

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración de Empresas



**La responsabilidad social empresarial y su impacto en la imagen de una
empresa de telecomunicaciones.**

(Tesis de Licenciatura)

José María Rodas Mazariegos

Guatemala, junio de 2019.

**La responsabilidad social empresarial y su impacto en la imagen de una
empresa de telecomunicaciones.**

(Tesis de Licenciatura)

José María Rodas Mazariegos

Lic. Ariel de León (**Asesor**)

Licda. Rosa de Motta (**Revisora**)

Guatemala, junio de 2019.

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M. A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Mgtr. Ana Rosa Arroyo

Coordinadora

Guatemala, 07 de junio de 2019.

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe de que soy autor de la tesis titulada "**La responsabilidad social empresarial y su impacto en la imagen de una empresa de telecomunicaciones.**" y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad la responsabilidad como autor del contenido de esta tesis y para efectos legales soy el único responsable.

Atentamente,



José María Rodas Mazariegos

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No. 1118878



UPANA

Universidad Panamericana
"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.L.AE.A012-PS.001.2019.

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 22 DE MAYO DE 2019.**

DICTAMEN

Tutor: Licenciado Ariel De León Maldonado
Revisor: M.A. Rosa Albelia Ardón Casasola de Motta

Tesis titulada: "La responsabilidad social empresarial y su impacto en la imagen de una empresa de telecomunicaciones."

Presentada por: José María Rodas Mazariegos.

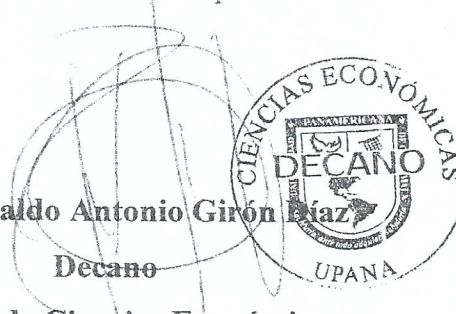
Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado en Administración de Empresas.

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 6 de agosto del 2016.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad Guatemala

Luego de tener a la vista la tesis denominada **"La responsabilidad social empresarial y su impacto en la imagen de una empresa de telecomunicaciones"** presentada por el estudiante **José María Rodas Mazariegos**, previo a optar el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas, dictamino que cumple con los requisitos técnicos y de contenido requeridos por Universidad Panamericana.

Por lo anterior descrito, extiendo el presente dictamen favorable para que continúe con el proceso correspondiente de egreso.

Atentamente;

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ariel De León Maldonado', written over a horizontal line.

Lic. Ariel De León Maldonado
Tutor

Guatemala, 25 de noviembre de 2016.

Señores
Facultad Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación al trabajo de revisión de la Tesis denominada: **“La responsabilidad social empresarial y su impacto en la imagen de una empresa de telecomunicaciones”** elaborado por José María Rodas Mazariegos de la Licenciatura en Administración de Empresas. En mi calidad de revisora de dicho trabajo, me permito informarle que éste se realizó conforme los reglamentos internos de esta Universidad, y que el mismo en mi opinión, cumple con los requerimientos académicos establecidos por Universidad Panamericana. Por tal razón, me permito emitir sobre el mismo **DICTAMEN FAVORABLE**.

Al ofrecerme a cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,


M.A. Rosa Ardón de Motta
Revisora

Contenido

Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo 1	1
1. Marco Conceptual	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	10
1.3 Pregunta de investigación	10
1.4 Justificación del problema	10
1.5 Objetivos de investigación	11
1.5.1 Objetivo General	11
1.5.2 Objetivos Específicos	11
1.6 Alcances y límites de la investigación	11
Capítulo 2	12
2. Marco Teórico	12
2.1 La Responsabilidad Social Empresarial	12
Capítulo 3	22
3. Marco Metodológico	22
3.1 Tipo de investigación	22
3.2 Sujetos de Investigación	22
3.3 Instrumentos de recopilación de datos	23
3.4 Diseño de la investigación	23
Capítulo 4	24
4. Ejecución y Resultados de la Investigación	24
4.1 Muestreo	24
4.2 Presentación de Resultados	24
Capítulo 5	34
5. Discusión y Análisis de Resultados	34
5.1 Discusión de Resultados	34
5.2 Conclusiones	35
5.3 Recomendaciones	36
5.4 Propuesta	37

Referencias Bibliográficas

38

Anexos

39

Resumen

El objetivo de este estudio descriptivo fue evaluar el impacto que se tiene en la imagen de una empresa de telecomunicaciones cuando se realiza un programa estructurado de responsabilidad social empresarial y cuando se involucra a todo el personal para que participen en el programa de responsabilidad social empresarial, contribuyendo a su crecimiento personal y profesional, así como el de sus familias y comunidad.

En el capítulo 1 se presentan los antecedentes de la empresa de telecomunicaciones en donde se realizó el estudio, la empresa ha diversificado sus productos y servicios en los últimos años incrementando sus ventas y de esta manera también incrementando sus actividades de proyección social empresarial. También se describieron los antecedentes, las actividades y la función que realiza el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CentraRSE).

Se definió el objetivo específico de la investigación a partir del que se plantea una propuesta para la adición de una unidad para desarrollar responsabilidad social empresarial por el medio ambiente.

Se planteó que el tipo de investigación que se realizó es descriptiva y explicativa con el propósito de sacar conclusiones en cuanto a cómo impacta la labor de responsabilidad social empresarial de manera positiva en la imagen de la empresa.

En el capítulo 2 se realizó el marco teórico, en donde se recalca la importancia de que las empresas tengan responsabilidad social empresarial y los beneficios que se obtienen en relación al incremento de sus ventas al impactar positivamente en su marca y que llega a fijarse en la mente de los consumidores. Se explica la pirámide de la responsabilidad social empresarial.

Se da una explicación de la Norma ISO 26000 y los beneficios que se pueden lograr cuando se implementa en las empresas. Se explican las siete materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial según la norma ISO 26000.

En el capítulo 3 se definió que la investigación realizada fue de tipo descriptiva y explicativa también se definen los sujetos de investigación y los instrumentos a utilizar para la recopilación de datos.

En el capítulo 4 se dan a conocer los resultados de las entrevistas a los sujetos de la investigación y el análisis de las respuestas que dieron los entrevistados a las preguntas realizadas, se confirma que la empresa de telecomunicaciones estudiada tiene un programa estructurado de responsabilidad social empresarial que involucra a todo el personal y lo encamina a su desarrollo personal, sus familias y su comunidad.

En el capítulo 5 se presenta el análisis y la discusión de los resultados, se llega a las conclusiones de la investigación sobre el impacto positivo en la imagen de la empresa cuando ésta lleva a cabo un programa estructurado de responsabilidad social empresarial, se hacen las recomendaciones para fortalecer el programa actual de responsabilidad social empresarial de la empresa de telecomunicaciones.

Introducción

Es importante que una empresa de telecomunicaciones tenga un plan estructurado de responsabilidad social empresarial. El programa de responsabilidad social empresarial debe hacer que la empresa se proyecte hacia sus empleados y los vea de manera integral desde el punto de vista de la persona, que lo lleve a desarrollarse personal y profesionalmente y que los empleados contribuyan al desarrollo de sus familias y la comunidad en que viven y que en suma todo esto contribuya al crecimiento económico y social del país.

La investigación realizada se enfocó en describir y explicar cómo esta proyección social empresarial que la empresa realiza debe tener un impacto positivo en la imagen de la empresa de telecomunicaciones y conlleve al crecimiento constante de sus ventas.

Se realizó la investigación de campo entrevistando a personas claves dentro de la organización de una empresa de telecomunicaciones, estas personas influyen directamente en la labor de responsabilidad social empresarial que la empresa realiza. El resultado demostró que sí tienen un plan estructurado y que lo ejecutan involucrando a todo el personal y los llevan a desarrollarse personal y profesionalmente, además se tiene el enfoque de proyección hacia las familias y comunidad.

La empresa de telecomunicaciones en donde se realizó la investigación se basa en normas y estándares internacionales de responsabilidad social empresarial y busca constantemente obtener reconocimientos y certificaciones nacionales e internacionales como ser considerada como uno de los mejores sitios para trabajar, lo que hace mantener a su personal constantemente muy motivado y con sentido de pertenencia haciendo que se involucre en las actividades de responsabilidad social empresarial.

Se determinó que el programa de responsabilidad social empresarial de la empresa de telecomunicaciones cumple con las etapas de la pirámide de la responsabilidad social empresarial y que se puede mejorar incluyendo en el programa el cuidado del medio ambiente.

