

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL CON ÉNFASIS EN GERENCIA DEL DESARROLLO

ELABORACIÓN DE GUÍA METODOLÓGICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
PARA NATURACEITES S.A.  
SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

**CRISTY ANA ELIZA SANDOVAL DEL VALLE**  
CARNET 20855-08

SAN JUAN CHAMELCO, ALTA VERAPAZ, NOVIEMBRE DE 2014  
CAMPUS "SAN PEDRO CLAVER, S . J." DE LA VERAPAZ

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL CON ÉNFASIS EN GERENCIA DEL DESARROLLO**

**ELABORACIÓN DE GUÍA METODOLÓGICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
PARA NATURACEITES S.A.**

**SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**POR**

**CRISTY ANA ELIZA SANDOVAL DEL VALLE**

**PREVIO A CONFERÍRSELE**

**EL TÍTULO DE TRABAJADORA SOCIAL CON ÉNFASIS EN GERENCIA DEL DESARROLLO EN EL GRADO  
ACADÉMICO DE LICENCIADA**

**SAN JUAN CHAMELCO, ALTA VERAPAZ, NOVIEMBRE DE 2014**

**CAMPUS "SAN PEDRO CLAVER, S . J." DE LA VERAPAZ**

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO  
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: DR. CARLOS RAFAEL CABARRÚS PELLECCER, S. J.  
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS  
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

DECANO: DR. VICTOR MANUEL GALVEZ BORRELL  
VICEDECANO: MGTR. LUIS ANDRES PADILLA VASSAUX  
SECRETARIA: MGTR. LOURDES CLAUDETTE BALCONI VILLASEÑOR  
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM LUCRECIA COLINDRES W. DE SEGURA

## **NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

LIC. ELDER EREDY CAAL MACZ

## **REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

LICDA. ROSA MACLOVIA VILLELA FLOHR



Universidad  
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

San Juan Chamelco, A.V. 20 de junio de 2014

Señores:  
Consejo de Facultad  
Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad Rafael Landívar  
Pte.

Respetables señores:

Por este medio me permito presentar a ustedes el Informe de Práctica Profesional Supervisada Titulado: ELABORACIÓN DE GUÍA METODOLÓGICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA NATURACEITES S.A.

Realizado por la estudiante de Licenciatura en Trabajo Social con Énfasis en Gerencia del Desarrollo, Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle, Carné No. 208550-08

El informe presentado contiene actividades y resultados obtenidos durante la ejecución de la PPS I y PPS II.

En calidad de Tutor, emito dictamen favorable, y lo curso a este consejo para los tramites subsiguientes.

Atentamente,

Lic. Elder Eredy Caal Macz  
Código 17108  
Tutor PPS II



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
No. 04397-2014

### Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Sistematización de Práctica Profesional de la estudiante CRISTY ANA ELIZA SANDOVAL DEL VALLE, Carnet 20855-08 en la carrera LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL CON ÉNFASIS EN GERENCIA DEL DESARROLLO, del Campus de La Verapaz, que consta en el Acta No. 04483-2014 de fecha 7 de noviembre de 2014, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

ELABORACIÓN DE GUÍA METODOLÓGICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL PARA NATURACEITES S.A.

Previo a conferírsele el título de TRABAJADORA SOCIAL CON ÉNFASIS EN GERENCIA DEL DESARROLLO en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 25 días del mes de noviembre del año 2014.



MGTR. LOURDES CLAUDETTE BALCONI VILLASEÑOR, SECRETARIA  
CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
Universidad Rafael Landívar

Secretaría Académica

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS:**

Por darme la oportunidad de vivir cada día y llenarme de bendiciones que son mi mayor riqueza como: una espléndida familia, amigas invaluable, una buena educación, humildad y amor. Gracias Dios, por ponerme cada obstáculo en mi camino y por darme sabiduría para sobrellevarlos. Gracias Dios por dejarme caer y enseñarme a levantarme.

### **A MI MADRE:**

Delia Leticia del Valle Delgado Por darme la vida, porque siempre está a mi lado para darme su apoyo incondicional, amor, compañía y cuidados en todo momento, GRACIAS. Por amarme a pesar de mis errores, y sobre todo infinitas gracias por el amor a mi hija que sin su apoyo culminar este logro no hubiera sido posible.

### **A MI ESPOSO:**

Edgar Estuardo Paz por su amor, paciencia, compañía, comprensión y apoyo hacia mi persona durante todo el proceso, por siempre darme ánimos y alentarme a seguir adelante y ser un ejemplo para nuestra hija. TE AMO gracias por estar a mi lado en las buenas y malas.

### **A MI HIJA:**

Nataly Gimena Paz Sandoval, por ser mi motor en la vida, todo esfuerzo vale la pena por ti hija TE AMO con todo mi corazón porque eres una parte de mí, fuiste y serás mi impulso para no desmayar en el camino siempre mi inspiración.

A MIS HERMANOS:

Daniel Humberto Sandoval del Valle por su cariño y apoyo en todo momento, por darme la mejor bendición mi querida sobrinita Adriana Danielle Sandoval Skillman a quien amo con todo mi corazón y mi hermano Juan Pablo Sandoval del Valle por siempre apoyarme, quererme y colaborar conmigo.

A MIS AMIGAS:

A mis amigas por siempre estar a mi lado brindándome su apoyo incondicional en todo momento y dándome la fortaleza para seguir adelante, en especial para NEMELY SAFIRO VALENTINA SOSA MENA por todo su cariño, amistad sincera y apoyo siempre y en todo momento GRACIAS.

## **DEDICATORIA**

A Dios y mi familia por ser el motor que me impulso a culminar este proceso y alcanzar uno de mis más grandes sueños, como agradecimiento especial a mi madre, esposo e hija por nunca abandonarme, apoyarme hacer más fácil mi recorrido y estar a mi lado incondicionalmente infinitas gracias.

## ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	IX
Introducción	X
<b>CAPITULO I</b>	
Marco Organizacional	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Naturaleza	3
1.3 Áreas de Proyección	4
1.4 Ubicación	5
1.5 Tamaño	6
1.5.1 Recursos	6
a) Naturales	6
b) Físicos	6
c) Humanos	6
1.6 Cobertura	7
1.7 Estructura Organizativa	8
1.7.1 Organigrama	8
1.8 Visión – Valores	9
1.8.1 Visión	9
1.8.2 Valores	9
1.9 Estrategias de Trabajo	10
1.10 Programas	11
1.11 Área de intervención	12
1.12 justificación	13
<b>CAPITULO II</b>	
Análisis Situacional	16
2.1 Problemas Generales	17
2.2 Clasificación de problemas por área de incidencia	20
2.3 Priorización de problemas	21
2.4 Análisis causa y efecto	23
2.4.1 Causas identificadas	25

2.4.2 Efectos identificados	27
2.5 Árbol de objetivos	29
2.6 Panorama Organizacional	35
2.7 Red de Actores	39
2.8 Demandas institucionales y poblacionales	43
2.9 Proyectos futuros o visión proyectiva de la institución	44
<b>CAPITULO III</b>	
Análisis Estratégico	46
3.1 Análisis FODA	47
3.2 Análisis FODAE	55
3.2.1 Fortalezas con Oportunidades (maxi – maxi)	55
3.2.2 Debilidades con oportunidades (mini – maxi)	57
3.2.3 Fortalezas con amenazas (maxi – mini)	59
3.2.4 Debilidades con amenazas (mini – mini)	61
3.3 Definición del área de intervención	66
3.4 Propuesta de proyectos de intervención	66
3.5 Priorización de proyectos de intervención	67
3.6 resultados esperados en el periodo de la PPS II	68
3.7 Alcances y limites	68
3.7.1 Alcances	68
3.7.2 Limites	69
<b>CAPITULO IV</b>	
4. Ficha técnica del proyecto	71
4.1 Descripción general del proyecto	72
4.2 Ámbito institucional, social político y cultural	73
4.3 Plan o programa en el que se inserta	74
4.4 Justificación del proyecto	74
4.5 Objetivos específicos del proyecto	77
4.6 Población destinataria	77
4.7 Fases del proyecto	78
4.8 Marco Lógico	81

4.9	Cronograma	85
4.10	Entorno externo e interno	88
4.10.1	Posición del proyecto en organización interna	88
4.10.2	Funciones específicas del estudiante	88
4.10.3	Coordinación interna	89
4.10.4	Coordinación con red externa	89
4.10.5	Incidencia del proyecto en la región	90
4.10.6	Implicaciones éticas a considerar	90
4.10.7	Identificación de conflictos	90
4.11	Recursos	91
4.11.1	Recursos técnicos y humanos	91
4.11.2	Recursos materiales y monetarios	91
4.12	Presupuesto	92
4.13	Monitoreo del proyecto	94
4.14	Evaluación del proyecto	97
4.15	Indicadores de éxito	99
4.15.1	Indicadores de éxito específicos	99
4.15.2	Indicadores de éxito generales	99
<b>CAPITULO V</b>		
	Presentación de resultados obtenidos	102
5.1	Fase I, socialización del proyecto	102
5.2	Fase II, Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial	105
5.3	Fase III, Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial	164
5.4	Fase IV, Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A.	169
5.5	Fase V, Informe Final	174
5.6	Fase VI, Socialización de resultados del proyecto de intervención	175

## **CAPITULO VI**

Análisis y discusión de resultados	177
6.1 Introducción	177
6.2 Resultado I – Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial	179
6.3 Resultado II – Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial	183
6.4 Resultado III – Taller de capacitación a equipos de NaturAceites S.A.	186

## **CAPITULO VII**

Plan de Sostenibilidad	192
------------------------	-----

## **CAPITULO VIII**

Conclusiones y recomendaciones	194
8.1 Conclusiones	194
8.2 Recomendaciones	196

## **CAPITULO IX**

Marco Teórico Conceptual	199
9.1 Trabajo Social	199
9.2 Trabajo Social en Guatemala	200
9.3 Gerencia Social	201
9.4 Trabajo Social con énfasis en Gerencia Social	202
9.5 pobreza en Guatemala	205
9.6 Responsabilidad Social Empresarial	206
9.7 ¿Qué es una guía?	207
9.8 ¿Que es la didáctica?	207
9.9 ¿Qué es una guía metodológica?	208
9.10 ¿Qué es un proceso de capacitación?	208
9.11 Evaluación	209
9.12 Monitoreo	210
9.13 Huertos escolares y familiares	210
9.14 ¿Qué es un proceso de fortalecimiento?	211

