

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en aldea El Naranjo, La Libertad, Petén
(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Inmer Samuel Casasola Sosa

Naranjo, octubre 2019

Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en aldea El Naranjo, La Libertad, Petén
(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Inmer Samuel Casasola Sosa

Lic. Marbin Joel Valenzuela (**Asesor**)
M.A Marlyn Cano Marroquin (**Revisor**)

Naranjo, octubre 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

M.A. Baldomero Fidel Ramírez Zabala

Coordinador Regional Petén

Guatemala, 05 de marzo 2019.

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado “**Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en El Naranjo, La Libertad, Petén**” y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



Inmer Samuel Casasola Sosa
201404355
El Naranjo, La Libertad Petén

Carné No: 201404355

REF.: C.C.E.E.L. ADMON.PD -009-2019
SEDE EL NARANJO, LA LIBERTAD, PETÉN

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 23 DE SEPTIEMBRE DEL 2019
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: Licenciado Marvin Joel Valenzuela
Revisor: M. A. Marlyn Cano Marroquín
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

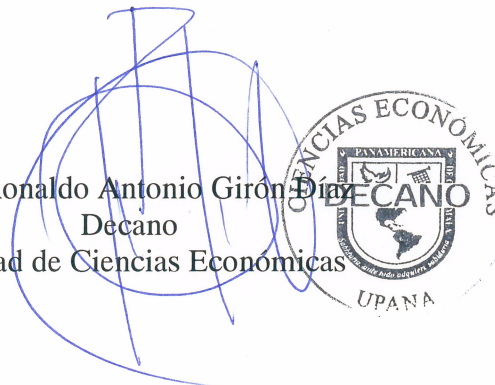
Artículo científico titulado: "Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para Naranjo, La Libertad, Petén"

Presentado por: Inner Samuel Casasola Sosa

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

En el grado de: Licenciado

M.A. Ronaldo Antonio Giron Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Licenciado en Administración de Empresas

Colegiado: 20,814

marbin_valenzuela@hotmail.com

Teléfono: 4078-9068

Santa Elena, Flores, Petén, 28 de febrero del 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados señores:

En relación al Artículo científico con el tema **“Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en aldea El Naranjo, La Libertad, Petén”**, realizado por Inner Samuel Casasola Sosa, carné No. 201404355, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para continuar con los procesos correspondientes, por lo tanto, doy dictamen de aprobado al tema desarrollado con una nota de ochenta y ocho (88) puntos de 100.

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



Lic. Marbin Joel Valenzuela

Asesor

Guatemala, 28 de marzo 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: **“Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en aldea El Naranjo, La Libertad, Petén”**, realizado por Inner Samuel Casasola Sosa, carné 201404355, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extendiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,


M.A. Marlyn Cano Marroquin

Colegiado Activo 2544

Dedicatoria

A Dios

Por guiar mis pasos, y brindarme fortaleza, sabiduría e inteligencia, para culminar la Carrera de Licenciatura en Administración de empresas.

A mi familia

Por estar a mi lado, en los buenos y malos momentos, dándome el apoyo necesario para poder lograr mis metas.

A mis Compañeros

Por su incondicional apoyo, en todo momento durante estos seis años de carrera.

A los Docentes

Por invertir de su tiempo y conocimientos, para formarme en mi carrera profesional.

A Universidad Panamericana

Por ser la casa de estudios, que me vio crecer y superarme.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Metodología	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	3
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujetos de investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1 Alcance temporal	3
1.6.2 Alcance geográfico	3
1.7 Definición de la muestra	4
1.7.1 Empleo de muestra finita o infinita	4
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	5
1.8.1 La encuesta	5
1.8.2 La observación	5
1.9 Recolección de datos	6
1.10 Procesamiento y análisis de datos	6
Capítulo 2	
Resultados	
2.1 Presentación de resultados	7

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1	Extrapolación	24
3.2	Hallazgos y análisis general	26
3.3	Conclusiones	29

4. Referencias

4.1	Libros	30
4.2	Revistas	30
4.3	Digitales	30

Anexos

Abstract

El análisis de la responsabilidad social empresarial como un compromiso ético-social y ambiental para el empresario en El Naranjo, La Libertad, Petén ha sido uno de los temas más solicitados en la historia de la comunidad; los valores éticos, sociales y el cuidado del medio ambiente son el foco de atención para tomar en cuenta la responsabilidad social de las empresas; la investigación realizada en la Aldea El Naranjo, La Libertad, Petén, surge como respuesta a los cambios económicos y sociales exigentes en el proceso de crecimiento de mercado y mayor extensión de población en la comunidad y comunidades vecinas, en los que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que responde a las exigencias que la sociedad y el mercado le hacen a la empresa y a la vez deben empezar a cumplir una serie de reglas de forma voluntaria, en las cuales se crea un compromiso social con la comunidad.

Introducción

La responsabilidad social empresarial es uno de los conceptos aplicados a la empresa cuando voluntariamente deciden contribuir con el bienestar de una sociedad y procuran un medio ambiente más limpio fuera de contaminaciones de cualquier índole; buscando adaptaciones a la sociedad actual. Las empresas que practican la responsabilidad social empresarial están en la constante búsqueda de cambios que produzcan en su entorno una sostenibilidad y productividad que beneficie a todos.

El presente documento de investigación se realiza para comprobar que los empresarios de la aldea El Naranjo cumplan con la responsabilidad social empresarial. Con él fin de dar respuesta a los objetivos planteados se toma en cuenta una muestra total de cuarenta y dos empresarios encuestados, lo que permite observar sus empresas, el apoyo a la comunidad, también se realizan entrevistas a no formales a algunos empleados y la verificación del cumplimiento de las leyes establecidas para beneficiar al trabajador.

El trabajo de investigación se divide en tres capítulos, siendo el primero la metodología usada para la investigación; en la cual se encuentra el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, el objetivo de la investigación que se formuló permitió delimitar las bases para recolectar la información necesaria para la problemática propuesta, Asimismo se describe el ámbito geográfico, los instrumentos, la recolección de datos y el procedimiento y análisis.

En el capítulo dos se presentan los resultados, datos presentados en tablas y los resultados en las gráficas, la interpretación escrita en la parte inferior de cada una. En el capítulo tres se hace la discusión final sobre los datos arrojados por las gráficas leídas, formulando una conclusión general y un análisis sobre la investigación realizada.

En la Aldea El Naranjo, La Libertad, Petén, los empresarios no han tomado en cuenta el compromiso ético-social y ambiental en la mayoría de los aspectos que fueron estudiados, los sueldos con sus empleados están por debajo de lo establecido por la Ley, no se cuenta con una organización empresarial donde haya fondos para apoyar obras sociales. La falta de orientación y falta de interés no han buscado la manera de apoyar a la no contaminación del medio ambiente. Son muchos los aspectos que los empresarios necesitan mejorar para poder cumplir con la responsabilidad social empresarial.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

La actividad empresarial en la aldea El Naranjo, La Libertad, Petén es bastante fuerte, aunque la mayoría son microempresarios y unos pocos pueden ser vistos como empresas medianas. La ausencia de nuevas metodologías y estrategias de producción constituye una de las causas por las que se incumplen algunas responsabilidades con la comunidad, los empleados y el medio ambiente. A simple vista, parece ser que el medio ambiente es el mayor afectado. Esto se debe en gran manera a la falta de un compromiso serio sobre un comportamiento ético, sociable y amigable con el entorno y los individuos que interactúan con la empresa.

En la aldea El Naranjo se manifiestan síntomas de que la falta de responsabilidad social empresarial está dando lugar a casos como: contaminación del suelo, contaminación del agua (en especial del río San Pedro), poco apoyo a actividades de desarrollo comunitario, desestabilización laboral, incumplimiento de legislación estatal, entre otros.

Esta situación se atribuye también al poco o nulo conocimiento de lo que implica la responsabilidad social empresarial. Las actividades de producción se centran únicamente en producir rentabilidad financiera.

La investigación de este problema es necesaria para ofrecer un panorama a los propios empresarios y lograr que puedan proyectar una mejor imagen social y producir un impacto menos dañino al medio ambiente y así contribuir al desarrollo social comunitario.

