recolecta y compra los huevos de tortugas, evitando así que sean consumidos por los humanos. Estos huevos son incubados en nidos en la playa, y al nacer las tortugas, ellas son liberadas al mar.

En lo que va del año 2017 a la fecha, se han armado 1,202 nidos de huevos de tortuga; 102,839 huevos han sido recolectados; 19,175 huevos han sido donados; 90,798 tortugas nacidas se han incorporado al mar.

La Fundación Max Freund apoya este gran proyecto, contribuyendo no solo a la protección de una especie en peligro de extinción y del medio ambiente, sino que también, creando fuentes de ingreso para muchas familias del cantón Barra de Santiago.

### **SISTEMA FEDECREDITO:**

El trabajo se enfoca en diferentes áreas de interés del cuidado del medio ambiente, cada año, el SISTEMA FEDECREDITO realiza su Campaña de Reforestación, en la que desde 2013 han participado más de 1,000 personas y se han sembrado aproximadamente 6,675 árboles de más de 670 especies. con lo que se espera reducir el impacto ambiental de 34,800 kg de dióxido de carbono por año. Junto con las Entidades Socias se han trabajado durante estas 2024 siete campañas medioambientales, enfocadas en concientización y educación ambiental, consumo responsable, saneamiento ambiental, reforestación, protección de especies y colocación de depósitos de basura.

Como parte de sus acciones de sostenibilidad, en consumo responsable, se destaca que en el edificio de la Federación de Cajas de Crédito y Bancos de los Trabajadores (FEDECREDITO) el ahorro energético de septiembre 2023 a septiembre 2024 ha sido de 98,383.07 KWH equivalente a US \$14,545.07 y representa el 17% del consumo total de

energía eléctrica del edificio, esto se logró gracias a la implementación de paneles solares. Este ahorro permite mitigar 67 toneladas de dióxido de carbono, que equivalen a sembrar 3,063 árboles al año.

## 2.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS Y VARIABLES.

Tabla 3 Definición y operacionalización de términos y variables

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operativa</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Tipo</b>
Nivel de prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial.	Responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad. (Vallaey, 2012)	Esta variable permitirá conocer el nivel de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, que las medianas empresas registradas en el departamento de San Miguel realizan y determinar los beneficios dentro y fuera de la empresa.	Responsabilidad Interna	Inversión en Talento Humano.	Cualitativa Nominal Excelente, muy buena, regular, mala, muy mala.
				Trabajadores Involucrados.	Cualitativa Nominal Bastante, poco, muy poco, casi nunca.
			Responsabilidad Externa	Cantidad de Programas al Año.	Cuantitativa Continuas. Rango de 0 en adelante.
				Alcance Regional.	Cualitativa Nominal Excelente, muy bueno, bueno, malo, muy malo.
				Aporte Social.	Cualitativa Nominal

					Excelente, muy bueno, bueno, malo, muy malo.
				Nivel de impacto social.	Cualitativa Nominal Excelente, Bueno, Regular, Malo, Pésimo.
				Tiempo.	Cuantitativa Nominal 0-1 mes, de 1-3 meses, de 3 meses en adelante.

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operativa</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Tipo</b>
Nivel de impacto de Responsabilidad Social Empresarial	La influencia o efecto en la sociedad por causa de cualquier acción o actividad (programa). (EADA FUNDACION, Manpower Group, Fundacion Seres, 2013)	Esta variable permitirá determinar si los impactos de la Responsabilidad Social Empresarial son positivos o negativos, para las medianas empresas que realizan acciones de Responsabilidad Social Empresarial, en el departamento de San Miguel.	Económico.	Incremento de ventas.	Cualitativa Nominal Excelente, bueno, regular, malo, pésimo
				Mejor posicionamiento en el mercado.	Cualitativa Excelente, bueno, regular, malo, pésimo.
				Reducción de costos operativos.	Cualitativa Nominal Excelente, bueno, Regular, malo, pésimo.
				Sostenibilidad.	Cualitativa. Nominal Excelente, buena, Regular, mala, pésima.
			Social.	Satisfacción comunitaria.	Cualitativa Nominal Muy satisfecho, satisfecho, indiferentes, insatisfecho
				Población beneficiaria.	Cualitativa Nominal

					Mucho, poco, muy poco y nulo.
			Comunicativa	Mejor imagen corporativa.	Cualitativa Nominal Excelente, Buena, Regular, mala.

## 2.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

### 2.4.1 Preguntas

- ¿Cuál es el nivel de aplicación de Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas de San Miguel?
- ¿Qué tipo de beneficios genera la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas de San Miguel?
- ¿Implementar Responsabilidad Social Empresarial ayuda a mejorar la imagen corporativa en la mediana empresa de San Miguel?

## CAPÍTULO III: METODOLÓGIA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para este estudio se utilizará el método cuantitativo ya que se está indagando sobre la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel, desde el punto más general hasta los aspectos más específicos, esta estrategia nos permitirá poder recopilar y procesar la información a través de métodos estadísticos.

### 3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación como tal tiene un enfoque exploratorio de forma tal que se puedan tener resultados cuantificable y proporcionar el análisis respectivo, identificando si la Responsabilidad Social Empresarial se está usando como estrategia corporativa en las medianas empresa registrada en el Departamento de San Miguel.

### 3.3 POBLACIÓN

Se tomará como población en estudio las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.

**Tabla 4**  
***Empresas registradas en el Departamento de San Miguel de acuerdo con la Clasificación del BCR***

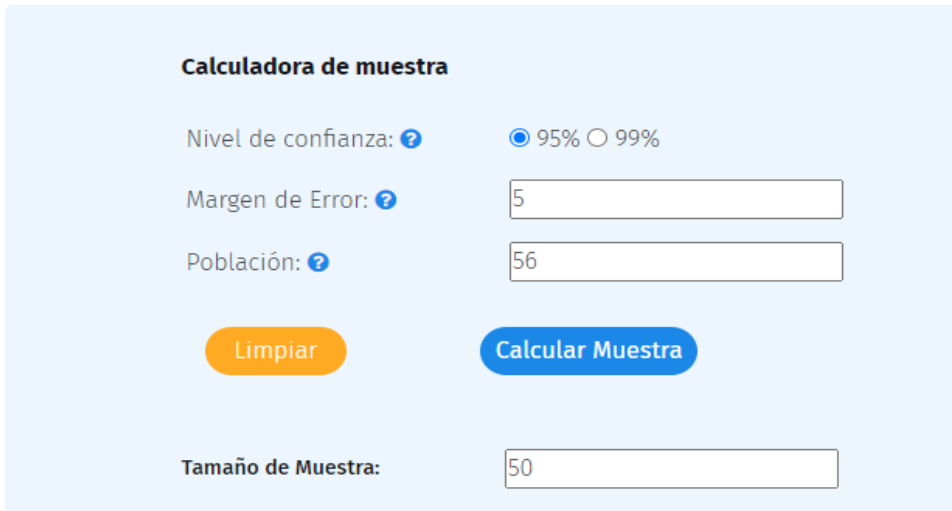
<b>Clasificación</b>	<b>Cantidad</b>
Medianas Empresas	56
Total	56

*Nota.* la tabla 4 muestra el número de empresas, registradas en el departamento de San Miguel, según la clasificación en mediana empresa.

### 3.4 MUESTRA

El proceso de muestreo que se ha utilizado para esta investigación, fue mediante un proceso matemático, usando una herramienta tecnológica llamada QuestionPro, asumiendo niveles de confianza de un 95% y un margen de error del 5% la población que

se utilizó para calcular la muestra es de 56 medianas empresas que son las registradas en el Departamento de San Miguel; información proporcionada por la base de datos del BCR, con fecha del 2021 (BCR, 2021), QuetionPro es una herramienta tecnológica que facilita los cálculos matemáticos para determinar una muestra homogénea, en trabajos de investigación, en este estudio se ha hecho uso de esta herramienta, determinando que la muestra que se tomara de un universo de 56 empresas medianas obteniendo como resultado 50 medianas empresas.



The image shows a web-based calculator titled "Calculadora de muestra". It features several input fields and buttons. The "Nivel de confianza" (Confidence Level) is set to 95% (selected) and 99%. The "Margen de Error" (Margin of Error) is set to 5. The "Población" (Population) is set to 56. There are two buttons: "Limpiar" (Clear) in orange and "Calcular Muestra" (Calculate Sample) in blue. Below these, the "Tamaño de Muestra" (Sample Size) is displayed as 50.

### 3.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica que se usará para la presente investigación es la encuesta. Dicha técnica se utilizará para la recolección de datos de forma primaria. Además, la encuesta es capaz de dar respuestas concretas y específicas siendo que se presenta por medio de un cuestionario con preguntas cerradas.

### 3.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo esta investigación se hará uso del instrumento del cuestionario, el cual estará categorizado como método cuantitativo, para la recopilación de datos numéricos y de escala cuantificable y que estas puedan ser graficadas. Dicho cuestionario estará dirigido a las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.

### 3.7 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

- Investigación bibliográfica: en esta etapa el grupo realizara un estudio de la bibliografía existente con mayor importancia, relacionada al tema, con el fin de utilizarla como insumos

para sustentar la investigación; esta bibliografía podrán ser libros físicos o documentos del Internet.

- Planteamiento del problema: el grupo de investigación describe una situación problemática en cuestión, como punto de partida que da la dirección en el estudio de algo concreto, como lo es la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel.
- Marco teórico, conceptual y procedimental: en esta etapa se indican todos aquellos aspectos teóricos, conceptuales y procedimentales, que sustentan la investigación, tomando como referencias diferentes bibliografías.
- Investigación de campo, recolección de datos y tabulación de resultados: consiste en realizar el trabajo de campo, recolectar, tabular y analizar la información, con el fin de dar respuesta a la problemática en estudio.
- Conclusiones y recomendaciones: esta etapa es la parte concluyente en la que se expresan y se enumeran las conclusiones a las que el equipo de investigación ha obtenido, además se redactaran las recomendaciones necesarias producto de todo el trabajo realizado.

### **3.8 PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Para la creación del instrumento de recopilación de datos será la encuesta, la cual contendrá preguntas que se formularan a partir de un cuadro de variables según las dimensiones especificadas del estudio, y para exportar la información y resultados se hará uso de la herramienta tecnológica QuestionPro, plataforma en línea gratuita que nos permite la exportación de información en un formato completamente entendible, esta herramienta provee la facilidad de mostrar la información en la herramienta de procesamiento y análisis de datos que usaremos para la generación de gráficos la cual será Microsoft Excel, que provee aspectos de facilidad para la creación de gráficos y tablas con respecto a los datos importados. Haciendo uso de las funciones de Excel para la cuantificación de valores.

## **CAPÍTULO IV: HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo nos muestra un análisis sobre las respuestas obtenidas de la realización de actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a cincuenta medianas empresas del departamento de San Miguel.

Las respuestas se representan en forma gráfica, también en un cuadro que detalla la cantidad de respuestas con una interpretación de los resultados obtenidos.

### **4.1 PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

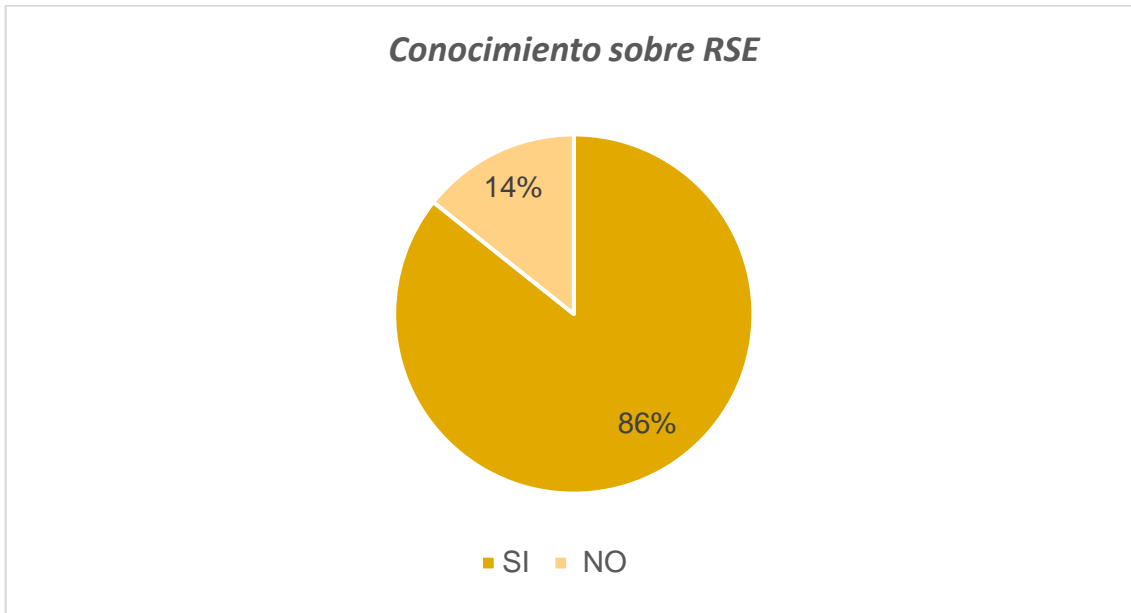
Con el afán de dar respuesta a la pregunta de investigación que fue planteada desde el primer capítulo, se presenta a continuación un análisis detallado de los resultados obtenidos utilizando el instrumento del cuestionario a través de encuestas realizadas a representantes de las medianas empresas debidamente registradas en el departamento de San Miguel.

Se ha asignado un título para los resultados de cada una de las preguntas realizadas, además se presenta para cada una de ellas la interpretación de los resultados y para una mejor comprensión de estos son presentados también a través de una tabla de porcentajes y su respectiva grafica circular.

Finalmente se realizó un análisis inferencial en base a todos los resultados obtenidos y en relación con la pregunta de investigación.

Los resultados planteados a continuación serán la base para la creación de una propuesta de modelo de Responsabilidad Social Empresarial para las medianas empresas del Departamento de San Miguel.

### Ilustración 5 Conocimiento sobre RSE



*Nota.* El gráfico presenta el porcentaje de incidencia a partir si conoce el término de Responsabilidad Social empresarial. Fuentes propias

Tabla 5. Conocimiento sobre RSE

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	86%
NO	7	14%
TOTAL	49	100%

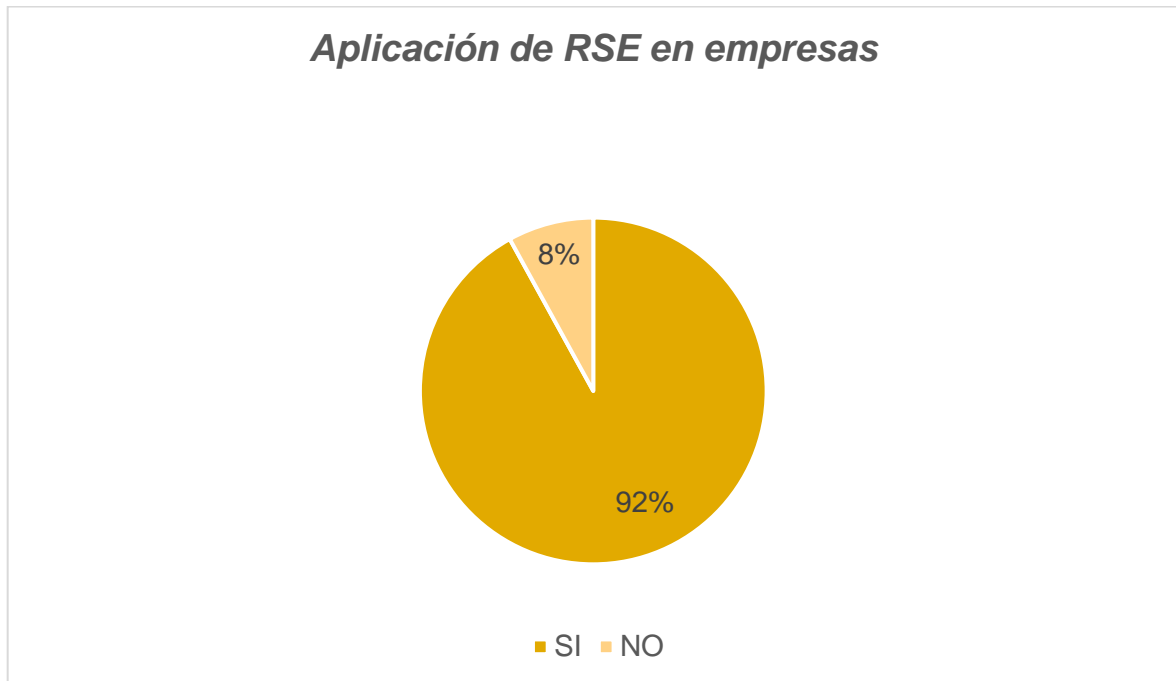
*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes *propias*.