Capítulo 1

1. Marco Contextual

1.1 Antecedentes

En los últimos años se ha tenido un gran avance en el desarrollo de las telecomunicaciones a nivel mundial y por consiguiente en Guatemala. Existen empresas que se encargan de proveer servicios de telefonía, internet, transporte de datos, transmisión de televisión de paga, servicios de localización, servicios de video monitoreo, entre otros. Este avance en las telecomunicaciones ha contribuido grandemente al desarrollo económico del país, facilitando el intercambio de información. Se atienden a personas individuales, pequeñas y medianas empresas y a grandes empresas que dependen del intercambio de la información para facilitar sus operaciones. Al mismo tiempo que las empresas de telecomunicaciones han potencializado su crecimiento económico, se han proyectado hacia la sociedad para contribuir al desarrollo sostenible del país.

En Guatemala existe el *Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial CentraRSE*. Fue fundada en el año 2003, CentraRSE es hoy una organización que cuenta con más de 100 empresas asociadas que pertenecen a más de 20 sectores y subsectores productivos del país y dan empleo a 150,000 familias; convirtiéndose en la coalición de empresas promotoras de la RSE más influyente del país y una de las más importantes a nivel regional. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

CentraRSE busca generar un cambio de actitud en el empresariado guatemalteco para convertirlos en empresarios conscientes y proactivos, que contribuyan significativamente al desarrollo de las personas, la competitividad de las empresas y el desarrollo sostenible del país. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

La visión que CentraRSE pretende alcanzar es:

“Que Guatemala sea un país con bienestar general, donde el desarrollo sostenible es generado por empresas que operamos basadas en una cultura de valores, con apego a la ley y visión de largo plazo”. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

Para alcanzar esta visión, CentraRSE ha definido su misión como:

“Apoyamos a empresas para que adopten y transmitan una cultura de responsabilidad social que garantice su sostenibilidad.” (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

En el año 1,998 el Banco Mundial y el Consejo de Fundaciones Privadas de Guatemala, plantearon a un grupo de ciudadanos guatemaltecos introducir el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) en Guatemala, quienes, convencidos de su importancia, aceptaron el reto. El grupo fue integrado por líderes empresariales quienes reflexionaron acerca de un plan de acción que facilitara trasladar con éxito el concepto de la RSE al sector empresarial, en un marco libre de inclinaciones políticas. Así fue como, basándose en las experiencias de otras instituciones internacionales dedicadas a la promoción de la RSE (como el Instituto Ethos de Brasil, una de las organizaciones promotoras de la RSE más importante del mundo), se conocieron sus prácticas y se asimilaron varios enfoques, que posteriormente sirvieron de insumos para crear el modelo para Guatemala. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

En esta etapa preliminar el interés se concentró en el análisis del sector productivo -el cual no era ajeno el tema por completo- y en el acercamiento a gremios empresariales, para considerar sus aportes y opiniones sobre el tema. El diagnóstico obtenido definió los retos propios del país y sirvió para determinar el plan a seguir para la promoción de los conceptos de RSE. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

En este contexto, el 26 de febrero del 2003, se crean los estatutos para dar origen al Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CentraRSE). Inicia operaciones contando con 8 empresas afiliadas. A finales de ese mismo año, 24 empresas ya se habían adherido. A partir de entonces, el índice de crecimiento ha ido aumentando en un promedio anual del 15%, contando actualmente con más de 100 empresas afiliadas. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

En el escenario internacional, CentraRSE, es representante en Guatemala del WBCSD (Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible), la coalición de empresas más grande del mundo en estos temas. Recientemente una publicación del WBCSD reconoció a CentraRSE en Guatemala, como “una de las instituciones que han logrado exitosamente encausar un cambio en los líderes empresariales, el sector productivo y la sociedad, explorando nuevos modelos de

eficiencia y competitividad; promoviendo un crecimiento sostenible de los negocios y contribuyendo a aliviar la pobreza”. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

CentraRSE además pertenece a CSR360°, la Red Interamericana de RSE y la Integración Centroamericana por la RSE -IntegraRSE-. Esta última, conformada por: CentraRSE en Guatemala; Fundemás en El Salvador; FundahRSE, en Honduras; UniRSE en Nicaragua; AED en Costa Rica y SumaRSE en Panamá. (CentraRSE, Conózcamos, 2016)

Tradicionalmente las empresas consideraban que solo con presupuestar donaciones a entidades gubernamentales o no gubernamentales, era la forma correcta de contribuir con la sociedad y no se fijaban en su mayoría en el impacto que significaba esta labor altruista en la imagen de la empresa misma.

Se trata con esto de crear verdaderos programas que cambien la actitud del empresario y de todos los colaboradores que tenga en su empresa, enfocados todos a contribuir al desarrollo de las personas, las familias, la comunidad y así al desarrollo sostenible de nuestro país.

CentraRSE tiene como estrategia de trabajo facilitar espacios para competir e intercambiar experiencias empresariales en responsabilidad social empresarial.

Algunos de los beneficios que reciben nuestros socios son:

- Formación y capacitación: cursos de sensibilización así como conferencias y talleres con expertos locales e internacionales en el tema de RSE.
- Evaluación y medición: Acompañamiento en la evaluación del nivel de desarrollo de la empresas en RSE por medio de la herramienta “Indicarse”, que es un nuevo software innovador, 100% ISO 26000 con una batería de Pacto Global y GRI.
- Apoyo en la definición de prioridades y desarrollo de planes de acción.
- Actividades de intercambio y foros.
- Acceso a información, contactos y nuevas tendencias en el tema de RSE.
- Documentación de casos de éxito.

- Apoyo en el desarrollo de estrategias de comunicación de la empresa con sus públicos interesados.
- Apoyo en la formación de alianzas estratégicas a nivel intersectorial. (CentraRSE, Estrategia, 2016)

Los diversos medios con los que CentraRSE cuenta para la recaudación de recursos son:

Cuotas de membresías:

Existen cuatro tipos de membresías las cuales pagan una cuota anual en base al tamaño de la empresa (tanto por ventas como por número de colaboradores), que la hace elegible a un paquete de beneficios.

Servicios:

Conferencias, consultorías, capacitaciones, y otros servicios a desarrollar.

Donaciones:

- De empresas
- De organismos internacionales, ONGs, o países. (CentraRSE, Estrategia, 2016)

Planes de trabajo

A partir del año 2012, se ha enfocado la estrategia de trabajo de CentraRSE en tres áreas importantes:

- Organización eficiente (capacidad interna y gestión administrativa),
- Generación de valor (atención a las empresas afiliadas) e
- Incidencia (relación con públicos externos y alianzas estratégicas), impactando en cuatro grupos clave: personas, empresas, gremiales y gobierno.

Con este nuevo marco de trabajo, tendremos mayor capacidad de influencia, para que más empresas adopten la cultura de negocios de la RSE, basándonos en la experiencia de las empresas que conforman nuestra membresía. (CentraRSE, Planes de Trabajo, 2016)

En el 2015 la estrategia de trabajo se planteó de la siguiente manera:

Gráfica No. 1

Gestión de RSE grandes empresas y pequeñas empresas



Fuente: Website CentraRSE 2016.

CentraRSE con el apoyo del Banco Interamericano llevaron a cabo el proyecto “mejora del desempeño de pequeñas y medianas empresas (PyME) Centroamericanas a través de la implementación de prácticas Empresariales Responsables” en donde el objetivo fue mejorar el desempeño para incrementar las oportunidades de mercado para las PyME a través del reconocimiento y la implementación de estrategias empresariales de responsabilidad social empresarial con énfasis en salud y seguridad ocupacional; especialmente aquellas que forman parte de la cadena de valor de grandes empresas. (CentraRSE, Proyecto de encadenamiento del BID, 2016)

En este proyecto participaron tres grandes empresas, socias de CentraRSE interesadas en asegurar un comportamiento responsable a lo largo de su cadena de valor y dispuestas a invertir recursos financieros y conocimiento en sus empresas proveedoras PyME para que dentro de su plan

estratégico incluyan prácticas responsables que contribuyen indudablemente a fortalecer aún más la cadena. (CentraRSE, Proyecto de encadenamiento del BID, 2016)

Yo Cumplo

Objetivo

Programa de verificación de prácticas socialmente responsables a todo tipo de empresas; promoviendo un nivel de cumplimiento mínimo basado en ISO26000 y otros sistemas de gestión internacional. (CentraRSE, Yo Cumplo, 2016)

Las empresas que deseen aplicar el programa de verificación YO CUMPLO, deberá cumplir con el siguiente proceso.

Gráfica No. 2

Proceso para el programa de verificación YO CUMPLO



Fuente: Website CentraRSE 2016.

El registro de verificación YO CUMPLO tiene validez de 1 año.