1.2 Pregunta de investigación

¿Es la responsabilidad social empresarial un compromiso ético-social y ambiental para el empresario en la aldea El Naranjo, La Libertad, Petén?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

- Identificar elementos de la práctica de la responsabilidad social empresarial a través del compromiso ético-social y ambiental por parte del empresario en la aldea El Naranjo, La Libertad, Petén

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los factores positivos y negativos que afectan el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial
- Facilitar a las empresas de la aldea El Naranjo, la Libertad, Petén, un informe de los resultados de la investigación para mejorar el cumplimiento de su compromiso ético-social y ambiental en la actualidad
- Emitir un diagnóstico sobre los efectos de la falta de compromiso ético-social y ambiental en la responsabilidad social empresarial en la comunidad
- Comparar el desempeño de la responsabilidad social de los empresarios en los ámbitos: laboral, ambiental, comercial y comunitario

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

La investigación por ser de carácter descriptivo, permitirá que la recolección de datos se haga mediante instrumentos que no busquen la explicación de causas del problema u opiniones de los sujetos.

Se enfocará en la elaboración de un registro de actuación en las áreas de empleados, clientes, proveedores, medio ambiente, legislación comercial y proyección comunitaria.

Los resultados de esta investigación darán lugar a investigaciones posteriores de mayor compromiso y mayor profundidad.

1.5 Sujetos de investigación

Para la presente investigación se tomará en cuenta los siguientes sujetos de investigación:

- **Empresarios**

Las empresas están representadas por sus propietarios y por esta razón serán ellos los indicados para aportar la información necesaria sobre el comportamiento de su empresa en cuanto a responsabilidad social empresarial.

1.6 Alcance de la investigación

Cuando se habla del alcance de la investigación se refiere a la delimitación que ésta tendrá. Es decir, aquí sabemos de cuánto tiempo durará la investigación y en qué lugar se desarrollará.

1.6.1 Alcance temporal

La ejecución del proceso de investigación está comprendido del 25 de agosto de 2018 al 13 de abril de 2019.

1.6.2 Alcance geográfico

La población, y sujetos de investigación, está distribuida en la aldea El Naranjo, La Libertad, Petén.

1.7 Definición de la muestra

La muestra está determinada por una población universo de 100 empresarios del Naranjo, La Libertad, Petén. De todos ellos, 10 son pequeñas empresas y el resto microempresas.

1.7.1 Empleo de muestra finita o infinita

En la investigación se trabajará una muestra finita porque la población universo hace un total de 100 sujetos de investigación.

Al contar con una población menor a las 30,000 personas, la muestra se determinó utilizando la fórmula finita:

$$n = \frac{z^2 p q N}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$

Donde:

n =	?	Tamaño de la muestra
N =	100	Tamaño de la población universo estimada o inferida
z =	1.96	Nivel de confianza en la muestra
p =	95% (0.95)	Probabilidad de éxito de la investigación
q =	5% (0.05)	Probabilidad de fracaso de la investigación
e =	5% (0.05)	Error muestral o margen de error

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05) (100)}{0.05^2 (100 - 1) + (1.96)^2 (0.95) (0.05)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.0475) (100)}{0.0025 (99) + (3.8416) (0.0475)}$$

$$n = \frac{18.2476}{0.2475 + 0.182476}$$

$$n = \frac{18.2476}{0.429976}$$

$$n = 42.44 \sim \mathbf{42.00}$$

La muestra estará compuesta de 42 empresarios.

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

Tratándose de una investigación descriptiva, se ha optado por la encuesta como el principal instrumento y la observación como complementario.

1.8.1 La encuesta

“La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos.” (Pobea Reyes, Margarita, 2014).

En la presente se elaborará un cuestionario con 10 preguntas cerradas y 5 preguntas abiertas.

1.8.2 La observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Se procederá a la observación de campo siendo que es el recurso principal de la observación descriptiva; ésta se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados. (Díaz Sanjuan, 2011 pág. 9).

Para ello se elaborará una lista de cotejo para listar la disponibilidad de las siguientes cosas:

- Clasificador de basura
- Libro de quejas de la DIACO
- Área de parqueo
- Salida de emergencia
- Espacio peatonal (acera)

La información reunida con la lista de cotejo solo será útil para desarrollar el tema de extrapolación, hallazgos y análisis general.

1.9 Recolección de datos

La recolección de la información se ejecutará durante una semana, tratando de obtener el apoyo de los empresarios en horarios de receso o fin de semana. Cada uno de los sujetos se reservará el derecho de llenar la encuesta. Es normal que alguno desconfíe del propósito que se tiene.

Se tiene previsto utilizar 15 minutos en promedio por cada empresario, lo que hace un total de 10.5 horas dedicadas a encuestar. A algunos se les encuestará en sus hogares y a la mayoría en sus negocios.

Cada encuestado tendrá la oportunidad de llenar la encuesta o que el encuestador le lea las preguntas y él irá asintiendo o negando cada interrogante.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

La información obtenida será tabulada a través de procedimientos mecánicos y en una hoja de cálculo de Microsoft Excel. Se elaborará un gráfico por cada pregunta de la encuesta y en el caso de las respuestas abiertas se tomarán en cuenta las primeras tres que predominen y el resto se llamará como “otras respuestas”.

Por tratarse de una encuesta no será necesario utilizar otro tipo de herramientas de cálculo y tabulación estadísticas.

Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

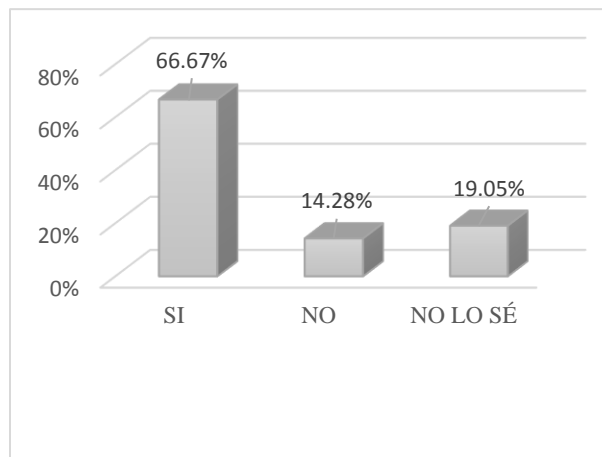
1. ¿En la empresa se da cumplimiento a las leyes fiscales, laborales y ambientales para proyectar una imagen comprometida con la comunidad, sus habitantes y el entorno?

Tabla 1: Cumplimiento leyes fiscales, laborales y ambientales

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Si	28	66.67%
No	6	14.28%
No lo sé con exactitud	8	19.05%
Total	42	100%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 1 Cumplimiento leyes fiscales, laborales y ambientales



Fuente: elaboración propia, año 2019

El 66.67% de los empresarios encuestados afirman estar cumpliendo con la legislación guatemalteca que tiene que ver con una empresa (código de comercio, constitución, código de trabajo, leyes fiscales...) siendo una respuesta que puede ser a conveniencia. En cambio, 6% de los 42 encuestados sostienen que no cumplen a cabalidad con ella, considerando que algunos fallan en el tema ambiental, otros en lo laboral y otros en el fiscal. Un 19.05% ha emprendido una actividad comercial desconociendo en muchos casos, lo relativo al perfil necesario para hacerlo.

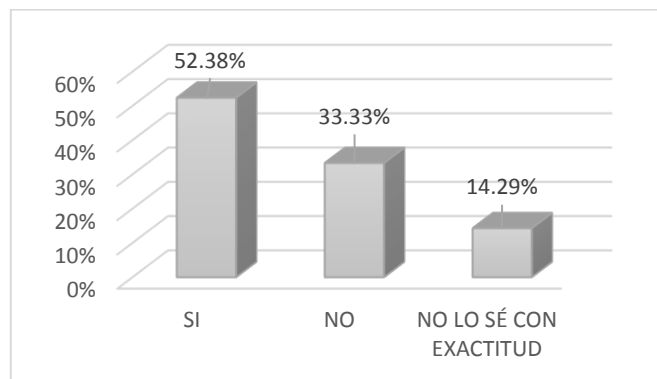
2. ¿Ha evaluado el impacto ambiental de la empresa en la comunidad?