9.15 ¿Qué son los conocimientos?	211
9.16 ¿Qué son las habilidades?	212
9.17 ¿Qué es un equipo técnico?	212
9.18 diagnostico	212
9.19 ¿Qué es el impacto?	213
9.20 Sostenibilidad	213
9.21 Metodología	214
9.22 Metodología de capacitación comunitaria	215
9.23 comunidades en área de influencia	216
9.24 Herramienta FODA	216
9.25 ¿Qué es la capacidad?	217
9.26 Capacidad instalada	217
9.27 objetivos de desarrollo del milenio	218
9.28 ¿Qué es un proyecto?	219
9.29 ¿Que es un proyecto de desarrollo?	219
9.30 problemas social	220
10 Fuentes bibliográficas Consultadas	221
11 Anexos	
Anexo 1. Carta de notificación URL	224
Anexo 2. Carta de aceptación NaturAceites S.A.	225
Anexo 3. Fotografías del proceso	226
Anexo 4. Planilla de participantes taller de capacitación	227
Anexo 5. Entrega de productos PPS	228
Anexo 6. Evaluación cualitativa	229
Anexo 7. Plan de capacitación aprobado	231
Anexo 8. Informe mensual de práctica profesional supervisada II Febrero y Marzo	233
Anexo 9. Informe mensual de práctica profesional supervisada II Abril y Mayo	234

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Página</b>
Tabla 1	Clasificación de necesidades por áreas de incidencia	21
Tabla 2	Matriz de Priorización “ponderación por frecuencia”	22
Tabla 3	Resumen de priorización	22
Tabla 4	Matriz de análisis FODA	46
Tabla 5	Matriz de Priorización de Proyecto de Intervención	63
Tabla 6	Marco Lógico	81
Tabla 7	Cronograma	85
Tabla 8	Presupuesto	92
Tabla 9	Monitoreo del proyecto	94
Tabla 10	Evaluación del proyecto	97
Tabla 11	Plan de Sostenibilidad	192

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Página</b>
Gráfica 1	Empresa NaturAceites S.A. – Organigrama Funcional. Año 2013.	8
Gráfica 2	Árbol de Problemas	24
Gráfica 3	Árbol de Objetivos	29
Gráfica 4	Panorama Organizacional	34
Gráfica 5	Red de actores vinculados al área de Intervención	39

## ÍNDICE DE MAPAS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Página</b>
Mapa 1	Guatemala, Guatemala –Ubicación Geográfica empresa NaturAceites S.A. Año 2013.	7

## Resumen Ejecutivo

La práctica profesional supervisada consistió en la elaboración de un diagnóstico que fue ejecutado en la gerencia de relaciones comunitarias de la empresa NaturAceites S.A., la cual permitió identificar la problemática y necesidades latentes que dieron paso a la construcción de estrategias que permitieran minimizar efectos negativos resultantes de la debilidad en el desarrollo de proyectos, para lo cual se ejecutó el proyecto “Elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para NaturAceites S.A.” que al concluir permitió observar resultados tangibles como herramientas de apoyo e intangibles como capacidad instalada y fortalecimiento institucional.

De esta manera la ejecución del proyecto contempló tres resultados sustanciales que dieron inicio con la elaboración de una guía metodológica en base al tema responsabilidad social empresarial; realizando para ello investigación bibliográfica, tomando en cuenta a la gerencia como beneficiarios directos de la intervención de PPS que luego de ser revisada se llevó a cabo el proceso de validación que constituyó el segundo resultado; y el último resultado fue una socialización de la misma; mediante un proceso de capacitación.

Cabe concluir que el apoyo y el interés brindado por el personal de la empresa durante la puesta en marcha del proyecto; dió como resultado que el documento realizado instituya parte de la caja de herramientas de NaturAceites S.A., puede ser utilizado en futuras intervenciones, sabiendo que la responsabilidad social, se está transformando como un factor de éxito en los negocios, que se enfoca al compromiso ético de la empresa.

## **Introducción**

El trabajo social se dirige a las múltiples y complejas relaciones entre los individuos y su contexto, de ésta forma esta disciplina se inserta en procesos políticos y sociales del país, estudiando las dificultades que se presentan en la sociedad y que a través de la historia han afectado su evolución, esto con la finalidad de facilitar que todos desarrollen sus potencialidades, promover su participación, autogestión, mejores condiciones de vida y prevenir disfunciones, dirigiéndose principalmente a población vulnerable y en situaciones de desventaja, promoviendo el cambio o transformación social.

Con esto en mente es importante resaltar que, la intervención debe ser integral y con perfiles específicos que reúnan las competencias profesionales para trascender más allá de los tiempos de caridad y filantropía, es de suma importancia para la acción social; este debe tener capacidad de liderazgo que logre detectar y reconocer la adversidad del contexto y diseñe las estrategias de acción como políticas y programas sociales de cara a modificar la realidad a través de la gerencia social, la cual se basa en los criterio de equidad, eficiencia, eficacia y sostenibilidad enfocadas en la intervención social y generación de valor público.

De manera que en la actualidad el Trabajo Social requiere de metodologías y habilidades adaptadas al nuevo contexto que van desde el diseño hasta la ejecución de los programas sociales, este es un nuevo perfil profesional que no se restringe solamente a un sector en particular si no que permite la incidencia, desde otros enfoques como lo es la responsabilidad social empresarial que puede ser utilizada de una manera estratégica y como un método de creación de valor, y no solo sea un aporte al entorno para que la organización logre ser percibida de mejor manera por la población.

Es necesario recalcar que dentro de su población objeto el Trabajo Social contempla el bienestar social del individuo, grupo, familiar y comunidades para orientar plenamente sus potencialidades en su desarrollo, incrementando su bienestar y convirtiéndose en agente de cambio en la sociedad y en la vida de los individuos.

Volvamos ahora la mirada hacia el comienzo de sus operaciones, NaturAceites S.A. construyó una relación gana-gana con los líderes comunitarios, que se tradujo en un diálogo abierto donde se establecieron prioridades para trabajar en conjunto y mejorar la calidad de vida de los habitantes; actualmente, interviene en ejes transversales importantes como salud, educación y medio ambiente.

En contexto con lo anterior la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. da respuesta al compromiso de la responsabilidad social de la empresa ya que de acuerdo a sus objetivos de intervención, enfoca sus acciones en las comunidades que se encuentren en el área de influencia de la empresa respondiendo a problemáticas de interés nacional reflejados en los objetivos de desarrollo del milenio proclamados en el 2000, con lo que constituye un apoyo a este compromiso y al desarrollo del país.

Tras esta situación, abordemos su funcionamiento, la gerencia de relaciones comunitarias interviene en las comunidades en área de influencia de la empresa a través de la ejecución de proyectos sociales de responsabilidad social empresarial; siendo este un tema de creciente importancia ya que Cada vez más, los clientes y la sociedad en general esperan, e incluso exigen, que las empresas jueguen un rol importante en el desarrollo y aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país en general.

Sin embargo a pesar de ser la responsabilidad social empresarial el eje transversal de la gerencia de relaciones comunitarias aún se observan debilidades, a mejorar con la finalidad de contribuir al adecuado funcionamiento.

Quisiera hablar ahora de cada una de las fases implementadas en el proceso de búsqueda de datos como, instrumentos, herramientas empleadas y los principales resultados obtenidos desde el proceso de marco organización, análisis situacional, estratégico, priorización perfil y ejecución del proyecto que contribuyó a minimiza la problemática identificada siendo esta, la debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial; por lo cual se buscó el fortalecimiento por medio de un proceso inicial que consistió en la elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial como un documento de soporte y herramienta de trabajo que en un siguiente paso sería validada por su funcionalidad y pertinencia, que posteriormente sería empleada como un instrumento para socialización.

En concreto se puede decir que al implementar el proyecto, se espera la cosecha de resultados de los beneficiarios, ya que por medio del fortalecimiento de capacidades en la gerencia de relaciones comunitarias; siendo ellos los principales transmisores del conocimiento a los beneficiarios se contribuye directamente en el logro de objetivos a través de su responsabilidad social con la población en área de influencia de la empresa.

Llegado a este punto concluyo, que la implementación del proyecto permitió dejar un aporte valioso a la empresa elaborando documentos con los cuales con anterioridad no contaban y capacitando al recurso humano en temas de responsabilidad social empresarial y metodologías de trabajo, aspecto que contribuye al fortalecimiento de la gerencia de relaciones comunitarias.

***CAPÍTULO I***

***MARCO ORGANIZACIONAL***

# Capítulo I

## Marco Organizacional

### 1.1 Antecedentes

NaturAceites S.A. es fruto de la fusión de dos empresas: Grasas y Aceites e Indesa. La primera, comenzó en 1985 con la visión de una familia que creyó en el potencial de la industria de aceite en el mercado guatemalteco, dando como resultado, en el primer semestre de 1986, el nacimiento de la primera planta de refinería de aceite vegetal en Escuintla, donde se procesaba aceite de girasol. La segunda empresa, Indesa, comenzó por la visión de otra familia, que el 1 de junio de 1998 decide incursionar en la producción de aceites de palma y palmiste, con la primera siembra de cultivo de palma en la región del Polochic, en tierras que solamente conocían el ganado<sup>1</sup>.

Es aquí cuando ambas empresas ven la necesidad de generar una integración vertical en la línea de producción de aceite, con el fin de ser más competitivos en el mercado guatemalteco y crean lo que ahora es NaturAceites S.A.

El 2002 representó el primer año de producción para NaturAceites S.A., saliendo adelante luego de cuatro años de inversión. Se logró producir 47 mil toneladas de fruta y 11 mil 200 toneladas de aceite, éste mismo año se montó la nueva línea de manteca Capullo.

De pronto para el año 2006, las plantaciones habían crecido por el valle del Polochic, alcanzando el récord mundial de producción de aceite en 8 toneladas por hectárea en todas las áreas de siembra, que sumaban 4 mil 100 hectáreas. Además, se subió la capacidad de la planta a 40 toneladas métricas y unos meses después se amplió la capacidad de la planta de refinería en Escuintla, llevándola a 200 toneladas métricas por día<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Estrategias de trabajo de NaturAceites S.A. [www.naturaceites.com](http://www.naturaceites.com)

<sup>2</sup> NaturAceites S.A. (2012). Memoria de labores

Avanzando en el tiempo encontramos que en el año 2010, se alcanzan las 15 mil hectáreas y en el mes de febrero se comienza con la construcción de la planta extractora en la Franja Transversal del Norte, que arranca en agosto del 2011 y tiene una capacidad inicial de 22.5 toneladas por hora, para una futura expansión de 90 toneladas por hora. Esta nueva planta es de esterilización continua y es la segunda planta con esta innovación en el proceso en Guatemala.