*Interpretación:* La consulta sobre la Responsabilidad Social Empresarial los resultados obtenidos podemos identificar que el 86% de la muestra conoce y ha escuchado sobre la Responsabilidad Social Empresarial y el 14% no conoce ni ha escuchado. En base a estas respuestas la población consultada en su mayoría (el 86%) tiene conocimientos sobre el tema dando respuesta inmediata de forma afirmativa lo que nos permite poder dar una proyección sobre las recomendaciones para que las actividades se realicen exitosamente,

Existe una parte de la población consultada que no conoce sobre Responsabilidad social

Empresarial, esto representa un reto para darlo a conocer.

### Ilustración 6 Aplicación de RSE en empresas



*Nota.* El gráfico presenta el porcentaje de incidencia a partir de poder aplicar la Responsabilidad Social empresarial en la empresa. Fuentes propias

**Tabla 6. Aplicación de RSE en empresas**

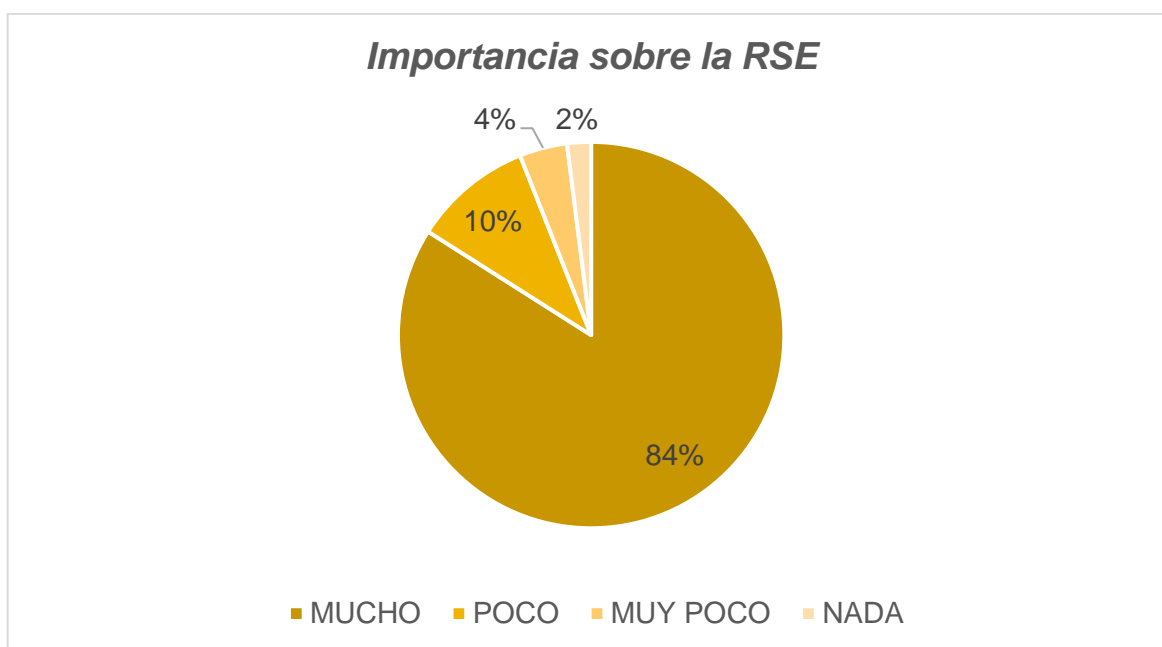
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	46	92%
NO	4	8%
TOTAL	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

*Interpretación:* Con base a los resultados obtenidos podemos identificar que el 92% de la muestra quiere aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa y el 8% no le

interesa aplicarla. Existe un interés en poder desarrollar esta labor en las empresas según la tendencia de la muestra podemos asegurar que si se podrían realizar de forma planificada estas actividades en la mayoría de las medianas empresas del departamento de San Miguel.

**Ilustración 7: Importancia sobre la RSE**



*Nota.* El gráfico presenta el porcentaje de incidencia a partir de que tan importante es la Responsabilidad Social empresarial en la empresa. Fuentes propias

**Tabla 7. Importancia sobre la RSE**

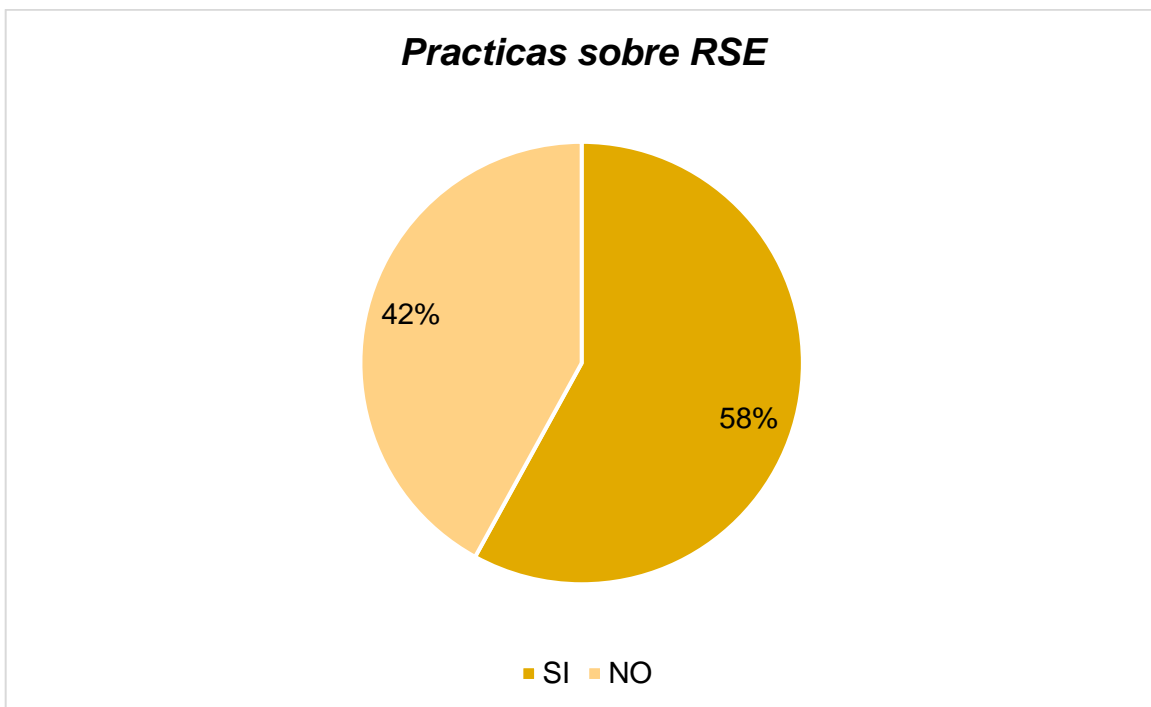
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	42	84%
POCO	5	10%
MUY POCO	2	4%
NADA	1	2%
TOTAL	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados

y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel.  
Fuentes propias.

*Interpretación:* Con base a los resultados obtenidos podemos identificar que el 84% de la muestra considera muy importante la Responsabilidad Social Empresarial, el 10% considera que poco, el 4% considera muy poco, el 2% considera nada importante la Responsabilidad Social Empresarial. La tendencia de lo importante que es esta la labor en la empresa ha sido considera como de mucha importancia en la mayoría de la población garantizando que los que la realizan y la población que aun no lo hacen, dan una respuesta muy favorable.

**Ilustración 8: Practicas sobre la RSE**



*Nota.* El gráfico presenta el porcentaje de incidencia a partir de si conocen una empresa que practique la Responsabilidad Social empresarial. Fuentes propias

**Tabla 8. Prácticas sobre la RSE**

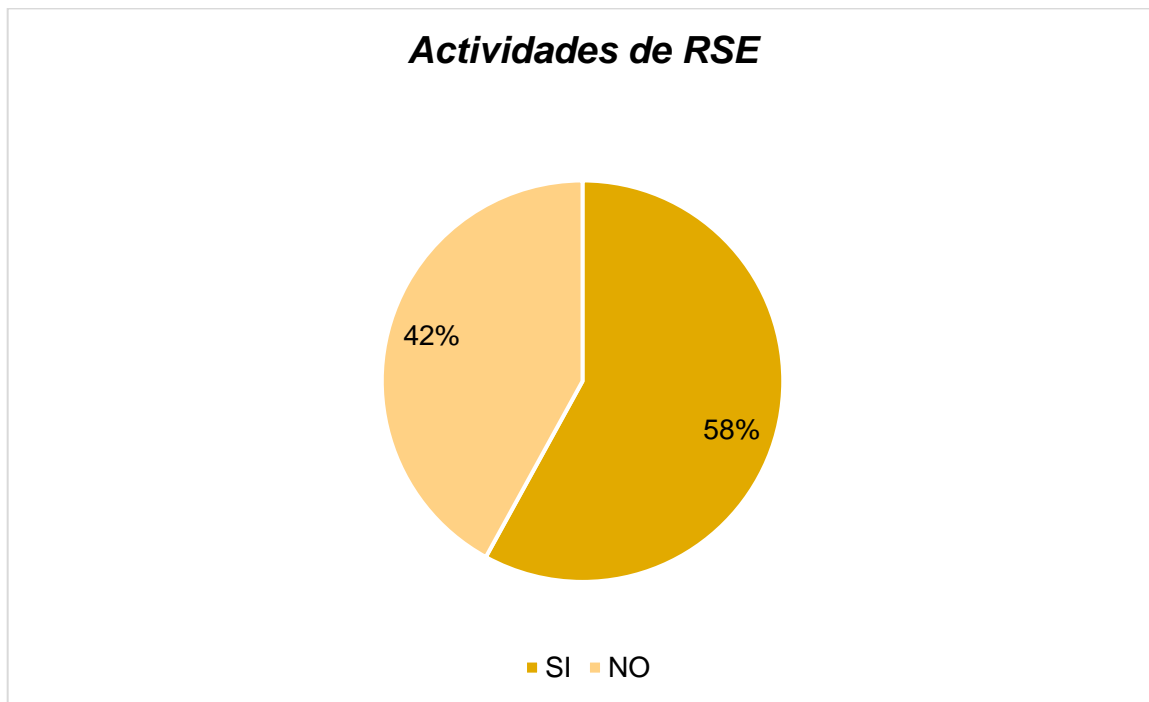
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

SI	29	58%
NO	21	42%
TOTAL	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

*Interpretación:* Con base a los resultados obtenidos podemos identificar que el 52% si conoce una empresa que aplica la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa y el 42% no conoce. La afirmación del conocimiento de empresas que conocen o no sobre la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial fue compartida porcentualmente.

**Ilustración 9: Actividades de RSE**



*Nota:* el grafico presenta el porcentaje de realización de Responsabilidad Social que hacen las empresas. Fuentes propias.

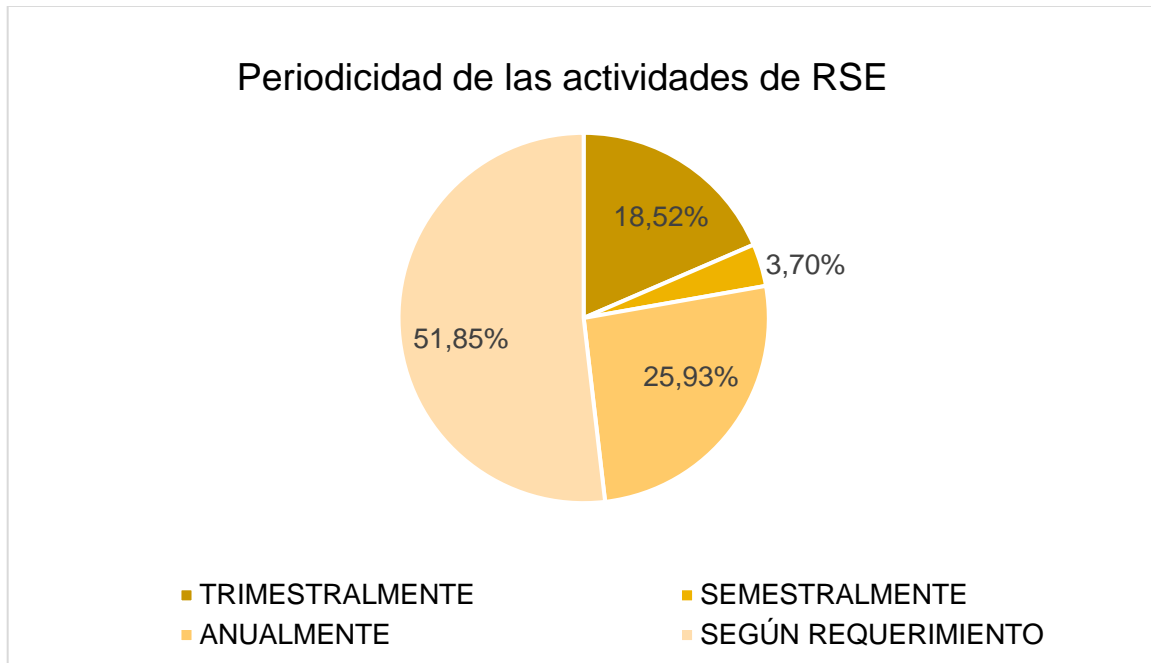
**Tabla 9. Actividades de RSE**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	58%
NO	21	42%
TOTAL	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** según los resultados obtenidos el 58% de las empresas realizan actividades de responsabilidad social y el 42% que no lo realizan. Podemos analizar que en ambas afirmaciones la tendencia de la realización de actividades de Responsabilidad Social Empresarial fue compartida con una tendencia a que si realizan actividades de RSE.

**Ilustración 10: Periodicidad en la realización de actividades de RSE**



*Nota:* el grafico presenta cada cuanto tiempo realizan actividades de Responsabilidad social Empresarial.