Temática a evaluar

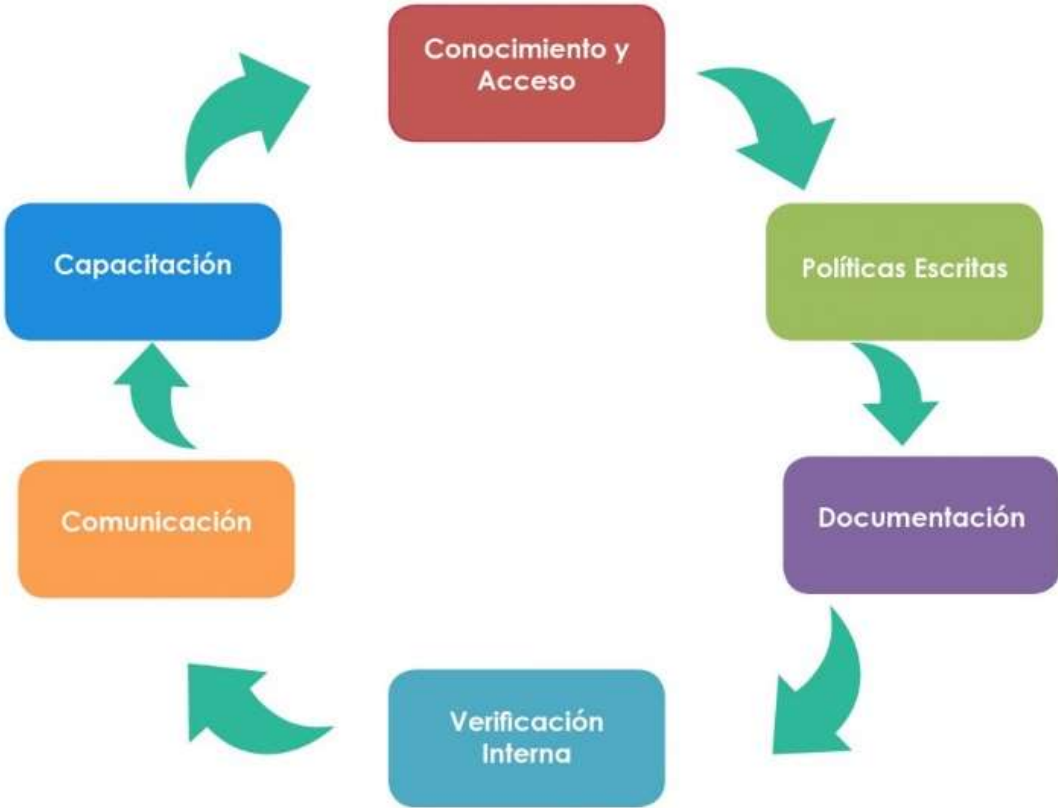
YO CUMPLO fue diseñado para verificar cuatro temas estructurales, los cuales contienen indicadores y prácticas que son definidas como el nivel de cumplimiento por la ISO26000. El proceso YO CUMPLO se enfoca en la verificación de dichos indicadores y prácticas dentro del sistema de gestión de la empresa. El registro de verificación YO CUMPLO se enfoca en cotejar el

sistema de gestión, su aplicabilidad e implementación, y requiere un documento o evidencia que valide la existencia de dicho indicador y su gestión. Es por ello que a continuación se describe lo que se comprende como “sistema de gestión”. (CentraRSE, Yo Cumplo, 2016)

Sistema de gestión es un conjunto de etapas unidas en un proceso continuo, que permite trabajar ordenadamente una idea hasta lograr mejoras y su continuidad. Se establecen seis etapas en este proceso, que hacen de este sistema, un proceso circular virtuoso, pues en la medida que el ciclo se repita recurrente y recursivamente, se logrará en cada ciclo, obtener una mejora. En la siguiente gráfica se representan las etapas de un proceso.

Gráfica No. 3

Etapas del proceso YO CUMPLO



Fuente: Website CentraRSE 2016.

- Conocimiento y acceso: a las normas y leyes pertinentes

- Políticas escritas: que sean coherentes con las leyes vigentes, normas industriales, convenios rectificadas, normas internacionales. Las políticas garantizan que exista comunicación con respecto a las expectativas de la empresa con los colaboradores y la administración y asistan en la estandarización de prácticas dentro de la empresa.
- Documentación: se registra para demostrar la conformidad con las leyes pertinentes.
- Verificación interna: por parte de la empresa realizar la verificación interna con regularidad para que se implementen las prácticas y si son coherentes con las políticas pertinentes.
- Comunicación: de los requisitos y políticas a todos los colaboradores y la implementación de canales de comunicación para los colaboradores que deseen comunicarse con la administración.
- Capacitación: a los colaboradores para garantizar que estén enterados de cualquier actualización en las políticas como consecuencia de modificaciones a las leyes pertinentes o prácticas industriales. Realizada la capacitación debe de documentarse toda la metodología. (CentraRSE, Yo Cumplo, 2016)

Los temas estructurales determinados en YO CUMPLIO son los siguientes y se describen a continuación:

- Gestión empresarial sostenible
- Trazabilidad en la cadena de valor
- Derechos humanos
- Relacionamiento con los colaboradores
- Relacionamiento con las comunidades
- Medio ambiente

CentraRSE es su aliado estratégico en la incorporación de la responsabilidad social en su empresa.

Las empresas asociadas a CentraRSE acceden a:

Información:

- Tendrán acceso a información práctica, investigaciones, documentación de casos exitosos, tendencias nuevas y publicaciones escritas y electrónicas. (CentraRSE, Beneficios, 2016)

Formación:

- Recibirán cursos de sensibilización y entrenamiento.
- Podrán vincularse con el sector académico para temas de RSE. (CentraRSE, Beneficios, 2016)

Herramientas:

- Tendrán la oportunidad de diagnosticar sus empresas sobre su nivel de incorporación de RSE, por medio de IndiCARSE.
- Tendrán acceso a bases de datos de organizaciones y profesionales expertos en distintas áreas de la RSE. (CentraRSE, Beneficios, 2016)

Foros:

- Representantes de las empresas podrán intercambiar experiencias con sus pares y otros ejecutivos de empresas de diversos sectores y tamaños. (CentraRSE, Beneficios, 2016)

Promoción:

- Participación en actividades de formación y diálogo.
- Difusión de sus buenas prácticas por medio de nuestros boletines y página web. (CentraRSE, Beneficios, 2016)

1.2 Planteamiento del problema

Las empresas de telecomunicaciones que no realizan responsabilidad social empresarial tienen poca identificación dentro de la comunidad donde tienen sus operaciones comparado con otras empresas que tienen un programa formal y estructurado de responsabilidad social empresarial; los empresarios y los trabajadores que no se proyectan haciendo labor social empresarial contribuyen a que las empresas tiendan a perder posicionamiento de su marca en la mente de los consumidores deteriorando la imagen de la empresa, perdiendo sentido de pertenencia por parte de los clientes y trabajadores, cediendo terreno dentro del mercado competitivo, lo que conlleva a generar una disminución o estancamiento en las ventas afectando los índices financieros de la empresa y como consecuencia de ello se afecta la estabilidad laboral de sus empleados teniendo un impacto negativo en el clima organizacional.

Derivado de lo anterior se presenta la siguiente pregunta de investigación:

1.3 Pregunta de investigación

¿Qué elementos conformarían un programa completo de responsabilidad social empresarial para que las empresas tengan un impacto en su imagen y se posicionen en la mente del consumidor?

1.4 Justificación del problema

Es necesario que el empresario y los trabajadores busquen un modelo de responsabilidad social empresarial para la empresa, con el fin de brindar una mejor calidad en el ámbito laboral con el enfoque de contribuir en el desarrollo del trabajador mismo, las familias, la comunidad y el país.

1.5 Objetivos de investigación

1.5.1 Objetivo General

Establecer los elementos que conforman un programa completo de responsabilidad social empresarial para que las empresas de telecomunicaciones tengan un impacto positivo en su imagen y se posicionen en la mente de los consumidores.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Describir los elementos que conforman un programa completo de responsabilidad social empresarial para que las empresas de telecomunicaciones tengan un impacto positivo en su imagen y se posicionen en la mente de sus consumidores.
2. Explicar las siete materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial, según la norma ISO 26000.
3. Identificar programas de medición y evaluación de la responsabilidad social empresarial en una empresa de telecomunicaciones.

1.6 Alcances y límites de la investigación

Esta investigación se hizo en forma descriptiva y explicativa, se recolectó la información de forma conjunta, calendarizada a través de un cronograma que tuvo una duración de tres meses, tomando en cuenta las limitaciones de tiempo y la disponibilidad del personal a entrevistar en una empresa de telecomunicaciones de Guatemala.

Capítulo 2

2. Marco Teórico

2.1 La Responsabilidad Social Empresarial

Se define la responsabilidad social empresarial como una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país. (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

¿Por qué responsabilidad social empresarial y no filantropía?

