

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA DE EL SALVADOR

"Dr. LUIS ALONSO APARICIO"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



"Diseño de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la Cooperativa Financiera Unidad ACODJAR de R.L. San Sebastián, San Vicente, 2015"

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
TÉCNICO EN MERCADEO**

PRESENTADO POR:

DIANA CAROLINA BRUNO FUENTES

URANIA EMPERATRIZ DÍAZ HENRÍQUEZ

JESSICA MARCELA ALFARO FLORES

SAN SALVADOR, OCTUBRE, 2015

INDICE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1.1 Tema.....	1
1.2 Objetivos.....	1
1.3 Introducción.....	2
1.4 Definición del problema.....	3-4
1.5 Justificación.....	5
1.6 Fundamentación teórica.....	6
1.6.1 Responsabilidad Social Empresarial.....	6
1.6.1.1 Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial.....	6
1.6.1.2 Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial.....	7
1.6.1.3 Diferentes teorías de la Responsabilidad Social Empresarial...	8-9
1.6.1.4 Beneficios que brinda la Responsabilidad Social empresarial....	10
1.6.1.5 Marco legal de la Responsabilidad Social Empresarial.....	11
1.6.1.6 Certificaciones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	12-15
1.6.1.7 Áreas de Responsabilidad Social Empresarial.....	15
1.6.1.8 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	15
1.6.1.9 Enfoques de la Responsabilidad Social Empresaria.....	16-17
1.6.1.10 Responsabilidad Social Empresarial Estratégica.....	17-18
1.6.1.11 Perspectivas sobre Responsabilidad Social Empresarial.....	18-20
a. Análisis de Afuera Hacia Adentro	
b. Análisis de Adentro Hacia Afuera	
1.6.2 Plan Estratégico.....	21
1.6.2.1 Definiciones de plan estratégico.....	21
1.6.2.2 Importancia de un plan estratégico.....	21-22
1.6.2.3 Factores de un plan estratégico.....	23
1.6.2.4 Pasos de un plan estratégico.....	23-25
1.6.2.5 Tipos de estrategias alternativas.....	26
1.6.3 Cooperativa.....	27
1.6.3.1 Definiciones de cooperativa.....	27
1.6.3.2 Antecedentes cooperativas.....	27
1.6.3.3 Historia de las cooperativas en El Salvador.....	28
1.6.3.4 Etapas del cooperativismo a nivel nacional.....	29

1.6.3.5 Tipos de cooperativas.....	30
1.6.3.6 Importancia de las cooperativas en El Salvador.....	31-33
1.6.3.7 Marco legal del cooperativismo.....	33-34

II. MARCO EMPÍRICO

2.1 Metodología descriptiva.....	35
2.2 Procedimientos para la obtención de datos (técnicas e instrumentos)...	36
2.3 Marco operativo.....	36
2.3.1 Reseña histórica y generalidades de ACODJAR de RL.....	36-37
2.3.2 Misión, visión de la cooperativa.....	38
2.3.3 Organigrama de la cooperativa financiera.....	39-40
2.3.4 Principios y valores éticos de la cooperativa.....	40-41
2.3.5 Servicios que ofrece la cooperativa.....	42-43
2.3.6 Respaldo y afiliados.....	43-44
2.3.7 Proyectos RSE - grandes empresas.....	45
2.3.8 Instituciones consideradas responsables según la sociedad.....	45
2.3.9 Trabajo de campo: entrevistas	
a. Entrevista# 1:	46
Preguntas para el área de Recursos Humanos.	
Encargado: Sr. René Abarca	
a.1 Resultados Entrevista # 1:	47-48
Preguntas para el área de Recursos Humanos.	
Encargado: Sr. René Abarca	
a.3 Conclusiones.....	49
a.4 Recomendaciones.....	49-50
b. Entrevista # 2:	50
Preguntas para el área de Mercadeo.	
Encargada: Licda. Fanny Jazmín García De Rodríguez.	
b.1 Resultados Entrevista # 2:	51-52
Preguntas para el área de Mercadeo	
Licda. Fanny Jazmín García de Rodríguez	
b.2 Conclusiones.....	52
b.3 Recomendaciones.....	53
2.4 Nueva Formulación Teórica.....	53
2.4.1 Estructura del Plan de Responsabilidad Social Empresarial....	54

2.4.2 Objetivos del diseño del plan RSE.....	55
2.4.3 Importancia.....	55
2.4.4 Análisis FODA de ACODJAR de RL.....	56
Propuestas de estrategias.....	57-61
Bibliografía.....	62
ANEXOS	



I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1.1 Tema

Diseño de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para la Cooperativa Financiera Unidad ACODJAR de R.L. San Sebastián, San Vicente, 2015

1.2 Objetivos

General

Diseñar un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que contribuya a mejorar la imagen corporativa de la cooperativa financiera ACODJAR de R.L.

Específicos

- Proponer un plan estratégico que sirva como desarrollo de prácticas sociales, culturales y ambientales para la cooperativa financiera ACODJAR de R.L.
- Determinar estrategias adecuadas para las diferentes áreas de la comunidad en la que la cooperativa financiera ACODJAR de R.L. pueda aplicarlas y desarrollarlas.
- Capacitar a todos los empleados de la cooperativa financiera ACODJAR de R.L., en especial a los niveles intermedios para la aplicación y buen manejo del modelo de Responsabilidad Social Empresarial.
- Brindar herramientas que garanticen una verificación y un nuevo ambiente laboral, en el cual se obtenga excelentes resultados en la realización de proyectos sociales.

1.3 Introducción

Durante los últimos años, uno de los temas que ha cobrado mayor relevancia en el área metodológica es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no solo por su crecimiento y desarrollo sino que también por el debate que ha generado sobre sus alcances e implicaciones y sobre todo por su dificultad de establecer su práctica. Este enfoque ha ayudado a las empresas en sus esquemas tradicionales y su gestión empresarial sobretodo la imagen de la empresa de ser responsable y éticos.

Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida. Se puede señalar que ser socialmente responsable no significa simplemente cumplir con las obligaciones jurídicas, si no ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano y las relaciones del entorno en los que se desarrollan y tienen actividades las empresas.

En la cooperativa financiera unidad ACODJAR de R.L. San Sebastián, San Vicente, ha tenido un proceso lento con respecto a la RSE ellos se rigen bajo la idea de realizar actividades para ser una empresa responsable cabe mencionar que no poseen documentos escritos de lo que realizan, tampoco tienen estrategias en las que se divulguen cada una de sus acciones.

El motivo de diseñar un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para la cooperativa financiera unidad ACODJAR. De R.L. es que este sirva como un instrumento mercadológico que ayude a mejorar la Imagen y a la vez ser éticos y responsables con la comunidad empleados y sus familias de empleados, que sirva como herramienta de implementación para lo cual se realizaran convenios y diversas estrategias para cada una de la áreas y para la implementación del plan.

1.4 Definición del problema

En la actualidad existen empresas que están caracterizadas por su aporte en áreas sociales, entre estas áreas se encuentran con una gran presencia en el sector financiero. Hoy en día la Responsabilidad Social Empresarial juega un papel muy importante dentro de las entidades salvadoreñas, pues permite dar a conocer y mejorar la imagen corporativa, asimismo beneficia a diversos sectores o áreas de la sociedad.

Las empresas financieras no se quedan atrás y se han visto ejemplos como podemos mencionar el Banco Agrícola, con su programa "Manos Unidas por El Salvador", en el cual el aporte financiero se encuentra orientado a la educación, todas las empresas que implementan la Responsabilidad Social Empresarial tienen algo en común posicionar su marca, mayor participación en el mercado y mejorar su imagen corporativa, dado a la mala percepción que ha tenido el sistema financiero instruye a la búsqueda de los clientes que dudan de las prácticas crediticias de la Banca Nacional, por tal razón que pretenden apoyar dentro de las áreas sociales, a través de la implementación de acciones de RSE, ante la opinión pública para prevalecer en el mercado y volverse atractivo al capital extranjero como nacional.

Respecto al tema debemos mencionar que la Responsabilidad Social Empresarial no se limita al aporte financiero hacia la sociedad, sino también comprende las condiciones laborales que dichas empresas tienen con sus empleados. El que las empresas realicen proyectos de inversión social, si bien es cierto que ayuda con las obras que debería realizar el Gobierno a la vez reduce los ingresos fiscales, lo que lleva a que el Estado realice menos obras de beneficios para la sociedad. En El Salvador existe un marco legal que permite que las empresas utilicen donaciones como escudo fiscal para reducir el impacto del impuesto sobre la renta, generando un beneficio en su flujo de efectivo, así las grandes empresas no solo generan beneficios a sus consumidores y comunidad en la que se establecen. Sino que además se benefician a sus proveedores. ¿Qué tan beneficiosa es la Responsabilidad



Social Empresarial para las empresas salvadoreñas? ¿En qué medida el diseño de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial contribuirá a mejorar la imagen de la cooperativa ACODJAR?

1.5 Justificación

La presente tesis realizada por las alumnas de la carrera de Técnico en Mercadeo de la Universidad Pedagógica de El Salvador brinda un conocimiento en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a todas las personas que lo consulten. Le informa desde los orígenes del tema hasta la actualidad, sirve de consulta de autores y bibliografía en caso de que se quiera ampliar los temas tratados, por otra parte, la investigación da a conocer la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con el medio ambiente en las cooperativas financieras, los programas que actualmente se desarrollan y los campos administrativos que son tomados en cuenta por las empresas para estructurar la Responsabilidad Social Empresarial, como es el caso de la planeación estratégica, las entidades con las que se asesoran, la asignación de recursos económicos y de personal.

La gestión socialmente responsable de una empresa, genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y de marca, y contribuye, en forma cuantitativa, a la rentabilidad a largo plazo. La RSE se considera como una herramienta vanguardista que permite abordar tres tipos de problemas: de identidad y cultura empresarial, de entorno y posicionamiento y de fijación de objetivos y de desarrollo de la actividad corporativa.

En la cooperativa ACODJAR se carecen de esta serie de herramientas en el cual no se han hecho avances para implementar prácticas de responsabilidad que son de gran utilidad para mejorar la calidad empresarial, además constituyen un sistema novedoso que podría conformarse como un modelo de gestión a seguir por otras empresas de la misma naturaleza o con jurisdicción en el departamento. Es por ello que se realizó una entrevista al área de mercadeo y recursos humanos que con base a los resultados obtenidos en dichas interrogantes se puede emitir un diagnóstico y se pueden plantear recomendaciones, sugerencias a las empresas participantes en esta investigación y así cumplir con el objetivo primordial.

1.6 Fundamentación teórica

1.6.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

1.6.1.1 Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial

- a) Es una idea que se ha posicionado en los diferentes estratos de la sociedad con motivo de construir alianzas que facilitan la consecución de su objeto social.¹
- b) La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida.²
- c) La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.³
- d) La RSE 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 y Responsabilidad Social.⁴
- e) La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas.⁵

¹Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México. 1ª Edición. Pearson Educación. Pág. 2.

²ReynoMomborg, Manuel (2006) *Responsabilidad de Social Empresarial (R S E) Como Ventaja Competitiva*. Chile. pág. 27

³ReynoMomborg, Manuel (2006) *Responsabilidad de Social Empresarial (R S E) Como Ventaja Competitiva*. Chile. pág. 27

⁴ReynoMomborg, Manuel (2006) *Responsabilidad de Social Empresarial (R S E) Como Ventaja Competitiva*. Chile. pág. 27

⁵ReynoMomborg, Manuel (2006) *Responsabilidad de Social Empresarial (R S E) Como Ventaja Competitiva*. Chile. pág. 27

1.6.1.2 Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se da a conocer a través de sus primeras acciones que nacen en los Estados Unidos y Europa, en el momento que consideraron necesario hacer obras que beneficiaran a la sociedad. Con el tiempo fue tomando mayor importancia dado que las sociedades exigían a sus empresas oportunidades individuales, apoyo a minorías y cuidado del medio ambiente, esto fue una consecuencia de la segunda guerra mundial.⁶

En 1997, un estudio de la Universidad De Paul, demostró que las empresas con un compromiso corporativo definido en cuanto a principios éticos, tenían un mejor desempeño financiero que las que no lo hacían, como base en las ventas e ingresos anuales. Por solicitud de IBM Corp., David Lewin, profesor de la UCLA estudió a 156 empresas con el fin de determinar la relación entre las donaciones corporativas y el desempeño corporativo.