**Tabla 10. Periodicidad en la realización de actividades de RSE**

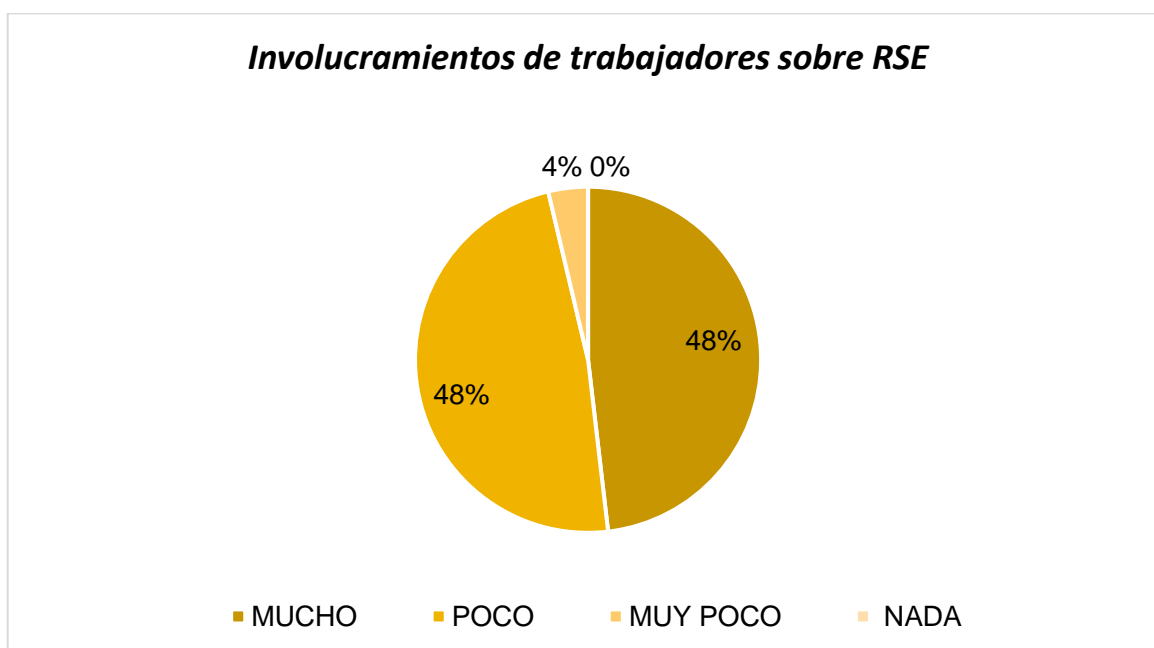
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRIMESTRALMENTE	5	18.52%

SEMESTRALMENTE	1	3.70%
ANUALMENTE	7	25.93%
SEGÚN REQUERIMIENTO	14	51.85%
Total	27	100.00%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** en base a los resultados obtenidos la mayor cantidad de actividades de Responsabilidad Social se realiza: según requerimiento en un 51.85%, anualmente en un 25.93%, trimestralmente el 18.52% y semestralmente con un 3.70%. el resultado nos muestra que en su mayoría las empresas realizan actividades de responsabilidad social según requerimientos que surgen, anualmente y trimestralmente son los periodos que también son significativos en la realización de eventos de RSE.

**Ilustración 11: Involucramiento de trabajadores sobre RSE**



*Nota:* el grafico presenta el nivel de involucramiento de los trabajadores de su empresa en prácticas de Responsabilidad Social.

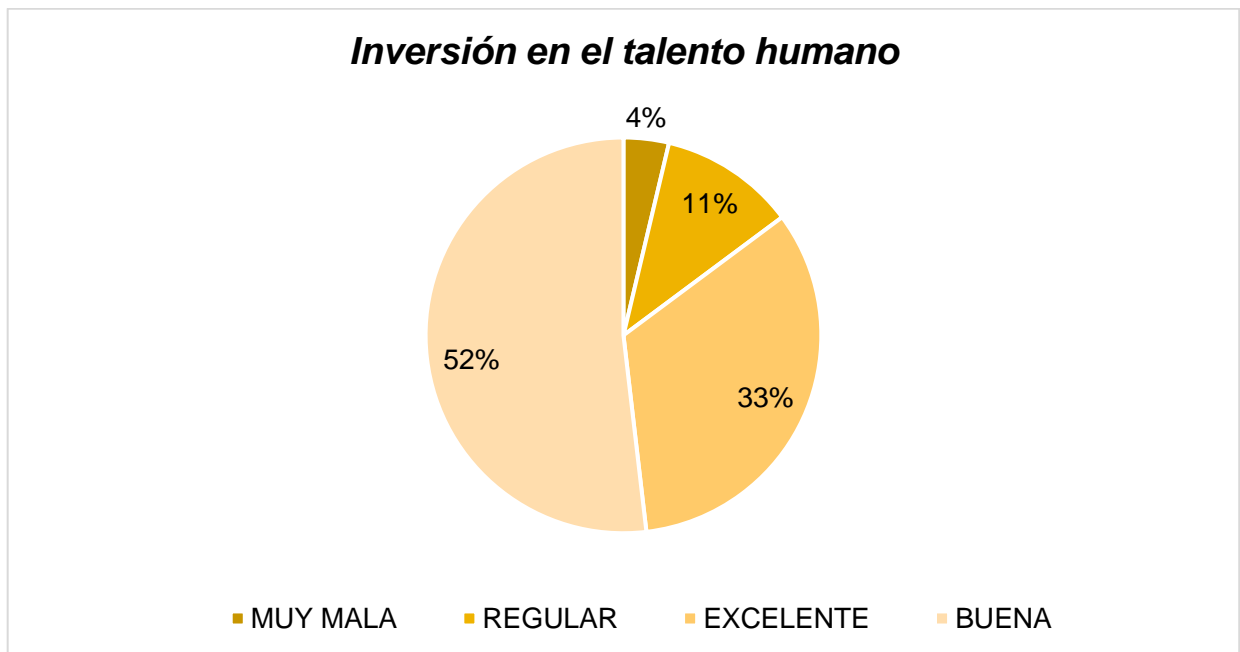
**Tabla 11. Involucramiento de trabajadores sobre RSE**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	13	48%
POCO	13	48%
MUY POCO	1	4%
NADA	0	0%
Total	27	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** el 48% se involucra mucho, otro 48% poco se involucra, el 4% muy poco y 0% nada. Las respuestas fueron compartidas entre mucho y poco involucramiento en las actividades de parte del personal de las empresas.

**Ilustración 12: Inversión en el talento humano**



*Nota:* el grafico presenta la inversión del talento humano(empleados) por parte de su empresa en las prácticas de Responsabilidad social.

**Tabla 12. Inversión en el talento humano**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

MUY MALA	1	4%
REGULAR	3	11%
EXCELENTE	9	33%
BUENA	14	52%
Total	27	<b>100%</b>

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias-

**Interpretación:** las empresas lo consideran de la siguiente forma muy buena el 52%, excelente el 33%, regular el 11% y muy mala el 4%. Existe una mayoría que considera que es muy bueno la inversión del talento humano en las actividades de RSE y otra mayoría lo dijo que excelente, obteniendo un resultado positivo en la inversión de los empleados en las actividades de RSE.

**Ilustración 13: Frecuencia con la que deben realizarse actividades de RSE**



*Nota:* el grafico presenta la frecuencia con la que les gustaría a las empresas realizar actividades de Responsabilidad Social.

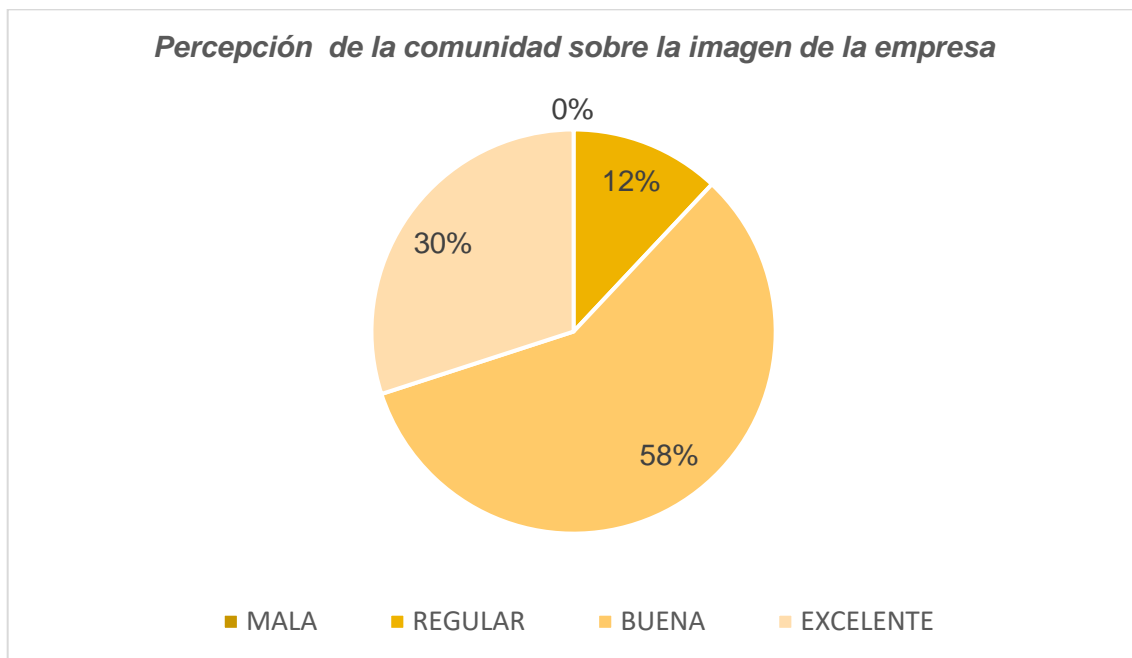
**Tabla 13. Frecuencia con la que deben realizarse actividades de RSE**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	46	92%
NO	4	8%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** La realización que sugieren que se realice más periódicamente la respuesta fue más positiva que según los resultados nos muestran un interés en hacer más frecuente las actividades de RSE. Los datos son los siguientes 92% respondió que SI les gustaría realizar actividades de Responsabilidad Social más frecuente y un 8% respondió que NO.

**Ilustración 14: Percepción de la comunidad sobre la imagen de la empresa.**



*Nota:* el grafico presenta la imagen que tiene la comunidad en la empresa.

**Tabla 14. Percepción de la comunidad sobre la imagen de la empresa.**

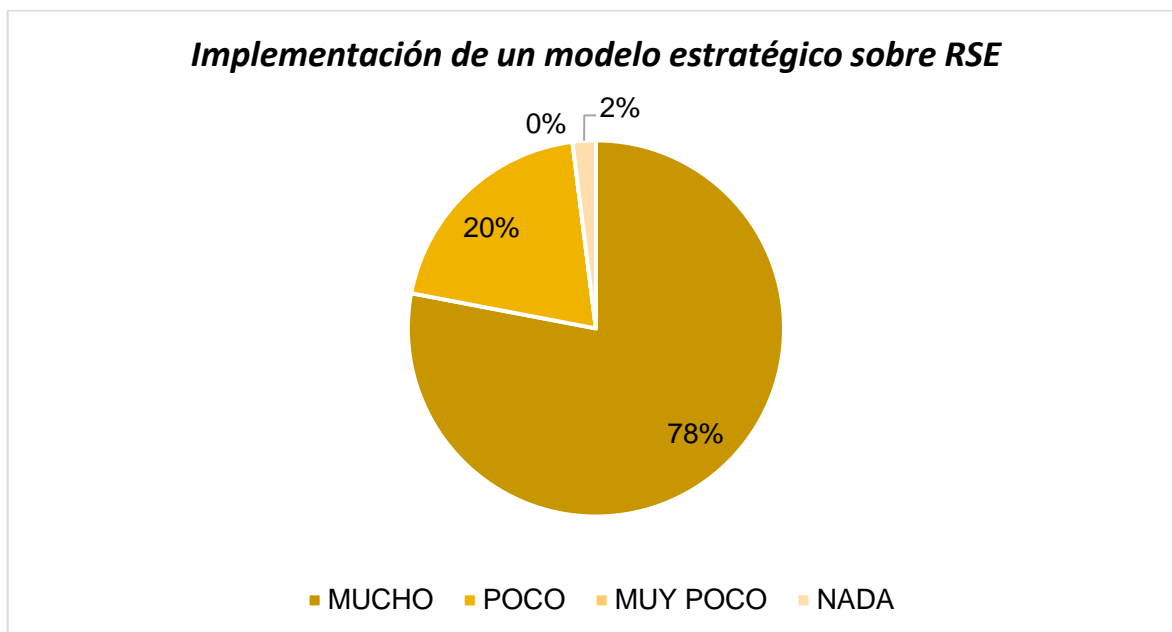
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALA	0	0%
REGULAR	6	12%

BUENA	29	58%
EXCELENTE	15	30%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** La imagen de las empresas consultadas considera en su mayoría de tener una imagen muy por encima de la tendencia regular y consideran que no existe una mala imagen en la comunidad, los resultados obtenidos nos dan las respuestas siguientes sobre la imagen que tiene la comunidad de la empresa en donde el 58% es muy buena, el 30% es excelente, 12% regular y 0% mala.

**Ilustración 15: implementación de un modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial**



*Nota:* el grafico presenta si la implementación de la estrategia ayudaría a mejorar la imagen

**Tabla 15. Implementación de un modelo estratégico de RSE**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	39	78%
POCO	10	20%

MUY POCO	0	0%
NADA	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** el resultado nos muestra sobre la implementación ayudaría a mejorar la imagen de la empresa en donde el 78% dijo que mucho, el 20% poco, 2% nada y 0% muy poco. El análisis nos determina que con la implementación en forma estratégica ayudaría mucho a mejorar la imagen de la empresa, resultado que nos debemos usar para la implementación de forma estratégicas todas las actividades de RSE.

**Ilustración 16: Implementación de prácticas de RSE**



*Nota:* El grafico presenta el resultado de la mejora de la relación entre la empresa y la comunidad con la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

**Tabla 16. Implementación de prácticas de RSE**

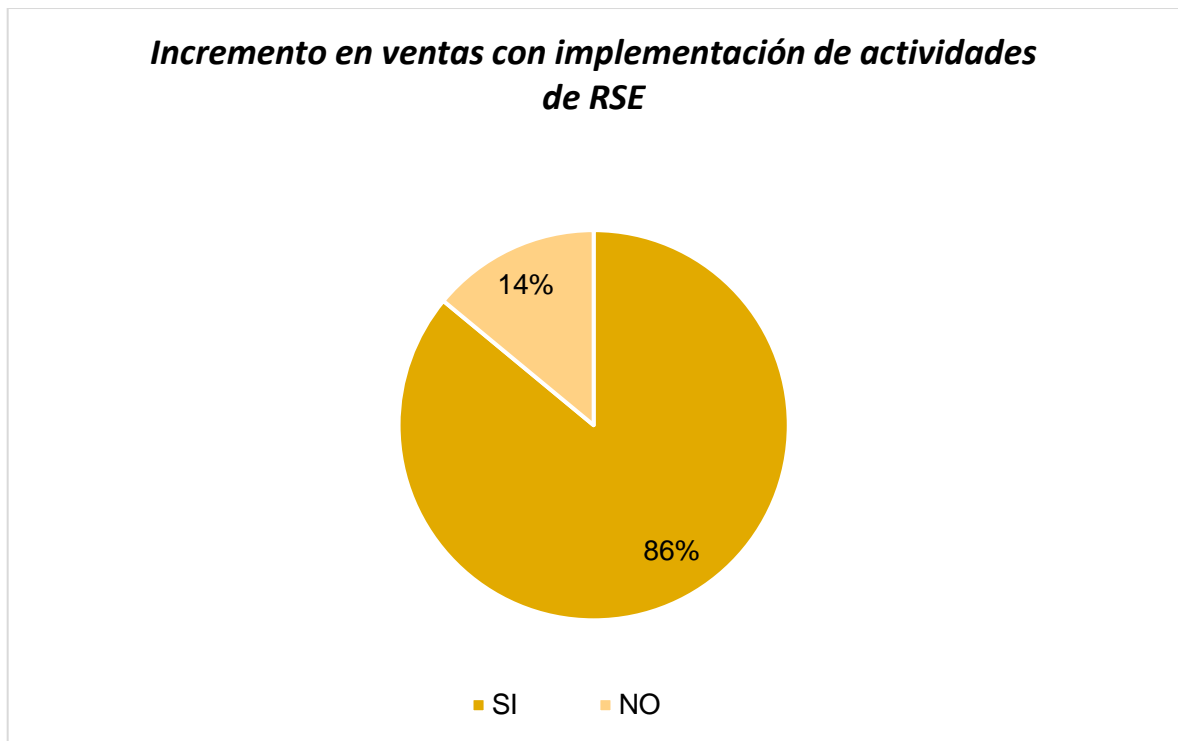
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

SI	48	96%
NO	2	4%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel.  
Fuentes propias

**Interpretación:** La imagen empresarial se ve afectada positivamente con actividades de Responsabilidad Social, datos que nos brindan la importancia de cómo afecta positivamente estas actividades en el área donde operan las empresas. El resultado nos muestra la mejora en la relación entre la empresa y la comunidad en donde el 96% dijo que Si, y 4% que No.