Tabla 2: Impacto ambiental de la empresa

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Si	22	52.38%
No	14	33.33%
No lo sé con exactitud.	6	14.29%
Total	42	100%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 2: Impacto ambiental de la empresa



Fuente: elaboración propia, año 2019

El asegurarse de identificar los impactos de la actividad empresarial en el medio ambiente solo el 52.38%, de las personas encuestadas indican que sí se han concientizado ellos mismos sobre el impacto que tiene el medio ambiente relacionado al mundo empresarial, por lo que consideran necesario cuidar su entorno no dañando el medio. Un 33.33% no evaluó la relación que iba a surgir entre la empresa y su entorno, esto aunado a un 14.29% que ni siquiera sabe de qué se trata eso, esto es causa de que únicamente se centran en su producción como empresa y dejan por un lado lo que pudiera ocurrir en su entorno.

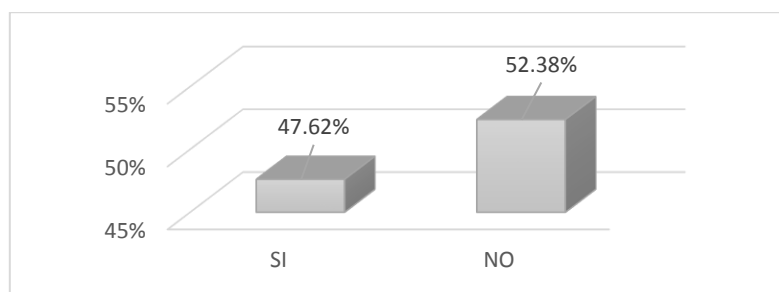
3. ¿Ha participado en alguna asociación u organismo que busquen fomentar la cultura de la responsabilidad social empresarial?

Tabla 3: Responsabilidad social empresarial

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Si	20	47.62%
No	22	52.38%
Total	42	100%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 3: Responsabilidad social empresarial



Fuente: elaboración propia, año 2019

La participación para fortalecer la cultura de la responsabilidad social es de un 47.62%. Esto confirma que no existen oportunidades de crecer en el tema. Eso es también por falta de voluntad e interés. El 52.38% dice no haber participado en ninguna actividad que favorezca la responsabilidad social empresarial.

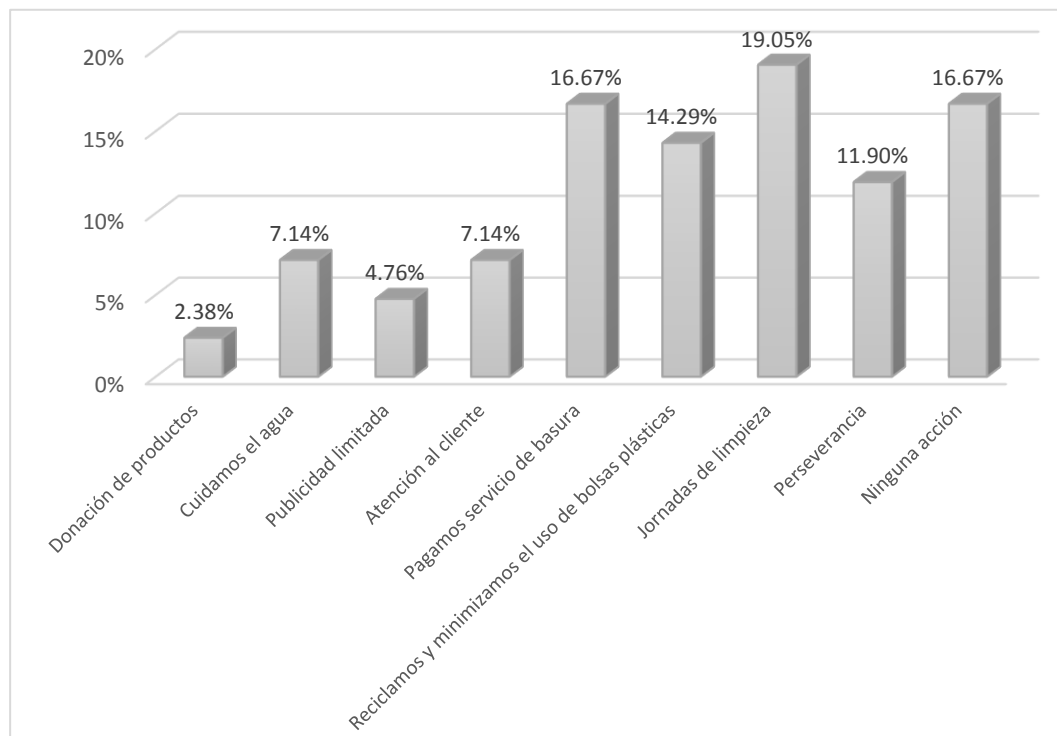
4. ¿Cuál es el mayor ejemplo que da su empresa para que otras sean también éticas, y comprometidas con la comunidad y el medio ambiente?

Tabla 4: Empresas éticas y comprometidas con el medio ambiente

Respuesta abierta	Encuestados	Porcentaje
Donación de productos	1	2.38%
Cuidamos el agua	3	7.14%
Publicidad limitada	2	4.76%
Atención al cliente	3	7.14%
Pagamos servicio de basura	7	16.67%
Reciclamos y minimizamos el uso de bolsas plásticas	6	14.29%
Jornadas de limpieza	8	19.05%
Perseverancia	5	11.90%
Ninguna acción	7	16.67%
Total	42	100%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 4: Empresas éticas y comprometidas con el medio ambiente



Fuente: elaboración propia, año 2019

En el aspecto social un 2.38% afirma que ha donado productos a personas necesitadas, un 7.14% dice dar buena atención al cliente, en el ámbito ambiental un 7.14% indicó cuidar el agua no desperdiciándola, 16.67% paga el servicio de basura para que esta no se quede en las calles, un 14.29% expreso reciclar bolsas plásticas para ayudar a disminuir la contaminación del suelo, un 19.05% ha participado en hacer jornadas de limpieza en la comunidad. Otras empresas no han realizado ninguna acción en ninguno de los aspectos, situación que se da por la falta de orientación e interés para el mejoramiento comunitario, este grupo representa a un 16.67%.

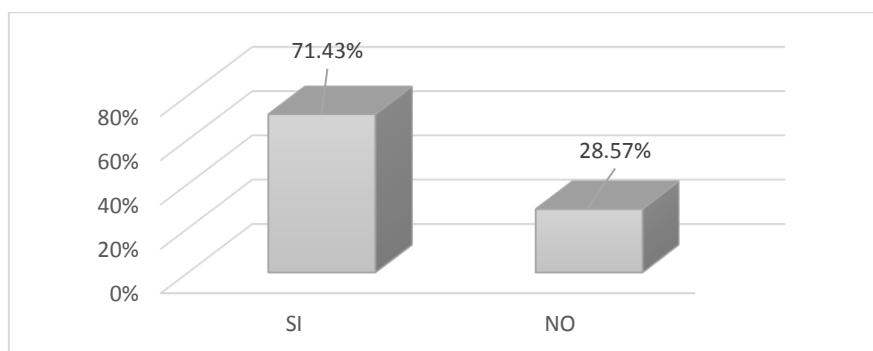
5. ¿Se asegura utilizar insumos o materias primas provenientes de empresas responsables con el medio ambiente y la comunidad?

Tabla 5: Empresas comprometidas con el medio ambiente y la comunidad

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Si	30	71.43%
No	12	28.57%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 5: Empresas comprometidas con el medio ambiente y la comunidad



Fuente: elaboración propia, año 2019

Las empresas consideran necesario conocer cada una de las fuentes de donde obtienen sus productos para poder garantizar que están cumpliendo con las normas de seguridad y participación en el medio ambiente y comunidad; un 71.43% afirman estar seguros de esas fuentes y un grupo de 28.57% dice no estar conscientes de lo que implementan en sus empresas esto puede ser causa de falta de interés y poca valoración del trato social y ambiental.