El estudio demostró que las firmas más propensas a la filantropía obtenían tasas de retorno a sus inversiones significativamente más altas. Lewin concluyó que "la filantropía corporativa puede, con el tiempo, fortalecer el desempeño de los negocios".

En el continente americano se inició la búsqueda de soluciones para satisfacer las necesidades de la sociedad y es así como a través de líderes empresariales nace en el año de 1997 FORUM EMPRESA (Foro de la Empresa Privada y la Responsabilidad social en las Américas) con el propósito de dar a conocer los beneficios de la RSE y enfocar sus negocios de manera social y sustentable.

⁶ReynoMomborg, Manuel (2006) *Responsabilidad de Social Empresarial (R S E) Como Ventaja Competitiva*. Chile. pág. 27

1.6.1.3 Diferentes Teorías de la RSE.

Han surgido distintas concepciones teóricas sobre la RSE, éstas en su mayoría están íntimamente ligadas al rol que se le asigna a la empresa en la sociedad. Las principales teorías sobre RSE se resumen de la siguiente forma.⁷

- **Teorías Instrumentales**

Se enfocan en el estudio de las actividades sociales que permiten cumplir de mejor forma con los objetivos de creación de riqueza empresarial. Los autores que defienden esta teoría sostienen que las únicas actividades válidas para una empresa son las que van encaminadas a maximizar las utilidades de las mismas y teniendo como marco regulatorio únicamente las leyes vigentes. Milton Friedman describe en una que hay una y solo una RSE privada: utilizar sus recursos y realizar actividades que estén diseñadas para aumentar sus utilidades siempre que acate las reglas del juego.⁸ Dentro de esta postura es posible encontrar una justificación para que las empresas realicen prácticas de RSE, solamente si éstas están alineadas con la consecución de mayores utilidades.

- **Teorías de Carácter Político**

Los autores enfatizan en el poder que una empresa adquiere en la medida que crece dentro de la sociedad. El incremento del poder económico de las empresas en el sistema hace surgir un “contrato social” entre las empresas y la comunidad en que participa. Las prácticas de RSE dentro de estas teorías son entonces la respuesta empresarial hacia las expectativas de la sociedad como mecanismo de ejercicio responsable del poder de la empresa, estas prácticas por lo tanto, no deberán responder en todo momento a intereses económicos de las empresas, sino a los derechos y obligaciones del llamado

“ciudadano corporativo” que define a la empresa como un actor más dentro de las relaciones sociales y económicas.

⁷ Cansino, C., & Morales, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Santiago.

⁸ Friedman, M. (1970). *La Responsabilidad Social de la Empresa Privada*. Nueva York.

- **Teorías Integradoras**

Los autores que defienden esta teoría sostienen que las prácticas de RSE responden a la inclusión de diversas demandas sociales a las que una empresa es sometida. En ese sentido se integran responsabilidades que se pueden definir como: económicas (maximización de utilidades), legales (cumplimiento de la ley), éticas (normas sociales que van más allá de la ley) y discrecionales (contribuciones sociales voluntarias). Esta teoría resalta la importancia que tiene la RSE en materia de relaciones públicas para las entidades, puesto que el comportamiento socialmente responsable se otorga a la corporación la llamada licencia para operar de parte de los diversos sectores que componen la sociedad. Bajo esta concepción se justifica que muchas de estas incluyan el área de RSE dentro de la Gerencia de Relaciones (o Asuntos) Corporativos.

- **Teorías sobre ética y moral en los negocios**

Las prácticas de RSE en el marco de estas teorías responden al cumplimiento de derechos universales de los distintos sectores sociales. El desarrollo de este concepto es el más reciente dentro de la concepción de la RSE y sitúa a la empresa como un actor protagonista del desarrollo sostenible y promotor del bienestar común, en la actualidad esta es la concepción que más se ha posicionado en los diversos actores sociales que promueven la RSE.

1.6.1.4 Beneficios que brindan la RSE.

Una estrategia empresarial en clave con los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial puede aportar, entre otros, los siguientes beneficios para la empresa:

CUADRO # 1
BENEFICIOS RSE

Incrementar el atractivo hacia los clientes actuales, lo que consecuentemente trae su fidelización.	Acceso a nuevos segmentos de mercado.	Mayor receptividad para la opinión y la influencia.
Mejora de la relación con el entorno.	Inclusión en índices (bursátiles o no) de inversiones éticas.	Incremento de la motivación e integración de los empleados.
Atracción de medios.	Realización de ensayos para el desarrollo de innovadoras estrategias comerciales.	Incremento de la productividad, la eficiencia y la calidad.
Posicionamiento y diferenciación de marca.	Proporcionar valor añadido a los accionistas.	Mejora del clima laboral y reducción del nivel de conflictividad laboral.
Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.	Atracción de accionistas e inversores de calidad.	Mejor aceptación social, imagen y reputación.
Reducir el peligro de litigios y sanciones.	Menores posibilidades de conflictos con la comunidad.	Incremento del valor de la acción.
Obtención de descuentos publicitarios.	Fortalecimiento de la reputación entre inversores.	Reducir costes de operación.
Apoyo al lanzamiento de nuevos productos.	Atracción de proveedores de calidad.	Captación de nuevos clientes.
Nuevas estrategias de comunicación.	Mejora de la imagen corporativa y la reputación.	Obtención de desgravaciones fiscales.
Acceso a líderes de opinión que influyen en la decisión de compra de los consumidores.	Mejora de las relaciones con sindicatos y administración pública.	Evitar publicidad negativa, boicots e imagen pública dañada.
Mayor margen de maniobra en situaciones críticas.	Atraer inversiones.	Mejores condiciones de acceso a los mercados financieros y menor coste de capital.

FUENTE: ELABORACION PROPIA, TOMADA DE CALIDAD.PUCP.EDU.PE/EL-ASESOR/BENEFICIOS-DE-LA-RESPONSABILIDAD-SOCIAL-EMPRESARIAL#STHASH.FGXLJYT.DPBS(2012)

1.6.1.5 Marco legal Responsabilidad Social Empresarial.

a. La Responsabilidad Social Empresarial: legislada o voluntaria.

La RSE comprende una nueva forma de gestionar las entidades que nacen a raíz de los cambios sociales, económicos, y ambientales, las exigencias del entorno, en el marco de una tendencia renovada de hacer negocios.

La implementación puede resultar un tanto contraproducente por el hecho de que las empresas adoptarían una gestión de manera forzada, esto podría llevar a su uso como un simple instrumento de imagen, restando la esencia de uno de los elementos fundamentales que es la aportación voluntaria por encima de sus obligaciones.

b. Leyes y normas vinculadas a la Responsabilidad Social Empresarial.

En El Salvador existe una amplia y variada gama de normas y reglamentos laborales que se encuentran detalladas en diferentes documentos, a continuación se describen de forma breve para cada una de las áreas:

CUADRO # 2
LEYES Y NORMATIVAS RSE

<u>ÁREA DE RSE</u>	<u>LEY O NORMA</u>
MEDIO AMBIENTE	 Ley de Protección del Medio Ambiente.  Ley de Áreas Nacionales Protegidas  Normas de descarga en cuerpo receptor.
CALIDAD DE VIDA LABORAL	 Código de trabajo.  Constitución de la República de El Salvador.  Ley de Seguro Social.
APOYO A LA COMUNIDAD	 Ley de Seguridad e Higiene Industrial.  Donaciones
MARKETING	 Ley de Protección al Consumidor
VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS.	 Ley de Libre Competencia.  Código de Ética Empresarial.

FUENTE: MARÍA ESPERANZA SOMOZA PÉREZ (2012). GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE RSE BASADA EN LA NORMA ISO 26000. EL SALVADOR. PAG 45-46.

c. Certificaciones

Los estándares han sido diseñados para guiar, apoyar y medir el comportamiento de las compañías en la implementación y mejoramiento del informe de desempeño corporativo sobre diversas temáticas de RSE. La mayoría de ellos exigen a las empresas el desarrollo voluntario y la implementación de políticas y prácticas, además del compromiso de cumplir un cargo específico en áreas de la RSE, tienen el objetivo de aportar lineamientos a cerca de los aspectos que se deben considerar al momento de reportar o implementar medidas de RSE.

A continuación una descripción de los estándares más importantes:

Global Reporting Initiative (GRI)

Su objetivo es la elaboración de reportes sobre sustentabilidad que sean comparables entre empresas, organizaciones de la sociedad civil e instituciones profesionales. En la actualidad es la guía de mayor uso en las organizaciones.

Dicha iniciativa ha evolucionado con el paso del tiempo sobre la forma y los elementos a reportar por parte de las diferentes organizaciones, también aportaba indicaciones por cada uno de los ámbitos considerados dentro del GRI.

**CUADRO # 3
INDICADORES GRI**

<u>MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO</u>	<u>INDICADORES</u>
ECONÓMICO	✚ Presencia del mercado. ✚ Impactos económicos.
AMBIENTAL	✚ Materiales ✚ Energía ✚ Agua ✚ Biodiversidad ✚ Emisiones ✚ Afluentes y residuos ✚ Productos y servicios ✚ Cumplimiento y transporte
SOCIAL	✚ Cuestiones laborales ✚ Derechos humanos ✚ Relación transparencia con la comunidad ciclo de vida y comunicación de los productos generan.

FUENTE: Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México. 1ª Edición. Pearson Educación. Pág. 49.

 Estándar de Aseguramiento AA1000

La norma AA1000 es un estándar de aplicación general para evaluar, evidenciar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sustentabilidad de una organización, así como de sus principales procesos, sistemas y competencias. De igual manera aporta orientación sobre los elementos claves del proceso de aseguramiento.

Su objetivo es promover la rendición de cuentas de las organizaciones a través del desarrollo de reportes que muestren como la administración cumple con las expectativas y derechos de los grupos de interés.

ISO 26000

La ISO 26000 es una guía internacional reguladora de carácter voluntario, que puede implementarse en todo tipo de organizaciones. Entre sus principales aspectos se encuentran: alcance de la RSE, términos y definiciones de la RSE, principios fundamentales reconocimiento de la RSE y compromiso con los grupos de interés a través de la gestión de la política corporativa, los derechos humanos, las prácticas laborales, el ambiente, las operaciones justas, los consumidores y el desarrollo de la comunidad. Además establece recomendaciones para implementar prácticas de la RSE.

A través de los indicadores es posible dar pautas para la gestión de la RSE, dado su grado de especificidad poseen elementos suficientes para que se puedan realizar certificaciones por parte de terceros, así como permitir a la empresa monitorear sus avances en materia de RSE y establecer metas a corto, mediano y largo plazo.⁹

ETHOS

Ethos busca ofrecer a las organizaciones indicadores que las auxilien en el proceso de profundización de su compromiso con la responsabilidad social y el Desarrollo Sustentable. Los indicadores se presentan en un cuestionario que evalúa la contribución al desarrollo social y ambiental.

Los indicadores intentan generar conciencia, aprendizaje y monitoreo de la RSE, así mismo valorar la gestión de la empresa en aspectos relacionados con la RSE, planificación de estrategias y supervisión de desempeño en general.¹⁰

SA800

Es una certificación voluntaria, con el propósito de promover mejores condiciones laborales. Busca complementar la regulación gubernamental y la legislación nacional en materia laboral a través de la verificación de las condiciones de la empresa y de los proveedores de la cadena de producción.