**Ilustración 17: Incremento en ventas con actividades de RSE**



*Nota:* en la gráfica detalla si con la implementación de las practicas ayudaría a incrementar las ventas de la empresa.

**Tabla 17. Incremento en ventas con actividades de RSE**

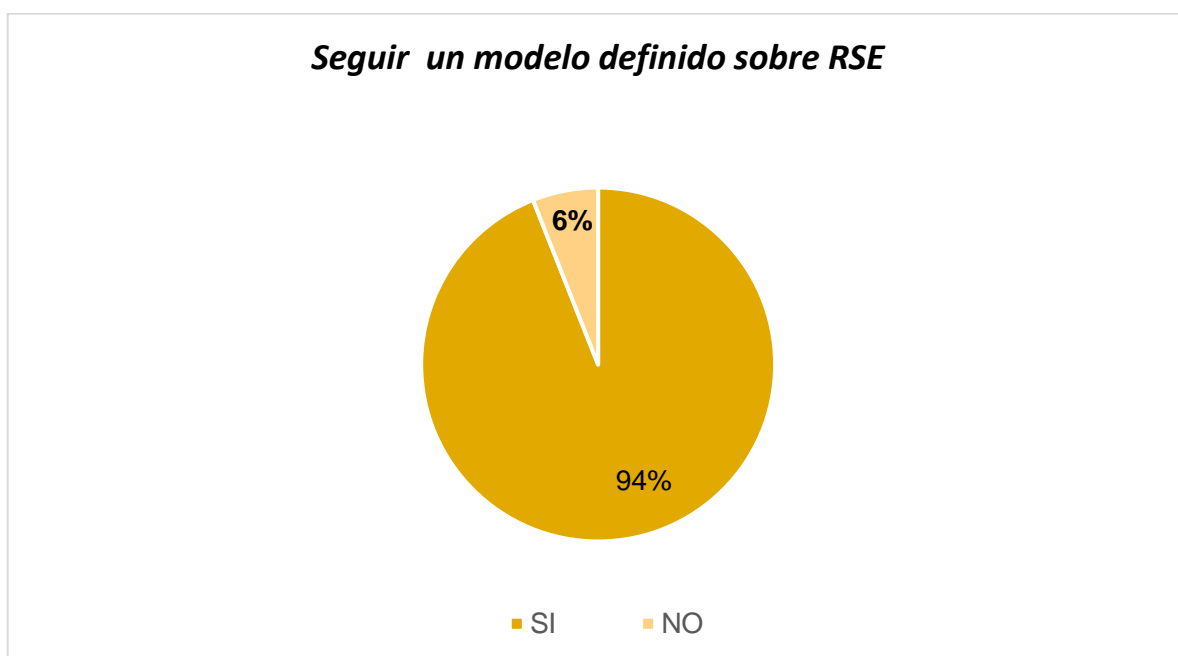
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

SI	43	86%
NO	7	14%
TOTAL	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel.  
Fuentes propias

**Interpretación:** El incremento en las ventas tiene una relación positiva con la realización de actividades de Responsabilidad Social Empresarial, los datos obtenidos nos muestran los sobre el incremento en ventas con la implementación de estas prácticas de en donde el 86% dijo que Si hay un incremento en ventas y el 14% que No hay incremento en ventas.

***Ilustración 18: Seguir un modelo definido sobre prácticas de RSE***



*Nota:* representación gráfica de los resultados sobre si se debe seguir un modelo definido para la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

**Tabla 18. Seguir un modelo definido sobre prácticas de RSE**

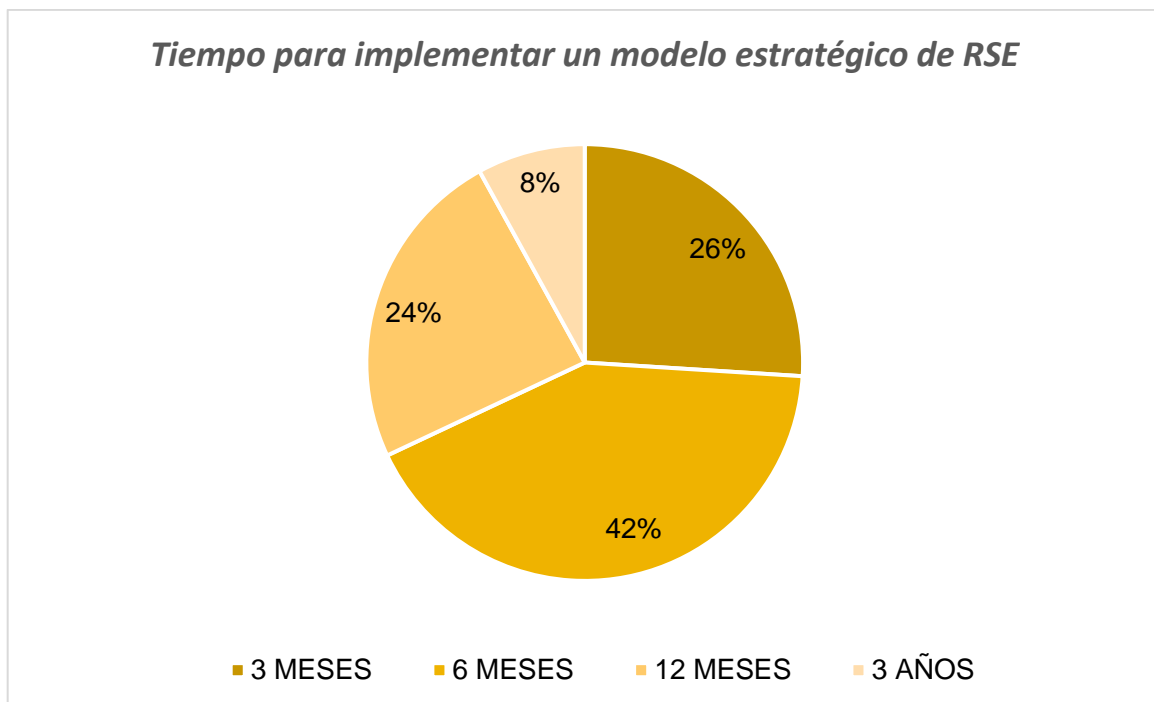
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	47	94%
NO	3	6%

Total	50	100%
-------	----	------

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel.  
Fuentes propias

**Interpretación:** La población está en disposición de seguir un modelo de actividades de RSE. De acuerdo con los datos obtenidos el 94% dijo que Si, y 6% que No. Seguir un modelo está en los parámetros de propuesta de presentación de actividades de RSE.

**Ilustración 19: Tiempo para implementación un modelo estratégico de RSE**



*Nota:* el grafico nos detalla el tiempo considerado para la implementación de la practicas de Responsabilidad Social Empresarial

**Tabla 19. Tiempo para implementación un modelo estratégico de RSE**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 MESES	13	26%
6 MESES	21	42%
12 MESES	12	24%

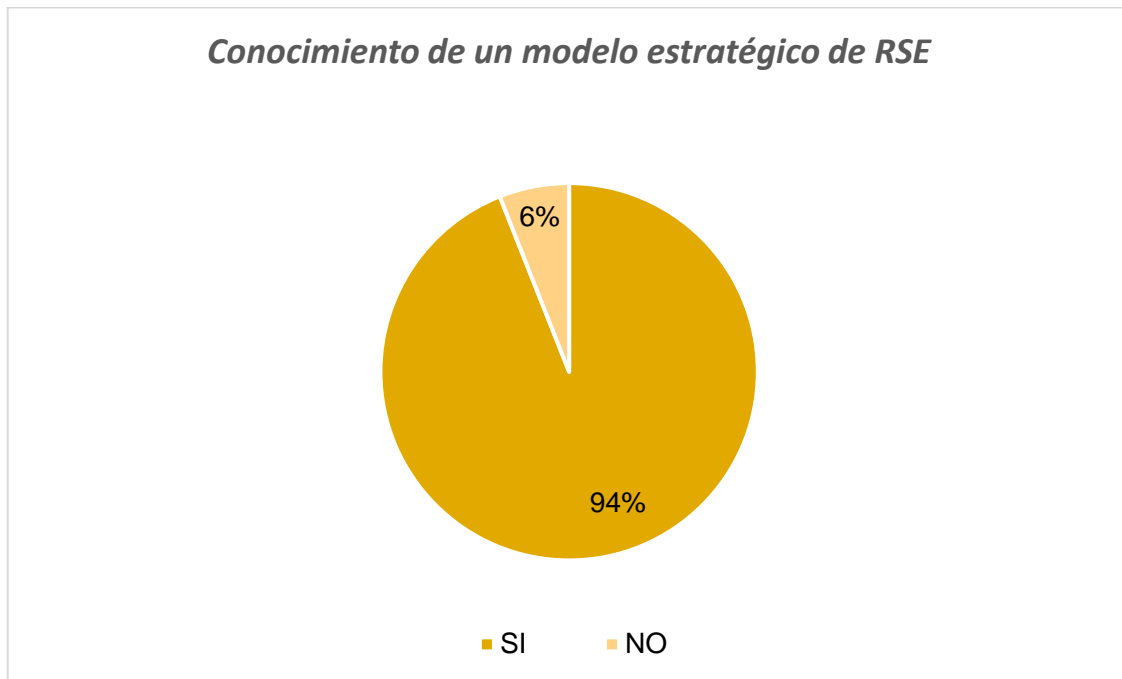
3 AÑOS	4	8%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias

**Interpretación:** Los resultados nos muestra sobre el tiempo que debe comprender la implementación de un modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en su empresa los resultados fueron 42% en seis meses, el 26% en tres meses, 24% doce meses y 8% en tres años.

La mayor respuesta fue que en seis meses es el tiempo comprensible para la implementación de actividades de RSE.

**Ilustración 20: Conocimiento de un modelo estratégico de RSE**



*Nota:* el grafico nos presenta la motivación de los empleados a participar en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

**Tabla 20. Conocimiento de un modelo estratégico de RSE**

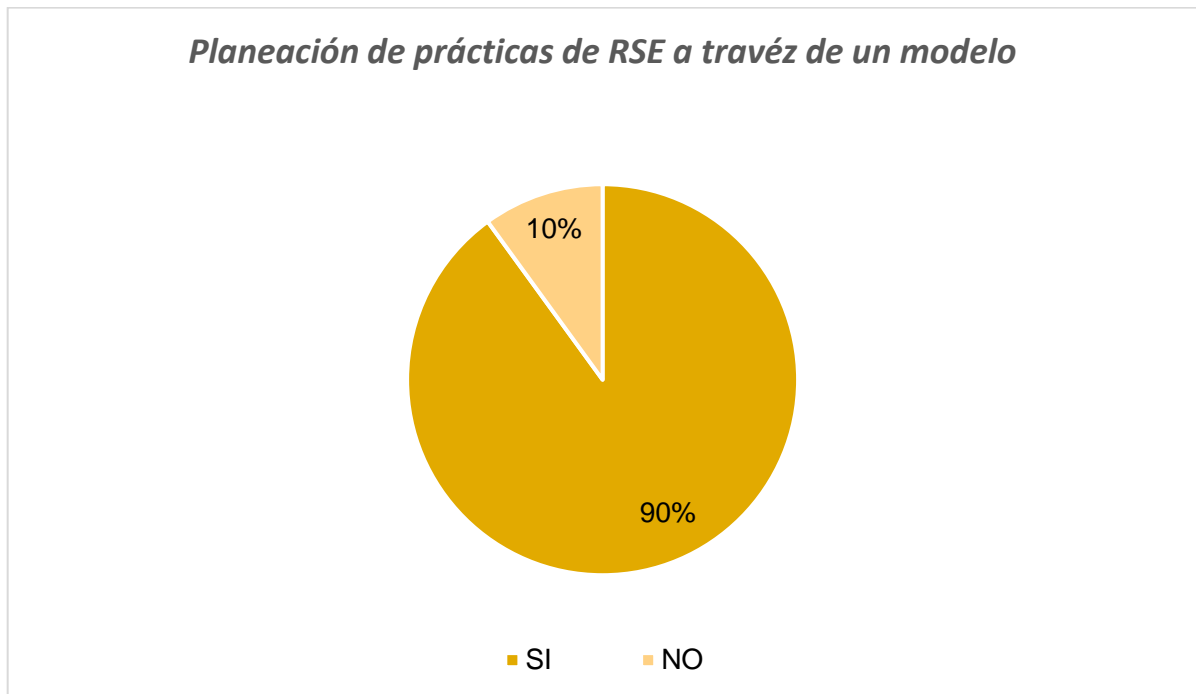
REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

SI	47	94%
NO	3	6%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias

**Interpretación:** Conocer un modelo de RSE bien definido realizado por la empresa daría una motivación a los empleados a que participen en las prácticas de las actividades, que según los resultados obtenidos el 94% dijo que Si, y el 6% dijo que No. Por lo que en su mayoría respondieron de forma positiva.

**Ilustración 21: Planeación de prácticas de RSE a través de un modelo**



*Nota:* resultados en la gráfica sobre la reducción de costos sobre la implementación de las practicas a través de la planeación.