A la hora de decidir cómo una empresa puede tener un impacto positivo en la sociedad, se abre un espectro de posibilidades de intervención. Tradicionalmente, las empresas consideraban que “donar dinero” era la forma correcta en que podían incidir positivamente en la sociedad. Ahora, la realidad demuestra que la filantropía es buena pero de ninguna manera es suficiente para que Guatemala de un salto cualitativo en desarrollo y calidad de vida. (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

El modelo de intervención requiere de más innovación y de un compromiso estratégico y total de la empresa, que se denomina “responsabilidad social empresarial” (RSE). (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

Ahora, bajo la estrategia empresarial de RSE, las empresas cada vez están más conscientes de que cada decisión debe considerar las implicaciones económicas, sociales y ambientales y el impacto positivo (o negativo) que pueda tener sobre todos los públicos interesados de la empresa. (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

Pirámide de RSE:

Al comenzar a poner en práctica la responsabilidad social empresarial, existe un orden lógico de intervención que va desde lo más cercano a la empresa hacia lo más lejano a ella (de lo interno a lo externo). (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

Dimensión Interna:

Primero la empresa debe asegurarse de que está cumpliendo con la ley y está teniendo una conducta ética guiada por los valores y la transparencia. La base de la pirámide de la RSE es el marco legal del país. Las empresas deben comenzar con el cumplimiento de las leyes laborales y sociales así como todo lo normado legalmente en torno al cuidado del medio ambiente. Como siguiente paso, la compañía debe ser responsable con sus colaboradores y debe asegurarse que está desarrollando al máximo el potencial de su capital humano que es el que finalmente hace posible el negocio. Las empresas deben preocuparse por el crecimiento integral de sus colaboradores, deben al mismo tiempo de desarrollarlos en sus capacidades laborales e intelectuales, deben desarrollarlos tomando en cuenta a la persona como tal, preocuparse por su salud y que sean tratados de modo que se sientan en un mejor sitio para laborar. (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

Dimensión Externa:

“Al salir de la empresa” se debe comenzar a trabajar con aquellos públicos interesados más cercanos a la empresa y su entorno cercano. Como primer paso, debe pensarse en la proyección a las familias de los colaboradores para luego pensar en las comunidades en donde se encuentran inmersas las empresas y finalmente en relación con el Estado. (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

Ambas dimensiones son importantes pero debe respetarse el orden de trabajar siempre “de adentro hacia fuera”, ya que la dimensión interna es crítica para darle credibilidad y sentido a la estrategia de RSE y a las inversiones sociales y ambientales que se realicen como parte de la dimensión externa. (CentraRSE, ¿Qué es RSE?, 2016)

Para ilustrar este proceso, CentraRSE ha desarrollado una pirámide de RSE y se muestra a continuación:

Gráfica No. 3

Pirámide de la responsabilidad social empresarial



Fuente: Sitio Web CentraRSE 2016.

Medición de la responsabilidad social empresarial

Dentro de las empresas deben existir programas de medición y evaluación de la responsabilidad social empresarial en donde los empleados demuestren mediante encuestas o programas de seguimiento personal que están comprometidos con el tema y que las empresas cumplan desde la base legal del país, el desarrollo de sus colaboradores, la proyección hacia las familias y la comunidad y al desarrollo sostenible del Estado. Deben tener reuniones periódicas para evaluar avances y/o plantear estrategias en temas de responsabilidad social empresarial. CentraRSE en Guatemala, brinda una plataforma a sus afiliados para monitorear el avance de su plan de intervención.

Existen otros programas que están apoyados por normas internacionales de calidad.

Norma ISO 26000

Es importante para todo tipo de organizaciones tanto del sector público como privado a considerar la implementación de la Norma ISO 26000 como una forma de alcanzar los beneficios de operar de manera socialmente responsable.

ISO – Organización Internacional de Estandarización “ISO” cuenta con una membresía de 163 organismos nacionales de normalización de países grandes y pequeños, industrializados, en desarrollo y en transición, en todas las regiones del mundo. ISO cuenta con un portafolio de más de 18,400 normas que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad, herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social. (ISO 26000, 2010)

Las normas ISO hacen una contribución positiva al mundo en que vivimos. Ellas facilitan el comercio, la difusión del conocimiento, la difusión de los avances innovadores en tecnología y comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades. (ISO 26000, 2010)

Las normas ISO aportan soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluida la agricultura, construcción, ingeniería mecánica, fabricación, distribución, transporte, dispositivos médicos, **información y tecnologías de comunicación**, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios. (ISO 26000, 2010)

ISO desarrolla normas para las que exista una necesidad clara en el mercado. El trabajo se lleva a cabo por expertos en el tema que vienen directamente de los sectores industrial, técnico y de negocios, que han identificado la necesidad de la norma y que posteriormente la pondrán en uso.

Estos expertos pueden estar acompañados por otros con conocimientos relevantes, como representantes de organismos gubernamentales, laboratorios de prueba, asociaciones de consumidores y academia, y por organizaciones internacionales gubernamentales y no gubernamentales. Una norma internacional ISO representa un consenso mundial sobre el estado del arte en el tema de esa norma. (ISO 26000, 2010)

Importancia de la responsabilidad social empresarial

El objetivo de la responsabilidad social empresarial es contribuir al desarrollo sostenible de una empresa. Cuando se realiza labor social se le agrega valor y competitividad a la empresa, se siguen los valores éticos encaminados al desarrollo de las personas y la comunidad, contribuyendo al desarrollo sostenible tomando en cuenta la salud y el bienestar de la sociedad, así como el cuidado del medio ambiente.

Beneficios que obtiene una empresa al de implementar ISO 26000

Al implementar responsabilidad social empresarial según la norma ISO 26000 las empresas se ven beneficiadas con la lealtad del personal, bajo índice de rotación de personal, mejora en el clima organizacional, reducción de los costos operativos, mejora en la imagen y reputación de la empresa, mejora en los índices financieros y un crecimiento sostenible de la empresa.

ISO 26000 pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social.

Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionadas con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

Al aplicar la Norma ISO 26000 es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como las diferencias en las condiciones económicas, siempre que sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento. No es certificable, ISO 26000 no es una norma de sistema de gestión. No es adecuada, ni pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual. (ISO 26000, 2010)

Principales materias de la responsabilidad social según la norma ISO 26000

ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial que toda organización debería considerar en su estrategia al integrar la responsabilidad social. En cada una de las materias fundamentales se incluyen asuntos que la organización debe tener en cuenta. No todos los asuntos deben desarrollarse porque pueden considerarse no relevantes o no prioritarios, sin embargo las siete materias fundamentales deben abordarse de manera integral porque todas son importantes y tienen relación entre sí.

Gráfica No. 4

Las 7 materias fundamentales de la responsabilidad social según ISO 26000



Fuente: Website FUNDARHSE 2016.

1) **Gobernanza de la organización**

A través de una junta directiva y todas las líneas de mando que tenga en su estructura se implementa la gobernanza de la organización. La gobernanza es el sistema por el cual se toman las decisiones

para lograr los objetivos empresariales, cuando se trata de la responsabilidad social, es la base para iniciar un cambio hacia una actitud socialmente responsable y para que se aborden las otras materias fundamentales.

La ISO 26000 indica que una buena gobernanza se muestra cuando se toman principalmente las siguientes acciones:

- Impulsar estrategias y objetivos para crear una cultura de responsabilidad social.
- Trabajar constantemente en el tema de compromiso y rendición de cuentas.
- Hacer uso eficiente de los recursos.
- Atender las necesidades de los más vulnerables.
- Mejorar la comunicación con todas las partes interesadas y fomentar la participación de todos los miembros de la organización en las actividades de responsabilidad social.

2) Derechos humanos

Los derechos humanos son inherentes a la persona humana, desde el momento de nacer, son inalienables porque no se puede renunciar a ellos, son universales porque no hacen distinción de raza, cultura, religión, etc., son indivisibles e interdependientes.

La ISO 26000 recomienda a las organizaciones que deben conocer la normativa internacional sobre derechos humanos principalmente la Declaración Universal de Derechos Humanos y los pactos más importantes en materia de civil, política, económica y cultural. La norma ISO 26000 identifica los siguientes asuntos en tema de derechos humanos que la organización debe tener en cuenta.

- Debida diligencia para garantizar su cumplimiento dentro de la organización y sus relaciones con otros.
- Situaciones de riesgo de los derechos humanos y emplear todas las medidas para proteger estos derechos.
- Evitar la complicidad directa (que no se violen los derechos humanos), la complicidad beneficiosa (sacar ventaja al violentar los derechos humanos) y tácita (omitir la denuncia cuando se tenga conocimiento que se vulneran los derechos humanos).
- Resolución de reclamaciones cuando se tengan posibles abusos.

- Evitar la discriminación y grupos vulnerables.
- Respetar y garantizar los derechos económicos, sociales y culturales como la educación, salud, la alimentación, un trabajo en condiciones favorables y justas.
- Garantizar los principios y derechos fundamentales en el trabajo, evitar la discriminación y el trabajo forzoso y/o infantil.

3) Prácticas laborales

Todas las prácticas y políticas que involucren a los trabajadores de la propia organización o subcontratados son un eje fundamental desde el cual la organización puede influir en el contexto social. La ISO 26000 identifica los siguientes asuntos relacionados con las prácticas laborales que toda organización debe considerar:

- Trabajo y relaciones laborales, contribuyendo a aumentar la calidad de vida de las personas a través de los puestos de trabajo, la estabilidad laboral y el trabajo decente.
- Condiciones de trabajo y protección social realizando un esfuerzo constante para mejorar la situación de los trabajadores, la remuneración y a minimizar los riesgos laborales.
- Dialogo social facilitando acuerdos y negociaciones entre empleadores y trabajadores en relación a sus inquietudes económicas y sociales.
- Salud y seguridad en el trabajo fomentando y garantizando el mayor nivel posible de bienestar mental, físico y social de sus trabajadores.
- Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo impulsando al máximo las capacidades humanas con acceso al conocimiento y la información.