⁹Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México. Pearson Educación. Pág. 49-50.

¹⁰Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México. Pearson Educación. Pág. 49-50.

Series ISO 14000 / 14001

La Organización Internacional de estándares (ISO por sus siglas en inglés) ha desarrollado una serie de módulos entre los cuales se encuentran los que se relacionan directamente con la RSE y que se refieren directamente con la calidad, seguridad y medio ambiente a través de las series ISO 9000 E ISO 14000.

ISO 14001 Se convierte en estándar industrial lanzado en 1996, la series 14000 proveen un marco para que el sector privado y sus aliados manejen temas relacionados con el medio ambiente.

1.6.1.7 Áreas de la Responsabilidad Empresarial

Las siete áreas claves de responsabilidad social en El Salvador son:

1. Principios, valores éticos y gobernabilidad.
2. Publico interno.
3. Medio ambiente.
4. Mercadeo (consumidores y clientes).
5. Proveedores.
6. Comunidad.
7. Política pública.

1.6.1.8 Dimensiones de la Responsabilidad Empresarial

La RSE tiene dos dimensiones una interna, en la que se compromete a mejorar su compromiso con sus empleados, clientes y proveedores, así como otra externa ya que incorpora a la comunidad y al entorno incluso a la sociedad en la que se desenvuelve, puesto que los considera como socios, en el combare de la pobreza y la búsqueda de un mejor modelo de desarrollo.

- **La dimensión interna** de la RSE es entonces todas aquellas mejoras con el fin primordial de volver a la empresa más competitiva, atractiva y responsable ante sus empleados y su entorno.
- **La dimensión externa** constituye un marco de acción e inversión en pro de una mejora en la calidad de vida de la sociedad que puede

realizarse por varias vías; ejecución directa de sus propios recursos y por medio de transferencia hacia otras organizaciones especializadas.

1.6.1.9 Enfoques de la R.S.E

a. Enfoque funcionalista de la RSE como regulación social.

Concibe a la empresa y a la sociedad como dos sistemas que persiguen propósitos específicos y se compenetran. La RSE puede ser definida según esta perspectiva como una función de regulación social, es decir como un instrumento de lineamientos de la relación e idealmente a integrar los propósitos de las empresas con los de la población, tal enfoque orientado hacia la búsqueda de estabilidad, deja poco lugar a una consideración de cambios nacionales y políticos a través de la cuestión central de su perspectiva.

b. Enfoque sociológico: La RSE como relación de poder.

La visión sociopolítica se enfoca en las afinidades de poder y las lógicas de conflicto que actúan entre empresa / sociedad. La empresa es vista aquí como una “arena política” en la que los recursos dependen de las relaciones a veces conflictivas con grupos externos. De acuerdo con esta perspectiva sociológica la RSE puede ser definida como la expresión de vinculación de poder ya que traduce la capacidad de los actores sociales o de organizaciones.

Esta perspectiva sobre RSE es objetivista, en el sentido de que se dedica a hacer realidad las agendas políticas de los autores, más allá de la fachada que constituye su posicionamiento de RSE.

c. Enfoque culturalista: La RSE como producto cultural.

La visión culturalista concibe la relación empresa / sociedad como un área donde se difunden e intercambian representaciones, normas y valores. La empresa es vista como un lugar cultural, incluso como un sistema cultural que está ligado al sistema cultural, constituido por la sociedad circundante.

d. Enfoque constructivista: La RSE como construcción socio cognitiva.

La visión constructivista de la Relación Empresa / sociedad, reconoce el carácter subjetivo y socialmente construido de esta relación que es un área en la cual ambas entidades interactúan, se construyen y reconfiguran de manera permanente y puede caracterizarse con la metáfora de dos cerebros interactuando.

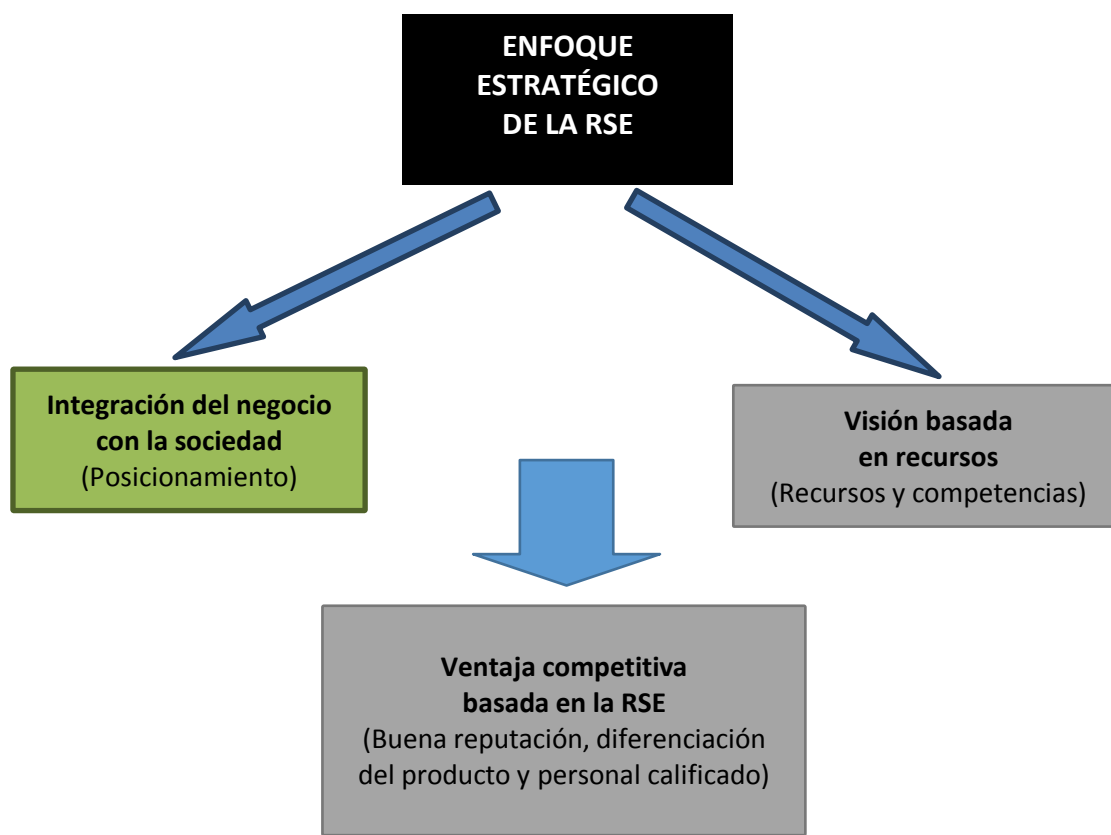
De acuerdo a esta visión la RSE puede ser definida como una construcción socio cognitiva de la esfera de los negocios y de la sociedad a través de un proceso complejo de encuadre recíproco de identidades, sistemas de valores y cuestiones sociales.

1.6.1.10 Responsabilidad Social Empresarial Estratégica.

El negocio y la comunidad deben trabajar juntos una sociedad sana necesita el desarrollo de negocios rentables y bien estructurados. Un negocio sano requiere un buen contexto institucional en el que las empresas pueden crecer y generar bienestar. Así las compañías podrían innovar con el ofrecimiento de soluciones en la forma de productos y servicios para los problemas y las necesidades de la población y al mismo tiempo ser rentables. Se tiene que pensar en los negocios y la ciudadanía de una manera integrada.

Se considera el enfoque estratégico de la RSE como un instrumento en el cual la empresa es vista como la creación de valor y/o las ventajas competitivas mediante el aprovechamiento de recursos y una posición diferenciada en el mercado.

GRÁFICO # 1
ENFOQUE ESTRATÉGICO RSE



FUENTE: Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México. 1ª Edición. Pearson Educación. Pág. 107.

1.6.1.11 Perspectivas sobre RSE

Para integrar negocio y sociedad. Porter y Kramer proponen como primer paso conducir un análisis de afuera hacia dentro y otro de adentro hacia afuera, los cuales se detallan a continuación.

a. Análisis de Afuera Hacia Adentro

El análisis de afuera hacia adentro consiste en entender las dimensiones sociales del contexto competitivo, es decir la habilidad de la firma para mejorar su productividad y llevar a cabo su estrategia.

CUADRO # 4
ANÁLISIS DE AFUERA HACIA A
DENTRO

CONDICIONES DE LOS FACTORES (ENTRADA)	Disponibilidad de recursos humanos
	Acceso a instituciones de investigación y universidades
	Infraestructura física eficiente
	Infraestructura administrativa eficiente
	Disponibilidad de infraestructura científica y tecnológica
	Recursos naturales sustentables
	Acceso eficiente al capital
CONTEXTO PARA LA ESTRATEGIA Y LA COMPETENCIA DE LA COMPAÑÍA	Competencia local justo y abierta
	Protección de la propiedad intelectual
	Transparencia
	Estado de derecho
	Sistema de incentivos con base en el merito
INDUSTRIAS SECUNDARIAS Y RELACIONADAS	Disponibilidad de proveedores locales
	Acceso a compañías ubicadas en campos relacionados
	Presencia de agrupaciones en lugar de industrias aisladas
CONDICIONES DE LA DEMANDA LOCAL	Sofisticación de la demanda local
	Normas reguladoras exigentes

FUENTE: Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México. 1ª Edición. Pearson Educación. Pág. 108.

b. Análisis de Adentro Hacia Afuera

El análisis de adentro hacia afuera consiste en entender la cadena de valor de la compañía y las actividades que realiza la empresa al mismo tiempo, que hace el negocio. Esta indagación ayuda a identificar los impactos sociales positivos y negativos que se relacionan con dichas acciones.

CUADRO # 5

ANÁLISIS DE ADENTRO HACIA AFUERA

	LOGISTICA DE ENTRADA	IMPACTO DE LA TRANSPORTACIÓN
ACTIVIDADES PRIMARIAS	OPERACIONES	Emisiones y desperdicios
		Biodiversidad e impacto ecológico
		Uso de la energía y el agua
		Seguridad del trabajador y relaciones laborales
		Materiales peligrosos
	LOGISTICA DE SALIDA	Uso y eliminación del empaque
		Impacto de transportación
		Marketing y publicidad
	SERVICIOS DESPUES DE LA VENTA	Practica de fijación de precios
		Información del consumidor
		Privacidad
		Eliminación de productos obsoletos
		Manejo de consumibles
		Privacidad del cliente
ACTIVIDADES SECUNDARIAS	INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	Practica de información financiera
		Prácticas de gobierno
		Transparencia
		Uso del cabildeo
	ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO	Educación y capacitación laboral
		Condiciones de trabajo seguras
		Diversidad y discriminación
		Cuidado de la salud y otros beneficios
		Políticas de compensación
		Políticas de despido
	DESARROLLO TECNOLÓGICO	Relación con universidades
		Prácticas de investigaciónéticas
		Seguridad del producto
		Conservación de materias primas
		Reciclaje
	CONTRATACIÓN	Prácticas de contratación y cadena de valor
		Usos de insumos particulares
		Utilización de recursos naturales

FUENTE: Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México. 1ª Edición. Pearson Educación. Pág. 109

1.6.2 Plan estratégico

1.6.2.1 Definiciones de Plan Estratégico

- a) Según el autor Sainz De Vicuña, al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años, para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses.
- b) Lumpkin y Dess entienden por plan estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo.
- c) Brenes Bonilla define el plan estratégico de manera similar considerándolo como el proyecto que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, la organización en el tiempo de las acciones y los recursos que permitan alcanzar la posición deseada.¹¹
- d) Para los autores Martínez Pedrós y Milla Gutiérrez un plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado.

1.6.2.2 Importancia de un plan estratégico

La perspectiva a largo plazo u corto, es la respuesta a la pregunta de ¿en dónde necesita estar la empresa en un momento específico del futuro para desempeñar su visión, misión y estrategias? El plan estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias.