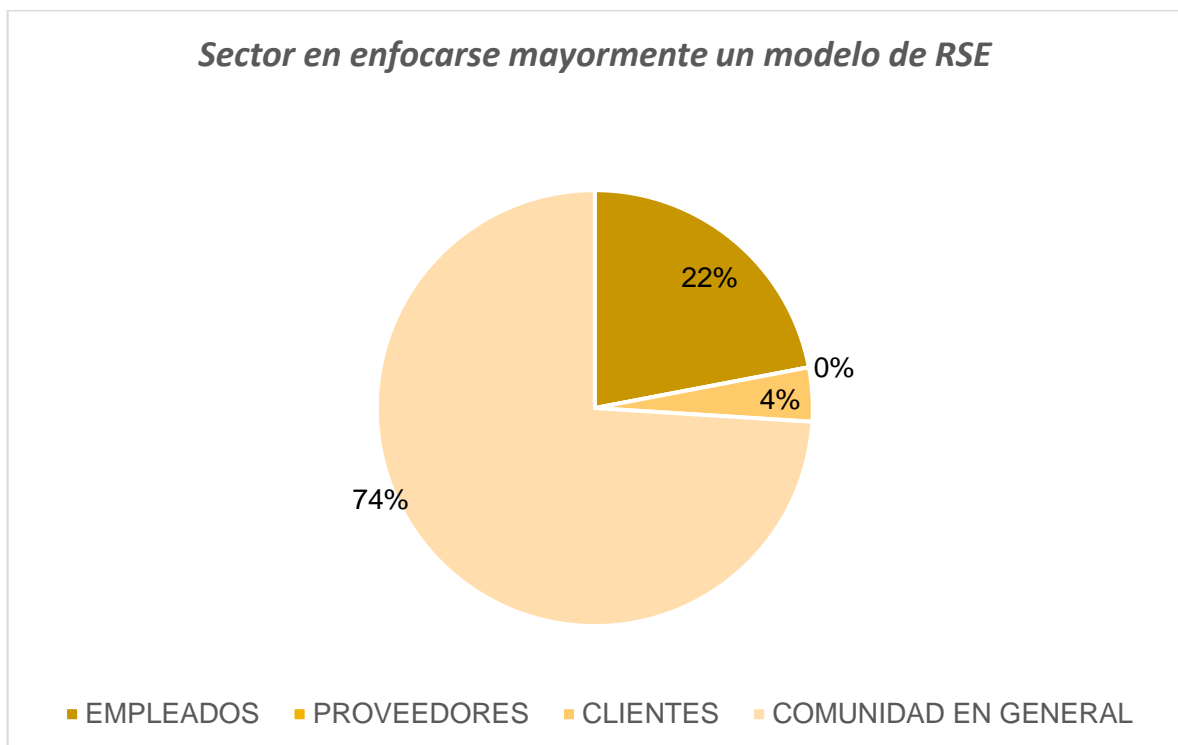
**Tabla 21. Planeación de prácticas de RSE a través de un modelo**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	90%
NO	5	10%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias

**Interpretación:** hacer un plan para la realización de actividades de RSE lo consideran importante en la reducción de los costos por lo que estas actividades deben tener una planificación para tener menos impacto en los costos. Los resultados fueron los siguientes el 90% expreso que si debe hacerse una planificación para reducir los costos y el 10% que no debe hacerse.

**Ilustración 22: Sector en enfocarse mayormente un modelo de RSE.**



*Nota:* la gráfica resultante interpreta sobre a quién deben ir dirigidas las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

**Tabla 22. Sector en enfocarse mayormente un modelo de RSE.**

REPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPLEADOS	11	22%
PROVEEDORES	0	0%
CLIENTES	2	4%
COMUNIDAD EN GENERAL	37	74%
Total	50	100%

*Nota.* Resumen de respuestas en porcentajes que fueron proporcionadas por empleados y gerentes representantes de la mediana empresa en el departamento de San Miguel. Fuentes propias.

**Interpretación:** Hacia donde debe enfocarse las actividades de RSE, los resultados fueron contundentes en cuanto al sector que según las respuestas deben dirigirse a la comunidad en general y también debe ser dirigido a los empleados. Los resultados fueron los siguientes el 74% a la comunidad en general, el 22% a los empleados, el 4% a los clientes y el 0% a los proveedores.

#### **4.1.1 DISCUSION DE RESULTADOS**

De los resultados obtenidos por medio de las encuestas y a través de una discusión de resultados realizada por el equipo investigador se dará respuesta a cada una de las preguntas de investigación planteadas al final del capítulo II de esta investigación.

Para la pregunta uno de investigación ¿Cuál es el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Medianas Empresas del Departamento de San Miguel?

Podemos decir en base a las respuestas brindadas por los encuestados, que la mayoría de medianas empresas del departamento de San Miguel, aunque no tienen un plan o guía para ello, si implementan algún tipo de actividades que pueden catalogarse como actividades de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, sigue siendo considerable la cantidad de empresas que no las realizan (42% de la muestra respondieron que no las realizan) y de las cuales algunos de sus dirigentes ni siquiera conocen el termino de Responsabilidad Social Empresarial.

También es importante señalar que la mayoría de los encuestados conoce a empresas que realizan alguna actividad de responsabilidad social empresarial, por lo que en base a lo expresado por los actuales gerentes y directores de las medianas empresas del departamento de San Miguel podríamos responder a la pregunta de investigación con que el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial es de un 60% lo cual es positivo pero también nos da un porcentaje considerable de empresas que tienen como tema pendiente las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Y aunque esta falta de prácticas de RSE puede deberse a múltiples factores dentro de la empresa; según lo expresado por los encuestados correspondientes a la muestra de esta investigación, sería de gran ayuda para las medianas empresas del departamento de San Miguel contar con un modelo estructurado donde puedan informarse y aprender sobre el tema, conocer que es la Responsabilidad Social Empresarial, pero sobre todo que dicho modelo cuente con una guía a seguir para la realización de este tipo de actividades, lo que permita un control en todas sus etapas desde un diagnóstico previo hasta la ejecución y evaluación del resultado final de esta.

Solo así mediante un aprendizaje y desarrollo gradual de actividades se podrá lograr la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el 100% de las medianas empresas del departamento de San Miguel.

Respecto a la segunda pregunta de investigación ¿Qué tipo de beneficios genera la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas de San Miguel? El resultado es más concreto, ya que durante la encuesta se realizaron las preguntas sobre el impacto que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial tenían sobre la relación de la empresa con la comunidad donde realiza sus operaciones y también sobre el incremento de las ventas.

Tomando estos dos parámetros, tanto la relación de la empresa con la comunidad y el incremento de las ventas, los resultados de las encuestas nos muestran como en un 90% los dirigentes de las medianas empresas de San Miguel coinciden en que realizar prácticas de RSE les beneficia no solo creando una mejor relación con la comunidad, sino también con el incremento en las ventas de su producto o servicio, lo cual es el principal objetivo que toda empresa desea lograr.

Como tercera pregunta de investigación teníamos que ¿Implementar Responsabilidad

Social Empresarial ayuda a mejorar la imagen corporativa en la mediana empresa de San Miguel?

A lo cual los empresarios encuestados coinciden en que la realización de este tipo de prácticas mejoraría la imagen que la comunidad tiene de su empresa siendo este un tercer beneficio agregado a los dos anteriormente mencionado y de los cuales la imagen corporativa va de la mano. Sin duda alguna la percepción que el entorno tiene de una empresa se ve influido por las prácticas de Responsabilidad Social que esta realiza, ya que le permite no solo darse a conocer en el entorno a través de la visibilidad que estas actividades le proporcionarán sino también ganar la simpatía de las personas que conocerán de estas actividades mejorando así su percepción de la empresa y les convertirá en clientes potenciales.

Todo esto influirá en el incremento de las ventas de su producto o servicio, sin embargo ante la pregunta de si están interesados en implementar actividades de Responsabilidad Social Empresarial algunos respondieron que no; esto puede deberse a múltiples factores, entre los principales están la falta de presupuesto ya que algunos empresarios todavía lo ven como un gasto, también puede verse como gasto innecesario de tiempo por parte del personal de la empresa que se verá involucrado en las actividades pero sobre todo está el desconocimiento del tema y la falta de una guía estructurada sobre cómo deben realizarse y que sea aplicable a la realidad actual de las medianas empresas y a las necesidades de las comunidades donde realizan sus operaciones.

Por tanto y en resumen de respuesta a las preguntas de investigación podemos decir que el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas del departamento de San Miguel es de un 60% habiendo aun un porcentaje considerable de empresas que no realizan estas prácticas y respecto a los beneficios que estas prácticas otorgan a las empresas es claro que entre los beneficios principales están la mejora en las relaciones con la comunidad donde realizan sus operaciones, el incremento en las ventas y una mejor imagen corporativa de la empresa frente a la sociedad.

## CAPÍTULO V: HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para finalizar este trabajo de investigación, se presentan en este capítulo las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado tomando en cuenta los resultados obtenidos a través de las encuestas, con el instrumento del cuestionario, donde gerentes de las medianas empresas del departamento de San Miguel, han compartido información de sus empresas respecto al tema de la Responsabilidad Social Empresarial.

### CONCLUSIONES

- De acuerdo con los hallazgos expuestos en la Tabla 5, un 86% de las personas encuestadas manifestó conocer el término de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Este porcentaje evidencia que existe una base de familiarización con el concepto en la mayoría de las medianas empresas consultadas. Asimismo, tal como se muestra en la Tabla 7, el 84% de los participantes considera que la RSE es “muy importante” para el crecimiento empresarial, lo cual confirma la relevancia que este enfoque ha adquirido como parte de la estrategia corporativa en el departamento de San Miguel.
- Según la Tabla 6, un 92% de los encuestados expresa su deseo de aplicar acciones de RSE en su organización. Este dato demuestra una clara voluntad por incorporar prácticas responsables, ya sea por motivaciones de reputación, competitividad o compromiso con el entorno. El hecho de que la mayoría de las empresas desee implementar estas acciones indica un panorama favorable para la adopción de modelos de gestión basados en la RSE.
- Tal como se desprende de los datos de la Tabla 8 y la Tabla 9, el 58% de las medianas empresas encuestadas afirma realizar actividades de RSE de manera regular. Sin embargo, un 42% admite no llevar a cabo acciones de este tipo. Este hallazgo confirma que, si bien existe disposición y conocimiento en un alto porcentaje de la muestra, todavía se presenta una brecha importante en la ejecución real de iniciativas sociales, ambientales y laborales. Dicho resultado invita a reforzar los procesos de concientización y a diseñar planes más concretos de intervención.
- Del análisis de la periodicidad con que se desarrollan dichas actividades Ilustración 10, se observa que la mayoría de las empresas que sí ejecutan prácticas responsables lo hace con una frecuencia semestral o anual, sin llegar todavía a la sistematización

completa de estas iniciativas. Esto pone de manifiesto la necesidad de establecer estrategias de RSE que sean continuas e integradas al plan estratégico de cada compañía, para generar beneficios sostenibles tanto internamente (personal, procesos, cultura organizacional) como externamente (comunidad y medio ambiente).

- Aunque todavía se tiene un bajo nivel de medición de los impactos económicos, sociales y ambientales de la RSE, el interés expresado por las empresas indica que perciben beneficios potenciales, tales como:
- Mayor fidelización de clientes y mejor reputación (resaltado en las respuestas que califican de “muy importante” el papel de la RSE en la empresa).
- Incremento de la motivación y retención del talento humano.
- Optimización de la imagen corporativa a nivel local y regional, al involucrarse en proyectos sociales o ambientales, aspecto que se relaciona con la importancia general que un 84% de los encuestados atribuye a estas acciones.
- Con base en los datos que evidencian la voluntad de la mayoría de las medianas empresas por implementar acciones responsables Tabla 6 y el 42%, un porcentaje elevado que no cuenta con un plan establecido, ver Tabla 9, se concluye que es fundamental diseñar un modelo estratégico de RSE específico para este tipo de organizaciones. Dicho modelo debería:
- Facilitar el diagnóstico de prioridades sociales y ambientales en la zona.
- Incluir lineamientos para la identificación, planificación y evaluación periódica de proyectos.
- Establecer indicadores concretos que permitan medir el impacto y el retorno de la inversión en RSE.
- Fomentar alianzas con otros actores locales (comunidades, proveedores, organizaciones civiles, etc.) a fin de maximizar los beneficios y garantizar la sostenibilidad de los programas.
- Finalmente, los resultados señalan la oportunidad de profundizar en el estudio de la RSE en esta región, ya que el conjunto de buenas prácticas detectadas puede servir de referencia y motivación para que más empresas desarrollen y sistematicen sus propios proyectos. Para ampliar la efectividad de las acciones, se recomienda:
- Incrementar la capacitación a directivos y colaboradores sobre la relevancia estratégica de la RSE.
- Trabajar en conjunto con instituciones promotoras de responsabilidad social, de modo que se aprovechen recursos, asesorías y experiencias de otras regiones.

- Emplear instrumentos de medición que permitan hacer un seguimiento periódico de la eficacia y el alcance real de las prácticas responsables.

## **RECOMENDACIONES**

- Elaborar un documento estratégico que fije objetivos, metas y plazos en coherencia con la misión y visión de cada organización. Dicho plan debe sustentarse en el análisis cuantitativo y cualitativo descrito en el capítulo IV de la tesis, donde se evidencian las áreas más susceptibles de recibir mejoras y las expectativas de los colaboradores.
- Desarrollar programas de capacitación y sensibilización para directivos, jefaturas intermedias y personal operativo, con el fin de difundir los beneficios, principios y procesos implicados en la RSE. Asimismo, estas capacitaciones deben contemplar ejemplos de buenas prácticas, tanto nacionales como internacionales, analizados en el marco teórico de la tesis.
- Incorporar herramientas de medición basadas en metodologías descritas en el Marco Teórico (por ejemplo, Balance Social o Estándares GRI). Estos instrumentos deben permitir evaluar la eficiencia de las intervenciones y su efecto real en aspectos económicos, sociales y ambientales, generando informes periódicos que sirvan como base para la toma de decisiones y rendición de cuentas.
- Fomentar la colaboración con municipalidades, ONG, asociaciones empresariales y entidades educativas, de modo que la labor de RSE trascienda la empresa y alcance mayor cobertura. Esta recomendación guarda relación con la literatura consultada en el capítulo II, donde se exponen casos de éxito que combinan esfuerzos del sector privado, público y civil para maximizar el impacto.
- Crear un ente interno (Comité o Departamento de RSE) con representantes de diversas áreas (recursos humanos, finanzas, mercadeo, etc.) que se encargue de planificar, ejecutar y monitorear las iniciativas. Este organismo facilitará la integración de la RSE como parte esencial de la cultura corporativa y permitirá ajustar rápidamente los planes ante posibles cambios del entorno.
- Incluir la filosofía de RSE en los manuales de procedimientos y en los procesos de inducción del personal. Además, se sugiere vincular los objetivos estratégicos de cada departamento con metas específicas de RSE, de manera que la contribución sea medible y forme parte de la evaluación de desempeño.

- Diseñar un plan de comunicación interna y externa que informe los avances, retos y logros en materia de RSE. De manera interna, para motivar y alinear a los colaboradores; y de manera externa, para fortalecer la reputación corporativa y propiciar el intercambio de experiencias con otras medianas empresas.
- Establecer convenios con universidades y centros de investigación para dar seguimiento a la evolución de la RSE y, a su vez, continuar mejorando los modelos de gestión propuestos. Se sugiere, además, realizar estudios comparativos con otras regiones del país para identificar factores de éxito y oportunidades de mejora específicas.

### **PROPUESTA DE UN MODELO ESTRATEGICO**

La implementación de un modelo de gestión estratégica para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas requiere un enfoque sistemático y adaptado a sus características específicas. Este modelo debe integrar prácticas de RSE dentro del marco de la estrategia corporativa, alineando las iniciativas sociales y ambientales con los objetivos empresariales claves. Para lograrlo, es esencial desarrollar un análisis de materialidad que identifique los temas críticos para los grupos de interés y evaluar el impacto potencial de las actividades empresariales. La estrategia debe incorporar mecanismo de gobernanza que aseguren la implementación efectiva y la monitorización continua de los resultados, permitiendo ajustes y mejoras. Un enfoque estructurado facilita la creación de valor compartido, optimizando los recursos disponibles y promoviendo una ventaja competitiva sostenible en un entorno empresarial en constante evolución.

#### **Objetivo general:**

- Desarrollar e implementar un modelo de gestión estratégica para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las medianas empresas registradas en el Departamento de San Miguel, que integre de manera coherente y sistemática las prácticas responsables en las operaciones corporativas, alineando los objetivos sociales, ambientales y económicos con la estrategia empresarial global.

#### **Objetivos específicos:**

- Este modelo tiene como objetivo optimizar el impacto positivo en los grupos de interés, mejorar la sostenibilidad operativa y fortalecer la ventaja competitiva, mediante la adopción de procesos estructurados de planificación, ejecución y

evaluación continua de las iniciativas de RSE, en la mediana empresa registrada en el departamento de San Miguel.