4) Medio ambiente

La utilización de los recursos, la localización física y la producción de residuos y agentes contaminantes son factores que afectan la estabilidad de los ecosistemas. La ISO 26000 identifica una serie de principios que la organización debería incorporar para una adecuada gestión en materia medioambiental que son la responsabilidad medioambiental, el enfoque en precautorio, la gestión

de riesgos y pagar los costos de la contaminación generada por sus actividades. Los principios que toda organización debe tomar en cuenta son:

- Prevención de la contaminación.
- Uso sensible de los recursos.
- Mitigación y adaptación al cambio climático.
- Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de los hábitats naturales.

5) Prácticas justas de operación

La organización debe tener un comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, así como con sus partes interesadas. La ISO 26000 identifica los siguientes asuntos relacionados con las prácticas justas de operación para generar resultados socialmente favorables que promuevan conductas de responsabilidad social:

- Anticorrupción evitando sobornos, fraude, desfalco y tráfico de influencias, implementando prácticas que eviten que se produzcan este tipo de acciones.
- Participación política responsable facilitando los procesos y políticas públicas para mejorar la calidad de vida de las personas.
- Competencia justa realizando actividades en concordancia con las leyes vigentes en materia de competencia.
- Promover la responsabilidad social en la cadena de valor influyendo en otras organizaciones con las que se relaciona la cadena de valor por ejemplo sus proveedores.
- Respeto a los derechos de propiedad implementando acciones para no vulnerarlos.

6) Asuntos de consumidores

La ISO 26000 recomienda que a los consumidores se les brinde información y educación a través de las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible. También recomienda retirar los productos del mercado que pueden ocasionar daños. Cuando se

manejan datos de los consumidores se debe mantener la privacidad de la información. Los principios que la organización debe considerar en relación al consumidor son:

- Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación.
- Protección de la salud y la seguridad de los consumidores.
- Consumo sostenible.
- Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas o controversias.
- Protección y privacidad de los datos de los consumidores.
- Acceso a servicios esenciales.
- Educación y toma de conciencia para que los consumidores puedan tomar decisiones con mayor libertad.

7) Participación activa y desarrollo de la comunidad

La ISO 26000 propone desarrollar políticas y procesos que contribuyan al desarrollo económico y social de las comunidades en donde realizan sus operaciones o que estén dentro de su zona de influencia. La organización debe involucrarse en los siguientes asuntos:

- Participación activa en la comunidad apoyando a grupos o instituciones con el objeto de ayudar en la resolución de problemas en la comunidad.
- Educación y cultura promoviéndolas constantemente dentro de la comunidad.
- Creación de empleo y desarrollo de habilidades maximizando la creación de empleos de calidad.
- Desarrollo y acceso a tecnología.
- Generación de riqueza e ingresos a través de la creación de empleos.
- Salud minimizando los riesgos.
- Inversión social realizando proyectos que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos.

Capítulo 3

3. Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación

El estudio realizado es de tipo descriptivo y explicativo, se hizo con el propósito de analizar las acciones que está tomando la empresa en relación a la responsabilidad social empresarial. Se examinó sistemáticamente y se analizó la conducta humana y social en la empresa en el ámbito laboral personal, familiar, comunidad y su proyección al desarrollo sostenible del país.

Se realizó una investigación de campo con el propósito de obtener la información detallada directamente de los responsables de distintas áreas de la responsabilidad social empresarial en una empresa de telecomunicaciones de Guatemala, quienes aportaron su conocimiento a través de entrevistas.

3.2 Sujetos de Investigación

Se entrevistó a las siguientes personas en una empresa de telecomunicaciones de Guatemala.

- Director (a) de fundación de la empresa.
- CEO para Centro América.
- Gerente regional
- Coordinador regional

Se tomó en cuenta a estos colaboradores porque son los que cuentan con información de primera mano sabiendo que pueden hablar con propiedad sobre los temas de responsabilidad social empresarial dentro de la empresa mencionada. Las decisiones claves de la responsabilidad social empresarial no son del dominio de toda la organización, por tal razón no se tomó en cuenta a los demás empleados sino únicamente los cuatro sujetos anteriormente descritos.

3.3 Instrumentos de recopilación de datos

Se diseñó una guía de entrevista para recabar información relevante de las prácticas actuales de la empresa y su proyección de responsabilidad social empresarial hacia los empleados, las familias de los empleados, la comunidad en donde tienen sus operaciones y hacia el desarrollo del país, consiste en un cuestionario en donde el entrevistador anota las respuestas a las preguntas efectuadas.

Se elaboraron 2 tipos diferentes de cuestionarios, de acuerdo a los sujetos a entrevistar:

- Un cuestionario de 19 preguntas abiertas esperando tener respuestas directas, dirigido al director del área de responsabilidad social empresarial y el encargado del departamento de recursos humanos.
- Un cuestionario de 20 preguntas abiertas esperando tener respuestas directas, para el CEO, el gerente regional y el coordinador regional a entrevistar.

La información obtenida por medio del instrumento de estudio, se procesó y se analizó por el investigador con el propósito de responder a la pregunta de investigación.

3.4 Diseño de la investigación

Para recopilar la información se realizaron las entrevistas en forma personal a los cuatro sujetos de la empresa de telecomunicaciones, se obtuvo como resultado respuestas objetivas y se analizaron desde distintos puntos de vista de los sujetos para la interpretación de los resultados.

Capítulo 4

4. Ejecución y Resultados de la Investigación

4.1 Muestreo

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas de manera personalizada a los cuatro sujetos de investigación con el propósito de recabar la información objetiva, percibir actitudes y recibir comentarios de manera directa de las fuentes autorizadas se presentan a continuación.

Se utilizó una guía de entrevista que contiene preguntas abiertas para que los entrevistados puedan expresar sus opiniones de manera objetiva y directa y llevarlos de forma ordenada.