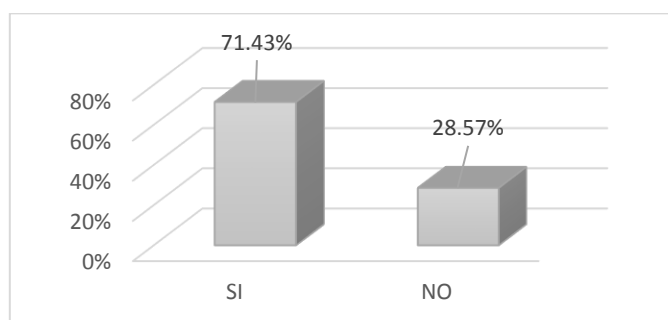
6. ¿La empresa promueve acciones orientadas a mejorar los valores éticos y cívicos, la capacitación, la identidad, la autoestima o la confianza de sus empleados para convertirlos en ciudadanos responsables?

Tabla 6: Crecimiento integral de los trabajadores

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Si	30	71.43%
No	12	28.57%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 6: Crecimiento integral de los trabajadores



Fuente: elaboración propia, año 2019

Una empresa que busca un crecimiento ético y moral permite a sus empleados tener un crecimiento personal; las empresas encuestadas dan a conocer que un 71.43% promueve diferentes actividades para el personal, este grupo expuso que realizan algunos convivios, capacitan a su personal, entre otras actividades. Las empresas que respondieron que no realiza ningún tipo de estas actividades representa un 28.57%, posiblemente debido a que no consideran importante realizar actividades, o bien a la falta de estrategias motivadoras e integradoras del personal.

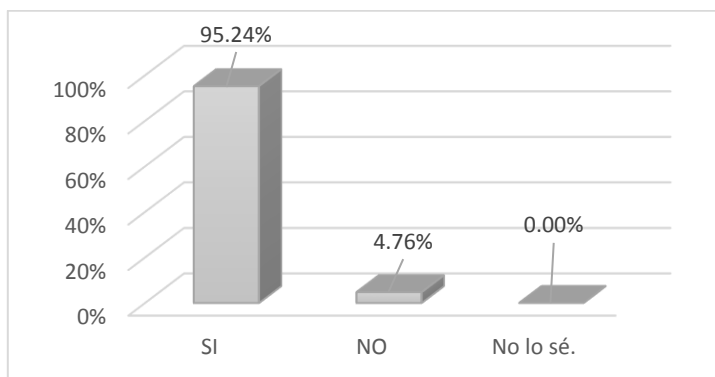
7. ¿Las relaciones entre la empresa y sus empleados se desarrollan dentro de un marco ético-social, con transparencia y motivación para ambos?

Tabla 7: Convivencia ética y social entre empresa y colaboradores

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Si	40	95.24%
No	2	4.76%
No lo sé con exactitud	0	0%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 7: Convivencia ética y social entre empresa y colaboradores



Fuente: elaboración propia, año 2019

La motivación y convivencia sana se ve reflejada en la empresa, la cual está en un crecimiento constante, el 95.24% promueve el desarrollo de sus empleados haciéndolos partícipes del buen liderazgo empresarial, premiando su buen trabajo y sus logros alcanzados. Las empresas que no realizan ninguna actividad se ven reflejadas en un 4.76% ya que ellas consideran que sus empleados deben valorar la oportunidad de empleo que se les ha brindado.

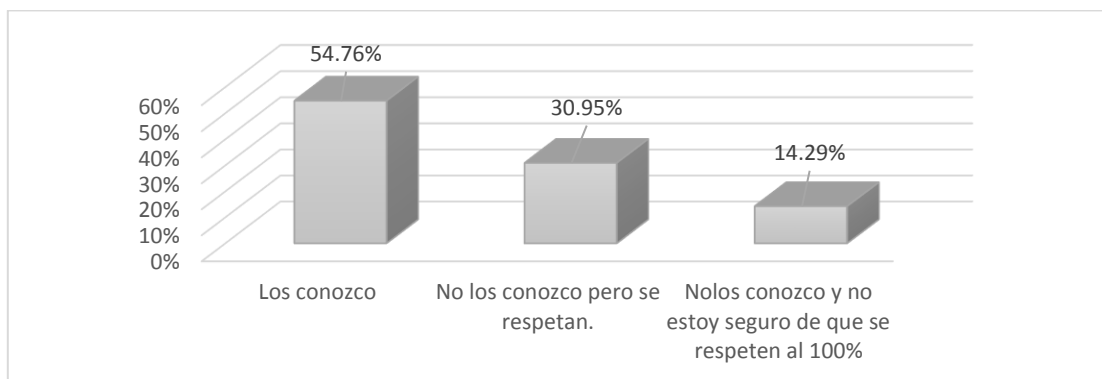
8. ¿Los Derechos Humanos son un compromiso social de la empresa con su personal, ¿los conoce y respeta en la empresa?

Tabla 8: Los derechos humanos como compromiso social de la empresa con personal

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Los conozco y se respetan.	23	54.76%
No los conozco, pero considero que se respetan en la empresa.	13	30.95%
No los conozco y no estoy seguro de que se respeten al 100%.	6	14.29%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 8: Los derechos humanos como compromiso social de la empresa con personal



Fuente: elaboración propia, año 2019

Un 54.76% dice conocer estos derechos y respetarlos para evitar demandas y sanciones, un 30.95% dice no conocerlos, pero consideran tener un buen trato a sus empleados; el 14.29% dice no conocer los derechos y no están seguros del cumplimiento dentro de la empresa. Sin duda alguna las empresas que no conocen los Derechos Humanos de sus empleados deben informarse en el Código de trabajo y conocer cuáles son sus derechos y obligaciones, de este modo empezara a formar parte de empresas que buscan el crecimiento de sus empleados, y que respetan los derechos laborales.

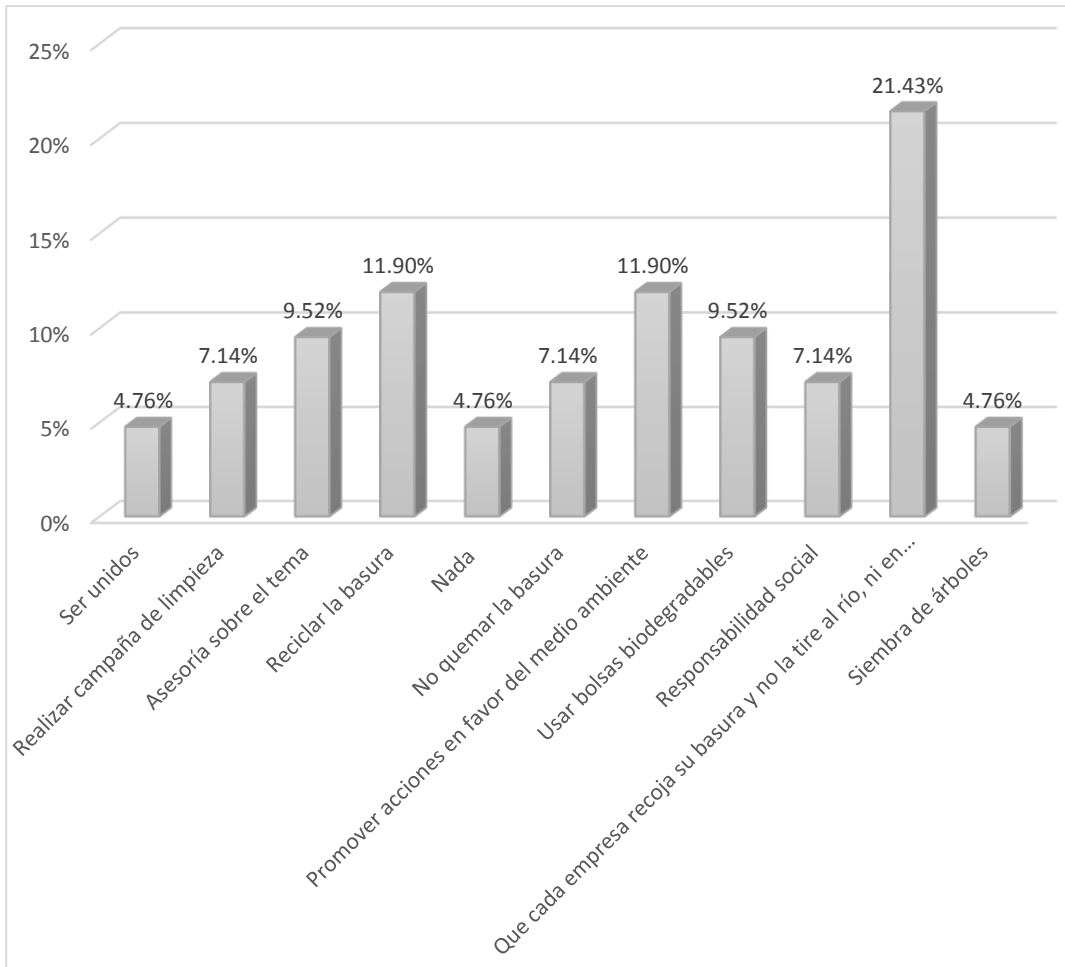
9. ¿Qué le falta hacer a las empresas de aldea El Naranjo para ser más amigables con el medio ambiente?