Desde el punto de vista pedagógico el planeamiento estratégico es importante porque ofrece a las organizaciones las siguientes ventajas:

¹¹Brenes Bonilla. (2003) *Dirección Estratégica para Organizaciones Inteligentes*. 1° edición, Editorial Universidad Estatal a Distancia pág. 170

- Obliga a los ejecutivos a ver el planeamiento desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales, de manera que nuestras acciones diarias nos acerquen cada vez más a las metas.
- Mantiene a la vez el enfoque en el futuro y el presente. Refuerza los principios adquiridos en la visión, misión y estrategias.
- Fomenta el planeamiento y la comunicación interdisciplinarios.
- Asigna prioridades en el destino de los recursos.
- Mejora el desempeño de la organización: orienta de manera efectiva el rumbo de la organización facilitando la acción innovadora de dirección y liderazgo. Permite enfrentar los principales problemas de la organización: enfrentar el cambio en el entorno y develar las oportunidades y las amenazas.
- El desarrollo de un plan estratégico produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en la eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros. Ayuda a mejorar los niveles de productividad, conducentes al logro de la rentabilidad.
- Favorece a coordinación organizacional al unificar esfuerzos y expectativas colectivas.
- Optimiza los procesos en las áreas al traducir los resultados en logros sinérgicos.
- Contribuye a la creación y redefinición de valores corporativos, que se traducen en:
 - Trabajo en Equipo.
 - Compromiso con la organización.
 - Calidad en el servicio.
 - Desarrollo humano (personal y profesional).
 - Innovación y creatividad.
 - Comunicación.
 - Liderazgo, etc.

1.6.2.3 Factores en un Plan Estratégico.

¿Qué factores influyen sobre el bienestar presente y futuro de las organizaciones? Se puede decir que todo planeamiento estratégico organizacional necesariamente debe incluir el tratamiento a la influencia de los siguientes factores:

a. El entorno: La organización existe en el contexto de un complejo mundo comercial, económico, político, tecnológico, cultural y social. Este entorno cambia y es más complejo para unas organizaciones que para otras. Puesto que a la estrategia le incumbe la posición que mantiene una empresa con relación a su entorno, la comprensión de los efectos del entorno en la corporación es de importancia capital para el análisis estratégico.

b. Los recursos: Así como existen influencias externas sobre la organización y sobre su elección de estrategias, también existen influencias internas. Estos puntos fuertes y débiles pueden ser identificados a través del estudio de las áreas, recursos humanos y recursos materiales de la organización, como las instalaciones, su estructura financiera y sus productos o servicios.

c. Las expectativas: Los que esperan del futuro los diferentes agentes es importante, pues influirá en lo que se considera aceptable en términos de estrategias anticipadas por la Alta Dirección.

d. Las bases: El entorno, los recursos y las expectativas, en el marco cultural y político de la organización proporcionan las bases del análisis estratégico. Implicaciones de la estrategia actual y los objetivos que sigue la organización están en línea con las implicaciones que pueden afrontarlas.

1.6.2.4 Pasos del plan estratégico.

Un plan estratégico inicia desde un análisis inteligente de la situación actual de la organización, es decir, un diagnóstico o radiografía de la empresa de cómo está hoy, lo cual implica que valores y principios estén inmerso dentro de la organización los cuales son guiados por la misma.

GRÁFICO # 2
PASOS DEL PLAN ESTRATEGICO



FUENTE: Rojas López, Miguel David / Medina Marín, Laura Johana. (2011). *Planeación estratégica fundamentos y casos*. Bogotá, Colombia. Ediciones de la U. pág. 49

En toda empresa es imprescindible considerar la eventualidad de su entorno y su manera de manifestación esto permite que los valores influyan para el cumplimiento de la visión y misión que se puedan establecer los principios requeridos para enfrentar dichos eventos.

Este análisis, implica realizar un trabajo del entendimiento de la organización de la actual posición estratégica de la empresa dentro de la que se utiliza los valores finales de la organización.

GRAFICO # 3
VALORES FINALES DE LA ORGANIZACIÓN



FUENTE: Rojas López, Miguel David / Medina Marín, Laura Johana. (2011). *Planeación estratégica fundamentos y casos*. Bogotá, Colombia. Ediciones de la U. pág. 50

- a. **La misión** de una organización es su propósito general la cual Responde a la pregunta ¿qué se supone que hace la organización?

- b. **La visión** se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.
- c. **Estrategia:** Tabatorny y Jarniu en 1975 plantean que es el conjunto de decisiones que determinan la coherencia de las iniciativas y reacciones de la empresa frente a su entorno.
- d. **Factores claves de éxito:** las claves del éxito empresarial en general consisten en “Los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única”.
- e. **Áreas de resultados:** Son áreas vitales hacia donde se deben dirigir los esfuerzos primarios de la empresa.
- f. **Objetivo estratégico:** metas y estrategias planteadas por una organización para lograr determinadas metas y a largo plazo la posición en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

1.6.2.5 Tipos de estrategias alternativas.

CUADRO # 6
TIPOS DE ESTRATEGIAS

	ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
INTEGRATIVAS	Integración hacia adelante.	Ganar la propiedad o un mayor control sobre distribuidores o detallistas.
	Integración hacia atrás.	Buscar la propiedad o un mayor control sobre proveedores.
	Integración horizontal.	Buscar la propiedad o mayor control de los competidores
INTENSIVAS	Penetración en el mercado.	Buscar mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores esfuerzos de mercadeo.
	Desarrollo de mercado.	Introducción de productos actuales nuevas áreas geográficas.
	Desarrollo de producto.	Buscar mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.
DIVERSIFICADAS	Diversificación concéntrica.	Añadir nuevos productos pero relacionados.
	Diversificación conglomerados	Añadir nuevos productos no relacionados.
	Diversificación horizontal.	Añadir nuevos productos no relacionados para clientes actuales.
OTRAS	Asociaciones	Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial.
	Reducción	Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas.
	Desposeimiento	Venta de división o parte de una organización.
	Liquidación	Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible.
	Combinación	Una organización que sigue dos o más estrategias simultáneamente

FUENTE: Miguel David Rojas López, Laura Johana Medina Marín 2011, planeación estratégica fundamentos y casos, Bogotá, Ediciones de la U, pág. 43-44

1.6.3 Cooperativa

1.6.3.1 Definiciones de cooperativa

- a) Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma equitativa..
- b) Una asociación de personas que se unen de forma voluntaria para atender y satisfacer en común sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales, de salud, educación y culturales mediante una empresa que es de propiedad colectiva y de gestión democrática.
- c) Se denominarán cooperativas de ahorro y crédito las cooperativas de servicio que tengan por objeto único y exclusivo brindar servicios de intermediación financiera en beneficio de sus socios.

1.6.3.2 Antecedentes cooperativas

El movimiento cooperativo nació en el marco de revolución industrial, durante el siglo XX para que sus socios en la empresa pudieran o tuvieran acceso o mejores condiciones posibles de precio y calidad evitando intermediarios para maximizar las rentas de las cooperativas.

Una de las primeras experiencias cooperativas de 1844 cuando se creó en Rochdale, Inglaterra, la cooperativa de Consumo, Sociedad Equitativa de los pioneros de Rochdale, simultáneamente surgen otras experiencias en Francia, España y otros países Europeos. Los principios cooperativos constituyen las reglas básicas de funcionamiento de estas organizaciones. La Alianza Cooperativa Internacional (ACI) es la organización que desde el año 1895 aglutina y promueve el movimiento cooperativo en el mundo. La cooperativa constituye la forma más difundida de entidad social.

1.6.3.3 Historia de las cooperativas en El Salvador

En El Salvador se escucha por primera vez del cooperativismo en forma teórica en una cátedra de enseñanza en la facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional.

Fue en 1914 que se organiza la primera Cooperativa por un grupo de zapateros en San Salvador en la Cuesta del Palo Verde y en 1938 se funda la Cooperativa algodonera. Luego el cooperativismo llegó al gremio de los empleados públicos como un medio de defensa como el agiotismo.

Los cooperativistas contaban con el apoyo del gobierno en turno, que aportaba capital inicial pero los empleados identificaban el capital cedido por el gobierno, como propiedad de ellos y no creyeron que estaban obligados, por esa razón a resarcirlas cantidades que se concedían en calidad de préstamo. Así, bajo el surgimiento de secciones y departamentos en instituciones gubernamentales, el sector inició su crecimiento hasta que el Estado decide centralizar este rol en una sola institución que dirija y coordine la actividad cooperativa en el país.

Fue el 25 de noviembre de 1969 que la Asamblea Legislativa promulgó el decreto N° 560 que dio pie a la creación del INSAFOCOOP como una corporación de derecho público con autonomía en los aspectos económico y administrativo, ese mismo día se promulga la primera ley General de Asociaciones. A falta de presupuesto que permitiera su funcionamiento el INSAFOCOOP comenzó a operar hasta el 1 de julio de 1971. Hoy con más de 40 años al servicio del sector cooperativo, creció descentralizando su trabajo en oficinas ubicadas en diferentes zonas del país dando su servicio a través de regionales en todo El Salvador.

1.6.3.4 Etapas del Cooperativismo a Nivel Nacional

1ª. Etapa: El Cooperativismo Embrionario (1896-1949)

Se inicia esta etapa con el hecho de fundarse la cátedra de cooperativismo en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad de

El Salvador en 1896. En 1904, se promulga el Código de Comercio en el que se incluye la figura de Sociedades Cooperativas. En 1940, se funda la primera caja de crédito rural en la ciudad de Izalco.

2ª. Etapa: Despegue del Cooperativismo (1950-1979)

En esta etapa se destaca el surgimiento del cooperativismo de ahorro y crédito con financiamiento de la Iglesia Católica y el Programa CUNA-AID, de la Alianza para el Progreso.

En 1965, se organizan CACTIUDA, ACACME (Sonsonate), COOP-1 (Santa Ana), ACCOVI (San Vicente), ACACU (La Unión) y ACOMI (San Miguel), productos del impulso del Programa CUNA-AID.

En 1966, se funda la Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador (FEDECACES), como organismo cooperativo de segundo nivel, producto del apoyo de la “Alianza por el Progreso” CUNA-AID.

En 1969, se crea el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) como el Instituto Rector del Cooperativismo en el país, asimismo se promulga la Ley General de Asociaciones Cooperativas, estableciéndose la base legal e institucional para el desarrollo del sector de dichas entidades. Empezando a operar el 1º. De julio de 1971 cuando es asignado el primer presupuesto.

1.6.3.5 Tipos de cooperativas

Aunque se hacen diversas clasificaciones de las cooperativas, es usual atender principalmente a la actividad o fin que desempeñan.

Hay diferentes tipos de cooperativas:

- a. Cooperativa de trabajo asociado o cooperativa de producción.
- b. Cooperativas sociales también consideradas como una forma de cooperativas de trabajo.
- c. Cooperativa de viviendas: formadas para la consecución de hogares.
- d. Cooperativa de transporte: es un grupo de conductores o choferes, pilotos que deciden trabajar directamente en forma organizada y Conjunta para prestar un servicio eficiente a la comunidad, a través del transporte de personas o cargas.
- e. Cooperativa de turismo: cuyo objetivo es realizar turismo, o promoverlo en una zona determinada.
- f. Cooperativa de artistas: organizaciones de músicos, poetas, escritores, actores, etc.
- g. Cooperativa de artesanos: cooperan para la distribución y venta de sus trabajos.
- h. Cooperativa de enseñanza: destinadas a brindar servicios educativos a los socios, sus hijos y/o la comunidad.
- i. Cooperativa escolar: las cooperativas escolares son sociedades de alumnos administradas por ellos mismos con el concurso de los maestros con vistas a actividades comunes. Inspirados en un ideal de progreso humano basado en la educación moral de la sociedad de los pequeños cooperadores por medio de la comunidad y el trabajo de sus miembros.
- j. Cooperativa agraria
- k. Cooperativa de consumidores y usuarios.
- l. Cooperativas de ahorro y crédito. son sociedades cooperativas cuyo objeto social es servir las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades

de crédito, estas cooperativas suelen ser locales y parecen adecuarse más a las áreas rurales.