- Implementar un plan de acción para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la mediana empresa registrada en el departamento de San Miguel, que contemple la identificación y evaluación de las necesidades y expectativas locales, y el desarrollo de iniciativas específicas que aborden problemas sociales y ambientales de la región, con el fin de fortalecer el compromiso comunitario, mejorar la sostenibilidad operativa y promover una imagen corporativa positiva en el contexto local.

### **PASOS PARA IMPLEMENTAR UNA ACCIÓN DE RSE:**

**1) Preparación:** independientemente de la actividad que se decida realizar como acción de Responsabilidad Social Empresarial, el primer paso es la planificación, en este punto se deben definir los objetivos y beneficios que se busca obtener con la realización de dicha actividad, definir los involucrados, es decir las personas que participaran en la realización de todas las tareas que conlleve la actividad, ya que podrían ser todos en la empresa o solo algunas personas las designadas, lo mejor será asignar roles que los involucrados deberán cumplir.

Se deberá también durante la preparación de la actividad definir un presupuesto para la actividad y cronograma de tareas para una mejor ejecución de la actividad. (Ver formato modelo de presupuesto y cronograma en anexos)

**2) Diagnóstico:** junto con la preparación, se debe al mismo tiempo realizar un diagnóstico para verificar la factibilidad de implementar esa actividad, el impacto que esta tendrá sobre la sociedad y además el marco jurídico que permita conocer si es viable legalmente realizar la actividad de la manera en la que se ha planificado y los permisos o trámites legales correspondientes que deben hacerse previo a la realización de la actividad en caso de que sea necesario y la ley así lo estipule. El diagnóstico también permitirá saber si es el mejor momento para la realización de la actividad como parte de la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa.

**3) Ejecución:** en esta parte se debe poner en marcha el plan, las personas involucradas

cumplir sus roles y para que la actividad tenga éxito debe darse cumplimiento al plan tal y como fue establecido previamente, incluidos el presupuesto y el cronograma de actividades.

**4) Comunicación:** en la realización de cualquier acción de Responsabilidad Social Empresarial será de vital importancia una buena comunicación entre todos los involucrados, para garantizar el éxito en la ejecución del plan, como la consecución de los objetivos. Como parte del plan y de la comunicación en la actividad que se realiza es recomendable siempre en la fase final de la actividad invitar a los medios de comunicación local, así como también a las principales autoridades y personas importantes de la localidad, esto brindara una mayor visibilidad ante la comunidad de la actividad realizada, logrando indirectamente publicidad para la empresa.

**5) Control y evaluación:** Se debe también realizar un control de la ejecución del plan, asignar la persona responsable de hacer el seguimiento de este según se estipulo desde el inicio, caso contrario también dejar constancia de las acciones que no fueron realizadas o se realizaron de forma diferente a la acordada, explicando también las razones del cambio. Establecer criterios de calificación para el cumplimiento de las tareas.

**6) Revisión:** una vez finalizada la actividad, llevado a cabo la ejecución del plan y todas sus tareas es necesario hacer una revisión final, puede ayudarse a la revisión con el control y evaluación realizados durante el proceso.

El objetivo de esta revisión final es el de detectar los puntos débiles para mejorarlos y los puntos fuertes para potenciarlos, un proceso cíclico que conduzca a la mejora permanente.

**7) Seguimiento:** el seguimiento es un paso opcional, o más bien dependerá del tipo de acción de Responsabilidad Social que se haya realizado, en el cual se pueda hacer un monitoreo de las reacciones o consecuencias a largo plazo que la acción haya tenido en el publico beneficiado. Esto dará información también sobre el impacto de la actividad en la sociedad, lo cual puede servir para incorporar mejoras a futuro o realizar segundas etapas con los mismos beneficiarios.

**Ilustración 23: Pasos para implementar una acción de RSE**



**Tabla 23: Propuesta de acciones de RSE para la mediana empresa de San Miguel**

**ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL QUE PUEDEN SER REALIZADAS POR LA MEDIANA EMPRESA EN SAN MIGUEL**

**OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA**

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de personas capacitadas.</li> <li>• Numero de organizaciones con las que se ha realizado alianzas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres: Realización de talleres de capacitación sobre habilidades técnicas y blandas, como: informática, atención al cliente, y emprendimiento.</li> <li>• Alianzas Locales: Colaborar con Organizaciones No Gubernamentales e instituciones locales para adaptar la</li> </ul>	<p>Empoderar a las personas con habilidades que les brinden mayores oportunidades de acceso a empleos, contribuyendo así a reducir la pobreza en la comunidad donde se ubica la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento de habilidades.</li> <li>• Capacitación constante.</li> </ul>	<p>La realización de alianzas locales, y la formación a través de talleres de capacitación responde a una necesidad básica tanto para el desarrollo individual como para la comunidad fomentando el empoderamiento y el desarrollo económico local ya que en muchas ocasiones las habilidades de los individuos no son correspondientes con las habilidades que demandan las medianas empresas en San Miguel. Su alineación con</p>

capacitación a las necesidades del mercado laboral local y también para la identificación de beneficiarios.

la RSE viene dada con diferentes principios como el comportamiento ético de la empresa al apoyar a la comunidad y su contribución al desarrollo económico y social de esta, al reducir a través de estas acciones la brecha de habilidades.

## OBJETIVO 2: HAMBRE CERO

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
<ul style="list-style-type: none"> <li>Numero de huertos realizados con el apoyo y acompañami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Huertos: Brindar apoyo económico y acompañamiento técnico a la realización de pequeños huertos comunitarios donde las personas aprendan a</li> </ul>	<p>Contribuir a la agricultura sostenible y la nutrición correcta de las familias de la comunidad a través</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acompañamient o técnico.</li> <li>Fortalecimiento de la acción comunitaria.</li> </ul>	<p>Las acciones de brindar apoyo para la realización de huertos caseros, así como los talleres de nutrición y técnicas de cocina saludable, se vuelven indispensables al abordar</p>

- ento técnico. producir sus propios alimentos.

  - Número de personas beneficiadas por cada huerto.
  - Talleres: Ofrecer talleres sobre nutrición y técnicas de cocina saludable, dirigidos a familias de bajos recursos. Esto puede ayudar a las personas a hacer un mejor uso de los alimentos disponibles y a mejorar su dieta.

de la producción local de alimentos.

directamente la necesidad de acceso a alimentos nutritivos por parte de las familias de la comunidad. Lo cual está relacionado sin duda a la RSE de las medianas empresas en el departamento de San Miguel ya que a través de estas acciones se fortalece la sostenibilidad ambiental y se promueve una mejora en la economía local con la venta de excedentes de producción en los huertos o el ahorro en la compra de los productos cosechados para el consumo familiar.

---

**OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de jornadas medicas realizadas.</li> <li>Número de empleados atendidos en apoyo psicológico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción de la salud mental: Implementando programas de apoyo psicológico para los empleados, incluyendo acceso a consejería y recursos para el bienestar emocional.</li> <li>Jornadas medicas Asociarse con clínicas o fundaciones de salud para ofrecer jornadas de servicios médicos para empleados y personas</li> </ul>	<p>Mejorar la salud de empleados y miembros de la comunidad a través de las jornadas médicas y la entrega de medicamentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accesibilidad a servicios de salud.</li> <li>Mejoramiento del ambiente laboral para una mejor salud emocional en los empleados.</li> </ul>	<p>Tanto las personas de bajos recursos que viven en la comunidad, así como también los mismos empleados y sus familias enfrentan en ocasiones situaciones de salud tanto físicas como mentales en las que es necesaria la asistencia médica, preventiva y curativa, la cual a veces se vuelve inaccesible debido a los costos económicos. Por lo que es indispensable la realización de jornadas médicas y la promoción de la salud dentro de la empresa. Con esto las</p>

de bajos recursos en la comunidad.

medianas empresas cumplen su RSE ya que tiene un impacto positivo en la comunidad, contribuyendo al bienestar de sus empleados y la comunidad en general, mostrando así la ética por parte de la empresa

---

**OBJETIVO 4: EDUCACION DE CALIDAD**

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de becarios.</li> <li>Número de Centros Escolares que a los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de becas: Entrega de becas a hijos de empleados y jóvenes de la comunidad que logren notas destacadas.</li> <li>Entregas de material</li> </ul>	<p>Fomentar la educación de calidad a través del apoyo a estudiantes destacados y la entrega regular de materiales didácticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecimiento a la educación.</li> <li>Apoyo a instituciones de educación pública.</li> </ul>	<p>Muchos jóvenes con habilidades y notas destacadas, no pueden continuar con sus estudios debido a la falta de recursos económicos, sobre todo cuando de educación a nivel</p>

que se les  
ha  
entregado  
donativos.

didáctico:  
Entrega de material  
didáctico a escuelas en la  
comunidad.

a escuelas de la  
comunidad.

superior se trata, por lo que la inversión en becas para hijos de empleados y jóvenes de la comunidad es una acción que promueve la educación y un mejor futuro para los jóvenes de la comunidad, al mismo tiempo que premia el esfuerzo de estos jóvenes al destacarse en sus estudios, la entrega de materiales didácticos a escuelas también se convierte en un impulso directo a la educación y al futuro de los niños de la comunidad. Directamente alineado con la RSE de la empresa ya que muestra su compromiso para con la comunidad, el desarrollo del talento local y contribuye a la reducción de la desigualdad de oportunidades.

---

**OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GENERO**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de personas alcanzadas por la campaña de concienciación.</li> <li>• Números comparativos de la cantidad de hombres y mujeres que laboran en la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas de Igualdad Salarial: Revisando y ajustando las políticas salariales para asegurar que hombres y mujeres reciban la misma compensación por trabajos de igual valor, promoviendo así la equidad salarial.</li> <li>• Campañas de Concienciación: Internas y externas</li> </ul>	<p>Sensibilizar al recurso humano de la empresa sobre la importancia de la igualdad de género para lograr un ambiente de trabajo más inclusivo y productivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equidad salarial.</li> <li>• Ambiente inclusivo.</li> </ul>	<p>Históricamente ha existido una desigualdad entre hombre y mujeres que se ha trasladado también a las empresas, con salarios desiguales por la realización de una misma actividad o también con faltas de respeto a las compañeras de trabajo, llegando a casos de acoso y discriminación. Por lo que se vuelve necesario concientizar dentro de la empresa sobre la importancia de un entorno laboral equitativo, así como la toma de medidas por parte de la dirigencia de la empresa para</p>

que promuevan la igualdad de género, sensibilizando a todos los empleados sobre la importancia de un entorno laboral inclusivo y equitativo.

una igualdad entre hombre y mujeres en cuanto a salario y a la cantidad de hombre y mujeres que trabajan en la empresa. Esto es algo fundamental en la implementación de la RSE por parte de la empresa ya que contribuye a la creación de entornos laborales y comunidades más justas.

---

## OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

---

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de empleados involucrados en la iniciativa.</li> <li>Numero de filtros donados e instalados.</li> <li>Fortalecimien to de alianzas con organizacion es locales y gubernament</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Instalación de Filtros:</b> Donando e instalando sistemas de filtración de agua sencillos y eficientes en hogares, escuelas o centros comunitarios.</li> <li>Promoción de Practicas de Higiene y Saneamiento: Implementando campañas educativas sobre la importancia del lavado de manos, la</li> </ul>	<p>Contribuir en la mejora del acceso a agua limpia y promover prácticas de saneamiento adecuadas en comunidades vulnerables de San Miguel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agua de calidad para la comunidad.</li> <li>Fortalecimiento a las prácticas de saneamiento.</li> </ul>	<p>Cada año el sistema de salud pública tiene que lidiar con el brote de enfermedades infecciosas producidas o relacionadas con el tratamiento del agua por ejemplo el dengue y la diarrea. A pesar de los esfuerzos del sistema de salud en campañas de limpieza y abatizacion el problema persiste. Por lo que se hace indispensable que sean los miembros de la comunidad quienes estén conscientes y preparados sobre el correcto tratamiento y uso del agua,</p>

ales.

higiene personal y el manejo adecuado de residuos sólidos y aguas grises para prevenir la contaminación del agua. Estas campañas pueden incluir materiales visuales, charlas informativas y actividades participativas.

tanto la que es para consumo como también las aguas residuales y las grises. Enseñar y promover dichas prácticas muestra la RSE de la empresa para con la comunidad, como uno de sus principales grupos de interés. Además, la donación de filtros contribuye no solo a la salud sino también a la economía de la familia.

---

**OBJETIVO 7: ENERGIA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero de lámparas donadas.</li> <li>• Número de familias beneficiadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover medidas dentro de la empresa que reduzcan el consumo de energía a nivel interno.</li> <li>• Energía No Contaminante: donaciones de lámparas solares a comunidades y familias de escasos recursos en la comunidad.</li> </ul>	<p>Contribuir al acceso a energía asequible y no contaminante a través de la implementación de soluciones energéticas sostenibles y la promoción de su uso responsable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de energía responsable.</li> <li>• Solidaridad con la comunidad.</li> </ul>	<p>La quema de combustibles fósiles para generar energía es una de las principales causas del cambio climático y el daño al medio ambiente. Reducir el consumo energético disminuye la huella de carbono de la empresa y contribuye a los esfuerzos globales para mitigar este fenómeno. Además, una reducción del consumo de energía dentro de la empresa se traduce directamente en la reducción de costos operativos. Así mismo en los hogares de las familias de la comunidad, reducir el consumo de energía</p>

contribuye a cuidar el medio ambiente y aliviar la economía con la reducción de gastos. Se relaciona directamente con la RSE de la empresa ya que contribuye en dos áreas, tanto protección del medio ambiente, como el fortalecimiento de la economía familiar.

---

**OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO**

---

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero de alianzas con otras empresas e instituciones.</li> <li>• Número de personas que han sido parte de los programas de formación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas con otras empresas e instituciones locales para la realización de ferias de empleos.</li> <li>• Promoción y revisión constante de Condiciones de Trabajo Decentes: asegurar condiciones de trabajo decentes que cumplan con la legislación laboral incluyendo salarios</li> </ul>	<p>Invertir en el desarrollo de las habilidades de la población local y facilitar su inserción en el mercado laboral, logrando así el crecimiento económico en la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeto al derecho laboral.</li> <li>• Salarios justos.</li> <li>• Creación de ambientes saludables.</li> </ul>	<p>El derecho al trabajo, es un derecho fundamental garantizado constitucionalmente y regulado por el código de trabajo en El Salvador, pero no siempre es accesible o fácil de encontrar para todas las personas y sobre todo que estos cumplan con la legislación laboral. Esto a veces es debido a la falta de formación adecuada y requerida en el actual mercado laboral. Por lo que se hace necesarias las ferias de empleo donde las personas puedan tener múltiples</p>

justos, seguridad y salud en el trabajo, y respeto por los derechos laborales.

- Programas de formación para personas de escasos recursos.

opciones.

Además, estas acciones se alinean con la RSE en el sentido de que la mediana empresa en San Miguel también realizara revisiones internas de manera constante que garantice condiciones de trabajo decentes a sus empleados.