En la actualidad, NaturAceites S.A. cuenta con dos plantas extractoras, una en la Franja Transversal del Norte y otra en el Polochic, una planta de refinería en Escuintla, cinco centros de distribución en el país, uno en el Salvador y 17,500 hectáreas bajo un modelo de negocios incluyente de arrendamiento, productores independientes y plantaciones propias. Además vende más de 50 mil toneladas de aceite en el mercado de Guatemala, el Salvador, Honduras y Cuba

## **1.2 Naturaleza**

NaturAceites S.A., es una sociedad anónima guatemalteca, líder en la agroindustria de aceite de palma; fundada con el objetivo de desarrollar y procesar las plantaciones de palma de aceite y el refinado de aceites comestibles, basados en la sostenibilidad logrado a través de la productividad, la rentabilidad, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

Cabe señalar que como empresa agroindustrial, reconoce que para ser sostenible, tiene que poner en práctica y promover la responsabilidad social de la empresa, comprometiéndose a colaborar con el desarrollo de sus empleados, las comunidades vecinas y la protección del medio ambiente, la gestión de la responsabilidad con los recursos que se utilizan en el cumplimiento con la legislación nacional e internacional vigente, garantizando la seguridad industrial, la salud ocupacional y la promoción continua de la preparación y capacitación de todo el personal.

### 1.3 Áreas de proyección

NaturAceites S.A. es una empresa guatemalteca dedicada al cultivo de palma de aceite, producción, extracción, refinamiento y comercialización de grasas y aceites comestibles a base de palma y otros aceites vegetales, para lo cual cuenta con distintas áreas de acción que son:

- Gerencia agrícola: encargado de viveros, Preparación de tierras para, siembra, mantenimiento, cosecha, acarreo y transporte.
- Gerencia industrial: encargado de recepción de fruta, esterilización, desfrutación, extracción, generación eléctrica, clarificación, tratamiento de aguas industriales.
- Gerencia de operaciones: encargada de planta refinadora, importaciones y exportaciones, compras, logística y distribución.
- Gerencia de desarrollo organizacional: encargada de recursos humanos, planificación de personal, reclutamiento y selección, política salarial y laboral, compensación, capacitación, entrenamiento y desarrollo, facilitación, planificación estratégica, trabajo en equipo, desarrollo de personal, mejoras de procesos.
- Gerencia de certificaciones: Los productos certificados contribuyen también al mantenimiento de actividades agrícolas o agroalimentarias en particular en áreas desfavorecidas, porque la segmentación del mercado, la diferenciación y el valor agregado de los productos certificados, permite mantener explotaciones agrícolas en estas áreas.

- Gerencia de relaciones comunitarias: tiene a su cargo la responsabilidad social de la empresa, contribución al cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio.
  - a) Programas que maneja: salud, educación, productivos, divulgación y comunicación, mejores familias, ambientales
  - b) Políticas públicas en los temas de: buenas prácticas comunitarias, consejos de desarrollo, alianzas público privadas, donantes y cooperación internacional,
  - c) Infraestructura social en los temas de: educación, salud, vial, comunitaria.
- Gerencia de gestión ambiental: encargada de política ambiental empresarial, cumplimiento de la política nacional vigente, planes de gestión ambiental, estudios de impacto ambiental.

#### **1.4 Ubicación**

Actualmente NaturAceites S.A. tiene Presencia en:

- Boulevard Los Proceres 24-69 zona 10, empresarial zona pradera torre IV, nivel 16 Guatemala C.A Tel. 2328-5200<sup>3</sup>
- Planta extractora finca Yalcobe kilómetro 452 a 7.5 kilómetros del Municipio de Fray Bartolomé de las Casas Tel: 40711256 y 40711236
- Planta extractora en el Polochic
- Una refinería en Escuintla

---

<sup>3</sup> Estrategias de trabajo de NaturAceites S.A. [www.naturaceites.com](http://www.naturaceites.com)

## **1.5 Tamaño**

### **1.5.1 Recursos**

#### **a) Naturales**

Actualmente NaturAceites S.A. región norte cuenta con 7 fincas de plantación de palma africana las cuales son las siguientes: finca Yalcobe, finca Sacol, finca La Peñita, finca El Rosario, finca Yalcobe, finca Canaleño, finca Bacadilla

#### **b) Físicos**

Dentro de los recursos físicos de NaturAceites S.A. se cuenta con una oficina en el departamento de Guatemala, una oficina y extractora FTN ubicada en Fray Bartolomé de las Casas, una oficina y extractora en el Polochic, una oficina y extractora en mariscos, Izabal y una refinadora en Escuintla.

Quisiera añadir que cuentan también con mobiliario y equipo adecuado para el desarrollo de actividades en oficina como: computadoras de escritorio y portátiles, sillas de espera y secretariales, teléfonos, impresoras, archivos de metal, escritorios, mesas, etc. Y también mobiliario y equipo de campo como pick-ups, microbús, motocicleta, camiones pequeños y grandes, tractores, góndolas, bufalitos etc.

#### **c) Humanos**

A nivel nacional NaturAceites S.A. cuenta con 3,545 trabajadores los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

- De forma permanente 1,162, dentro de los cuales se contemplan: área administrativa, área de desarrollo organizacional, pilotos, caporales
- De forma temporal 2,383, dentro de los cuales se contemplan: recolectores, de fertilización, mecánicos, pilotos de maquinaria.

## 1.6 Cobertura

Actualmente NaturAceites S.A. tiene presencia en Guatemala con dos divisiones importantes que son:

### a) Agroindustrial

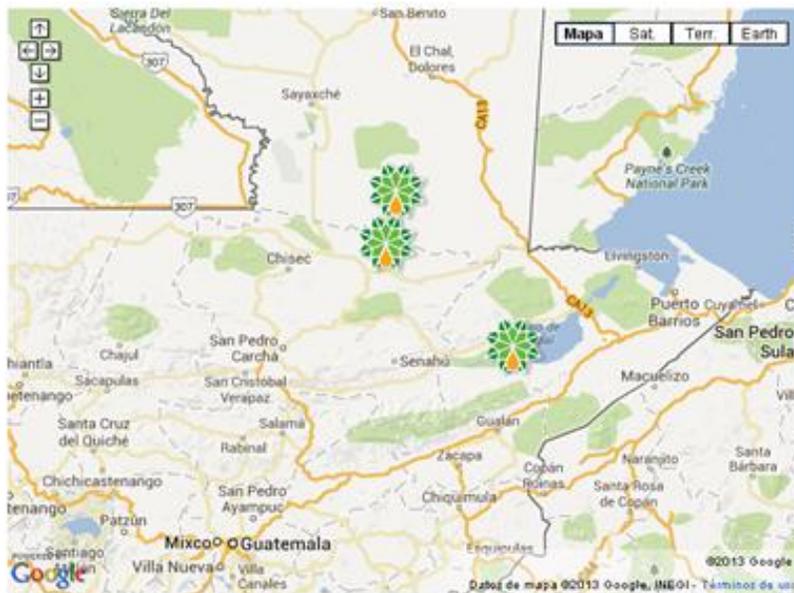
Actualmente tiene presencia con productivas plantaciones de palma de aceite en El Estor, departamento de Izabal, en Fray Bartolomé de las Casas y otras aéreas de la franja transversal del norte, departamento de Alta Verapaz

### b) Refinería

En la planta refinadora de Escuintla, se procesa y refina bajo las normas más exigentes de calidad el aceite crudo de palma, soya, girasol, y otros aceites importados que son envasados con las marcas Quetzalito, Cora y Dolarín. Y por supuesto, los reconocidos productos bajo el logotipo de Capullo<sup>4</sup>.

## Mapa número. 1

### Cobertura geográfica NaturAceites S.A.



Fuente: Gerencia de Relaciones Comunitarias Naturaceites, S.A.

<sup>4</sup> NaturAceites S.A. (2012). Memoria de labores

## 1.7 Estructura organizativa

### 1.7.1 Organigrama

Gráfica número 1



Fuente: gerencia de relaciones comunitarias NaturAceites, S.A.

## **1.8 Visión - valores**

### **1.8.1 Visión**

Ser una empresa de la agroindustria de palma aceitera de crecimiento constante con un modelo de negocio íntegro, eficiente e innovador, creando beneficios evidentes para nuestros clientes, comunidades, productores asociados, colaboradores, inversionistas y el ambiente<sup>5</sup>.

### **1.8.2 Valores**

*a) Integridad*

Actuó siempre de acuerdo a nuestros principios de manera ética honesta y honrada

*b) Respeto*

Cumplo las políticas de la empresa acepto la diversidad de valores, actitudes y opiniones de los demás y los trato de manera amable y cortés

*c) Solidaridad*

Busco el bienestar común actuando desinteresadamente en favor de mis compañeros, las comunidades y los clientes a través de una actitud de servicio.

*d) Responsabilidad*

Asumo a cabalidad mis tareas y pongo mi esfuerzo para hacer las cosas bien

---

<sup>5</sup> NaturAceites S.A. (2012). Memoria de labores

## **1.9 Estrategias de trabajo**

### **a) Nuestro compromiso**

En NaturAceites, la responsabilidad social y ambiental es la contribución activa al mejoramiento de la calidad de vida de sus colaboradores, sus familias y la comunidad donde viven. Evidenciando su compromiso con proyectos en educación, salud, medio ambiente, infraestructura, cultura y deportes, involucrando directa e indirectamente a todos los colaboradores de la empresa.

### **b) Responsables con las comunidades**

Desde el comienzo de sus operaciones, NaturAceites S.A. construyó una relación gana-gana con los líderes comunitarios, que se tradujo a un diálogo abierto donde se establecen prioridades para trabajar en conjunto y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Dentro de este contexto, trabaja en ejes de salud, infraestructura, educación, medio ambiente, cultura y deportes con lo cual se ha logrado impactar a 150 mil personas de las distintas comunidades aledañas a sus operaciones, incluyendo también proyectos productivos y donaciones, como baterías para automóviles, gasolina, cemento y colchonetas para hospital, entre otras<sup>6</sup>.

### **c) Responsables con nuestros colaboradores**

NaturAceites S.A. está comprometido con cada uno de sus colaboradores, reconociendo en ellos la importancia de su labor diaria. Son ellos los impulsores del motor que genera resultados exitosos, soportando y confirmando su liderazgo en la industria de aceite de palma del mercado guatemalteco.