1.6.3.6 Importancia de las cooperativas en El Salvador

En la medida que el hombre ha ido progresando, causando con ello la expansión de la sociedad, se ha requerido que las personas se agrupen en distintas formas para realizar actividades diversas, en la búsqueda de satisfacer sus necesidades el cooperativismo no es una alternativa política sino una alternativa socioeconómica.

El cooperativismo surge como un instrumento por el cual el hombre solamente se puede desarrollar integralmente en su verdadera dimensión de personas, respetando su dignidad, su libertad, como medio eficaz para que con la participación de todos se pueda alcanzar el bien común.

La sociedad salvadoreña con sus limitaciones, puede a través de la unión cooperativa, maximizar recursos y así lograr satisfacer las necesidades básicas de sus asociados en una forma eficiente y eficaz.

La importancia de las cooperativas de ahorro, crédito y consumo integradas al sector empresarial aparece con características específicas y singulares en los distintos niveles en las cuales estas se desarrollan, siendo los principales: los asociados que las integran, las empresas en que se establecen, y la economía en general en que operan.

a) Importancia para los asociados que la integran

Los miembros de las asociaciones se afilian con un objetivo común: satisfacer necesidades individuales a través del esfuerzo conjunto, sin tener en cuenta las diferencias de clase, raza, creencias religiosas, políticos e ideológicos; dentro de las quea cada quien se les respeta su forma de ser, su modo de sentir y su manera de pensar. Estas organizaciones se basan en el esfuerzo propio, la manera de concebir y la ayuda mutua de sus asociados, de manera que ellas estimulan las iniciativas propias y el sentido de responsabilidad, fomentan la

laboriosidad, desarrollan la personalidad y fortalecen la confianza en ellos mismos.

En estas asociaciones todos sus miembros son susceptibles de ser considerados como sujetos de crédito, situación que en la mayoría de los casos difícilmente puede encontrarse en el sistema financiero nacional, lo cual contribuye a que sus afiliados realicen sus préstamos en la cooperativa y así evitar hacerlo con personas naturales (prestamistas, usureros y agiotistas).

Fomenta el hábito del ahorro ayudando al progreso de sus asociados y además el beneficio real obtenido por los mismos en las operaciones con su cooperativa.

Todos estos beneficios que obtienen los asociados, repercuten en los grupos de sus miembros familiares respectivamente, por lo que contribuyen a mejorar la economía elevando en cierta medida, el nivel de vida de los afiliados y sus parientes.

En conclusión, se puede decir que la importancia de las asociaciones cooperativas para los asociados que las integran, radica en el hecho que estas organizaciones mediante un acoplamiento de esfuerzos y voluntades logran satisfacer necesidades de tipo económico y social que difícilmente los mismos asociados pudieran superar mediante su esfuerzo individual.

b) Importancia para las empresas adonde se establecen

Las asociaciones de ahorro, crédito y consumo permiten que el personal de la corporación en la que están funcionando, este mejor integrado, debido a que al pertenecer a ellas se crea entre los miembros lazos de amistad mutua por lo que se origina un ambiente de mayor armonía que redunde no solo en su beneficio sino también de las mismas compañías en sus relaciones laborales.

Además, hay que tomar en consideración que es un sentir general el hecho que todas las personas pretenden que el sueldo que reciben por la prestación de sus servicios, garantice al menos la satisfacción de las necesidades básicas para si y sus familias. Al analizar la realidad nacional vemos que en los últimos años esta ha sido adversa, debido al deterioro de las condiciones sociales, económicas y políticas, por lo que la constitución de una cooperativa puede ser equiparada como una de las prestaciones más completa que una empresa

puede proporcionar a sus trabajadores, ya que permite mejorar la condición de vida y contribuye a mejorar el bienestar familiar.

c) Importancia para la economía en general del lugar en que opera

Los gobiernos y las organizaciones financieras, especialmente en los países en vías de desarrollo, emprenden y sostienen actividades destinadas a garantizar la incorporación a la actividad económica. Existiendo las asociaciones de ahorro, crédito y consumo, tanto en la empresa privada como en el sector público, el acceso a las mismas se halla al alcance de numerosos núcleos de la población incorporándolos de esta forma más activamente en la vida económica del país.

1.6.3.7 Marco legal del cooperativismo.

Las leyes que rigen el cooperativismo en El Salvador se encuentran contempladas en diferentes escritos:

a. Constitución de la República

La Constitución de la República de El Salvador emitida en 1983 Decreto N° 38, publicado en el Diario Oficial N° 234 tomos N° 281 del 16 de diciembre de 1983 en el artículo N° 114 establece: “El Estado protegerá y fomentará las asociaciones cooperativas facilitándole su organización, expansión y financiamiento”.

b. Ley General de Asociaciones Cooperativas

La I Ley General de Asociaciones Cooperativas emitida el 6 de mayo de 1986 N° 86 tomo N° 291 de fecha 14 de mayo del mismo año, define como objetivo regular la creación y funcionamiento de las asociaciones cooperativas para lograr que su actuación este enmarcada en los principios del movimiento cooperativo.

c. Reglamento de la Ley General de Asociaciones Cooperativas

Emitido por Decreto Ejecutivo N° 62 y de fecha 20 de agosto de 1986, el cual establece la forma de aplicación de la ley dictando normas y procedimientos a seguir para la constitución, funcionamiento, administración y disolución de las asociaciones cooperativas.

d. Ley de Creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo

Responde a la necesidad de centralizar la dirección y coordinación de la actividad cooperativa, se emitió el 25 de noviembre de 1969 por decreto legislativo N° 560, publicado en el Diario Oficial N° 229 y establece las atribuciones y la forma en que el Instituto tiene que ser administrado a fin de cumplir sus objetivos de promover, coordinar y supervisar a las Asociaciones.

e. Código de Trabajo

El Código de trabajo emitido el 23 de junio de 1972 decreto legislativo N° 15 publicado en el Diario Oficial N° 142 tomo 236 del 31 de julio de 1972 en su artículo N° 136 establece: Cuando el trabajador contraiga deudas provenientes de créditos concedidos por bancos, aseguradoras, instituciones de crédito o sociedades y asociaciones cooperativas podrá autorizar a su patrono para que de su salario ordinario y en su nombre efectúe los descuentos necesarios para la extinción de tales deudas.

II. MARCO EMPÍRICO

2.1 Metodología descriptiva

Para la realización del presente trabajo de investigación fue necesario realizar una inducción o seminario previo en el cual se adquirieron los conocimientos necesarios, contenidos y procesos administrativos.

Con antelación se hizo una lluvia de ideas para selección de tema, el cual fue sometido a aprobación por las entidades universitarias, siendo aprobado; “DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA COOPERATIVA FINANCIERA UNIDAD ACODJAR DE RL, SAN SEBASTIAN, SAN VICENTE 2015.

Tema en el que se da inicio al desarrollo e investigación, buscando en primer lugar la aceptación por parte de dicha identidad, en brindar y permitir trabajar con la información necesaria para la presente investigación.

El tipo de investigación de estudio de casos es el descriptivo, el cual permite conocer el comportamiento del objeto de estudio, tal como la causa del impedimento de la implementación de un plan de responsabilidad de la implementación, entre otros, con el fin de describir los hechos y establecer un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Las fuentes de información para el desarrollo de la investigación, fue una combinación bibliográfica así como de campo. La fuente primaria de información fue la investigación de campo la cual implicó el uso de diferentes instrumentos tales como la entrevista, que fueron dirigidas a Gerencia General, Gerencia de Recursos Humanos y Gerencia de Mercadeo se usó una guía de entrevista a fin de indagar opiniones, percepciones, situación actual e información general que incidan en la creación e implementación de un plan de RSE en la cooperativa. Las fuentes secundarias están representadas por el material bibliográfico, sitios web, textos e investigaciones, sobre información



relacionada con el cooperativismo, plan estratégico y Responsabilidad Social Empresarial.

2.2 Procedimientos para la obtención de datos.

Para la obtención de datos se desarrolló una entrevista a dos de las áreas que conforman la cooperativa Recursos Humanos y Mercadeo, como respuesta a interrogantes que ayudarían en el proceso de elaboración de un Plan De Responsabilidad Social Empresarial.

2.3 Marco operativo

2.3.1 Reseña histórica y generalidades ACODJAR de RL

Nace en la década de los sesenta con un grupo de 30 maestros de las Escuelas de San Sebastián en el departamento de San Vicente la iniciativa surge con el propósito de contrarrestar a los prestamistas a los que tenían que entregarles su boleta de cobro de salario y pagarles con intereses altos. Con un aporte económico de ₡10.00 C/U iniciando con un capital social de ₡300.00 fue constituida legalmente el 16 de noviembre de 1966 inicia como un grupo pre cooperativo de vínculo cerrado permitiendo la participación solo de maestros con el nombre de “ASOCIACION COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MAGISTERIAL DOCTOR JOSÉ ANTONIO DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.”

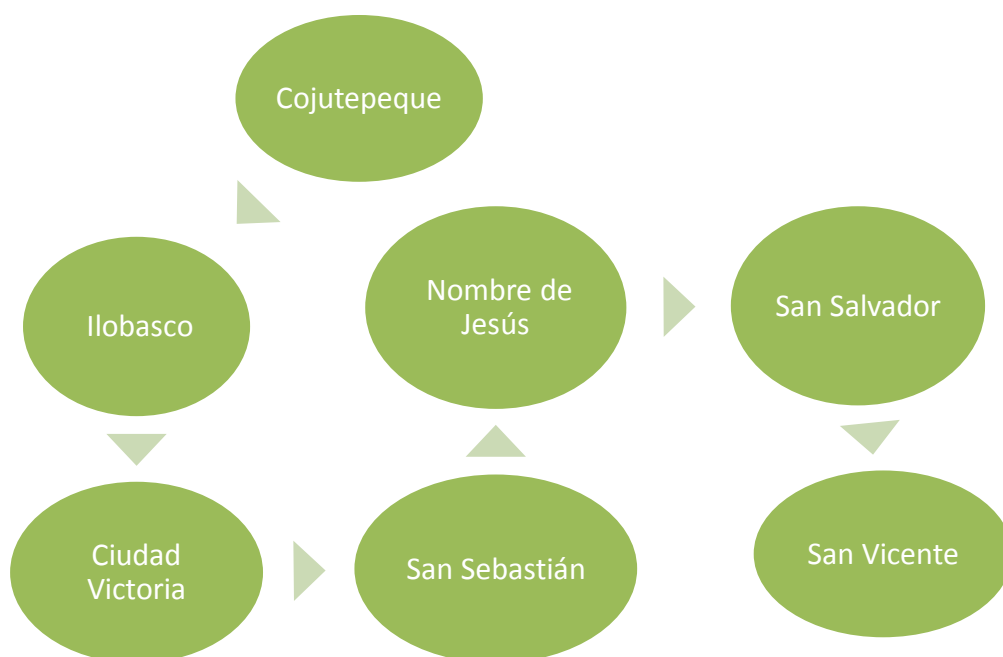
En el año de 1966, ACODJAR DE R. L. se incorpora a la membrecía de la Federación de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador en la que formó parte desde esa fecha al Sistema Cooperativo Financiero Nacional. Integración que ha permitido contribuir en fortalecimiento del movimiento cooperativo y en especial al de esta cooperativa.

En 1972 con el surgimiento del INSAFOCOOP organismo gubernamental que nace para fomentar y controlar las cooperativas. Otorga a la cooperativa su personería jurídica el 12 de julio de este mismo año bajo el #50, folio 518 del libro 1º del Registro de Inscripciones.