Tabla 9: Acciones de responsabilidad social empresarial

Opciones de respuesta abierta	Encuestados	Porcentaje
Ser unidos	2	4.76%
Realizar campaña de limpieza	3	7.14%
Asesoría sobre el tema	4	9.52%
Reciclar la basura	5	11.90%
Nada	2	4.76%
No quemar la basura	3	7.14%
Promover acciones en favor del medio ambiente	5	11.90%
Usar bolsas biodegradables	4	9.52%
Responsabilidad social	3	7.14%
Que cada empresa recoja su basura y no la tire al río, ni en la calle	9	21.43%
Siembra de árboles	2	4.76%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 9: Acciones de responsabilidad social empresarial



Fuente: elaboración propia, año 2019

De acuerdo a los resultados el 4.76% expresó que lo que hace falta para que la empresa sea más amigable con el medio ambiente es ser unidos, el 7.14% expresó que se deben realizar campañas de limpieza, esto porque las calles se ven contaminadas con diferente tipo de basura, un 9.52% de las empresas encuestadas indican que se necesita asesoría en el tema, pues no conocen mucho sobre el mismo, el 11.90% de las empresas proponen reciclar basura, el 4.76% dice que no tiene propuesta alguna para contribuir con el medio ambiente, el 7.14%, propone no quemar basura, un 11.90% indica que se deben promover acciones en favor del medio ambiente, el 7.14% indica que la responsabilidad social es necesaria, el 21.43% expresó que las empresas deben recoger la basura

que generan para ser más amigables con el medio ambiente, el 4.75% siembra de árboles; el dato que se consideró con mayor relevancia en estos días es el uso de bolsas biodegradables, donde el 9.52% de las empresas de esta comunidad apoyan esta propuesta.

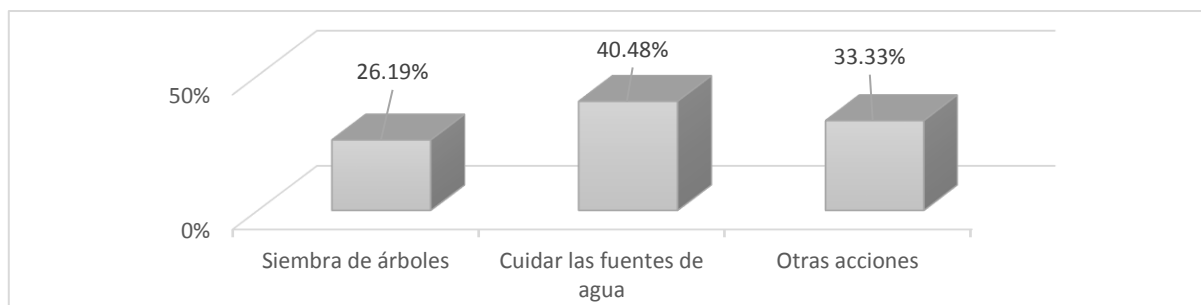
10. ¿Qué acción de las siguientes le parece ser la más importante para que las empresas las lleven a cabo en favor del medio ambiente?

Tabla 10: Acciones en pro del medio ambiente

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Siembra de árboles	11	26.19%
Cuidar las fuentes de agua	17	40.48%
Otras acciones	14	33.33%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 10: Acciones en pro del medio ambiente



Fuente: elaboración propia, año 2019

El 26.19% apoya la siembra de árboles como una de las acciones para fomentar la participación de las empresas en el cuidado del medio ambiente, consideran que esto permite purificar el aire, otro grupo equivalente al 40.48% indicó que es necesario cuidar las fuentes de agua como el río San Pedro y el nacimiento La Bomba que es de donde proviene el agua potable para toda la comunidad. También el 33.33% expuso otras acciones como limpieza de las calles, no desperdiciar el agua tirándola en la calle, entre otras.

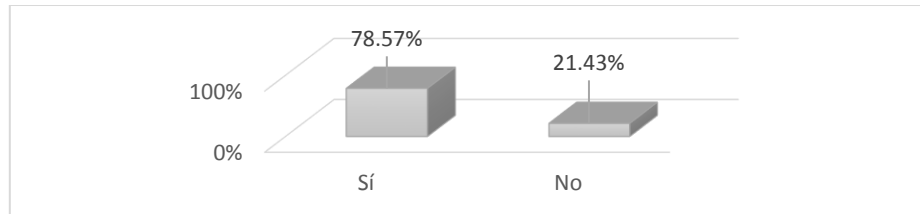
11. ¿Conoce el cambio climático: sus causas, consecuencias y cómo enfrentarlo desde el punto de vista empresarial?

Tabla 11: Nociones sobre el cambio climático

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	33	78.57%
No	9	21.43%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 11: Nociones sobre el cambio climático



Fuente: elaboración propia, año 2019

Las causas y consecuencias del cambio climático hoy en día es un tema sumamente relevante en donde todos participan, las empresas o dueños de empresas que conocen sus causas, consecuencias y la manera de enfrentar estas situaciones está representado por el 78.57% de los encuestados, únicamente un 21.43% de los encuestados indicaron que no conocen la manera de enfrentar este fenómeno ambiental y como empresa no saben qué medidas tomar ante dicha situación.

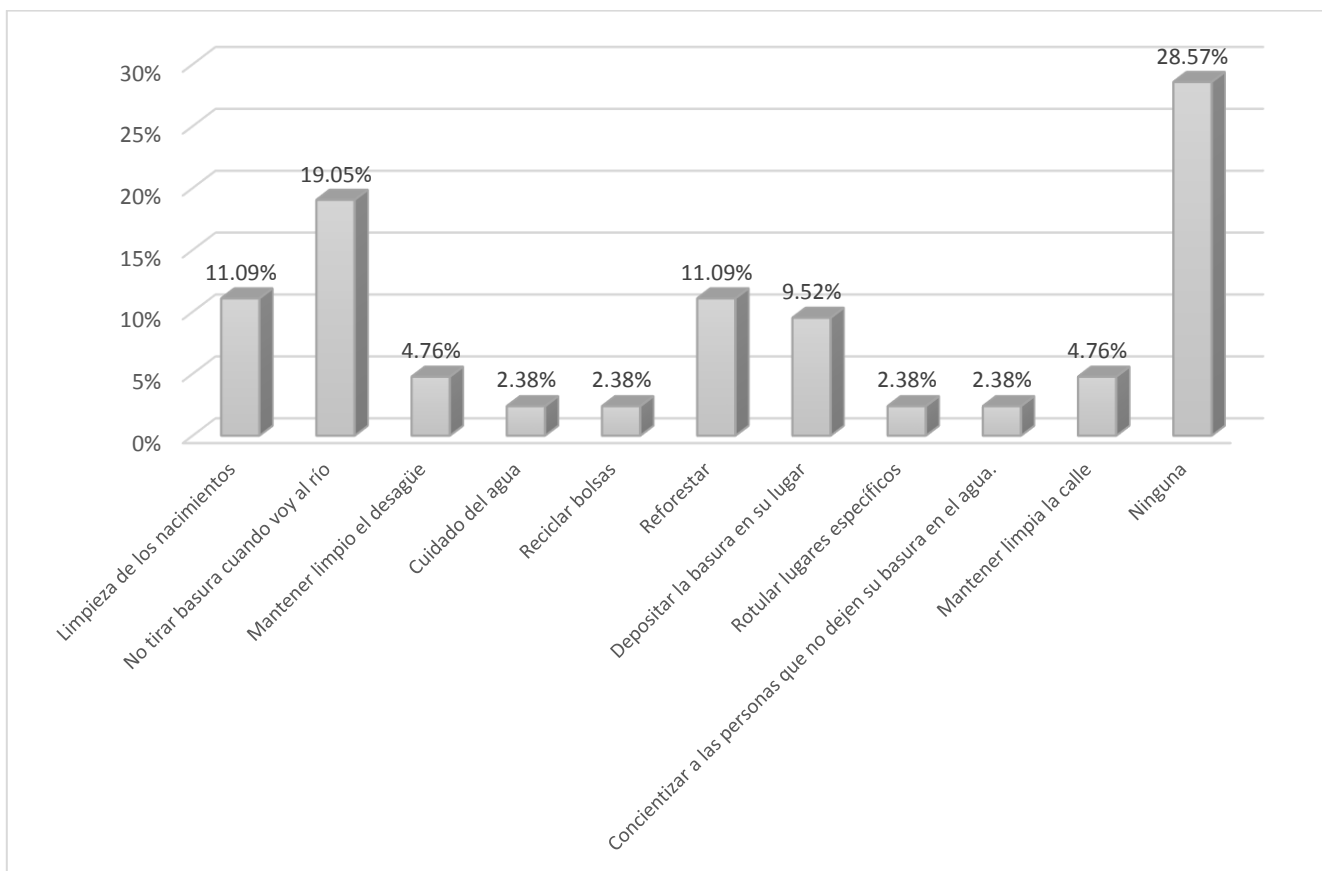
12. ¿Qué actividad emprende con más frecuencia para el cuidado del río y nacimientos de agua en la comunidad?