Al respecto conviene decir que actualmente, NaturAceites S.A. cuenta con más de tres mil colaboradores ubicados en las distintas regiones donde opera, entre ellas: la Franja Transversal del Norte, Polochic, Escuintla y Guatemala. Los

---

<sup>6</sup> NaturAceites S.A. (2012). Memoria de labores

colaboradores provienen de comunidades aledañas a las áreas de trabajo ubicadas en los departamentos de Izabal, Alta Verapaz, Escuintla y Guatemala.

**d) Alianzas estratégicas**

Se realizan alianzas estratégicas con otras instituciones y con propietarios de Fincas.

**e) Productos**

Actualmente NaturAceites S.A., entrega productos de calidad en sus tres derivados aceites, margarinas y mantecas.<sup>7</sup>

**1.10 Programas**

Dentro de su visión de responsabilidad social NaturAceites S.A. maneja diversos ámbitos comunitarios en temas de:

**a) Programas**

- Salud
- Educación
- Proyectos productivos
- Divulgación y comunicación
- Mejores Familias
- Ambientales

**b) Política Pública**

- Buenas prácticas comunitarias
- Consejos de desarrollo
- Alianzas público privadas

---

<sup>7</sup> Estrategias de trabajo de NaturAceites S.A. [www.naturaceites.com](http://www.naturaceites.com)

- Donantes y cooperación internacional

**c) Infraestructura**

- Vial
- Educación
- Salud
- Comunitaria

### **1.11 Área de intervención**

El proceso de práctica profesional supervisada (PPS) se realizó en la gerencia de relaciones comunitarias de la empresa NaturAceites S.A.

Lo cierto es que esta gerencia es la encargada de cumplir con el compromiso de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A., quien se encuentra comprometida con su labor en beneficio de su área de influencia, esperando traer con ello el desarrollo de las comunidades y el país.

Cabe concluir que su visión está enfocada a ejes transversales de salud, educación, proyectos productivos, divulgación y comunicación, mejores familias y ambientales esperando con ello lograr un cambio en las condiciones de vida de los beneficiarios que les contribuya a fortalecer en seguridad alimentaria nutricional dejando capacidad instalada y conocimiento que les permita ser sostenibles en el tiempo y amigables con el medio ambiente.

## **1.12 Justificación**

El Trabajo Social es una profesión que enfoca sus acciones al cambio social a través de su intervención en aspectos en los que los seres humanos se encuentran en condiciones de vulnerabilidad.

De esta manera la profesión desde su inicio ha pasado por diversos enfoques como: beneficencia, asistencialismo y servicio social estas son palabras que están unidas de forma íntima a su evolución y que forman parte del imaginario del trabajo social. Sin embargo actualmente y, ante un panorama nuevo de la situación económico-social en la que se ve inmersa el Trabajo Social debe innovar campos de intervención profesional para incidir, es decir, nuevas vías de expansión y nuevas vías laborales. Es en este sentido que se debe presentar como emprendedores sociales, ya que las empresas, son un nuevo escenario de la profesión, hay que tener en cuenta que es una realidad actual y tomarlo como una evolución que ofrece una gama de nuevas posibilidades para trabajar desde el mundo empresarial.

Debe quedar bastante claro que actualmente cuenta con herramientas que le permiten la realización eficaz de su trabajo, mediante una metodología de intervención sistémica.

Veamos cual es el contexto de las organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y privadas, ya que estas enfocan sus acciones a problemáticas de interés nacional e internacional; esto debido a que son conscientes de su responsabilidad con la sociedad, implementando proyectos de desarrollo que respondan a las necesidades de vulnerables.

De esta circunstancia nace el hecho de que NaturAceites S.A. es una empresa que se encuentra comprometida con su responsabilidad social empresarial y con base a ello contribuir a los objetivos de desarrollo del milenio del país, por lo que cuenta con una gerencia de relaciones comunitarias que busca devolver a las comunidades que se encuentran en su área de influencia los beneficios que como empresa han recibido, brindado a ellos oportunidades como infraestructura, salud, educación, proyectos

productivos, proyectos ambientales y mejores familias contribuyendo de esta manera a mejorar la calidad de vida de las comunidades.

De esta manera se hace necesaria la intervención profesional en la gerencia de relaciones comunitarias de la empresa y su trabajo con las personas beneficiadas.

Cabe concluir que la universidad Rafael Landívar brinda la carrera de Trabajo Social con énfasis de gerencia para el desarrollo, formando con ello profesionales con las capacidades, habilidades, competencias y herramientas para gerenciar proyectos sociales, aspectos que serán de importancia dentro de la relación de la empresa con su entorno, debido a que esta es el primer contacto que se tiene con ellas, se debe fortalecer su intervención integral; sabiendo que el aporte como estudiante será fundamental en el logro de un impacto, para la ejecución de la empresa pero sobre todo para los beneficiarios que son la parte esencial y la razón de ser de los proyectos que se desarrollan para lograr mejorar las condiciones de vida.

***CAPÍTULO II***

***ANÁLISIS SITUACIONAL***

## **Capítulo II**

### **Análisis Situacional**

Para dar inicio al proceso de análisis situacional de la gerencia de relaciones comunitarias, se realizó un cronograma en el cual se estableció llevar a cabo tres reuniones con el equipo, las que fueron debidamente aprobadas por el jefe regional de la gerencia.

Entonces en la segunda fase del proceso de PPS I fue necesario realizar actividades como estudio documental, entrevistas, observación y talleres con los integrantes del equipo; con el objetivo de recolectar datos, que permitieran un acercamiento y conocimiento general de la situación en la que se encuentra el equipo en el desarrollo de procesos.

Para recabar información confiable, actual del equipo institucional; dentro de las sesiones, se implementan herramientas, técnicas e instrumentos que fortalecen al reconocimiento de la gerencia de relaciones comunitarias de la empresa NaturAceites S.A. y en concreto su compromiso con la responsabilidad social y aspectos como el programa, puesta en marcha y seguimiento de los proyectos, con el objetivo de contribuir al alcance de objetivos y metas ya propuestas.

Como resultado y razonamiento del proceso de análisis situacional; se determinó que la gerencia de relaciones comunitarias, presenta debilidad para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial, al no estar empoderados de técnicas y herramientas que contribuyan a estructurar una intervención con estrategias de cumplimiento de proyectos de beneficio para las comunidades en el área de influencia de la empresa.

Entonces se establecieron las necesidades expuestas de acuerdo al área en el que se desarrollan, para analizar y determinar cuál presenta mayor debilidad entre todas, luego se prosigue con la comparación y priorización de necesidades identificadas por el

equipo mediante la matriz de priorización por frecuencia ya que es una herramienta para identificar y establecer la necesidad con importancia, de intervención sentida por el equipo.

Es significativo mencionar que durante el proceso el equipo técnico de la gerencia de relaciones comunitarias estuvo en la disposición de brindar el apoyo necesario comprometiéndose con el proceso, su participación fue activa, valiosa y enriquecedora.

## **2.1 Problemas Generales**

Para realizar el proceso de análisis situacional, se trabajó en conjunto con los técnicos y el jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias, su participación fue esencial para determinar y analizar las necesidades generales que se presentan en la ejecución y desempeño de labores.

Por lo que mediante la utilización de la técnica lluvia de ideas se lograron identificar 9 problemas generales, siendo estos:

- 1. Debilidad en la programación mensual de actividades con el equipo Técnico**, en la coordinación de actividades que se desarrollaran durante el mes, para que exista un consenso en la información que tienen sobre los programas y se encuentren apropiados de los mismos.
- 2. Deficiente manejo de grupos en campo**, ya que no cuentan con una metodología y herramientas con las cuales puedan guiarse y respaldarse, para la puesta en marcha de los proyectos que se implementan; lo que dificulta la intervención con el grupo objeto y obstaculiza el logro de objetivos y alcance de metas destinadas.
- 3. Limitación de semillas para la implementación de proyectos**, ya que les hace falta semillas fértiles y de calidad para trabajar los viveros y huertos familiares y escolares.

4. **Carencia de material didáctico y equipo para intervención en las comunidades** en área de influencia de NaturAceites S.A., esto debido a que no cuentan con insumos en donde puedan proyectar información, videos etc. esto hace que su trabajo se vea limitado con lo que puedan realizar y el manejo de los beneficiarios.
5. **Debilidad en la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial**, siendo esto el mayor eje de trabajo aún se evidencian debilidades ya que se divisan en distintos proyectos que no han cumplido los impactos esperados, limitando que NaturAceites S.A. cumpla con uno de sus objetivos que es, devolver a las comunidades en condiciones de vulnerabilidad un poco de lo que ellos ya han recibido y sentirse satisfechos de estar incidiendo en temas de interés nacional como salud, educación, vivienda, etc. Además de expresar que no cuentan con documento físico, sobre el tema que orienten su accionar y que el mismo les sería de importancia y utilidad.
6. **Carencia de una guía para realizar diagnósticos comunitarios**, NaturAceites S.A. beneficia a comunidades que estén en su área de influencia a través de su visión de responsabilidad social empresarial; para hacerlo en primera instancia necesita conocerlas e identificarlas, esto aunque no es algo que realicen frecuentemente, debido a que ya cuentan con algunos diagnósticos previos, consideran no estar empoderados en su forma de elaboración y lo utilizarían únicamente una vez al año.
7. **Inexistencia de material contextualizado**; aspecto que limita la realización de capacitaciones realizadas de acuerdo con el contexto de vida de los participantes.
8. **Deficiente socialización e intercambio de conocimientos entre el equipo de trabajo de la gerencia de relaciones comunitarias**; por lo que ellos consideran

que es importante que se intercambien ideas lo cual ayudaría a fortalecer el trabajo de cada integrante y se constituiría como una retroalimentación constante.

- 9. Débil participación de los grupos meta en las capacitaciones;** disminuye y dificulta el logro de objetivos y metas, es necesario poder contar con metodología de intervención eficiente, que logren la atención de los participantes y motive a formar parte activa en las capacitaciones, sin esperar nada a cambio más que el conocimiento aprendido.

No cabe duda que luego del análisis de las necesidades sentidas por el equipo técnico, se logra concluir que para ellos es importante tomar en cuenta las debilidades que se presentan en el ambiente de la gerencia de relaciones comunitarias; ya que estas, se pueden ver reflejadas en el quehacer diario y cumplimiento de sus actividades, objetivos y metas; lo que provoca deficiencia y a largo plazo el incumplimiento de impactos en los proyectos de responsabilidad social empresarial.