En la Asamblea General de Asociados de 1972 se toma el acuerdo de abrir el vínculo de la Cooperativa para dar oportunidad a toda persona que deseara formar parte de la membrecía de ACODJAR DE R. L. modificando el nombre a "ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COMUNAL DOCTOR JOSÉ ANTONIO RUIZ DE RESPONSABILIDAD LIMITADA".

Desde esa fecha han aperturado nuevos servicios, al inicio solo atendían créditos, luego fueron autorizados para captación de ahorros de sus Asociados, el pago de remesas familiares, venta de seguros a través de la Aseguradora Seguros Futuros AC de R.L.

"Por todo esto y la confianza de dicha membrecía a la fecha se integran más de 16 mil asociados y se atiende a nivel nacional" así mismo se cuenta con 6 agencias según detalle:



2.3.2 Misión y visión de la cooperativa

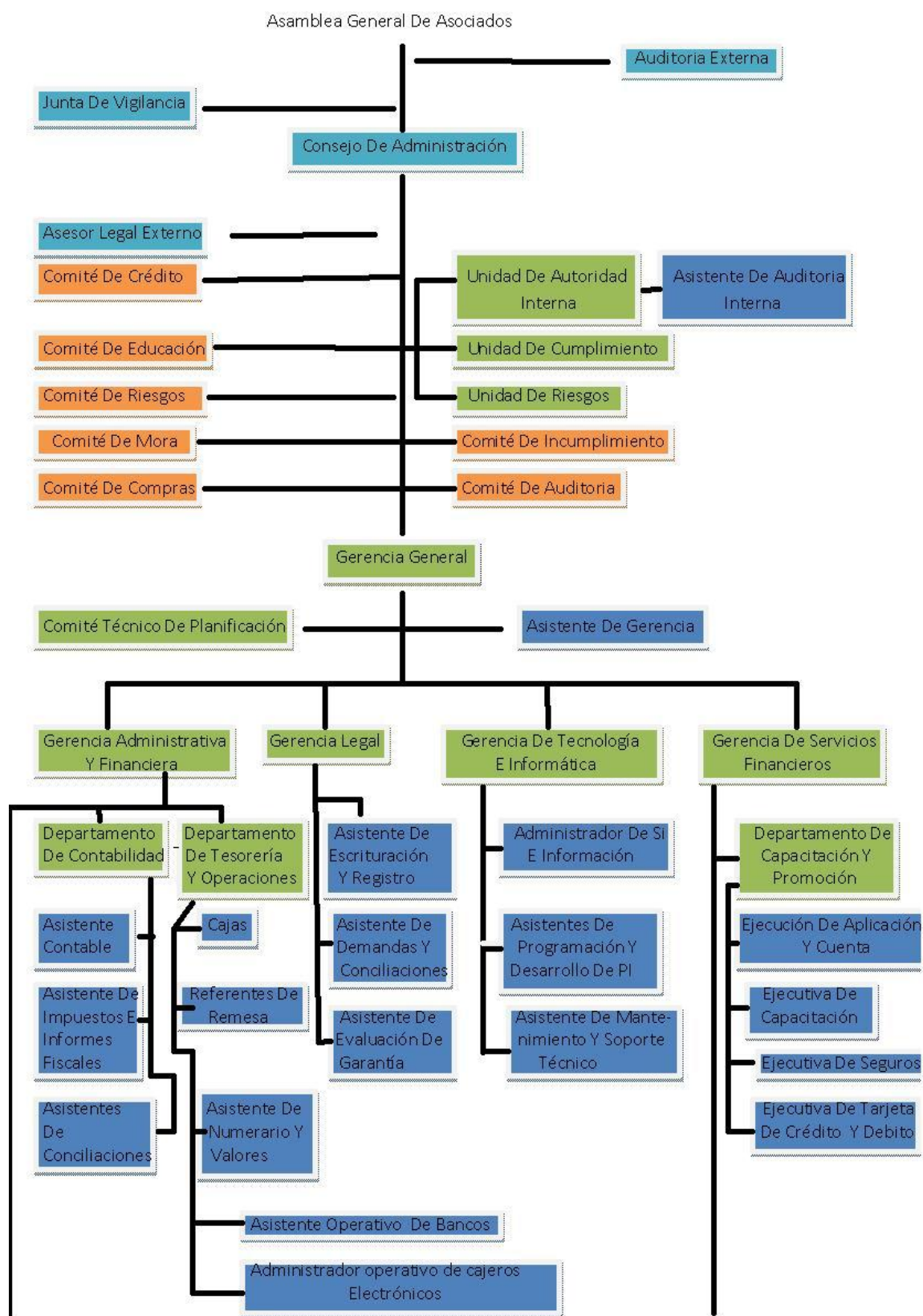
MISIÓN

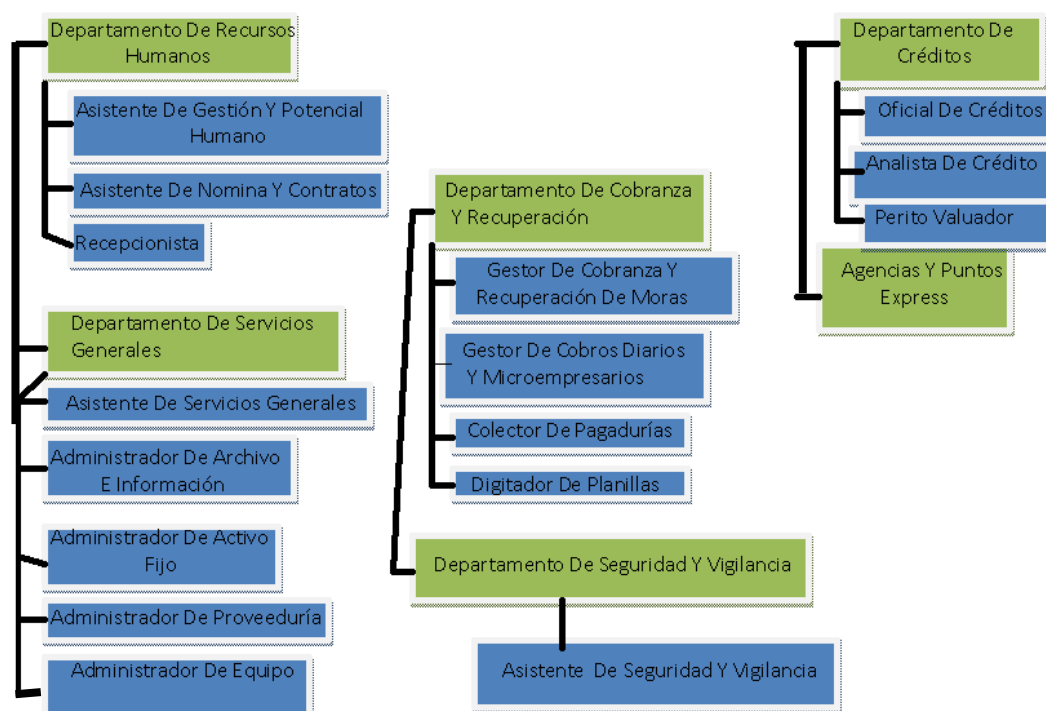
Atender las necesidades de nuestros asociados a través de Servicios Financieros y Sociales de calidad, con Calidez incentivando su ahorro, ofreciendo Créditos oportunos en condiciones justas que ayuden a mejorar su calidad de vida y de la comunidad.

VISIÓN

Ser una organización Sólida y Competitiva impulsada por un talento humano profesional, comprometido con las necesidades de nuestros asociados para quienes buscaremos permanentemente su bienestar a través de la oferta de Servicios y Productos oportunos y eficientes que aporten efectivamente a la mejora de su calidad de vida.

2.3.3 Organigrama de la Cooperativa Financiera.





2.3.4 Principios valores éticos de la cooperativa

Definición

"Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada"

Valores

"Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores sus miembros creen en sus valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás"

Principios

"Los principios cooperativos son lineamientos por medio de los cuales las cooperativas ponen en prácticas sus valores" y son mencionados a continuación:



2.3.5 Servicios que ofrece la Cooperativa

- Remesas.
- Créditos

PRÉSTAMOS PARA:

- Compra de vivienda.
- Compra de lote.
- Remodelación de vivienda.
- Consolidar deudas.
- Ampliar negocio.
- Producción.
- Microempresa

- Servicios.



✓ Servicios Financieros

Ahorros

Préstamos

Transferencia de remesas familiares

Banca centralizada

✓ **Soporte Técnico**

Supervisión

Tecnología e informática

Servicios de mercadeo

Servicios de capacitación

2.3.6 Respaldo y afiliados



FEDECACES

FEDECACES, que provee servicios de apoyo a la liquidez en su Caja Central, intermediación financiera con créditos y ahorros, facilita las transferencias de remesas, Supervisión de autorregulación, soporte técnico informático; a las 31 Cooperativas, articulando sus 81 puntos de servicio a nivel nacional, a través de RedActiva.

Ahorro e inversión: Es el instrumento de especialización financiera en la administración de la liquidez y apoyo en el uso óptimo de las disponibilidades de las cooperativas afiliadas al Sistema Cooperativo Financiero FEDECACES.

Para el manejo de la liquidez del Sistema Cooperativo, Caja Central aplica los criterios de seguridad, liquidez y rendimiento, lo que nos permite ofrecer el soporte institucional a los requerimientos de un marco regulatorio que nos posicione como un Sistema eficiente y solvente, con servicios fundamentados en la aplicación de los valores de honestidad, transparencia y solidaridad, contribuyendo así a la integración económica de los miembros del Sistema Cooperativo Financiero.

A través de las cuentas de ahorro, ofrecida exclusivamente a Cooperativas Afiliadas.

- Corporativa
- Rentable Federada
- Sistema RedActiva.
- Transferencias.
- Depósitos a Plazo Fijo



FUNDACIÓN ASESORES PARA EL DESARROLLO

Es la identidad de la Corporación que se ocupa de la capacitación, asesoría y consultoría técnica, para las cooperativas e instituciones afines, con el propósito de contar con un nivel de competencia del Talento Humano acorde a las exigencias actuales.



RESPALDO - AUDITORÍA Y SERVICIOS DE CONSULTORÍA

Provee servicios profesionales especializados a instituciones cooperativas e instituciones afines, en Auditoría externa, servicios contables y Consultoría.



SEGUROS FUTURO A.C. DE R.L.

Primera y única Aseguradora Cooperativa en el país, proporciona servicios de Seguros para la protección de familias salvadoreñas y bienes de asociados de las Cooperativas.