Tabla 12: Acciones de protección y conservación de fuentes de agua en la comunidad

Opciones de respuesta abierta	Encuestados	Porcentaje
Limpieza de los nacimientos	5	11.09%
No tirar basura cuando voy al río	8	19.05%
Mantener limpio el desagüe	2	4.76%
Cuidado del agua	1	2.38%
Reciclar bolsas	1	2.38%
Reforestar	5	11.09%
Depositar la basura en su lugar	4	9.52%
Rotular lugares específicos	1	2.38%
Concientizar a las personas que no dejen su basura en el agua.	1	2.38%
Mantener limpia la calle	2	4.76%
Ninguna	12	28.57%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 12: Acciones de protección y conservación de fuentes de agua en la comunidad



Fuente: elaboración propia, año 2019

En la aldea del Naranjo se ubica el río San Pedro y el nacimiento de agua La Bomba, las empresas enumeran algunas de las actividades que practican para cuidar estas fuentes de agua, el 11.09% realiza limpieza en el nacimiento La Bomba, no tiran basura cuando van al río.

El 19.05% no tiran basura en el río, debido a que estas llevan sus depósitos de basura cuando hacen convivio a las orillas del río, las empresas que cuentan con desagües representan el 4.76% y aseguran mantenerlos limpios. El 2.38% reciclan bolsas, reforestar es otra acción muy mencionada por el grupo empresarial de la comunidad y lo practica el 11.09%. En la misma cifra se identifica las empresas que depositan la basura en su lugar y concientizan a las personas a no dejar basura en

el agua. Sobre sale el grupo de empresas que dicen no realizar ninguna actividad identificándose en un 28.57%.

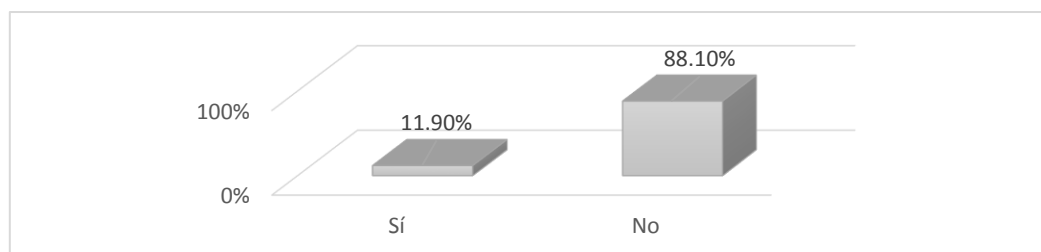
13. ¿De las operaciones que ha venido ejecutando la empresa, hay alguna por la que pudo ser señalada como irresponsable?

Tabla 13: Acciones negativas sobre la responsabilidad social empresarial

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	5	11.90%
No	37	88.10%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 13: Acciones negativas sobre la responsabilidad social empresarial



Fuente: elaboración propia, año 2019

La responsabilidad social empresarial, es una de las acciones más observadas por las personas de las comunidades y es necesario el cumplimiento de un reglamento estricto tanto con sus empleados, comunidad y medio ambiente; un 11.90% ha considerado ser irresponsable en lo que concierne al cumplimiento de la responsabilidad social empresarial y acepta que necesita mejorar en ello, el 88.10% se identifica por cumplir con la mayoría de sus obligaciones como empresa en todos los aspectos, tanto con sus empleados, con el cuidado del medio ambiente y participar en el desarrollo de la comunidad apoyando los grupos sociales.

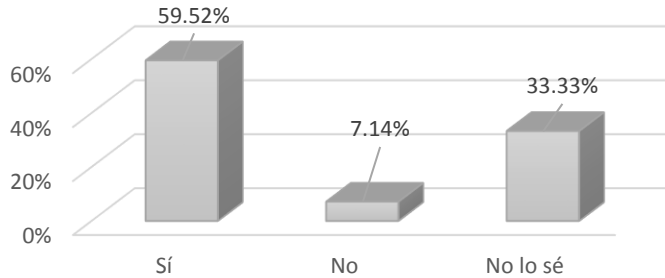
14. ¿Las acciones de comercialización y publicidad que ejecuta la empresa son responsables tanto en lo ético, lo social y ambiental?

Tabla 14: Responsabilidad ética, social y ambiental de la empresa

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	25	59.52%
No	3	7.14%
No lo sé	14	33.33%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 14: Responsabilidad ética, social y ambiental de la empresa



Fuente: elaboración propia, año 2019

La diversidad de acciones de comercialización y publicidad tiene mucho énfasis por los empresarios en la actualidad en donde las empresas procuran el respeto por el derecho ajeno y el cuidado del medio ambiente, el 59.52% de las empresas se considera como responsable al tomar las medidas necesarias y cuidados para el medio que le rodea, cuidando en no practicar la contaminación acústica, visual, del suelo, del agua y otras.

El 7.14% no considera importantes estos aspectos en cuanto al realizar publicidad para sus empresas y el 33.33% no están seguros de que las acciones que realizan contaminen el medio o no. Estos resultados refuerzan el indicador que hay un buen número de empresas que necesitan expandir sus conocimientos en el tema.

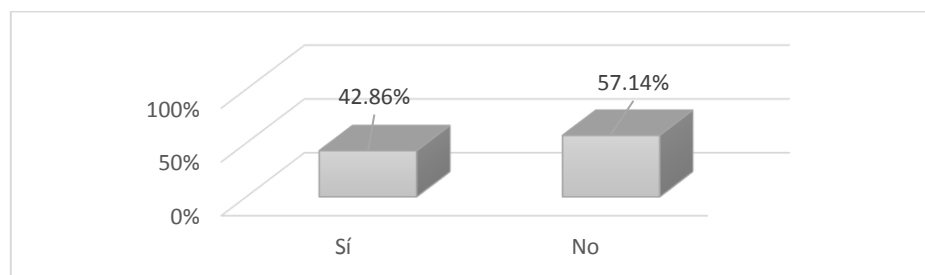
15. ¿Cuenta con un presupuesto económico, para apoyar a organizaciones sociales, cuidado del medio ambiente, fomento del arte y deporte en la comunidad, entre otros?