4.2 Presentación de Resultados

Tabla No. 1

Matriz de sentido. Resultados de las entrevistas realizadas a los cuatro sujetos de investigación: director de fundación que es el encargado del área de responsabilidad social empresarial y del departamento de recursos humanos, CEO para Centro América, gerente regional y coordinador de operaciones de región, todas son personas con puestos claves en la operación de la empresa de telecomunicaciones.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
1	¿Cuánto tiempo tiene de laborar para su empresa?	19 Años	16 Años	8 Años	6 Años	Con esta información se deduce que es una empresa que ofrece estabilidad laboral en los puestos claves, lo que permite que sus colaboradores estén conformes y se puedan proyectar a participar en la labor social de la empresa.
2	¿Cuánto tiempo tiene de estar fungiendo en el puesto actual?	8 Años	5 Años	5 Años	4 Años	En la empresa le dan la oportunidad de crecimiento y promoción lo que se traduce en una proyección al mismo empleado, su familia, su comunidad y el desarrollo del país.
3	¿Cuántos empleados dependen directamente de su puesto actualmente?	Directamente dependen 5 gerentes en diversas áreas de la fundación. La fundación es el principal soporte de la labor social que la empresa realiza y de ahí se coordina dicha labor.	De mi puesto dependen directamente 8 directores. Los directores tiene a su cargo gerentes, coordinadores y supervisores.	Al cargo de mi puesto directamente están 6 coordinadores regionales.	De mi puesto dependen directamente 7 supervisores.	Los entrevistados influyen directamente en los puestos claves de la empresa. Su involucramiento y contribución en la labor de la responsabilidad social empresarial es clave para coordinar e involucrar al resto del personal.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
4	¿En la unidad de negocios de la empresa que usted dirige, participan en la labor de responsabilidad social empresarial de la empresa en general?	NA	Mi área es la encargada de coordinar la proyección social empresarial en donde buscamos que todas las unidades de la empresa se involucren participativamente.	Me aseguro que todos participemos en actividades de responsabilidad social empresarial.	La empresa tiene diversas actividades de proyección social empresarial, por lo que tenemos la oportunidad de hacer participar a todos los integrantes de mi equipo y sus colaboradores.	En la empresa existe una cultura de responsabilidad social, hace que todos los colaboradores participen activamente. Involucran a todas las áreas de distintos niveles.
5	¿Los empleados tienen conocimiento de la labor de la responsabilidad social de la empresa?	Sí, es parte de nuestra cultura empresarial, emitimos comunicados, boletines internos y publicamos en los medios de comunicación cuando se hace una labor importante.	Sí, en la empresa hay un departamento de comunicación que se encarga de llevarles la información a todos los colaboradores.	Recibimos comunicados constantemente de la labor social que realiza la empresa. Se hace público cuando un colaborador hace una labor más allá del deber, e invita a que todos lo hagan.	A nuestros correos electrónicos y al de todos los empleados, nos llega información de la labor social que realiza la empresa y nos invitan a involucrarnos para que participemos.	En la empresa existe una cultura de servicio que va más allá del cumplimiento del deber, se motiva a que todos los empleados participen de la función social que la empresa realiza. Existe un departamento encargado de comunicar a todos los empleados la función que la empresa realiza así como de facilitar para que se involucren y participen en ella.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
6	¿Además del cumplimiento del marco legal en temas laborales, qué otros beneficios tiene la empresa hacia sus empleados?	Tenemos programas de crecimiento personal y profesional, vemos al empleado, la familia y la comunidad de manera integral.	La empresa se preocupa por brindar beneficios a todos los empleados y sus familias. También contribuimos a la economía del país generando fuentes de empleo directo e indirecto.	La empresa nos da beneficios que van más allá de lo que la ley estipula. Está catalogada como una de las mejores 5 en Centro América para trabajar.	La empresa brinda a sus empleados programas de salud, económicos, sociales y culturales.	En la empresa existen programas de beneficio hacia el personal y sus familias que van más allá de las prestaciones y beneficios de ley, como seguros de vida, seguros médicos, planes de ahorro, club de beneficios.
7	¿A nivel personal cómo ha contribuido la empresa en donde labora a su desarrollo integral?	En la empresa se desarrollan distintos programas de crecimiento profesional, programas de salud integral, se ve al colaborador desde el punto de vista de la persona.	Me ha brindado soporte en el aspecto de salud y nos permite participar en programas integrales, también nos brinda la oportunidad de crecer en el ámbito profesional y laboral y familiar.	Me ha brindado la oportunidad de crecer a nivel profesional y económico.	Contribuye a mi desarrollo económico y profesional, asimismo en programas de salud integral.	Los empleados se identifican con la empresa porque les da estabilidad económica y además les brinda la oportunidad de crecer profesionalmente ya que ha expandido sus operaciones y da oportunidad al mismo personal de escalar puestos que conllevan mejoras económicas y beneficios personales, sin tener la necesidad de buscar talento fuera de la empresa, teniendo como beneficio una mayor identificación y un mejor sentido de pertenencia.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
8	¿En qué se ha proyectado la empresa al crecimiento de su familia?	La empresa tiene programas de salud para toda la familia, nos brinda la oportunidad de ahorrar, un seguro médico y dental.	Gracias a la empresa mi familia ha participado en programas de educación y de salud a un costo más bajo.	Tenemos un seguro de vehículos, un médico y dental a un costo más bajo.	La empresa nos ha brindado la oportunidad de tener un plan de ahorro y gracias a ello hemos hecho mejoras a mi casa.	La empresa da como beneficio a los empleados programas de salud con seguro médico y dental, programas de educación superior, programas de ahorro y préstamos que van encaminados a beneficiar directamente a las familias de sus colaboradores.
9	¿Cómo se ha proyectado la empresa hacia la comunidad en donde tiene sus operaciones?	La empresa tiene un plan estructurado de proyección a la comunidad. Hacemos que todos colaboradores participen en actividades de proyección social.	Participamos conjuntamente con todos los empleados en las actividades que la empresa realiza en apoyo a la comunidad.	La empresa nos brinda la oportunidad de participar de manera voluntaria en programas de proyección social.	La empresa tiene diversos programas sociales de ayuda a la comunidad en salud, educación, cuidado del medio ambiente.	La proyección social que la empresa realiza hacia la comunidad va encaminada a contribuir en temas de salud, educación y cuidado del medio ambiente haciendo que sus colaboradores participen directamente, esto beneficia a que la comunidad se identifique con la empresa. No solo da donaciones en efectivo sino que se asegura que los proyectos comunitarios se lleven a cabo.
10	¿Considera usted que la empresa aporta al crecimiento sostenible del país?	Sí, da un aporte importante.	Sí, en la economía de muchas familias.	Sí.	Sí.	Existe un convencimiento de parte de los entrevistados de que la empresa contribuye al crecimiento sostenible del país.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
11	¿Cuál es el aporte de la empresa en el desarrollo del país?	Aparte de crear fuentes de trabajo directas e indirectas, cumplimos con todo lo estipulado en el marco legal en temas de impuesto. Además la empresa ayuda con su fundación a programas de salud y de educación.	Es una empresa que contantemente va creciendo y generando fuentes de empleo, siendo el sustento de muchas familias, de esta manera contribuimos al desarrollo económico del país.	La empresa tiene unidades de negocio con cobertura en casi todo el país, ahí genera fuentes de empleo y de esa manera contribuye al desarrollo.	Además de dar empleo y ser el sustento de muchas familias, tiene programas de proyección social en educación y salud.	La empresa cumple con el régimen legal del país que es la base en la pirámide de la responsabilidad social empresarial, se preocupa por el desarrollo integral de sus colaboradores, de sus familias y de la comunidad en donde tiene sus operaciones; cumpliendo las etapas de la pirámide de la responsabilidad social empresarial y los sujetos están conscientes que cumplen la parte más alta de la pirámide que es la proyección al desarrollo económico y social del país.
12	¿Cómo involucran al personal a participar activamente en la responsabilidad social empresarial que su empresa realiza?	Nuestro lema es trabajar con confianza y responsabilidad, uno confía en las personas para las que labora y se da una relación laboral de respeto y cordialidad.	En la empresa tratan de aumentar constantemente la satisfacción de laborar en ella y de proyectarse a la sociedad.	Se le brinda al personal la confianza de participar en actividades de proyección social.	Nos permiten ser parte de la proyección social, involucran a todo el personal para que contribuyan con la fundación y sean participen de las sus actividades.	Los entrevistados coinciden que la mejor forma de involucrar a todo el personal en la actividades de responsabilidad social empresarial es brindándole la confianza y los medios necesarios para que esté satisfecho de laborar en la empresa y de ahí sirva como punto de partida para que se proyecte a su familia, comunidad y contribuya al desarrollo del país.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
13	¿Existen planes para el crecimiento personal y profesional de sus empleados?	Si, como University, programas de liderazgo, salud integral, programas deportivos, convivios y otras prestaciones adicionales a la ley.	La empresa brinda a todos los colaboradores la oportunidad de seguir creciendo a nivel profesional y programas para mejorar la salud.	Existen programas de mejora de la salud de los empleados así como nos dan la oportunidad de hacer un plan de carrera dentro de la empresa.	Nos gestionan un plan de carrera profesional dentro de la empresa y lo acompañan con programas de salud integral.	En la empresa están conscientes que deben desarrollar a su personal profesionalmente por eso toman en cuenta el aspecto personal de sus empleados. Existen programas de desarrollo profesional para que los empleados se sientan identificados y alcancen un plan de crecimiento profesional y personal.
14	¿La empresa maneja algún estándar internacional de responsabilidad social empresarial?	Seguimos normas como la ISO 26000 y cumplimos estándares internacionales, pero sobre todo vemos nuestra obligación de contribuir al desarrollo sostenible de nuestro país por eso nos proyectamos hacia nuestros empleados y sus familias.	La empresa está asociada con otras empresas transnacionales por lo que si se manejan estos estándares.	La empresa obtuvo la certificación de un <i>Great Place to Work</i> y para obtenerla es necesario manejar estándares a nivel internacional.	La empresa busca mantener su certificación del <i>Great Place to Work</i> como estándar internacional.	La empresa busca mantener los estándares internacionales basados en la norma ISO 26000 y mantener su certificación como uno de los mejores sitios para trabajar en Centro América.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
15	¿Su empresa está afiliada a CentraRSE?	Sí, nos proyectamos más allá que el estándar requerido por CentraRSE. Contribuimos con nuestra experiencia a asesorar otras empresas.	Si, utilizamos CentraRSE como estándar mínimo.	Si	Si	La empresa está afiliada al Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala y la toman como estándar mínimo, además contribuye con toda la experiencia dando asesorías a otras empresas las crea como aliadas en la labor social que realiza.
16	¿En qué beneficia la labor social empresarial que realizan, a la imagen de la empresa?	En que atraemos al mejor talento profesional para trabajar, reconocimiento de uno de los mejores sitios para trabajar y así aumentamos la productividad. El impacto es positivo.	Nos posiciona como una empresa en donde los mejores profesionales desean trabajar. Nos da mejor prestigio, nos hace ver somos una empresa con proyección social.	Tenemos bajo índice de rotación de personal gracias a la labor social de la empresa, nuestro mercado se identifica con la empresa lo cual tiene un impacto positivo.	El principal beneficio de la labor social empresarial es la credibilidad y el mejoramiento constante de la imagen de la empresa.	La labor de responsabilidad social que realiza la empresa impacta directamente de manera positiva en su imagen, la vuelve una empresa con mayor reconocimiento en el mercado y la sociedad. Constantemente se va renovando la imagen de la empresa haciéndola ver con mayor prestigio y con mejor credibilidad. Otro beneficio es que los mejores profesionales del país se ven atraídos para laborar en la empresa y los empleados actuales buscan constantemente la profesionalización buscando adquirir más competencias para el desempeño de sus labores cotidianas.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
17	¿Considera usted que la responsabilidad social empresarial que su empresa realiza le ayuda a posicionarla en la mente de los consumidores?	Al hacer labor social y llegar al público, reconocen a la empresa como número 1.	Gracias a nuestra labor social estamos posicionados número 1 en la mente del consumidor.	La calidad de los productos y servicios y la labor social que ofrecemos y nos posiciona mejor en el mercado.	La empresa es considerada como número 1 en nuestro mercado gracia a la proyección social que se realiza.	Al realizar labor social, la empresa se va posicionando como número 1 en la mente de los consumidores porque hacen la marca como propia.
18	¿Considera que la responsabilidad social empresarial de su empresa va relacionada con el incremento de las ventas?	Al realizar labor social podemos llegar a más clientes y por ende mejora nuestros índices financieros.	Al realizar labor social tenemos un constante incremento en las ventas y nos hace una empresa más sólida.	Al estar en la mente de los consumidores como primera opción tenemos incremento constante de las ventas.	Gracias a la labor social los clientes se identifican con la empresa y cada vez compran más.	Cuando las empresas realizan labor con proyección social se posicionan como número 1 en la mente de los consumidores y es la primera opción de compra cuando el cliente requiere algún producto o servicio y la recomienda a más clientes lo que conlleva a un incremento constante de las ventas haciendo la empresa más sólida mejorando constantemente sus índices financieros.