- Centro De Capacitación SCFF
- Fundación Asesores Para El Desarrollo
- Caja Central
- Respaldo A&SC

2.3.7 Proyectos RSE –Grandes Empresas

1. Proyectos Orientados a Facilitar la Inserción Laboral. Empleabilidad. - Rio Grande Foods - League S.A. Limitada C.V. - Calvo El Salvador Establecimiento de actividades productivas. - ADOC S.A.de C.V. - Librería San José Generación de empleos y emprendimiento - Grupo Agrisal COMFAMA de Colombia	2. Proyectos de Apoyo a Centros Escolares - Ingenio El Ángel - Del Sur - Banco Agrícola - Transactel - HanesBrands 3. Programas de Prevención a Través del Deporte - Calvo El Salvador 4. Programas Educativos y de Formación Vocacional - MAPFRE La Centroamericana - Compañía Azucarera Salvadoreña (CASSA) 5. Programas de Apoyo a la Comunidad - Compañía Azucarera Salvadoreña - Ingenio La Cabaña	6. Empresas que Implementan RSE a. BANCO CUSCATLAN - Apoyo a diferentes federaciones de deporte nacional - Libras de amor, programa integral de salud y nutrición dirigido de 0 – 5 años y mujeres embarazadas. b. BANCO SCOTIABANK - Proyectos de construcción de viviendas a familias afectadas por desastres naturales. c. BANCO DAVIVIENDA - CIDECO-FONAVIPO, ayudando a comunidades de la Herradura, brindándoles viviendas con tasas de interés preferenciales. - Patrocinio proyectos deportivos como la Fundación Real Madrid, formada por siete escuelas de futbol. d. BANCO AGRICOLA - Programa "Manos Unidas por El Salvador" aporte financiero de los proyectos orientados a la educación.
--	---	--

2.3.8 Instituciones consideradas responsables según la sociedad.

- Súper Selectos
- Industrias La Constancia
- Simán
- TCS
- Campero
- Kimberly-Clark
- Alba
- Diana

- Banco Citi
- Unilever
- Mc Donalds
- Curacao
- Biggest
- Avianca
- Coca Cola

2.3.9 Trabajo de Campo: Entrevistas.

a. ENTREVISTA # 1:

Preguntas para el área de Recursos Humanos. Entrevistado: Sr. René Abarca

1. ¿hace cuánto fue fundada la cooperativa ACODJAR?
2. Para la empresa ACODJAR ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?
3. ¿Consideraría la creación de un nuevo departamento que se encargue de ejecutar el plan de Responsabilidad Social Empresarial?
4. ¿considera que al implementar el plan de responsabilidad social la empresa ACODJAR se volvería además de una empresa socialmente responsable una empresa que genere más empleos?
5. ¿Dentro de las acciones a implementar en el plan de Responsabilidad Social Empresarial habrá algunas que beneficie a los empleados o sus familiares?
6. ¿Qué tan importante considera el capacitar a los empleados en el área de la Responsabilidad social empresarial?
7. ¿Involucrarían en algún momento a los empleados en las tareas de responsabilidad Social Empresarial?
8. ¿Cree usted que beneficiar a los empleados con actividades de Responsabilidad Social Empresarial permitiría estrechar lazos entre empresas – empleado y fortalecerá confianza y fidelidad en su ambiente laboral?
9. ¿Qué acciones tomarían en consideración para incluir en el diseño del plan de Responsabilidad Social Empresarial?

a.1 Resultados entrevista # 1:

Preguntas para el Área de Recursos Humanos. Encargado: Sr. René Abarca.

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Cuánto tiempo tiene de fundada la Cooperativa ACODJAR?	50 años de fundación. 20 de diciembre de 1965
2. ¿Para su empresa ACODJAR, que es RSE?	Como departamento es la oportunidad de apoyar a otras personas, en este caso los empleados.
3. ¿Consideran la creación de un nuevo departamento que se encargue de ejecutar el plan de RSE	De momento no, pero esto no significa que no se necesite o que no sea importante, sino más bien por el número de empleados, la administración ve bien que se siga coordinando las actividades a través de recursos humanos y mercadeo. En un futuro se considera la creación de un comité que lo ejecute. Actualmente nos apoyamos con los jefes de cada agencia para poder llegar a los empleados.
4. ¿Al implementar el plan de RSE la empresa se volvería, además de una empresa socialmente responsable, una empresa que genere más empleo?	Sí, de momento con la creación o participación de ACODJAR en el programa de colecturía, se han generado nuevos empleos no de manera directa ni permanente, pero si se han creado aunque estén de manera eventual, además se les brinda la oportunidad de tener un empleo, sin tener experiencia laboral, se les capacita y se les da la oportunidad de estudiar.
5. Dentro de las acciones a implementar en el plan de RSE, ¿habrán algunas que beneficie a los empleados o familiares?	No se ha pensado en una idea más de las que ya se tienen. Actualmente la cooperativa se ha esforzado por asegurar que la gente tenga tranquilidad, que se cubran las necesidades básicas, se les pagan salarios competitivos arriba del promedio, seguro de accidentes, seguro de vida, seguro hospitalario donde este beneficio se extiende a su familia, se invierte en actividades de

	esparcimiento. Surgió en algún momento la idea de una clínica empresarial, pero de momento por espacio físico y otras situaciones no se han hecho.
6. ¿Qué tan importante considera capacitar a los empleados en el área de RSE?	Es de mucha importancia, ya que entre más el tema de responsabilidad social se haga llegar al personal, va haber una mejor valoración del trabajo, de lo que la cooperativa invierte.
7. ¿Involucrarían en algún momento a los empleados en la ejecución de las tareas de RSE?	Tenía poco, ya que no todos tiene la capacidad en el sentido de que las acciones que se realizan, las condiciones ya están dadas, se piensa que pueden apoyar los jefes de hecho así se trabaja. La incorporación sería en la creación de un comité que pudiera generar ideas, pero si se cuenta con la disposición de los empleados, no son apáticos cuando se les solicita la colaboración para ejecución de actividades.
8. ¿Cree usted que beneficiar a los empleados con actividades de RSE permitiría estrechar lazos entre empresa-empleados y fortalecerá la confianza y fidelidad en su ambiente laboral?	Si, ese debería ser el fin común, crear un ambiente laboral agradable y menos estresado, entre más armonía exista entre la parte patronal, y los empleados en el ambiente de trabajo es mejor.
9. ¿Qué acciones tomaría en consideración para incluir en el diseño del plan de RSE?	Crear un comité social, integrado por las personas de la central y una o dos personas de las agencias ante la ausencia de un departamento formal, apoyar al comedor de ancianos, apoyo a comunidades, guarderías para hijos de empleados, programas de apoyo educativo.
10. ¿Qué áreas le gustaría apoyar o beneficiar de un plan de RSE?	• Escuela de música • Educación • Social • Cultura • Deporte • Religioso • Salud

a.3 Conclusiones

Al finalizar la entrevista y teniendo los resultados, se tuvieron las siguientes conclusiones:

- a) El departamento de recursos humanos describe la Responsabilidad Social Empresarial como la oportunidad de apoyar a los empleados y clientes.
- b) La empresa cataloga que no es necesario la creación de un comité o departamento que vele por acciones de responsabilidad social empresarial y/o realice el trabajo de mantener actualizados los resultados de la RSE.
- c) La empresa trata de ayudar a la comunidad brindando un apoyo laboral, prácticamente estas plazas son eventuales.
- d) Recursos Humanos posee como departamento nuevas acciones donde serán beneficiados empleados y sus familias, y la comunidad.
- e) La empresa no posee alianzas estratégicas para poder echar andar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.
- f) Se propone incluir al personal para que puedan ser partícipes de las estrategias de Responsabilidad Social en las actividades.
- g) Deberán establecer actividades en diferentes áreas la cual no está divididas ni poseen algún dato escrito de las que serán beneficiadas.

a.4 Recomendaciones

A continuación se enumeran una serie de recomendaciones para la entrevista que se le realizó al departamento de Recursos Humanos, cuya implementación es vital para mejorar la imagen de la cooperativa ACODJAR de R.L., entre ellas;

- a) Explicar cómo se beneficiarían a los empleados y la comunidad, mencionar cuáles serían esas oportunidades que ellos les brindan al pueblo de san Sebastián.
- b) Crear un comité o departamento que pueda estar al tanto de las nuevas estrategias y acciones que realiza la empresa.
- c) generar de empleos para que las personas de la comunidad puedan percibir un apoyo laboral y además ser una corporación ejemplar.

- d) Implementar estrategias y acciones que puedan ser utilizadas tanto para los empleados y sus familiares, y clientes que sea ventaja competitiva.
- e) Realizar alianzas estrategias para poder obtener patrocinadores y echar andar las acciones que se plantearán en el diseño del plan de RSE.
- f) Sistematizar las estrategias que se implementarán por cada área y dividir cada una para poder actualizar el registro de ellas y tener un plan de Responsabilidad Social Empresarial ejemplar.

b. ENTREVISTA # 2:

Preguntas para el área de Mercadeo. Entrevistada: Licda. Fanny Jazmín García de Rodríguez.

- 1. Para la empresa ACODJAR ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?
- 2. Como Cooperativa ¿Cuál la importancia de implementar acciones de Responsabilidad Social Empresarial?
- 3. Para usted ¿Qué es un plan estratégico?
- 4. ¿Con quienes pretenden realizar alianzas estratégicas para llevar a cabo la propuesta del diseño de plan?
- 5. ¿Qué acciones tomarían en consideración para incluir en el diseño del plan de Responsabilidad Social Empresarial?
- 6. ¿De qué manera o que otras empresas financiarían los recursos económicos?
- 7. ¿Cuál sería el presupuesto destinado para el área de Responsabilidad Social Empresarial?
- 8. ¿Cuál sería la ventaja diferencial ante las demás entidades financieras al practicar la Responsabilidad Social Empresarial?
- 9. Para usted ¿Qué es imagen cooperativa?
- 10. ¿Considera usted que la implementación del plan de Responsabilidad Social Empresarial mejoraría la imagen de la empresa?
- 11. ¿Por qué medio darían a conocer que son una empresa socialmente responsable?
- 12. ¿Qué áreas les gustaría apoyar o beneficiar con la implementación de un plan de Responsabilidad Social Empresarial?

b.1 Resultados entrevista # 2:

Preguntas para el área de Mercadeo Licda. Fanny Jazmín García de Rodríguez.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Para la empresa ACODJAR ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?	Es el compromiso social con el medio que rodea nuestra cooperativa, en otras palabras son las acciones que se realizan a favor de la sociedad.
2. Como Cooperativa ¿Cuál la importancia de implementar acciones de Responsabilidad Social Empresarial?	Radica en el crecimiento de la comunidad y en mejorar la calidad de vida, y en término mercadológicos la mejora de la imagen e indirectamente su venta.
3. Para usted ¿Qué es un plan estratégico?	Programa de acciones en los que se expresa el qué, para qué y la forma en que se pretende conseguir lo planeado.
4. ¿Con quiénes pretenden realizar alianzas estratégicas para llevar a cabo la propuesta del Diseño de plan?	No se posee ningún tipo de alianzas, aunque al momento de implementar las acciones se ha trabajado con los alcaldes, donde esta una sucursal, líderes comunitarios y extranjeros, centros educativos, personas naturales, desempeñando con cada uno de ellos las distintas acciones de responsabilidad social.
5. ¿Qué acciones tomarían en consideración para incluir en el diseño del plan de Responsabilidad Social Empresarial?	Toda acción que busca el bienestar de la comunidad, que si bien es cierto no se cuenta con un plan, pero si con un presupuesto anual destinado a esas acciones. Además acciones en que se agradezca o recompense la fidelidad de los clientes.
6. ¿De qué manera o que otras empresas financiarían los recursos económicos?	Recursos propios.
7. ¿Cuál sería el presupuesto destinado para el área de Responsabilidad Social Empresarial?	No se cuenta con un presupuesto.
8. ¿Cuál sería la ventaja diferencial ante las demás entidades financieras al practicar la Responsabilidad Social Empresarial?	Encaminada siempre a la ayuda y el bienestar a los demás, no directamente en la obtención de la mejora de la marca, implementando los objetivos de la empresa.

9. Para usted ¿Qué es imagen corporativa?	Es como las terceras personas ven en la empresa, empezando de los empleados porque ellos son la carta de presentación.
10. ¿Considera usted que la implementación del plan de Responsabilidad Social Empresarial mejoraría la imagen de la empresa?	Sí claramente la empresa implementa acciones de cómo dar a conocer las actividades (pequeñas grabaciones de personas que obtienen nuestros beneficios, comerciales en canal 8, anuncios en radio, eventos religiosos)
11. ¿Por qué medio darían a conocer que son una empresa socialmente responsable?	Círculo cerrado(videos de microempresarios, comerciales en canal 8, anuncios en radio, eventos religiosos, participación en fiestas patronales)
12. ¿Qué áreas les gustaría apoyar o beneficiar con la implementación de un plan de Responsabilidad Social Empresarial?	Depende del proyecto que se requiera y este al alcance de la cooperativa sin excluir alguno

b.2 Conclusiones

Al finalizar la entrevista podemos concluir que:

- El departamento de mercadeo no poseen alianzas y que solamente realizan las actividades con apoyo de alcaldías e instituciones educativas.
- La empresa no posee un plan de responsabilidad social empresarial por escrito, solamente realizan actividades para la comunidad.
- No hay presupuesto de cada una de las actividades que se han realizado y que se están implementando en la cooperativa.
- Los recursos económicos que la empresa posee para las actividades son propios.
- La empresa da a conocer sus actividades por canal 8 y circuitos cerrados dentro de las agencias.

b.3 Recomendaciones

A continuación se enumeran una serie de recomendaciones para la entrevista que se le realizó al departamento de mercadeo, cuya implementación es vital para mejorar la Imagen de la cooperativa ACODJAR de R.L.