Tabla 15: Determinación de presupuesto para actividades filantrópicas

Opciones de respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	18	42.86%
No	24	57.14%
Total	42	100.00%

Fuente: elaboración propia, año 2019

Gráfico 15: Determinación de presupuesto para actividades filantrópicas



Fuente: elaboración propia, año 2019

En la aldea El Naranjo no existe un fondo para mantener un presupuesto estable y apoyar a las organizaciones sociales que promuevan el cuidado del medio ambiente y otras organizaciones que existan, el 42.86% de las empresas dicen que ellos apoyan ciertos grupos estudiantiles, auxiliares, deportivos y sociales cuando se les hace alguna solicitud de apoyo pero en realidad no cuentan con fondos para estas situaciones, el 57.14% del grupo encuestado dice que no cuenta con un presupuesto y tampoco tiene las posibilidades de responder a todas las solicitudes que en muchas ocasiones les ha llegado; son pocas las ocasiones donde han sido partícipes en apoyar económicamente al deporte y arte del Naranjo. Es importante ante dicho estudio que las empresas se organicen y formen una cooperativa responsable en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

La responsabilidad social empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en El Naranjo, La Libertad, Petén es un tema casi desconocido por los propietarios de pequeñas empresas y microempresas, la falta de orientación, de búsqueda de información en el tema no parece ser interesante para la mayor parte de los empresarios.

Otro aspecto que no es tomado en cuenta por los empresarios es el cumplimiento de la responsabilidad ambiental, debido a que no hay organizaciones que brinden información sobre el manejo adecuado de los medios.

Antelo & Robaina (2015) sostienen que "la responsabilidad social empresariales es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general" (p.59).

Una empresa no solo tiene responsabilidad en su crecimiento productivo, sino que embarga dentro de sí la contribución al desarrollo comunitario, el cumplimiento de una ética incorruptible y la valoración de la naturaleza.

Una empresa es parte de la vida del ser sociable, pero se deben atender aspectos tales como derechos de sus trabajadores, cumplimiento del Código de Trabajo, brindar a sus empleados ambientes de capacitación abriendo paso a una mejora en el desarrollo sostenible y sustentable de cada uno de los integrantes, estas organizaciones deben estar conscientes de la necesidad que tiene el planeta del más mínimo cuidado en la conservación y respeto por lo que está rodeada.

Una empresa socialmente responsable es aquella cuyos directivos y propietarios son conscientes del efecto que las operaciones de la organización pueden ocasionar al interior y al exterior de la compañía. A esto, Henríquez & Orestes (2015), agregan que "la responsabilidad social empresarial, no pretende que los integrantes de una organización actúen éticamente, sino que la compañía promueva este valor y lo haga propio de su cultura organizacional". (p.18).

La United Nations Global Compact (2018), indican que las Redes Locales del Pacto Mundial promueven los Diez Principios y objetivos más generales de Naciones Unidas a nivel nacional, los cuales ayudan a las empresas a entender mejor qué significa ser una empresa responsable en los diferentes contextos nacionales, culturales e idiomáticos impulsando el alcance, el aprendizaje, el diálogo sobre las políticas, la acción colectiva y las alianzas.

La responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales, (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social.).

La responsabilidad social jamás puede quedar a un lado. Los continuos cambios del mercado, de los consumidores, la contaminación, la escasez de recursos y materias primas favorecen la búsqueda de nuevas maneras para preservar lo que actualmente tienen las empresas en la realización de sus operaciones comerciales. La responsabilidad social también exige de los empresarios una capacidad de adaptación y flexibilidad impresionante al propiciar nuevas estrategias comerciales y de producción en pro del mundo y la preservación del mismo.

El tema de la Responsabilidad Social de la Empresa ha adquirido gran relevancia no sólo en los países desarrollados sino también en todos los países. Aunque no se ha logrado generar una perspectiva unificada sobre su concepto y alcances, ya que se ha analizado desde distintos enfoques, lo que queda claro es que es una práctica cada vez más común en las empresas.

ISO 26000 define la Responsabilidad Social Empresarial como: “la Responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que: contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar general de la Sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, stakeholders; esté en cumplimiento con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento; y esté integrada a través de toda la organización y practicada en sus relaciones.”

3.2 Hallazgos y análisis general

El presente documento de investigación se basó en la responsabilidad social empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en Aldea El Naranjo, La Libertad, Petén procediendo a la observación del desenvolvimiento interno y externo de las pequeñas empresas y microempresas en la comunidad, formulando análisis críticos mediante la colaboración de los propietarios; encontrando varios indicadores a favor y en contra de la temática investigada dando paso al planteamiento de mejoras hacia la comunidad participante.

Según la gráfica No. 4 la empresas de la Aldea El Naranjo, las empresas no están comprometidas con el cuidado del medio ambiente y las actividades que regularmente realizan como actividad diaria es ahorrar agua no tirándola en la calle, solo un 14% de las empresas mencionaron que reciclan bolsas, la mayoría no está relacionada con este tema debido a la falta de orientación y conocimiento sobre el mismo.

La discusión se centra, en aquellos aspectos más relevantes que se han extraído de los resultados obtenidos.

El aporte de las empresas y microempresas en los ámbitos ético, social y ambiental son casi nulas; a causa de ello se ven consecuencias desagradables para la comunidad, en primer punto está el incumplimiento de los derechos de los trabajadores, muchos de ellos reciben un sueldo por debajo de lo que establece la ley trabajando en horarios fuera del reglamento, en lo que se refiere a aportes a la comunidad estas empresas no cuentan con una organización que vele por el cumplimiento de ciertas normas en beneficio del desarrollo comunitario.

El 66.67% de los empresarios encuestados afirman estar cumpliendo con la legislación guatemalteca que tiene que ver con una empresa (código de comercio, constitución, código de trabajo, leyes fiscales...) siendo una respuesta que puede ser a conveniencia. En cambio, 6% de los 42 encuestados sostienen que no cumplen a cabalidad con ella, considerando que algunos fallan en el tema ambiental, otros en lo laboral y otros en el fiscal. Un 19.05% ha emprendido una actividad comercial desconociendo en muchos casos, lo relativo al perfil necesario para hacerlo.

Un punto importante que se destaca es el calentamiento global que está afectando a la humanidad por medio de los desastres naturales, la contaminación del suelo, del agua, aire, entre otros tipos.

En Aldea El Naranjo no se han tomado las medidas básicas ni las necesarias para contrarrestar o contribuir a la no contaminación ambiental.

Al principio se propuso como objetivo general identificar elementos de la práctica de la responsabilidad social empresarial través del compromiso ético-social y ambiental por parte del empresario en El Naranjo, La Libertad, Petén en donde se abrió paso a la observación de los siguientes puntos:

- Cumplimiento de las leyes fiscales, laborales y ambientales
- El compromiso con la comunidad y medio ambiente
- Los Derechos Humanos
- El cuidado del medio ambiente
- Opciones de mejoras a los empleados

Al obtener los resultados de las encuestas se determina hallazgos de irregularidades existentes en lo que abarca el cumplimiento de la responsabilidad empresarial en el aspecto ético, social y ambiental en la aldea El Naranjo, La Libertad, Petén. Comprendiendo que no todas las empresas tienen la base principal de responsabilidad social empresarial a causa de varios motivos entre los cuales se mencionó como primer punto que en la comunidad no existen leyes que estén en constante vigilancia al cumplimiento de las empresas, considerando que no hay empresas grandes, únicamente existen pequeñas empresas y microempresas.

Entre ellas se observa irregularidad en lo establecido en el Código de Trabajo, con respecto a los horarios laborales de las personas, las prestaciones de ley no son brindadas a los empleados, únicamente se encontró que un 27% de estos cuentan con ellas, las oportunidades de empleo son pocas. En lo que respecta a lo ético en las empresas se pudo encontrar que el 70% de ellas cumplen casi en su totalidad la práctica de valores, normas y principios.

La responsabilidad social empresarial en el área ambiental un 27.7% de la comunidad que se toma en cuenta arroja datos extremadamente preocupante en cuanto al cumplimiento de los cuidados necesarios para el cuidado del medio, debido a que las pequeñas empresas y microempresas se han organizado para pagar el servicio de basura, pero no hay práctica de reciclaje, hay demasiada contaminación al suelo, aire y agua. Son pocos los empresarios que han contribuido a la siembra de árboles, trenes de limpieza en la comunidad, capacitación a sus empleados, apoyo comunitario en diferentes actividades.