Concluamos, entonces, que NaturAceites S.A. bajo su compromiso de responsabilidad social empresarial enfoca sus funciones a la generación de cambio de actitudes y comportamientos de sus grupos metas, ya que considera que la seguridad alimentaria es un punto clave para que las comunidades en pobreza y pobreza extrema cambien las condiciones de vida, por lo que, dejar capacidad instalada en las personas a través del conocimiento, inducción y asistencia técnica, les ayudará a ser capaces de salir de la situación por sus propios medios y recursos, ahí radica, la importancia de la intervención y propósito; lo que recae en gran parte en el diseño y puesta en marcha de proyectos, por lo que se evidencia la necesidad de fortalecer al equipo en su intervención integral e incidencia, desde el inicio de las acciones desde el diseño y ejecución de proyectos.

## **2.2 Clasificación de problemas por área de incidencia**

Las necesidades antes descritas fueron sometidas a un proceso de análisis y ordenamiento con el fin de poder delimitarlas según su área de incidencia (ver tabla 1). La tabla de Clasificación de necesidades por áreas de incidencia (ver tabla 1) se analizó detenidamente con el equipo logrando llegar al consenso que serían seleccionados todos los problemas del área de incidencia de tipo “técnico” (ver tabla 1) en virtud que son las que limitan el trabajo de campo y que también serían consideradas o tomadas en cuenta un problema de cada área de influencia faltante pero no todos, en virtud que consideran se enfocan en la misma idea y se escogería una central, quedando establecidas 6 necesidades que consideran están causando debilidad en el cumplimiento de objetivos con los grupos metas.

No cabe duda que la priorización realizada fue enriquecedora ya que todos pusieron de manifiesto su interés en el cumplimiento de objetivos y metas.

## Clasificación de problemas por áreas de incidencia

**Tabla número 1**

LOGÍSTICO	FINANCIERO	TÉCNICO	ACTITUDINAL
Debilidad en la programación mensual de actividades.	Limitación de semillas para la implementación de proyectos.	Deficiente manejo de grupos en campo.	Débil participación de los grupos meta en las capacitaciones.
Deficiente socialización e intercambio de conocimientos entre el equipo de trabajo de la gerencia de relaciones comunitarias.	Inexistencia de material contextualizado.	Debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial.	
	Carencia de material didáctico y equipo para intervención en las comunidades.	Carencia de una guía para realizar diagnósticos comunitarios.	

Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

### 2.3 priorización de problemas

Quedando ya establecida la distribución de los problemas se prosigue con la realización del análisis por medio de la matriz de priorización por frecuencias (ver tabla 2) con el objetivo principal de comparar y analizar cada uno buscando determinar el problema por el equipo; y que limite el cumplimiento de objetivos y actividades.

Es necesario recalcar que este proceso se realiza con base a comparaciones entre las 6 problemáticas priorizadas, logrando de esta manera establecer la que más obstaculiza de las necesidades ya identificadas por el equipo, destacando que será la que necesita el fortalecimiento necesario de manera urgente.

## Matriz de Priorización “ponderación por frecuencia”

**Tabla número 2**

Problema	1. Deficiente manejo de grupos en campo	2. Deficiente aplicación de métodos y técnicas de capacitación comunitaria	3. Carencia de una guía para realizar diagnósticos comunitarios	4. Inexistencia de material contextualizado	5. Debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial	6. Débil participación de los grupos meta en las capacitaciones
1		2	3	1	5	1
2			2	4	5	6
3				3	5	3
4					4	6
5						5
6						

Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

**Tabla número 3**

Resumen de Priorización						
Problema	1	2	3	4	5	6
<b>Frecuencia</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Orden de Prioridad</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

Como se observa en la matriz de priorización (ver tabla 2) la necesidad más sentida para el equipo en la actualidad es la número 5 que es la *“debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de Responsabilidad Social Empresarial”*.

Es necesario recalcar que consideran valiosas las acciones que fortalecen a la gerencia de relaciones comunitarias, en el tema de responsabilidad social empresarial como, eje de su razón de ser.

## 2.4 Análisis de causa y efecto

La problemática establecida en la etapa anterior con el equipo, fue sometida a un proceso de análisis y priorización, quedando estructurada de la siguiente manera *“debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial”* Luego de haber sido definido el problema central, se exponen tanto las causas que lo generan como los efectos negativos producidos, y se interrelacionan los tres componentes de una manera gráfica mediante la aplicación del árbol de problemas.

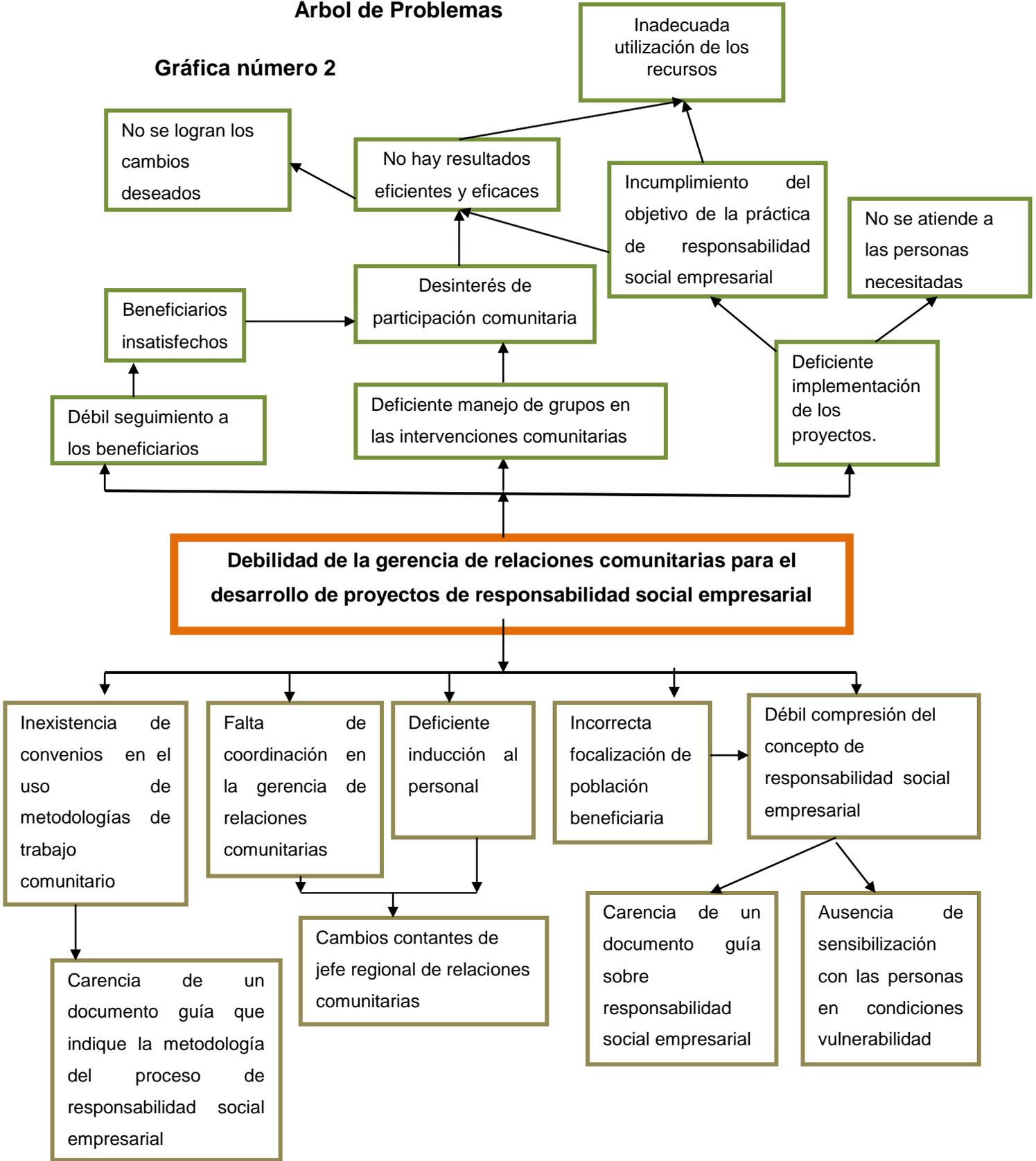
Por lo tanto la técnica para relacionar las causas y los efectos, una vez definido el problema central, fue la lluvia de ideas. Esta técnica consistió en hacer un listado de todas las posibles causas y efectos del problema. Para lo cual se inició con identificar las causas; se les pidió la colaboración a todos; para que pudieran realizar un análisis del contexto y concretar porque consideraban que había surgido esa debilidad o que pensaban que la pudo haber generado. De igual manera se realizó este proceso para la identificación de efectos o consecuencias que genera esta situación de no tratarse correctamente.

Afirmare ahora que la realización del análisis causas y efecto es importante dentro de la realización del diagnóstico, ya que brinda la oportunidad de identificar las acciones negativas que dificultan el alcance de objetivos y de igual forma las causas que está generando la deficiencia en la implantación de parte de los técnicos de los programas y la parte administrativa; esta etapa se constituye como una base para la elaboración del proyecto de intervención, ya que a través de él se buscara minimizar las causas a través de la implementación de estrategias que respondan a necesidades.

No es de olvidar que se contó con la participación activa de los miembros del equipo, quien a través de sus valiosos aportes y centrados análisis contribuyeron grandemente en la elaboración de esta herramienta, logrando con ello el resultado esperado.

# Árbol de Problemas

Gráfica número 2



Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

### 2.4.1 Causas Identificadas

Se realizó un análisis con el equipo de las causas y el impacto que producen en el problema central, estableciendo las siguientes:

- **Inexistencia de concertación en el uso de metodologías de trabajo comunitario;** en virtud que no existe un consenso para intervenir con los grupos, si no por el contrario cada uno lo hace por sus propios medios, conocimientos, experiencias y no se comunican entre ellos sobre las actividades que cada uno realiza, además de los procedimientos o formas de intervención.
- **Carencia de un documento guía que indique metodología del proceso de responsabilidad social empresarial;** el cual les brinde un soporte técnico, en virtud que el equipo encargado de la responsabilidad social de la empresa realiza el trabajo de acuerdo a lo indicado por sus autoridades, no cuentan con un documento que además de explicar conceptos básicos de la temática, de a conocer una forma clara de trabajo que deberían tener con las comunidades y personas seleccionadas, el equipo considera que todos deberían tener una herramienta que les permita estandarizar su intervención.
- **Falta de coordinación en la gerencia de relaciones comunitarias,** No se realizan consensos sobre actividades o que los miembros estén enterados de lo que sucede dentro de la gerencia, por lo que, consideran que es necesaria la comunicación o buscar formas adecuadas para que puedan exponer necesidades, prioridades, anécdotas y sepan las actividades que están programadas.
- **Deficiente inducción al personal;** al inicio de la relacionan laboral consideran no se brinda una capacitación sobre procesos, procedimiento, o conocimiento de la misma empresa y se ve reflejada como una debilidad al iniciar labores e intervenir en las comunidades sin tener todavía los conocimientos básicos tanto de la empresa y ejecución de responsabilidad social empresarial.