- a) Realizar alianzas o convenios con diferentes empresas para poder obtener patrocinadores en cada una de las acciones que se realizarán del plan.
- b) Implementar un plan de RSE y ser una empresa responsable que YUDE a mejorar la imagen de la cooperativa.
- c) El departamento del mercadeo debe llevar controles y verificar así cuanto es el importe para llevar a cabo un proyecto.
- d) Gestionar convenios con empresas que les puedan apoyar con recursos.
- e) Compartir los videos que poseen por medio de comerciales y que además se den a conocer por otros canales para que la empresa se pueda conocer socialmente responsable.

2.4 Nueva formulación teórica

La propuesta de diseño estratégico de un plan de responsabilidad social se enfoca en la cooperativa ACODJAR en la cual se verificó el conocimiento que posee la empresa en cuanto a la temática lo cual no conoce lo suficiente para poderlo llevar a cabo por tal razón se destaca que los gerentes y empleados de la cooperativa están interesados a la aplicación de dicho plan para la Cooperativa Financiera Unidad ACODJAR de R.L. San Sebastián, San Vicente. Dado a que la cooperativa nos proporcionó toda la información necesaria para realizar la propuesta, en el cual lo primordial de este diseño es proporcionar una herramienta que permita conocer e incluir a las entidades financieras en las áreas de responsabilidad social, dónde se realizaran prácticas de, ética empresarial que ayudara a la adaptación y nuevos cambios , que puedan cubrir algunas de las principales acciones que surjan en el desarrollo de las actividades dentro de las que se pueda construir fidelidad, una mejora de

Imagen, rentabilidad empresarial, posicionamiento es por ello que se planteó la idea.

2.4.1 Estructura del Plan de Responsabilidad Social Empresarial



2.4.2 Objetivos del diseño del plan Responsabilidad Social Empresarial

Objetivo general

- ✚ Diseñar un plan de RSE para mejorar la imagen de la cooperativa ACODJAR, a través de diferentes estrategias que ayuden o apoyen las necesidades del municipio.

Objetivos específicos

- ✚ Crear estrategias que involucren diferentes áreas de la comunidad, y que estas puedan ser beneficiadas a través de las acciones a desarrollar dentro del diseño del plan de RSE.
- ✚ Proporcionar un agradable ambiente laboral para los empleados a través de las diferentes actividades en equipo, consideradas en el plan.
- ✚ Mejorar la imagen corporativa y lograr el posicionamiento de la cooperativa a nivel de municipio y a nivel nacional.

2.4.3 Importancia

Las entidades que sepan integrar adecuadamente a la Responsabilidad Social Empresarial tienen grandes posibilidades de obtener ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento se plantea utilizarla de manera estratégica y como método de creación de valor y que no solo sea un aporte al entorno para lograr ser vista de mejor.

ACODJAR como empresa socialmente responsable enriquecerá la imagen corporativa además de contribuir en manera cuantitativa de forma que le permitirá ser reconocida por su labor cabe mencionar que dicha ejecución ayudará a posicionar su marca, a obtener mayor participación en el mercado, y atraerá clientes que dudan de las prácticas financieras de la Banca Nacional, por tal razón que pretenden apoyar dentro de las áreas sociales, sin obviar que a través de la implementación de acciones de RSE lo volverán atractivo al capital extranjero como local.

2.4.4 Análisis FODA de ACODJAR de RL



PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA	OBJETIVO	AREA	ACCIONES	DESCRIPCIÓN	ENCARGADOS
Desarrollar una estrategia de comunicación que ayude a Consegir un impacto Aumentando la identificación del consumidor con la marca, así como con su atractivo innovando cada servicio y que este despierte interés y curiosidad entre los nuevos públicos.	Crear un canal de comunicación a través de medios básicos flyers, volantes, afiches en los cuales se informen de los servicios que brinda la empresa y se involucren a la comunidad fortaleciendo la relación empresa/comunidad.	Comunidad o social	• Incrementar la atracción turística por medio de murales culturales, Artísticos y recreativos. • Diseño de murales que muestren la identidad cultural del municipio y decorado de postes eléctricos con el logo de la empresa. • Impartir un taller de pintura para las decoraciones de murales turísticos. • Brindar camisas a las personas encargados del taller de pintura que contenga el logo de la empresa.	El proyecto consistirá en desarrollar acciones que puedan beneficiar a la comunidad con el decorado de postes eléctricos y murales alusivos a las culturas que el pueblo posee y que estos contengan el logo para identificación de la empresa, coOn esto se desarrollara un taller de pintura para las personas de la comunidad que quieran ser parte de esta actividad y promover zonas turísticas que contiene el pueblo de San Sebastián	Departamento de Recursos Humanos Y Departamento de Mercadeo.
		Educación	• Apoyar los certámenes de oratoria que se realice en cada Institución de San Sebastián. • Premiar los primeros 3 lugares del certamen. • Promocionar a la empresa de sus servicios por diferentes medios. • Realizar alianzas estratégicas con escuelas o empresas a fines.	El proyecto consistirá en el Patrocinio de los certámenes de oratoria que se realiza en las instituciones de San Sebastián, premiando así a los primero 3 lugares con el fin de apoyar las habilidades de los niños del pueblo San Sebastián, en el proyecto se dará a conocer la empresas por medios como flyers, volantes y afiches.	

ESTRATEGIA	OBJETIVO	AREA	ACCIONES	DESCRIPCIÓN	ENCARGADOS
POSICIONAMIENTO	*Posicionar la imagen de la cooperativa en la comunidad creando un impacto positivo, por medio del desarrollo de acciones RSE	EDUCACIÓN	• *Construcción de cisternas para abastecimiento de agua potable en instituciones educativas de la zona central de San Sebastián. • *Mantenimiento de cisternas. • *Brindar charlas sobre el uso adecuado del agua • *Alianzas estratégicas con ferreterías. • *Patrocinio de uniformes deportivos para intramuros de escuelas de la zona central. • *Dar seguimiento a las actividades deportivas • *Crear alianzas estratégicas con empresas a fines.	* El proyecto consistirá en apoyar instituciones educativas de la zona central, con el fin de mejorar la imagen corporativa, dándose a conocer como una empresa eco amigable y socialmente responsable, contribuyendo al saneamiento y mejora de vida educativa dentro de dichas instituciones. *Dentro de este proyecto se donarán uniformes deportivos para el desarrollo de intramuros identificados con el logo de ACODJAR, que sirva como posicionamiento de la imagen.	Departamento de mercadeo Y Recursos humanos

POSICIONAMIENTO	*Posicionar la imagen de la cooperativa en la comunidad creando un impacto positivo, por medio del desarrollo de acciones RSE	CULTURAL	• *Realizar Festival del día mundial del folklore. • *Premiar los primeros lugares. • *Organizar eventos alusivos a la fecha	* Consistirá en la celebración del día mundial del folklore, colaborando a mantener las fortalezas del municipio, de esa forma lograr ser percibida como una empresa que apoya a la comunidad y fortalecimiento cultural.	*Departamento de mercadeo Y *Recursos humanos
		DEPORTE	• *Patrocinio y apoyo a escuelas deportivas. • *Donación de implementos deportivos. • *Alianzas estratégicas con empresas proveedoras • *Organizar torneos en las diferentes ramas del deporte. • *Premiar primeros lugares • *Proveer insumos deportivos. • *Crear alianzas estratégicas y medios de comunicación.	*Se realizará donación de uniformes, balones, etc. A dicha institución con la que pretende mejorar las condiciones de desarrollo, de destrezas y prevenir que se involucren en pandillas. *Programar y calendarizar fechas para los diferentes torneos, para los cuales se brinden los insumos de deporte identificados con el logo de la cooperativa, con lo cual se logre contribuir al posicionamiento de la marca. *Informar a la comunidad de dichas actividades por medio de la comunicación	

ESTRATEGIA	OBJETIVO	AREA	ACCIONES	DESCRIPCIÓN	ENCARGADOS
Fidelización y sostenibilidad.	Implementar acciones estratégicas de RSE que ayuden a la retención y fidelización de clientes enfocados en satisfacer sus necesidades.	cultural	Contribuir a una mejor estabilidad a las personas de la tercera edad del municipio de San Sebastián proporcionando un monto mensual para la adquisición de alimentos.	Incluir a los empleados a participar mensualmente en la elaboración de alimentos para personas de la tercera edad.	Departamento de Recursos Humanos Y Departamento de Mercadeo.
		Comunidad o social	- Participación de la cooperativa en un día establecido de las fiestas patronales del municipio donde este una sucursal, poniendo a disposición dulces, chuchumecos, móviles, carrozas en donde se presente la imagen de la cooperativa. - Proporcionar un lugar donde se integren los artesanos y así pongan en práctica sus habilidades denominando el lugar como "ACODJAR AL SERVICIO DE NUESTROS ARTESANOS".	Integrar a los empleados a participar en dichas actividades.	
		Área Ambiental	- Proporcionar un mejor Ambiente Natural a través de la creación de áreas verdes en el municipio. - Identificar lugares estratégicos para colocar recipientes de basura que contengan el logo o marca de la empresa. - Brindar cuido y mantenimiento en zonas donde se siembre un arbolito.	Integrar a los empleados en la participación de dichas actividades en fechas establecidas en el transcurso del año, así mismo capacitarlos para brindar charlas donde se concientice a la población del cuido del Medio Ambiente.	

BIBLIOGRAFIA

a. Libros

- Emmanuel Raufflet, José Lozano, Ernesto Barrera, Consuelo de La Torre. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México. 1ª Edición. Pearson Educación.
- ReynoMomborg, Manuel (2006) Responsabilidad de Social Empresarial (R S E) Como Ventaja Competitiva. Chile.
- Ximena Altamirano, Doris Parada. (2008). Estudio de los beneficios que generan la práctica de Responsabilidad Social Empresarial, en la reputación de las empresas salvadoreñas. El Salvador.
- Sainz de Vicuña Ancín (2003). El plan estratégico en la práctica. Editorial ESIC, Madrid, España.
- Dess y Lumpkin (2003). Dirección estratégica. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, España
- Brenes Bonilla. (2003) Dirección Estratégica para Organizaciones Inteligentes. 1º edición, Editorial Universidad Estatal a Distancia
- Martínez Pedrós y Milla Gutiérrez. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. Ediciones Díaz de Santos. España, Madrid.
- Ferrel, O.C. y Hirt, Geoffrey. Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante.
- Jack Fleitman, Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante
- María Esperanza Somoza Pérez (2012). Guía De Implementación De RSE Basada En La Norma ISO 26000. El Salvador.
- Rojas López, Miguel David / Medina Marín, Laura Johana. (2011). Planeación estratégica fundamentos y casos. Bogotá, Colombia.

a. Internet

- <http://calidad.pucp.edu.pe/el-asesor/beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial#sthash.FgXLDjyt.dpbs>(2012)
- Cansino, C., & Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Santiago.
- Friedman, M. (1970). La Responsabilidad Social de la Empresa Privada. Nueva York.

ANEXOS

COOPERATIVA DE SAN SEBASTIÁN.



PREMIOS DE LA EMPRESA OBTENIDOS EN DIFERENTES TORNEOS DEPORTIVOS



Antiguo Cuscatlán
Licda. Milagro Navas
Torneo Clausura 2013
CAMPEON

PROMOCIONALES



ENCARGADOS DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y RECURSOS HUMANOS.