Algunos datos obtenidos dan a conocer que un 3% de las empresas ayudan voluntariamente a proyectos sociales como la donación de productos a familias necesitadas, debido a que no cuentan con fondos destinados a obras sociales, como consecuencia es palpable la falta de apoyo comunitario.

3.3 Conclusiones

1. Los elementos que abarcan las buenas prácticas de la responsabilidad social empresarial es el compromiso que algunas empresas tienen para su comunidad, el querer contribuir en el bienestar humano de las personas son algunos de los resultados que se encontraron como respuesta a la práctica social empresarial de la mayoría de los empresarios.
2. Los factores negativos encontrados que no dejan cumplir a las empresas en su responsabilidad es la falta de organización y no conocimiento del tema sobre la responsabilidad social empresarial, sin embargo; es importante resaltar que se puede mencionar como positivo, la existencia de la entidad educativa universitaria formadora de profesionales en el área de administración, donde muchos de ellos son dueños de empresas más grandes de la comunidad por lo cual ellos son los principales personajes que hacen cumplir con el paradigma empresarial.
3. En la aldea del Naranjo muchos de los empresarios son pertenecientes al pequeño contribuyente, no cuentan con capacitaciones estrategias sobre el manejo del tema, incluso muchas personas no tienen estudio, son dueños de pequeñas empresas por herencias recibidas, han obtenido sus logros mediante el empirismo administrativo y no han permitido que las nuevas propuestas administrativas sean el cambio dentro de su empresa y que permitan el crecimiento de sus empleados.
4. En el ámbito laboral los empleados de las empresas de la comunidad no tienen oportunidad de tener un sueldo base, en la mayoría de casos los empleados están ganando menos de 1800 quetzales mensuales.

4. Referencias

4.1 Libros

1. Díaz Sanjuan, L. (2001). La observación. Textos de apoyo didáctico. Facultad de Psicología, UNAM.
2. Martínez, J. (2017). Dinámica de la Investigación. Publicaciones AMC, Primera edición 2017. Guatemala.
3. Tamayo C. & Silva Siesquén, I. (2009). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Departamento Académico de Metodología de Investigación. Universidad Católica, Los Ángeles, de Chimbote.

4.2 Revistas

4. Monografía del Naranjo Frontera (2008). Crónica, 8, 10-13

4.3 Digitales

5. Legrand, F. (2004, 7 de marzo). Test para determinar el grado de Responsabilidad Social de su empresa. Recuperado de <http://rseonline.com.ar/2004/03/test-grado-de-rse-empresa/>
6. Espinoza. E. (2016, 29 de noviembre). Universo, muestra y muestreo. Recuperado de <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
7. Maram, L. (2013, 23 de agosto). 40 preguntas de RSE para coordinadores del área de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.luismaram.com/40-preguntas-de-rse-para-coordinadores-del-area/>
8. United Nations Global Compact (2018, 26 de enero). Pacto Mundial de Naciones Unidas; una llamada a la acción para empresas sostenibles. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/02/Flyer-New-Strategy-GC-2018_20180126.pdf
9. Deobold B. Van D, y William J. (2006, 20 de septiembre). Síntesis de “Estrategia de la investigación descriptiva” en Manual de técnica de la investigación educacional de Awakening at Dawn Joan Mirón 1994. Recuperado de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>



Carátula

ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Tema de investigación

“Responsabilidad Social Empresarial, como compromiso ético-social y ambiental para el empresario en El Naranjo, La Libertad, Petén.”

Información importante:

Esta encuesta es anónima y personal, dirigida a empresarios de aldea El Naranjo, La Libertad, Petén con el propósito de describir aspectos sobre responsabilidad social empresarial.

Agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario para la generación de propuestas de mejora y crecimiento empresarial y comunitario.

Instrucciones:

Marque la o las opciones necesarias y en caso de requerir de respuestas personales, se le solicita ofrecer aquellas que mejor definan lo solicitado.

1. En la empresa ¿se da cumplimiento a las leyes fiscales, laborales y ambientales para proyectar una imagen comprometida con la comunidad, sus habitantes y el entorno?
 - Sí
 - No
 - No lo sé con exactitud
2. ¿Ha evaluado el impacto ambiental de la empresa en la comunidad?
 - Sí
 - No
 - No lo sé con exactitud
3. ¿Ha participado en alguna asociación u organismo que busquen fomentar la cultura de la Responsabilidad Social Empresarial?
 - Sí
 - No

4. ¿Cuál es el mayor ejemplo que da su empresa para que otras sean también éticas, y comprometidas con la comunidad y el medio ambiente?
-
5. ¿Se asegura utilizar insumos o materias primas provenientes de empresas responsables con el medio ambiente y la comunidad?
- Sí
- No
6. ¿La empresa promueve acciones orientadas a mejorar los valores éticos y cívicos, la capacitación, la identidad, la autoestima o la confianza de sus empleados para convertirlos en ciudadanos responsables?
- Sí
- No
7. ¿Las relaciones entre la empresa y sus empleados se desarrollan dentro de un marco ético-social, con transparencia y motivación para ambos?
- Sí
- No
- No lo sé con exactitud
8. Los Derechos Humanos son un compromiso social de la empresa con su personal, ¿los conoce y respeta en la empresa?
- Los conozco y se respetan.
- No los conozco, pero considero que se respetan en la empresa.
- No los conozco y no estoy seguro de que se respeten al 100%.
9. ¿Qué le falta hacer a las empresas de aldea El Naranjo para ser más amigables con el medio ambiente?
-
-

10. ¿Qué acción de las siguientes le parece ser la más importante para que las empresas las lleven a cabo en favor del medio ambiente?
- Siembra arboles
 - Cuidar las fuentes de agua
 - Otras acciones.....
11. ¿Conoce el cambio climático: sus causas, consecuencias y cómo enfrentarlo desde el punto de vista empresarial?
- Sí
 - No
12. ¿Qué actividad emprende con más frecuencia para el cuidado del río y nacimientos de agua en la comunidad?
-
13. ¿De las operaciones que ha venido ejecutando la empresa, hay alguna por la que pudo ser señalada como irresponsable?
- Si
 - No
14. ¿Las acciones de comercialización y publicidad que ejecuta la empresa son responsables tanto en lo ético, lo social y ambiental?
- Sí
 - No
 - No lo sé
15. ¿Cuenta con un presupuesto económico, para apoyar a organizaciones sociales, cuidado del medio ambiente, fomento del arte y deporte, en la comunidad, entre otros?
- Sí
 - No

Gracias por su colaboración.

Temas relacionados con RSE:

Glosario

- **Ética empresarial**

Se trata de la filosofía y política de la empresa u organización con los principios rectores de la responsabilidad social, y la coherencia con dichos principios. Esta ética empresarial debe ser cultura de empresa reflejada en sus directivos y en todos sus colaboradores. La ética tiene relación con la legalidad, la justicia, lo moral y en general en hacer lo que es correcto.

- **Calidad de vida laboral**

Se relaciona con el valor que se agrega a la calidad de vida de sus colaboradores, al clima laboral y a los estados de satisfacción en el trabajo. Esta se relaciona con los estilos de dirección y mando, la dignidad, el bienestar, el justo proceso, la ergonomía y otras más, que hacen que los empleados se sientan a gusto en la empresa u organización a la que pertenecen, por lo que ella les respeta. En la calidad de vida laboral se considera la formación y educación en principios y valores, la dignificación del ser y de su familia.

- **Medio ambiente**

Está enmarcado en las prácticas de sostenibilidad de la empresa, el buen manejo de los recursos y la conservación del medio ambiente.

- **Compromiso con la comunidad**

Hace referencia a la destinación de programas o proyectos de atención para con grupos focales de la comunidad directa y vecina.

- **Marketing responsable**

Se refiere a la forma y el sistema de comercialización y comunicación de sus productos y servicios basado en el respeto y no de engaño al consumidor o cliente, al respeto de los principios de lealtad y al uso de los mensajes que no produzcan daños, y otra serie de asuntos relacionados con las prácticas de comercialización y mercadeo responsable y sano.