- **Cambios constantes de jefe regional de relaciones comunitarias;** debilitan la implementación concreta de procesos de acción; en este año se han generado 3 cambios de jefe en la gerencia lo que también ha dificultado poner en consenso lineamientos, procesos o metodologías de trabajo, retrasando actividades he inicio de proyectos con la población.
- **Incorrecta focalización de población beneficiaria;** la empresa como parte de la responsabilidad social empresarial que practica, atiende a la población ubicada en el área de influencia, no siempre seleccionan a personas de acuerdo a sus condiciones de vida, esto porque no realizan la focalización de acuerdo a índices nacionales y mapas de pobreza.
- **Débil comprensión del concepto de responsabilidad social empresarial;** a pesar de trabajar desde hace un tiempo el tema, no han prestado la atención debida, restando la importancia que tiene para cambiar las condiciones de vida de los más necesitados, evidenciando por lo tanto que la comprensión es débil lo que limita que las acciones pueden apoyarles a cubrir sus necesidades básicas y potenciar sus habilidades, para un cambio sostenible en sus vidas.
- **La carencia de un documento guía sobre responsabilidad social empresarial;** al no contar con un documento que además de explicar brinde estrategias y metodologías para accionar; el equipo se ve limitado en conocimientos, técnica y herramientas de los proyectos de responsabilidad social.
- **Ausencia de sensibilización con las personas en condiciones vulnerabilidad;** el no estar conscientes de la situación que viven las personas menos favorecidas, impide la empatía hacia ellos y los problemas y necesidades que los rodean, debilitando la intervención y los resultados esperados.

## 2.4.2 Efectos Identificados

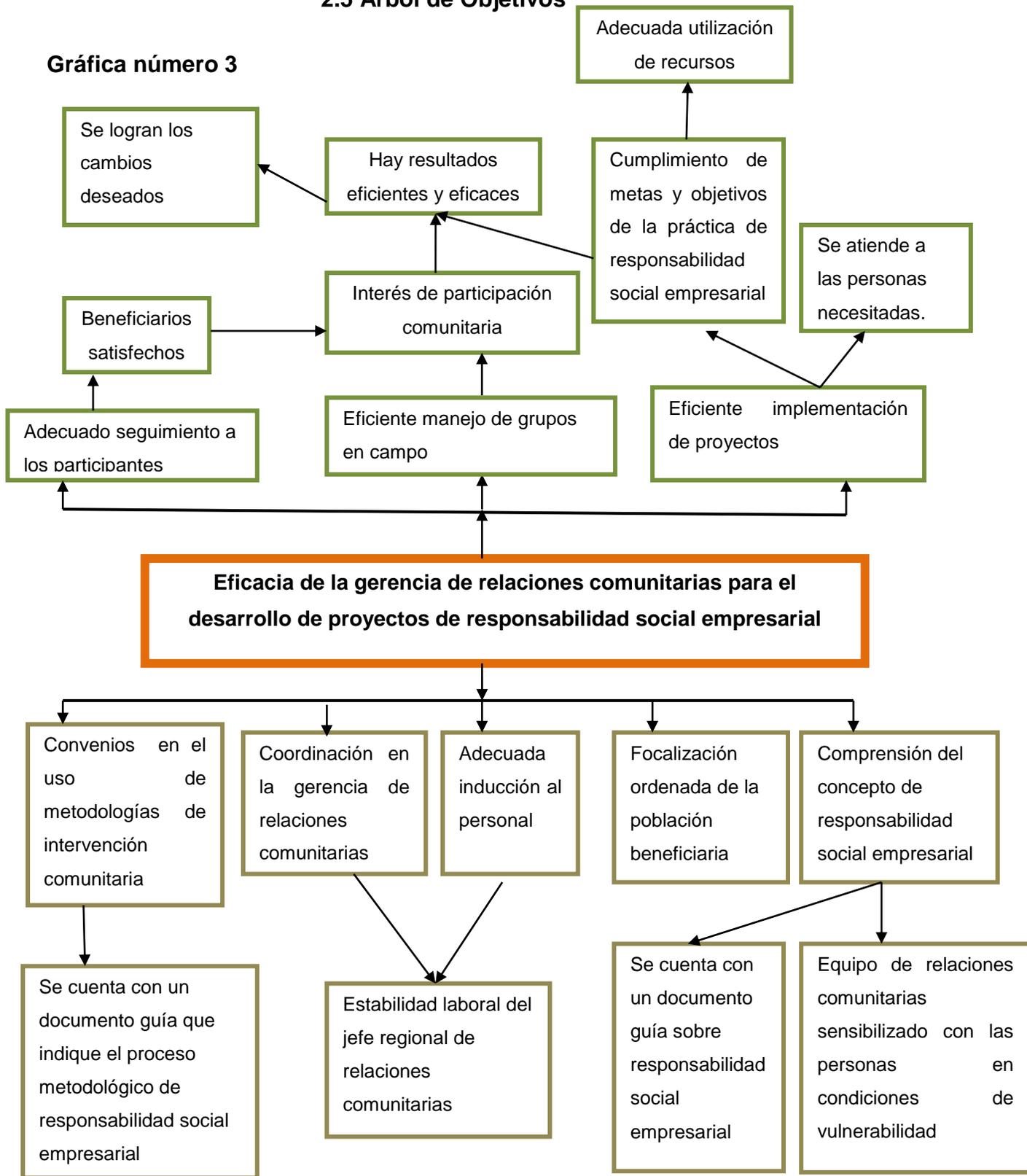
Se realiza un análisis de los efectos identificados y el impacto que generan en la necesidad priorizada:

- **Débil seguimiento a los beneficiarios;** la falta de coordinación en la gerencia de relaciones comunitarias no permite mantener seguimiento, abandonando al beneficiario en actividades del proyecto; aspecto que no contribuye a los objetivos, por lo que no se logran los cambios esperados.
- **Beneficiarios insatisfechos;** el equipo al no contar con una herramienta guía que permita orientar su intervención y no consensuar procedimientos para la, se cae en el riesgo latente que los beneficiarios no se sientan motivados, ni comprometidos con el proceso y pierden el interés causando el incumplimiento de los parámetros establecidos para el programa.
- **Deficiente manejo de grupos comunitarios;** genera descontrol y pérdida de atención, por lo que, es necesario fortalecer el manejo de metodología que contribuya a realizar procesos ordenados, coherentes y con una secuencia lógica acumulativa que den como resultado una transformación de la situación.
- **Desinterés de participación comunitaria,** recae en la insatisfacción de la ejecución y que esta no cumpla con las expectativas de los beneficiarios, por lo que podría inducir la inasistencia a las capacitaciones provocando así que se pierda todo el proceso y el conocimiento que ya se ha empezado a producir en ellos debilitando el seguimiento y cumplimiento del programa.
- **Deficiente implementación de los proyectos;** el equipo no cuenta con una herramienta que les permita brindar una intervención profesional, aspecto que debilita el proceso de enseñanza aprendizaje con el grupo meta poniendo en riesgo los beneficios esperados y cambios en su vida.

- **No se atiende a las personas necesitadas;** la débil selección, proyección y ejecución de proyectos, no permite ver el impacto que las acciones realizadas con beneficiarios de los proyectos ha obtenido, generando únicamente pérdida de tiempo y recursos.
- **Incumplimiento del objetivo de la práctica de responsabilidad social empresarial;** debido a la deficiente implementación de proyectos, limitan que NaturAceites S.A. cumpla con el objetivo primordial sobre la responsabilidad social en la empresa, perdiendo recursos con las intervenciones.
- **Incumplimiento de metas y objetivos;** al ejecutar deficiente el proyecto, desconocimiento de procesos adecuados y desorden en la intervención de responsabilidad social empresarial, hace que la puesta en marcha sea débil, no logrando las metas y objetivos para cumplir con el propósito del mismo.
- **No hay resultados eficientes y eficaces;** los resultados, surgen de las intervenciones; pero si esta no tiene el preparativo es probable el inadecuado uso de recursos y principalmente el tiempo de los beneficiarios, lo que no ayudaría con el logro de metas propuestas y de realizar buenas prácticas.
- **No se logran los cambios deseados,** al no cumplirse con las actividades, la desconfianza de los beneficiarios y la apatía de los mismos en las capacitaciones por desinterés causarían que los impactos no se logren ya que las personas no se comprometerían en el proceso y los cambios sean visibles, una intervención deficiente y no cumpliría con los logros deseados.

## 2.5 Árbol de Objetivos

Gráfica número 3



Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

### 2.5.1 Descripción árbol de objetivos

El árbol de objetivos es adaptar en positivo el árbol de problemas causa – efecto constituyéndose como una base para un análisis de objetivos, permitiendo de esta manera determinar las áreas de intervención que plantea el proyecto como estrategias para identificar resultados y posibles acciones que puedan implementarse en respuesta a las necesidades y problemas identificados.

También cabe comparar los problemas (negativo) y convertirlo en un objetivo (positivo) realista y deseable. Así, las causas se convierten en medios y los efectos en fines.

No es de olvidar que se determinó como principal problema la “**debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial**” por lo que, mediante el análisis de objetivos se acordaron como:

### 2.5.2 Medios acordamos

- **Inexistencia de convenios en el uso de metodologías de intervención comunitaria**

Los técnicos preparan con responsabilidad y anticipación su intervención en las comunidades, con lo cual deben estar comprometidos con sus labores buscando la realización eficiente y eficaz a través de la estructuración de una metodología de implementación adecuada al grupo meta.

- **Se cuenta con un documento guía que indique el proceso de responsabilidad social empresarial**

Identificadas las necesidades en la gerencia de relaciones comunitarias NaturAceites S.A. cuenta con un documento sobre responsabilidad social empresarial el cual además de describir teóricamente el concepto brinda estrategias y metodologías de intervención

comunitaria, lo que mejora la atención a los beneficios y permite los consensos en el trabajo de equipos técnicos y autoridades de la empresa.

- **Coordinación en la gerencia de relaciones comunitarias**

La gerencia mejora la coordinación entre el equipo de trabajo a través de nuevas estrategias que permite la fácil comunicación entre técnicos y gerencia; mejorando con ella también las intervenciones comunitarias.

- **Adecuada inducción al personal**

El equipo de trabajo de la empresa recibe una inducción adecuada lo que permite llevar a cabo las acciones en campo y ejecutar, debido a que han sido preparados con conocimientos y herramientas.