---

**OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACION E INFRAESTRUCTURA**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Numero de universidades y centros de investigación beneficiados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso a Tecnología: Proporcionando acceso a herramientas y tecnologías innovadoras dentro de la empresa que contribuyan a una mayor eficiencia en la producción.</li> <li>Apoyo económico a universidades o centros de investigación que busquen desarrollar</li> </ul>	<p>Fomentar la innovación tanto en los procesos internos de la empresa como en la realización de proyectos en beneficio de toda la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación tecnológica.</li> <li>Fortalecimiento de la eficiencia en la producción.</li> </ul>	<p>En un mundo cambiante y de constante evolución se vuelve indispensable, donde sobre todo la tecnología avanza rápidamente, se vuelve indispensable su actualización dentro de la empresa, no solo para su mayor eficiencia sino para poder competir en el mercado.</p> <p>El uso de tecnología avanzada y el apoyo a instituciones educativas que realicen proyectos relacionados a esta, forma parte de la RSE de la empresa, brindando las mejores herramientas a sus</p>

proyectos  
innovadores que  
beneficien a la  
comunidad.

empleados para la realización  
de su trabajo, como el apoyo a  
jóvenes a través de las  
instituciones educativas de la  
comunidad.

---

**OBJETIVO 10: REDUCCION DE LAS DESIGUALDADES**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
-------------------------------------	-----------------	-----------------	---	----------------------

- |   |  |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de estudiantes de comunidades vulnerables que reciben becas y apoyo educativo.</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Becas y Apoyo Educativo Integral: Estableciendo un programa de becas para estudiantes de bajos recursos de</li> </ul>                               | <p>Contribuir a la reducción de las desigualdades en San Miguel, apoyando a jóvenes y pequeños</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento a la educación.</li> </ul> | <p>Aun con la gratuidad de la educación en El Salvador, cada año muchos niños y jóvenes por su situación económica no pueden continuar con sus estudios, lo que genera desigualdad de</p>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de personas de comunidades vulnerables que participan en programas de formación profesional.</li> </ul> | <p>comunidades vulnerables para que puedan acceder a educación de calidad en diferentes niveles. Ofreciendo también a los becarios la posibilidad de asistir a capacitaciones y talleres</p> | <p>empresarios de las comunidades más vulnerables.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentando el desarrollo local.</li> </ul> | <p>oportunidades, afectando así la economía de las familias en la comunidad. Al dar becas a jóvenes se les brinda la oportunidad de continuar con sus estudios y adquirir las habilidades necesarias para obtener un mejor empleo. También hay personas mayores con habilidades o que saben elaborar ciertos productos artesanales, pero que no tienen la preparación necesaria para comenzar con un negocio y con los talleres de emprendimiento pueden adquirir los conocimientos necesarios para hacerlo y así lograr un ingreso extra para la</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de emprendimientos creados por personas de comunidades vulnerables con el apoyo del</li> </ul>          | <p>brindados por la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento del Emprendimiento: talleres y mentorías para personas de</li> </ul>                                       |  |   |   |

programa.

comunidades vulnerables que deseen iniciar sus propios negocios, brindándoles herramientas de gestión empresarial, y apoyo en la creación de redes de contacto.

economía del hogar.

•

•

---

## OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

---

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
<ul style="list-style-type: none"><li>Número de espacios públicos mejorados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Apoyar iniciativas lideradas por la</li></ul>	Contribuir a la creación de un centro histórico	<ul style="list-style-type: none"><li>Creación de ambientes saludables.</li></ul>	Actualmente una empresa ya no debe solo buscar la rentabilidad económica de sus actividades, sino

- Aumento del uso y la apropiación de los espacios públicos por parte de la comunidad.
  - Implementación de prácticas de gestión de residuos sostenibles en comercios y hogares del centro histórico.
- comunidad para la mejora y el mantenimiento de los espacios públicos tales como siembra de árboles o campañas de recolección de basura.
- Promover prácticas de gestión de residuos sostenibles entre los comercios y residentes de la comunidad, incluyendo la separación de la basura para el
- de San Miguel más sostenible y atractivo.
- Fortalecimiento a la acción comunitaria.
- que al mismo tiempo estas tengan un equilibrio con el medio ambiente de la comunidad donde realiza sus actividades, para esto se vuelve necesario el involucramiento de toda la comunidad con el apoyo de la mediana empresa en actividades como siembra de árboles y campañas de recolección de basura. Debido al poco espacio existente en las grandes ciudades se vuelve necesario también la correcta gestión de residuos tanto de comercios como los hogares de la comunidad. Esto se alinea directamente con la RSE en su compromiso con realizar actividades sostenibles con el medio ambiente y contribuir al cuidado de la flora y la fauna del lugar.

reciclaje y el  
compostaje.

---

## OBJETIVO 12: PRODUCCION Y CONSUMO RESPONSABLE

---

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de personas alcanzadas en las campañas de sensibilización sobre la producción y el consumo responsable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción del uso de materiales de empaque sostenibles y biodegradables reduciendo la dependencia de plásticos de un solo uso.</li> <li>Educación y Concienciación: Organizando campañas de</li> </ul>	<p>Promover prácticas de producción y consumo más sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo responsable.</li> <li>Amigos del medio ambiente.</li> </ul>	<p>Los plásticos de un solo uso son una de las principales fuentes de contaminación ambiental a nivel global y local. Tardan cientos de años en degradarse, contaminan suelos y cuerpos de agua, dañan la vida marina y pueden incluso ingresar a la cadena alimentaria humana. El uso de alternativas sostenibles reduce drásticamente este problema.</p> <p>Las empresas que están actualmente utilizando otras alternativas al empaque plástico tradicional en sus productos, están</p>

sensibilización sobre la importancia de la producción y el consumo responsable, utilizando redes sociales, talleres y eventos comunitarios para educar a los consumidores sobre cómo reducir el desperdicio en sus hogares.

directamente alineadas con la RSE y cumplen su compromiso en el cuidado del medio ambiente de la comunidad y en la producción responsable de sus productos.

---

**OBJETIVO 13: ACCION POR EL CLIMA**

---

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
--------------------------	----------	----------	------------------------------	---------------

- Número de hectáreas reforestadas.
  - Número de árboles plantados y con una tasa de supervivencia adecuada.
  - Nivel de conocimiento y conciencia de la comunidad sobre el cambio climático (puede ser medido a través de encuestas).
  - Campañas de reforestación en conjunto con Centros Escolares locales.
  - Elaboración de plan de apoyo a comités comunitarios de gestión de riesgos y respuesta ante emergencias climáticas.
  - Campañas de sensibilización y educación sobre el cambio climático: las causas, los
- Contribuir a la acción contra el cambio climático en San Miguel.
- Fortalecimiento de la acción comunitaria.
  - Acción por el cambio climático.
- Los efectos del cambio climático se han observado con más intensidad en los últimos años en nuestro país, con sequías que han afectado las cosechas o con temporales que duran varios días afectando también las cosechas y por ende la economía. Trabajar en mitigar el cambio climático es tarea de todos y forma parte de la RSE de las medianas empresas de San Miguel.

impactos y las  
posibles  
soluciones  
dirigidas a la  
comunidad en  
general y a  
grupos  
específicos  
(estudiantes,  
agricultores,  
líderes  
comunitarios).

---

**OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
-------------------------------------	-----------------	-----------------	---	----------------------

- Aumento del conocimiento y la conciencia de las comunidades costeras sobre la conservación marina (medido a través de encuestas).
- Cantidad de residuos marinos recolectados en las limpiezas de playas y fondos marinos.

- Apoyo a la creación y el fortalecimiento de organizaciones comunitarias dedicadas a la conservación marina y la gestión sostenible de los recursos.
- Implementación de campañas de limpieza en playas, ríos y lagunas junto a la comunidad.

Apoyar la conservación y el uso sostenible de la vida marina en playas, ríos y lagunas del departamento de San Miguel.

- Protección de playas, ríos y lagunas.
- Reducción del impacto ambiental.

El departamento de San Miguel cuenta con playas, ríos y lagunas que lamentablemente no escapan a la irresponsabilidad de personas que tiran basura o depositan otro tipo de desechos en ellos. Aunque existe cierta lejanía de estos lugares, es RSE de todas las medianas empresas en San Miguel, realizar acciones para contribuir a la conservación de la vida marina.

**OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES**

**INDICADOR DE**

**ACCIONES**

**OBJETIVO**

**LINEA ESTRATEGICA**

**JUSTIFICACION**

## RENDIMIENTO

- Número de comunidades involucradas en actividades de ecoturismo comunitario.
  - Ingresos generados por las comunidades a través del ecoturismo.
  - Nivel de conocimiento y conciencia de la comunidad sobre la importancia de los bosques secos (medido a través de encuestas).
- Apoyo a las comunidades locales para la implementación de actividades ecoturísticas de bajo impacto como senderismo.
  - Implementación de campañas de limpieza en la comunidad.

Contribuir a la protección y uso sostenible de los ecosistemas terrestres en el departamento de San Miguel.

## DEL MODELO

- Reducción del impacto ambiental.
- Solidaridad con la comunidad.

Si bien en la actualidad el turismo puede convertirse en una fuente de ingresos en diferentes zonas de San Miguel, es necesario buscar el equilibrio también en este tipo de actividades, ya que en muchas ocasiones el uso de vehículos y la falta de educación de algunas personas que tiran basura en cualquier lugar puede hacer del turismo algo perjudicial a los ecosistemas de playas, lagunas, ríos o montañas. Realizar actividades ecoturísticas que sean amigables con el medio ambiente ayuda a conservar la vida de los ecosistemas terrestres y refleja la RSE de la empresa para con el medio ambiente.

---

**OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES**

---

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de comunidades involucradas en actividades de ecoturismo comunitario.</li> <li>• Ingresos generados por las comunidades a través del ecoturismo.</li> <li>• Nivel de conocimiento y conciencia de la comunidad sobre la importancia de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a las comunidades locales para la implementación de actividades ecoturísticas de bajo impacto como senderismo.</li> <li>• Implementación de campañas de limpieza en la comunidad.</li> </ul>	<p>Contribuir a la protección y uso sostenible de los ecosistemas terrestres en el departamento de San Miguel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción del impacto ambiental.</li> <li>• Solidaridad con la comunidad.</li> </ul>	<p>Si bien en la actualidad el turismo puede convertirse en una fuente de ingresos en diferentes zonas de San Miguel, es necesario buscar el equilibrio también en este tipo de actividades, ya que en muchas ocasiones el uso de vehículos y la falta de educación de algunas personas que tiran basura en cualquier lugar puede hacer del turismo algo perjudicial a los ecosistemas de playas, lagunas, ríos o montañas. Realizar actividades ecoturísticas que sean amigables con el medio ambiente ayuda a conservar la vida de los ecosistemas terrestres y refleja la RSE de la empresa</p>

los bosques secos (medido a través de encuestas).

para con el medio ambiente.

## **OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SOLIDAS**

<b>INDICADOR DE RENDIMIENTO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de personas participantes en los talleres.</li> <li>• Numero de organizaciones locales participantes en los talleres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un código de ética interno que permita un ambiente de trabajo respetuoso, inclusivo, libre de acoso y discriminación, así como los mecanismos específicos de denuncia confidencial</li> </ul>	Fortalecer el ambiente de paz y justicia dentro de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética y transparencia.</li> <li>• Fomento de un ambiente de trabajo positivo.</li> </ul>	Si bien las redes sociales han acercado a las medianas empresas a sus clientes, es tarea de toda mediana empresa crear un vínculo más allá del cliente como un consumidor de su producto, los posibles conflictos en el entorno pueden afectar a la empresa, por lo que es necesario el fortalecimiento dela paz y la justicia primeramente dentro de la empresa y que este sea trasladado al ámbito donde desarrolla sus actividades, es

para empleados  
y clientes.

- Junto a organizaciones locales y la comunidad realizar talleres y conversatorios que fomenten el diálogo intercultural, la resolución pacífica de conflictos y la construcción de la paz. Donde se pueda educar a la comunidad en derechos humanos y transparencia

parte de la Responsabilidad Social Empresarial, contribuir a la construcción de la paz, la resolución de conflictos y el respeto a los derechos humanos en la comunidad.

de las  
instituciones.

## OBJETIVO 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

INDICADOR DE RENDIMIENTO	ACCIONES	OBJETIVO	LINEA ESTRATEGICA DEL MODELO	JUSTIFICACION
<ul style="list-style-type: none"> <li>Numero de alianzas realizadas con organizaciones e instituciones involucradas en la realización de cada una de las acciones mencionadas en el presente modelo de Responsabilidad Social Empresarial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alianzas con Organizaciones no gubernamentales y organizaciones comunales para la realización de las acciones que se plantean en este modelo de Responsabilidad Social Empresarial.</li> <li>Participación en iniciativas de "impacto colectivo" junto a otras organizaciones locales unidos en torno a un objetivo social o ambiental común,</li> </ul>	<p>Realizar las alianzas necesarias para el logro de los objetivos correspondientes a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecimiento del liderazgo.</li> <li>Colaboración con terceros.</li> <li>Mejora continua.</li> </ul>	<p>El logro exitoso de cada una de las acciones de las medianas empresas de San Miguel, como parte de su RSE, no es posible de manera individual, por lo que el éxito de estas acciones dependerá de las alianzas que se realicen, primeramente, con sus empleados, proveedores, otras empresas, instituciones y sobre todo con la comunidad. Logrando con esto no solo el éxito de las actividades, sino el fortalecimiento de vínculos que perdurarán en el tiempo y que serán de beneficio a la mediana empresa.</p>

definiendo una agenda  
compartida, midiendo  
el progreso de manera  
conjunta y realizando  
actividades  
coordinadas.

**Ejemplo de presupuesto para la acción: donaciones de lámparas solares a comunidad y familias de escasos recursos; correspondiente al ODS 7: energía asequible y no contaminante.**

**Objetivo:** Contribuir al acceso a energía asequible y no contaminante a través de la implementación de soluciones energéticas sostenibles y la promoción de su uso responsable.

**Tabla 24: Ejemplo de Presupuesto**

<b>PRESUPUESTO</b>				
<b>Actividad: Donación de lámparas solares a comunidades y familias de escasos recursos.</b>			<b>Periodo: 2 meses.</b>	
<b>CATEGORIA</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Adquisición de Lámparas Solares.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lámparas solares portátiles con batería recargable y luz LED (ejemplo: 5-8 horas de luz con carga completa)</li> </ul>	25	\$50.00	\$1,250.00
<b>Logística y Transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte de las lámparas desde el punto de adquisición al lugar de</li> </ul>	2 viajes	\$15	\$30.00

	instalación.			
<b>Personal y Voluntariado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinador del proyecto (tiempo parcial o completo según la duración).</li> </ul>	1 (Técnico)	\$50	\$50
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos de logística para voluntarios (transporte local, refrigerios).</li> </ul>	10 (empleados y miembros de la comunidad beneficiada)	\$10	\$100
<b>Sensibilización y Capacitación.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales informativos (volantes, afiches) sobre el uso y mantenimiento de las lámparas.</li> </ul>	50 volantes 20 afiches	\$0.10 \$0.75	\$12.50
<b>Monitoreo y Evaluación</b>		1	\$25.00	\$25.00
<b>Imprevistos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondo para cubrir cualquier gasto inesperado o</li> </ul>		\$50.00	\$50.00

	ajuste necesario.			
<b>TOTAL FINAL</b>				<b>\$1,517.50</b>
<b>NOTAS IMPORTANTES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Equipo técnico:</b> Se contratará un técnico especialista en instalación de lámparas solares (en el caso de en la empresa no haya una persona capacitada para hacer dicha actividad).</li> <li>• <b>Negociación con Proveedores:</b> Es importante buscar cotizaciones de varios proveedores para obtener los mejores precios en las lámparas solares.</li> <li>• <b>Voluntariado:</b> Involucrar a voluntarios de la comunidad puede reducir significativamente los costos de personal. Los empleados involucrados no recibirán un pago extra por su involucramiento.</li> <li>• <b>Transparencia:</b> Mantener un registro detallado de todos los gastos y donaciones para garantizar la transparencia del proyecto.</li> </ul>			

**Ejemplo de cronograma para la acción: donaciones de lámparas solares a comunidad y familias de escasos recursos; correspondiente al ODS 7: energía asequible y no contaminante.**

**Objetivo:** Contribuir al acceso a energía asequible y no contaminante a través de la implementación de soluciones energéticas sostenibles y la promoción de su uso responsable.