No.	PREGUNTA	RESPUESTAS DIRECTOR	RESPUESTAS CEO	RESPUESTAS GERENTE	RESPUESTAS COORDINADOR	ANÁLISIS DE RESPUESTAS
19	¿La responsabilidad social empresarial que realiza la unidad de negocios que usted dirige en la empresa, toma en cuenta el cuidado del medio ambiente?	Si, planteamos programas de reciclaje y ornato para el cuidado del medio ambiente.	Sí, es un área de la proyección social que se está desarrollando.	Sí, buscamos recursos renovables.	Sí	El cuidado del medio ambiente como responsabilidad social empresarial es una unidad en desarrollo dentro de la empresa por lo que existe la oportunidad de plantear estrategias que conlleven a fortalecer el programa.
20	¿Cómo involucra a todo el personal a su cargo para que contribuyan al cuidado del medio ambiente?	En cada área de trabajo tenemos depósitos para reciclar los desechos por categoría.	Reciclamos los desechos, y le pedimos al personal que lo haga.	Todo el personal se involucra reciclando materiales sólidos.	Buscamos materiales renovables y los sólidos los reciclamos.	Es una unidad de responsabilidad social en desarrollo que debe ir más allá del reciclaje de los desechos sólidos dentro de la empresa que tiene la oportunidad de proyectarse hacia las familias de los empleados, la comunidad y el país.

Fuente: Investigación de campo Junio 2016.

Capítulo 5

5. Discusión y Análisis de Resultados

5.1 Discusión de Resultados

Luego de finalizada la fase de investigación y recolectar la información mediante las entrevistas realizadas a personas con puestos claves dentro de la empresa de telecomunicaciones que opera en Guatemala, se afirma que la empresa tiene un alto índice de proyección social, que tiene un programa estructurado que va más allá de cumplir con el régimen legal. La empresa ve a sus propios empleados desde el punto de vista de la importancia de la persona, esto es el punto de partida para proyectarse hacia sus familias, hacia la comunidad en donde tiene sus operaciones y con todo esto contribuir al desarrollo económico y social del país; cumpliendo todas las etapas que se marcan en la pirámide de la responsabilidad social empresarial.

Se determinó que la empresa tiene programas de proyección hacia los empleados y sus familias, ofreciéndoles programas de beneficio personal y familiar a un costo más bajo de lo que se cotizan en el mercado. Al cumplir esta rama de la responsabilidad social empresarial fortalece el clima organizacional porque crea un sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de los empleados y las familias de los empleados lo que conlleva a incrementar la productividad haciendo que la empresa sea más rentable o pueda llegar a más clientes de manera eficiente mejorando constantemente sus índices financieros.

El público identifica la empresa por los programas de responsabilidad social empresarial que realiza, facilitando que la empresa gane prestigio dentro del mercado y que tenga un mejoramiento constantemente de su imagen y posicionándose cada vez mejor en la mente de los consumidores haciendo que se incrementen las ventas y ganando terreno en el mercado competitivo donde se desenvuelve, esto permite crear más fuentes de empleo haciendo que más familias se vean beneficiadas porque dependen económicamente de la empresa contribuyendo de esta manera al desarrollo de la comunidad y el país.

5.2 Conclusiones

La proyección de responsabilidad social que una empresa de telecomunicaciones realiza debe considerar las dimensiones internas y externas en el cumplimiento de las etapas de la pirámide de la responsabilidad social empresarial con el propósito de tener un impacto positivo en su imagen y se posicionarse en la mente de los consumidores, es necesario que siga un programa completo de responsabilidad social empresarial que incluya varios elementos, y para el efecto se concluye que:

- i. Un programa completo de responsabilidad social empresarial de una empresa de telecomunicaciones empieza con ofrecer eestabilidad laboral en puestos claves permitiendo que sus colaboradores se sientan identificados, se sientan seguros y puedan ser partícipes de una cultura de responsabilidad social empresarial en donde la organización requiere que todas las áreas se involucren para que los colaboradores vayan más allá del cumplimiento del deber y se proyecten haciendo labor altruista hacia sus familias y su comunidad. La empresa de telecomunicaciones donde se hizo el estudio tiene un programa donde ofrece a sus colaboradores beneficios adicionales a los que exige la ley encaminados al desarrollo integral de la persona, las familias de los colaboradores, permitiendo que se identifiquen con la empresa porque les da estabilidad económica y además les brinda la oportunidad de crecer profesionalmente ya que ha expandido sus operaciones y da oportunidad al mismo personal de escalar puestos que conllevan mejoras económicas y beneficios personales, sin tener la necesidad de buscar talento fuera de la empresa, teniendo como beneficio una mayor identificación y un mejor sentido de pertenencia. El programa de proyección social de la empresa de telecomunicaciones realiza hacia la comunidad va a encaminado a contribuir en temas de salud y educación haciendo que sus colaboradores formen parte de la labor altruista, esto beneficia a que la comunidad se identifique con la empresa y se vaya posicionando en la mente de los consumidores llegando a ser la primera opción cuando requieran un producto o servicio. Se crean fuentes de empleo directas e indirectas contribuyendo así al desarrollo económico y social del país.
- ii. La proyección de la responsabilidad social de la empresa de telecomunicaciones toma en cuenta de manera integral las siete materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial que se sugieren en la norma ISO 26000. El cuidado del medio ambiente como responsabilidad social empresarial es una unidad en desarrollo dentro del programa de la

empresa, existe la oportunidad de plantear estrategias que conlleven a fortalecer el programa, más allá de reciclar los desechos sólidos y se proyecte hacia las familias de los colaboradores y la comunidad.

- iii. Los programas de medición y evaluación de la responsabilidad social empresarial se fundamentan en el cumplimiento de los estándares internacionales basados en la norma ISO 26000 y tomando las acciones para mantener su certificación como “*Uno de los mejores sitios para trabajar en Centro América*”, lo que impacta directamente de manera positiva en su imagen, la vuelve una empresa con mayor reconocimiento en el mercado y la sociedad, constantemente se va renovando la imagen de la empresa haciéndola ver con mayor prestigio y con mejor credibilidad, haciendo que los colaboradores busquen la profesionalización bajando los índices de rotación de personal e incrementando constantemente la productividad.

5.3 Recomendaciones

Para seguir mejorando la imagen de la empresa de telecomunicaciones mediante la labor de proyección que se realiza y que se vaya posicionando en la mente del consumidor e incrementando constantemente sus ventas se recomienda lo siguiente:

- i. Realizar una campaña de comunicación masiva hacia lo interno de la organización y hacia la comunidad en donde utilizando el sistema de comunicación interna y redes sociales donde se dé a conocer la participación de los colaboradores y el beneficio que se da a la comunidad con el objeto de motivar la participación en responsabilidad social empresarial. Crear un área de reconocimientos en el boletín semanal en donde se dé a conocer como ejemplos de vida las personas que destacan a nivel personal y profesional con el objetivo de motivar al resto del personal a que busquen su desarrollo dentro de la empresa y se proyecten hacia su comunidad. Dar a conocer a la comunidad la labor de responsabilidad social empresarial utilizando un espacio en las campañas de publicidad ATL que realiza

utilizando medios masivos como radio, televisión y vallas publicitarias con el objetivo de mejorar la imagen de la empresa.