- **Estabilidad laboral del jefe regional de relaciones comunitarias**

La permanencia a largo plazo del gerente de relaciones comunitarias brinda estabilidad al equipo y coherencia a las acciones de intervención, ya que se ejecuta el programa de acuerdo a lo planificado, la lógica establecida, y permite la coordinación con la gerencia y otros departamentos.

- **Focalización adecuada de la población beneficiaria**

El proyecto se enfoca a la atención de personas en condiciones de vulnerabilidad basados en informes nacionales y diagnósticos comunitarios, alcanzando los objetivos de la responsabilidad social empresarial, de contribuir a la reducción de los problemas sociales.

- **Comprensión del concepto de responsabilidad social empresarial**

La adecuada intervención comunitaria se debe a la comprensión del equipo de trabajo sobre responsabilidad social empresarial, esto debido a que han sido capacitados y cuentan con una herramienta y forma de trabajar, ha fortalecido los conocimientos de la sensibilidad del equipo la empatía con la población beneficiaria.

### **2.5.3 Fines**

El análisis de objetivos permitió determinar los fines y los cambios esperados en la intervención:

- **Adecuado Seguimiento a los participantes**

La coordinación entre el equipo de la gerencia de relaciones comunitarias y la comprensión de la temática de responsabilidad social empresarial, permiten que los técnicos encargados del seguimiento a los participantes realicen sus actividades y brinden un monitoreo a los participantes, apoyándolos en actividades y contribuyendo al alcance de objetivos del proyecto.

- **Beneficiarios satisfechos**

Si se logra mantener una intervención con las comunidades, las personas quedarán satisfechas con el conocimiento que se les fue transmitido, ya que comprenderán que es en función para mejorar la calidad de vida y se sentirán motivados a ponerlo en práctica en sus hogares. Lo que les motivará a estar comprometidos con los programas que ejecuta la gerencia de relaciones comunitarias.

- **Eficiente manejo de grupos en campo**

El equipo de trabajo y gerencia del departamento basados en la coordinación y el conocimiento adquirido por medio de la guía de responsabilidad social empresarial, realizan un trabajo de campo con éxito manejando los grupos en la comunidad de forma eficiente, motivándolos a continuar trabajando en la búsqueda de la mejora de sus condiciones de vida.

- **Interés en la participación comunitaria**

A través del desarrollo del proyecto y del bienestar de los grupos metas se lograrán los impactos deseados y previstos por la gerencia, ya que se verán reflejados en cambios significativos en la calidad de vida, mejorando de esta manera la seguridad alimentaria nutricional.

- **Eficiente implementación del programa**

Por medio del establecimiento de una metodología de intervención de responsabilidad social empresarial se logra concertar procedimientos para el desarrollo de actividades en campo en las cuales se podrá brindar una información clara, concisa y estructurada lo que facilitara la intervención y mantendrá a los beneficiarios atentos al proceso.

- **Se atiende a las personas necesitadas**

La eficacia y eficiencia en los proyectos permite que la selección de beneficios sea adecuada, cumpliendo con ello el objetivo de atender a personas en condiciones de vulnerabilidad.

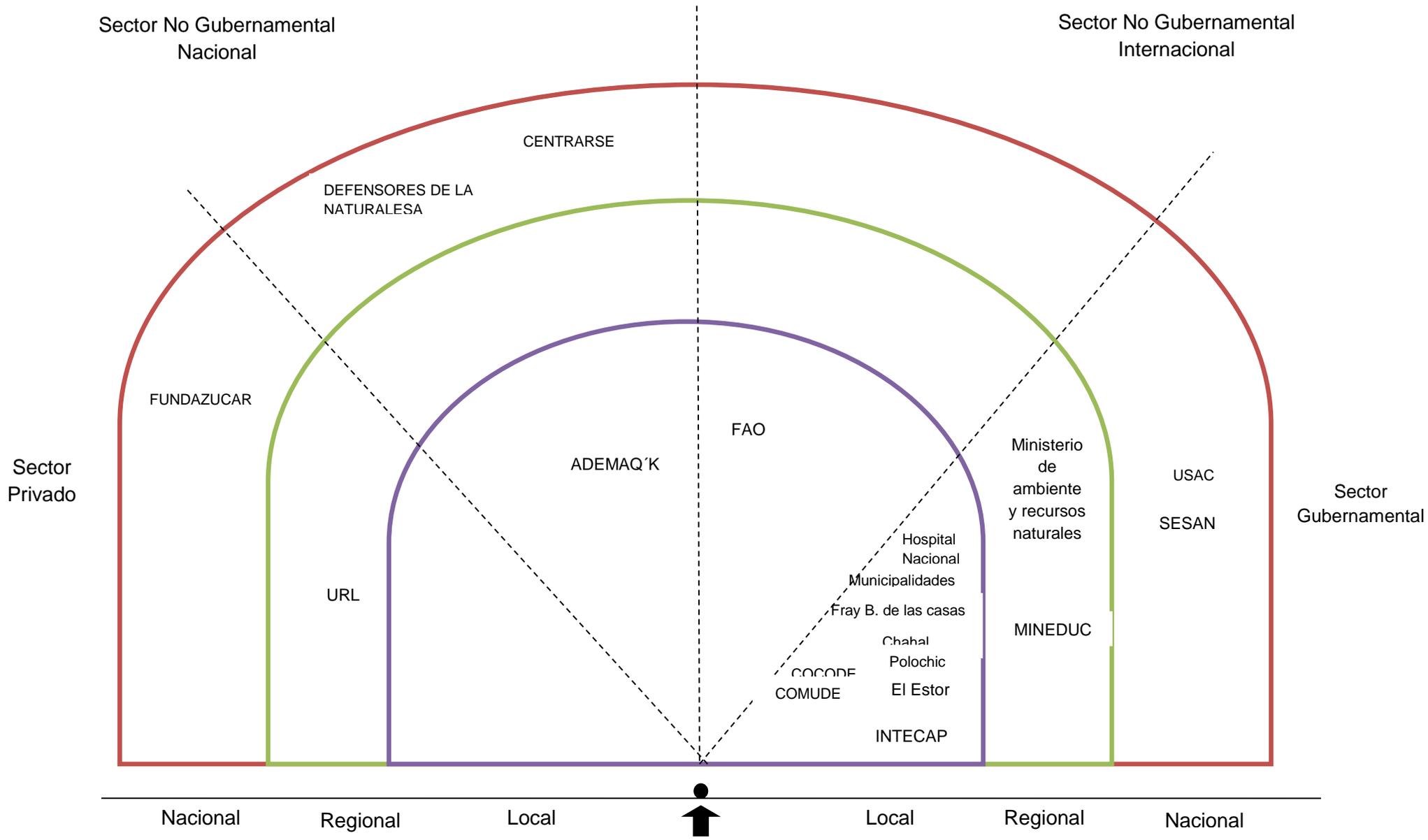
- **Cumplimiento de metas y objetivos de la práctica de responsabilidad social empresarial**

Las metas y objetivos propuestos por la gerencia de relaciones comunitarias a través de su intervención basada en responsabilidad social empresarial son alcanzados en la medida de cambios en la implementación y manejo de los recursos.

Cabe concluir que cada uno de estos fines contribuye a optimizar el tiempo y recursos empleados, permitiendo alcanzar los resultados esperados.

## 2.6 Panorama Organizacional

Gráfica número 4



Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

**“NaturAceites S.A.”**

- **Sector Gubernamental**
  - **Gubernamental Nacional**
    - **USAC**
    - Ofrece apoyo a NaturAceites S.A. a través de la realización de prácticas de estudiantes de carreras diversas.
    - **SESAN**
    - NaturAceites S.A. firmó un acuerdo de colaboración entre la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Presidencia de la República de Guatemala (SESAN), y el desarrollo del pacto hambre cero, con el fin de equipar y poner en funcionamiento el primer Centro de Recuperación Nutricional (CRN) en el Departamento de Izabal pero también se ha colaborado en todos los lugares donde tiene presencia NaturAceites S.A.
- **Gubernamental regional**
  - **Ministerio de ambiente y recursos naturales**
    - NaturAceites S.A. es una empresa comprometida con la responsabilidad ambiental por lo que mantiene relación estrecha con el ministerio para cumplir con las leyes ambientales vigentes.
  - **MINEDUC**
    - Se coordina para la realización de charlas, talleres y huertos escolares en las comunidades área de influencia.
- **Gubernamental local**
  - **Hospital Nacional**
    - patrocina campañas de salud con las comunidades en área de influencia.
  - **COCODE (consejos comunitarios de desarrollo)**
    - Dedicar apoyo al realizar socialización, promoción, de los programas. Son el primer contacto con la comunidad y se solicita la autorización para realizar actividades.

- **COMUDE (Consejo Municipal de Desarrollo)**
  - Se tiene participación activa para realizar alianzas estratégicas y conocer los acuerdos municipales.
- **INTECAP**
  - se ejecutan alianzas estratégicas para brindar capacitaciones sobre temas específicos en comunidades de área de influencia
- **MUNICIPALIDADES**
  - Se cuentan con alianzas estratégicas con las municipalidades de Fray Bartolomé de las Casas, Chahal, y el Polochic áreas de influencia de la Palma, coordinando actividades y acuerdos para contribuir en la mejora de calidad de vida de pobladores.
- **Sector no gubernamental internacional**
  - **Local**
  - **FAO**
    - La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO actualmente tiene alianzas estratégicas con NaturAceites S.A. para realizar en las comunidades talleres formativos y productivos en temas como siembras, cosechas, conservación de suelos, hábitos de hogar etc.
- **Sector no gubernamental nacional**
  - **Local**
  - **ADEMAQ´K**
    - Es una asociación de desarrollo maya Queqchi ubicada en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas como prestadora de servicios de salud, se tiene prevista como apoyo con información sobre el estado nutricional de las personas atendidas

- **Nacional**
- **DEFENSORES DE LA NATURALEZA**
  - Unen esfuerzos para erradicar la desnutrición crónica y capacitar a comadronas para mejorar las condiciones de vida con un proyecto habitacional en Izabal.
- **CENTRARSE**
  - Es una organización que guía las actividades de responsabilidad social empresarial de todas las empresas afiliadas o socias, brindando instrumentos de autoevaluación, realizando foros, intercambio de experiencias y actividades de fortalecimiento al tema en empresas del país.
- **Sector privado**
  - **Nacional**
  - **FUNDAZUCAR**
    - Es una fundación no lucrativa que formula, ejecuta y promueve programas de desarrollo humano en el marco del respeto la autogestión y el impacto en la política pública. De esta manera, las relaciones con la comunidad dejan de ser filantrópicas y de caridad, convirtiéndose en prácticas de responsabilidad social de largo plazo y construcción de relaciones institucionales y comunitarias, en el corto plazo, actualmente existen alianzas para el desarrollo del programa mejores familias en NaturAceites S.A.; la cual tiene como función mejorar el comportamiento y la formación de la madre e hijo menor de 5 años, en la vigilancia nutricional por medio de capacitaciones sobre SAN.