**Tabla 25: Ejemplo de cronograma.**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES									
Actividad: Actividad: Donación de lámparas solares a comunidades y familias de escasos recursos.							Periodo: 2 meses.		
FASES	JULIO					AGOSTO			
	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4
<b>Fase 1:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definición detallada del alcance del proyecto (número de lámparas, comunidad específica).</li> <li>Cotización y selección de proveedores de lámparas solares (calidad, precio, garantía).</li> <li>Elaboración del presupuesto detallado y búsqueda de financiamiento (si aplica).</li> <li>Diseño de la estrategia de comunicación y sensibilización para las comunidades beneficiarias.</li> </ul>									

<p><b>Fase 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de alianzas con organizaciones locales y líderes comunitarios para la instalación de las lámparas en la comunidad y la selección de voluntarios.</li> <li>• Finalización de acuerdos con proveedores y realización de pedidos de lámparas solares.</li> <li>• Identificación de puntos específicos en la comunidad y familias de escasos recursos más necesitadas (en colaboración con líderes comunales).</li> </ul>									
<p><b>Fase 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento del envío de las lámparas solares por parte del proveedor.</li> <li>• Coordinación con los contactos locales para la recepción y almacenamiento de las lámparas.</li> <li>• Confirmación de la logística de almacenamiento temporal seguro en la comunidad.</li> <li>• Recepción y verificación de las lámparas solares.</li> <li>• Preparación del material informativo a distribuir.</li> </ul>									
<p><b>Fase 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de reunión de capacitación a voluntarios y líderes comunitarios, sobre la instalación de las lámparas, así como también del mantenimiento de estas, dirigida por el técnico</li> </ul>									

<p>contratado para la actividad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primera y segunda jornada de instalación de lámparas.</li> <li>• Distribución del material informativo.</li> <li>• Documentación del proceso de distribución (fotografías, testimonios, etc.).</li> <li>• Resolución de cualquier problema o duda surgida durante la distribución.</li> </ul>									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Ejemplo de tabla de evaluación y métricas clave para la acción: donaciones de lámparas solares a comunidad y familias de escasos recursos; correspondiente al ODS 7: energía asequible y no contaminante.**

**Objetivo:** Contribuir al acceso a energía asequible y no contaminante a través de la implementación de soluciones energéticas sostenibles y la promoción de su uso responsable.

**Tabla 26: Guía de evaluación y métricas clave para la acción de RSE.**

<b>Categoría de Evaluación</b>	<b>Métrica Específica</b>	<b>Meta Establecida</b>	<b>Resultado Obtenido</b>	<b>Análisis del Resultado</b>	<b>Recomendaciones</b>
<b>Alcance de la donación</b>	Número de lámparas solares distribuidas.	25	25	Se cumplió con la instalación de cada una de las lámparas, según la cantidad especificada desde el inicio de la actividad.	Considerar la posibilidad de realizar la misma actividad en otras comunidades, ya que trae múltiples beneficios a la comunidad.

	Número de familias beneficiadas.	15	15	Se cumplió con la instalación de cada una de las lámparas, según la cantidad especificada a familias, desde el inicio de la actividad.	Analizar los criterios de selección de beneficiarios para asegurar la equidad en futuras distribuciones.
<b>Impacto en la iluminación de la comunidad.</b>	Zonas de la comunidad que no contaban con iluminación.	10	10	Se cumplió con la instalación de cada una de las lámparas, según la cantidad especificada a la comunidad, desde el inicio de la actividad.	Analizar los criterios de selección de las zonas donde se instalan las lámparas, a fin de colocarlas en puntos estratégicos donde sean más necesarias.
<b>Impacto Socioeconómico</b>	Hogares, que reducirán el consumo de energía eléctrica.	15	15	Se cumplió con la meta propuesta de lámparas instaladas para los hogares, esto reducirá el consumo de energía eléctrica, lo que dará como resultado una reducción en el recibo mensual de luz eléctrica, teniendo un impacto	Se recomienda para la realización de futuras instalaciones de lámparas solares, realizar una jornada de concientización para las familias beneficiadas, sobre el ahorro de energía eléctrica, para que se pueda potenciar aún más

				positivo en la economía familiar.	el beneficio económico.
--	--	--	--	-----------------------------------	-------------------------

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía

- Alvarez, M. (2009). *Manual de la micro pequeña y mediana empresañ*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/Manual\\_Micro\\_Pequeña\\_Mediana\\_Empresa\\_es.pdf?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf?sequence=1)
- Barrio-Fraile, E. (. (2018). La gestión de la responsabilidad social corporativa: Propuesta de un modelo teórico. *Questiones Publicitarias*, 59-68.
- BCR. (2021). *Lista de empresas de San Miguel según MIPYMES*. San Salvador.
- Dorantes Benavidez, H. G. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas . *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Dorantes Benavidez, H., Gutiérrez Lugo, L. M., & Dorantes Benavidez. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- EADA FUNDACION, Manpower Group, Fundacion Seres. (10 de 12 de 2013). *Compromiso RSE*.
- Ethos, I. (2006). *Indicadores Ethos*.
- Fuentes, G. R. (2013). *Diseño de modelo de responsabilidad* .
- Fundemas. (2012). *Guia practica de RSE para PYMES*. Obtenido de <https://fundemas.org/wp-content/uploads/2022/02/guia-practica-de-rse-para-pymes.pdf>
- Fundemas. (2013). *Fundemas sumando sostenemos el futuro*. Obtenido de <https://fundemas.org/la-rse-en-el-salvador/>
- FUNDEMAS. (2014). *RSE EN EL SALVADOR: PRACTICAS Y ESTRATEGIAS PARA PREVENIR EL CRIMEN Y LA VIOLENCIA*.
- GRI. (2016). GRI 101: FUNDAMENTOS .
- Johnson, M. G. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial en el contexto del capital social. *Redalyc*.
- MOYA, J. V. (2010). RESPONSABILIDAD SOCIAL. *REDALYC*.
- Oliveros, M. A. (2015). El balance Social como Herramienta de Responsabilidad Social. *Redalyc*.

Ormaza, J. O. (2020). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 175-193.

Secretaria General de ISO. (2010). *ISO 26000*. Ginebra.

SPAIN, U. (2022). Ventajas de la Responsabilidad Social Corporativa en las grandes empresas.

Vallaes, D. F. (2012). Definir la responsabilidad social:.

## ANEXOS

### ANEXO A: PRESUPUESTO DEL PROYECTO

**Tabla 26**

*Presupuesto*

Cant.	Descripción detallada	Unidad	Precio unitario	Total
18	Internet Residencial.	Mes	\$25.00	\$450.00
180	Combustible.	Galones	\$3.75	\$675.00
1	Alimentación.	SG	\$300.00	\$300.00
1	Impresiones.	SG	\$150.00	\$150.00
18	Pago de cuota de proceso de tesis.	Meses	\$165.00	\$2,970.00
3	Laptops.	U	\$750.00	\$2,250.00
1	Saldo.	SG	\$300.00	\$300.00
1	Imprevisto.	SG	\$200.00	\$200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$7,295.00</b>

Nota. La tabla 3 muestra el presupuesto que se proyecta invertir en el desarrollo de esta investigación; las siguientes siglas significan; SG: suma global; U: unidad.

### ANEXO B: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

**Tabla 27 Cronograma**

Actividad	SEMESTRES					
	2023		2024		2025	
Seminario teórico práctico de tesis.						
Trabajo en propuesta de tema de investigación.						
Anteproyecto						
Defensa del						

ante proyecto.						
Presentación, informe final.						
Defensa final de la propuesta.						

Nota. La tabla 27 muestra las fechas proyectadas en el desarrollo de cada una de las actividades

## ANEXO C: CUESTIONARIO

### Cuestionario de opinión

Dirigido a medianas empresas registradas en el departamento de San Miguel.

**Objetivo:** conocer sobre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las medianas empresas registradas en el departamento de San Miguel.

**1. ¿Conoce usted o ha escuchado el termino Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Si
- b) No

**2. ¿Le interesaría aplicar la Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Si
- b) No

**3. ¿Qué tan importante considera que es la Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Muy poco
- d) Nada

**4. ¿Conoce usted alguna empresa que practique la Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Si
- b) No

**5. ¿Realiza su empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Si
- b) No

**6. ¿Cada cuánto tiempo realizan actividades de Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Trimestralmente
- b) Semestralmente
- c) Anualmente
- d) Nunca

**7. ¿Cuál es el nivel de involucramiento de los trabajadores de su empresa en prácticas de Responsabilidad Social?**

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Muy poco
- d) Nada

**8. ¿Cómo calificaría usted la inversión en el talento humano (empleados) por parte de su empresa?**

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Muy mala

**9. ¿Le gustaría que su empresa realizara actividades de Responsabilidad Social Empresarial con mayor frecuencia?**

- a) Si
- b) No

**10. ¿Cómo considera usted la imagen que tiene la comunidad de su empresa?**

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

**11. ¿Cuánto considera usted que la implementación de un modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial ayudaría a mejorar la imagen de su empresa?**

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Muy poco
- d) Nada

**12. ¿Considera usted que la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial mejora la relación entre una empresa y la comunidad donde esta ópera?**

- a) Si
- b) No

**13. ¿Considera usted que la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial puede incrementar las ventas en la empresa?**

- a) Si
- b) No

**14. ¿Estaría dispuesto a seguir un modelo definido para implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su empresa?**

- a) Si
- b) No

**15. ¿Según su criterio cuanto tiempo debe comprender la implementación de un modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en su empresa?**

- a) 3 meses
- b) 6 meses
- c) 12 meses
- d) 3 años

**16. Considera usted que el conocimiento de un modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial bien definido en su empresa, ¿motivaría la participación de los empleados en dichas prácticas?**

- a) Si
- b) No

**17. Considera usted que la planeación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial a través de un modelo previamente definido, ¿ayudaría a reducir los costos de la realización de estas prácticas?**

- a) Si
- b) No

**18. ¿A qué sector considera que debe enfocarse mayormente un modelo de Responsabilidad Social Empresarial?**

- a) Empleados
- b) Proveedores
- c) Clientes
- d) Comunidad en general

## GLOSARIO

**1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** Conjunto de prácticas, políticas y estrategias que buscan equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental en las operaciones de una organización, contribuyendo de forma sostenible al bienestar de sus colaboradores, la comunidad y el entorno.

**2. Modelo Estratégico** Esquema metodológico y sistemático que orienta las acciones de una organización hacia objetivos de largo plazo. En el ámbito de la RSE, un modelo estratégico integra iniciativas y recursos que permitan a la empresa alcanzar beneficios sociales y ambientales, sin sacrificar la rentabilidad.

**3. Stakeholders (Grupos de Interés)** Personas o colectivos que influyen o se ven afectados por las actividades de la empresa (accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, comunidad, gobierno, etc.). La teoría de los stakeholders, planteada por Freeman (1984), impulsa la creación de estrategias que incluyan sus necesidades y expectativas.

**4. Triple Bottom Line (Triple Cuenta de Resultados)** Concepto popularizado por John Elkington a fines de la década de 1990. Propone medir el éxito de una empresa no solo por su rendimiento económico, sino también por su aporte social y su impacto ambiental, promoviendo así la sostenibilidad a largo plazo.

**5. Desarrollo Sostenible** Enfoque que busca satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. En un contexto organizacional, implica la gestión responsable de los recursos y la adopción de prácticas que prevengan daños ambientales y sociales.

**6. Filantropía** Actividad de carácter voluntario y altruista a través de donaciones o ayudas a causas benéficas. A diferencia de la RSE, la filantropía no siempre está sujeta a un plan o estrategia de negocio orientado a la creación de valor compartido.

**7. Altruismo Empresarial** Cualquier acción o iniciativa en la que la empresa ofrece recursos o apoyo a causas sociales o ambientales por solidaridad o empatía, sin buscar necesariamente un rendimiento económico o una ventaja competitiva directa.

**8. Balance Social** Herramienta que permite evaluar y comunicar las contribuciones de una

organización al desarrollo económico, social y ambiental de sus grupos de interés. Suelen medirse datos cuantitativos y cualitativos sobre proyectos sociales y de sostenibilidad.

**9. Global Reporting Initiative (GRI)** Organización sin fines de lucro que establece los estándares más reconocidos para la elaboración de memorias o informes de sostenibilidad. Incluye indicadores económicos, sociales y ambientales que facilitan la rendición de cuentas y la comparabilidad entre empresas.

**10. ISO 26000** Guía internacional para la responsabilidad social publicada en 2010 por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Proporciona lineamientos sobre cómo las organizaciones pueden operar de forma ética y transparente, contribuyendo al desarrollo sostenible.

**11. Indicadores Ethos** Conjunto de pautas desarrolladas por el Instituto Ethos de Brasil para medir y gestionar la RSE dentro de las organizaciones. Permiten evaluar el desempeño en diversos ámbitos, como la gobernanza corporativa, la gestión con proveedores, la relación con la comunidad y el impacto ambiental.

**12. Modelo Dinámico de RSE** Propuesta de gestión que concibe la responsabilidad social como un proceso continuo, sujeto a retroalimentación y mejora continua. Incluye fases de planificación, implementación, seguimiento y control, revisándose de forma periódica para adaptarse a cambios del entorno.

**13. Gobernanza Corporativa** Conjunto de estructuras y prácticas que regulan la dirección y el control de una organización, asegurando transparencia, integridad y responsabilidad ante los distintos grupos de interés.

**14. Ventaja Competitiva** Capacidad que adquiere una empresa de diferenciarse y obtener rendimientos superiores mediante la implementación de estrategias efectivas, entre ellas el uso de iniciativas de RSE que fortalezcan su reputación y la fidelización de clientes.

**15. Filialidad con la Comunidad** Relación de colaboración e intercambio en la que la empresa contribuye activamente al bienestar local, ya sea generando empleo, apoyando iniciativas comunitarias o promoviendo proyectos de desarrollo social y ambiental.

**16. Mediana Empresa** Unidad de negocio que, según criterios económicos y legales (como el del Banco Central de Reserva en El Salvador), se caracteriza por un número específico de empleados y un volumen de facturación que la ubican entre la pequeña y la gran empresa.

**17. FUNDEMÁS (Fundación Empresarial para la Acción Social)** Organización salvadoreña que promueve la RSE, brindando asesoría y acompañamiento a empresas para la implementación de prácticas sostenibles y socialmente responsables.

**18. Pacto Mundial (Global Compact)** Iniciativa de las Naciones Unidas lanzada en el año 2000, que invita a las empresas a adoptar principios universales en materia de derechos humanos, estándares laborales, protección ambiental y lucha contra la corrupción.

**19. Sostenibilidad Financiera** Habilidad de una empresa u organización para mantener estables y crecientes sus fuentes de ingresos y operaciones a lo largo del tiempo, garantizando la adecuada asignación de recursos y el cumplimiento de sus compromisos.

**20. Voluntariado Corporativo** Programa en el que la empresa impulsa a sus colaboradores a participar en proyectos sociales o ambientales, contribuyendo con su tiempo, talento y conocimientos de manera alineada a los valores y objetivos de la organización.