- ii. Adicionar al programa actual de responsabilidad social empresarial una unidad que se enfoque al cuidado del medio ambiente que vaya más allá de reciclar los desechos sólidos dentro de la empresa y que se proyecte hacia las familias de los colaboradores y de la comunidad.
- iii. Seguir generando impacto positivo internamente mediante una campaña de comunicación en donde indique los avances relacionados con las certificaciones internacionales con el objetivo de crear confianza, seguridad y sentido de pertenencia de laborar en una empresa calificada en temas de responsabilidad social empresarial.

5.4 Propuesta

Para que se tenga un mayor impacto positivo en la imagen de la empresa de telecomunicaciones mediante la labor de proyección que se realiza y que se vaya posicionando en la mente del consumidor y que conlleve al incremento de sus ventas, proponemos incluir en su programa de responsabilidad social empresarial el cuidado del medio ambiente.

Referencias

1. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *¿Qué es RSE?* Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=296
2. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *Beneficios*. Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=298
3. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *Conózcenos*. Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=11
4. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *Estrategia*. Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=292
5. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *Planes de Trabajo*. Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=318
6. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *Proyecto de encadenamiento del BID*. Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=1074
7. CentraRSE, G. (Julio de 2016). *Yo Cumplo*. Obtenido de CentraRSE Guatemala: http://centrarse.org/?page_id=1069
8. ISO 26000. (Septiembre de 2010). *ISO 26000*. Obtenido de Descubriendo ISO 26000: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf
9. Francisca Maria Schulze Lepe (2010), *Responsabilidad Social Empresarial*. EXECUTIVE Business School, Barcelona, España.
10. Guía Metodológica UPANA (2015), DIRECTIVA PARA NORMAR PROCESO DE EGRESO II Y III .

Anexos

Anexo No. 1

Guía de Entrevista / Director de Fundación de la Empresa

Se le indica al entrevistado que esta información es confidencial y solo se analizará para fines académicos. Se le indica que no se publicará esta información.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para su empresa?
2. ¿Cuánto tiempo tiene de estar en el puesto actual?
3. ¿Cuántos empleados dependen de su puesto actualmente?
4. ¿Los empleados tienen conocimiento de la labor de Responsabilidad Social de la empresa?
5. ¿Además del cumplimiento del Marco Legal en temas laborales, que otros beneficios tiene la empresa hacia sus empleados?
6. ¿A nivel personal cómo ha contribuido su empresa en su desarrollo integral?
7. ¿En qué se ha proyectado la empresa en el crecimiento de su familia?
8. ¿Cómo se proyecta la empresa hacia la comunidad en donde tiene sus operaciones?
9. ¿Considera usted que la empresa aporta al crecimiento sostenible del país?
10. ¿Cuál es el aporte de la empresa en el desarrollo del país?
11. ¿Cómo involucran al personal a participar activamente en la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza?
12. ¿Existen planes para el crecimiento personal y profesional de sus empleados?
13. ¿La empresa maneja algún estándar internacional de Responsabilidad Social Empresarial?
14. ¿Su empresa está afiliada a CentraRSE?
15. ¿En qué beneficia la labor Social Empresarial que realizan en la imagen de la Empresa?
16. ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza ayuda a posicionarla en la mente de sus consumidores?
17. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial de su empresa va relacionada con el incremento de las ventas?
18. ¿La Responsabilidad Social Empresarial que realiza su empresa toma en cuenta el cuidado del medio ambiente?
19. ¿Cómo involucraría a todo el personal para que contribuyan al cuidado del medio ambiente?

Anexo No. 2

Guía de Entrevista / CEO para Centro América.

Se le indica al entrevistado que esta información es confidencial y solo se analizará para fines académicos. Se le indica que no se publicará esta información.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para su empresa?
2. ¿Cuánto tiempo tiene de estar en el puesto actual?
3. ¿Cuántos empleados dependen de su puesto actualmente?
4. ¿En la unidad de negocios de la empresa que usted dirige participan en la labor de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa en general?
5. ¿Los empleados tienen conocimiento de la labor de Responsabilidad Social de la empresa?
6. ¿Además del cumplimiento del Marco Legal en temas laborales, que otros beneficios tiene la empresa hacia sus empleados?
7. ¿A nivel personal cómo ha contribuido su empresa en su desarrollo integral?
8. ¿En qué se ha proyectado la empresa en el crecimiento de su familia?
9. ¿Cómo se proyecta la empresa hacia la comunidad en donde tiene sus operaciones?
10. ¿Considera usted que la empresa aporta al crecimiento sostenible del país?
11. ¿Cuál es el aporte de la empresa en el desarrollo del país?
12. ¿Cómo involucran al personal a participar activamente en la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza?
13. ¿Existen planes para el crecimiento personal y profesional de sus empleados?
14. ¿La empresa maneja algún estándar internacional de Responsabilidad Social Empresarial?
15. ¿Su empresa está afiliada a CentraRSE?
16. ¿En qué beneficia la labor Social Empresarial que realizan en la imagen de la Empresa?
17. ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza ayuda a posicionarla en la mente de sus consumidores?
18. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial de su empresa va relacionada con el incremento de las ventas?
19. ¿La Responsabilidad Social Empresarial que realiza la unidad de negocios que usted dirige en la empresa toma en cuenta el cuidado del medio ambiente?
20. ¿Cómo involucraría a todo el personal a su cargo para que contribuyan al cuidado del medio ambiente?

Anexo No. 3

Guía de Entrevista / Gerente Regional

Se le indica al entrevistado que esta información es confidencial y solo se analizará para fines académicos. Se le indica que no se publicará esta información.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para su empresa?

2. ¿Cuánto tiempo tiene de estar en el puesto actual?
3. ¿Cuántos empleados dependen de su puesto actualmente?
4. ¿En la unidad de negocios de la empresa que usted dirige participan en la labor de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa en general?
5. ¿Los empleados tienen conocimiento de la labor de Responsabilidad Social de la empresa?
6. ¿Además del cumplimiento del Marco Legal en temas laborales, que otros beneficios tiene la empresa hacia sus empleados?
7. ¿A nivel personal cómo ha contribuido su empresa en su desarrollo integral?
8. ¿En qué se ha proyectado la empresa en el crecimiento de su familia?
9. ¿Cómo se proyecta la empresa hacia la comunidad en donde tiene sus operaciones?
10. ¿Considera usted que la empresa aporta al crecimiento sostenible del país?
11. ¿Cuál es el aporte de la empresa en el desarrollo del país?
12. ¿Cómo involucran al personal a participar activamente en la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza?
13. ¿Existen planes para el crecimiento personal y profesional de sus empleados?
14. ¿La empresa maneja algún estándar internacional de Responsabilidad Social Empresarial?
15. ¿Su empresa está afiliada a CentraRSE?
16. ¿En qué beneficia la labor Social Empresarial que realizan en la imagen de la Empresa?
17. ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza ayuda a posicionarla en la mente de sus consumidores?
18. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial de su empresa va relacionada con el incremento de las ventas?
19. ¿La Responsabilidad Social Empresarial que realiza la unidad de negocios que usted dirige en la empresa toma en cuenta el cuidado del medio ambiente?
20. ¿Cómo involucraría a todo el personal a su cargo para que contribuyan al cuidado del medio ambiente?

Anexo No. 4

Guía de Entrevista / Coordinador de Región

Se le indica al entrevistado que esta información es confidencial y solo se analizará para fines académicos. Se le indica que no se publicará esta información.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para su empresa?
2. ¿Cuánto tiempo tiene de estar en el puesto actual?

3. ¿Cuántos empleados dependen de su puesto actualmente?
4. ¿En la unidad de negocios de la empresa que usted dirige participan en la labor de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa en general?
5. ¿Los empleados tienen conocimiento de la labor de Responsabilidad Social de la empresa?
6. ¿Además del cumplimiento del Marco Legal en temas laborales, que otros beneficios tiene la empresa hacia sus empleados?
7. ¿A nivel personal cómo ha contribuido su empresa en su desarrollo integral?
8. ¿En qué se ha proyectado la empresa en el crecimiento de su familia?
9. ¿Cómo se proyecta la empresa hacia la comunidad en donde tiene sus operaciones?
10. ¿Considera usted que la empresa aporta al crecimiento sostenible del país?
11. ¿Cuál es el aporte de la empresa en el desarrollo del país?
12. ¿Cómo involucran al personal a participar activamente en la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza?
13. ¿Existen planes para el crecimiento personal y profesional de sus empleados?
14. ¿La empresa maneja algún estándar internacional de Responsabilidad Social Empresarial?
15. ¿Su empresa está afiliada a CentraRSE?
16. ¿En qué beneficia la labor Social Empresarial que realizan en la imagen de la Empresa?
17. ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial que su empresa realiza ayuda a posicionarla en la mente de sus consumidores?
18. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial de su empresa va relacionada con el incremento de las ventas?
19. ¿La Responsabilidad Social Empresarial que realiza la unidad de negocios que usted dirige en la empresa toma en cuenta el cuidado del medio ambiente?
20. ¿Cómo involucraría a todo el personal a su cargo para que contribuyan al cuidado del medio ambiente?