○ **REGIONAL**

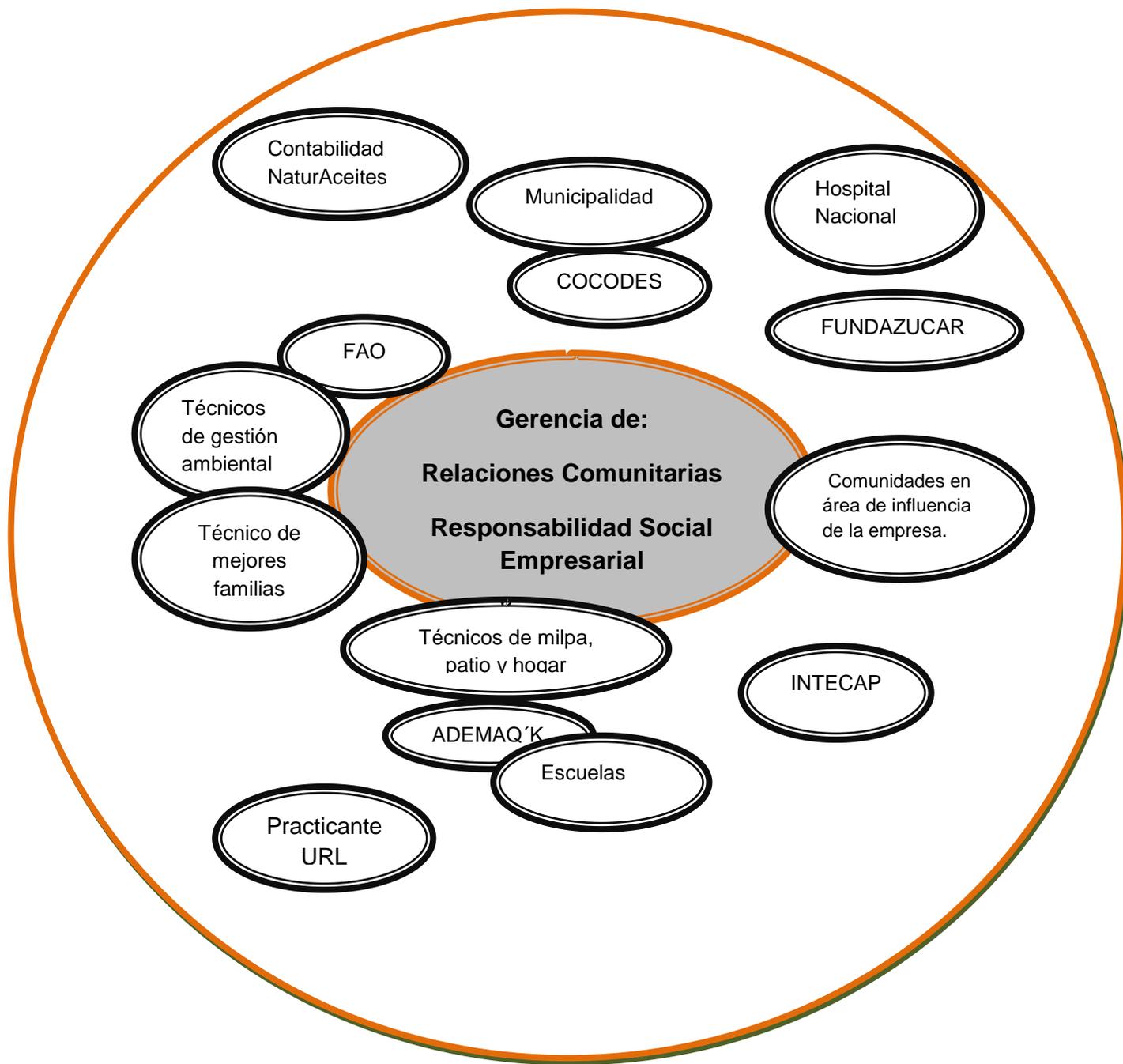
▪ **Universidad Rafael Landívar –URL-**

- Es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica.

Contribuye con NaturAceites S.A. a través de la realización de Práctica Profesional Supervisada (PPS) que proporciona apoyo en su fortalecimiento.

## 2.7 Red de actores vinculados al área de Intervención

Gráfica número 5



Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

## **Análisis de red de actores.**

Esta herramienta fue puesta en práctica con el equipo de relaciones comunitarias mediante la técnica “lluvia de ideas” con el propósito de establecer los actores internos que están vinculados y que han contribuido a que la gerencia desarrolle actividades de forma eficiente; por lo que, a continuación se realiza una descripción de lo que identifico:

- **Técnicos de gestión ambiental**

Es el encargado de ejecutar, monitorear, dar seguimiento y presentar la información al Gerente de RC del programa en actividades como realizar charlas, capacitaciones, huertos escolares, y actividades alusivas a fechas conmemorativas a temas ambientales en comunidades en área de influencia de la palma.

- **Técnico de mejores familias**

Es el encargado de llevar a cabo el programa que financia NaturAceites S.A. a través de la alianza establecida por Fundazucar su función es realizar capacitaciones y control de talla y peso de niños menores de 5 años en las comunidades seleccionadas con mayor mortalidad, mortalidad materno infantil y las aldeas con más alto índice de desnutrición; de igual forma realiza capacitaciones en autoestima e higiene personal y familiar. Es responsable del monitoreo, seguimiento y presenta la información al jefe regional de relaciones comunitarias del programa.

- **Técnicos de milpa y patio hogar**

Son los encargados de llevar a cabo el programa en conjunto con la FAO en comunidades beneficiaras, en el componente “milpa” se realizan capacitaciones con agricultores sobre diversificación de cultivos, buenas prácticas agrícolas, técnicas de pre y pos cosecha, bancos de semillas, consumo de agua segura y

también se les brinda asistencia técnica en el proceso, por otro lado en el tema de “patio hogar” se realizan huertos familiares, hábitos de hogar saludable y prácticas de higiene también se les brinda capacitaciones y asistencia técnica. Son responsables de monitorear, seguimiento y presentar la información al jefe regional de relaciones comunitarias.

- **Comunidades en área de influencia de la empresa:**

Son parte fundamental en las acciones que realiza la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. ya que desde el comienzo de las operaciones construyó una relación gana-gana con líderes comunitarios que se convirtió en dialogo abierto donde se establecen prioridades para trabajar en conjunto y mejorar la calidad de vida de sus habitantes; actualmente, se priorizan ejes de salud, infraestructura, educación, medio ambiente, cultura y deportes, se les denomina comunidades en área de influencia a todas aquellas poblaciones que se encuentren a una distancia de 5 kilómetros de las plantaciones de la empresa.

- **FUNDAZUCAR:**

Se maneja en conjunto el programa de mejores familias que desarrolla NaturAceites S.A. en comunidades con mayor desnutrición en área de influencia de la palma. Tiene como destino mejorar el comportamiento y formación de la madre e hijo menor de 5 años, en la vigilancia nutricional por medio de capacitaciones sobre SAN.

- **FAO:**

Se coordina una alianza estratégica en relación al programa de milpa, patio y hogar ellos proporcionan la información necesaria y NaturAceites S.A. contrata a los técnicos encargados de llevarlo a la práctica en campo realizando capacitaciones de agricultura de conservación, buenas prácticas agrícolas, uso y manejo de agua de riego, manejo de microcuencas, diversificación de cultivos,

evaluación de semillas, huertos familiares, aboneras orgánicas, enfoque de género entre otros.

- **Escuelas:**

Forman parte fundamental en el desarrollo de actividades ya que el programa de gestión ambiental, se ejecuta directamente con las escuelas en área de influencia de la palma y se coordina para que el técnico pueda realizar actividades y charlas con los niños.

- **COCODES:**

Son autoridades comunitarias que se toman en cuenta para realizar las actividades, son el primer contacto con NaturAceites S.A., a los cuales se les informa lo programado a realizar y se les solicita la autorización necesaria para llevarlas a cabo.

- **Contabilidad NaturAceites S.A.**

Con esta área se mantiene relación ya que se tiene un presupuesto mensual para la gerencia, que debe ser administrado y dar rendición de cuentas, por lo que hay relación constante.

- **Municipalidad:**

Se realizan coordinaciones con esta entidad para realizar actividades que se requieran para el beneficio del municipio, para atender solicitudes de mantenimiento de carreteras, participación en actividades culturales y deportivas, entre otras.

- **Estudiante de licenciatura en Trabajo Social con énfasis en gerencia para el desarrollo**

NaturAceites S.A. mostró la disposición para realizar un proceso de práctica profesional supervisada de la carrera de Trabajo Social de la universidad Rafael Landívar, para culminar la preparación académica, realizando un proceso de fortalecimiento organizacional en la gerencia de relaciones comunitarias.

- **ADEMAQ´K**

Es una asociación prestadora de salud ubicada en Fray Bartolomé De Las Casas, se consulta el control del estado nutricional de las comunidades del área de influencia de la palma

- **INTECAP**

Se coordinan capacitaciones que se requieran o sean solicitados, NaturAceites S.A. financia los gastos.

- **Hospital nacional**

Se coordina información estadística como mortalidad materno infantil de las comunidades en áreas de influencia de la empresa, y se les brinda apoyo en jornadas médicas y eventualmente con donaciones.

## **2.8 Demandas institucionales y poblacionales**

### **a) Demandas institucionales:**

- Al implementar los programas y proyectos se espera lograr un cambio significativo en la vida de la población beneficiaria de NaturAceites S.A.; en virtud que se considera que mientras más desarrollo, mejor será la forma de vida de las personas.

- NaturAceites S.A. basa su eje transversal y responsabilidad social empresarial en brindar apoyo para un mejor acceso a la educación y la salud, el ampliar servicios es tarea de los ministerios correspondientes, mejorando la atención educativa y de salud, se cree que obtendrá resultados de beneficio, que permitan un desarrollo holístico de los municipio.
- Alianzas estratégicas que permitan realizar nuevos enfoques de proyectos, basados en la responsabilidad social que practica la empresa.
- Fortalecimiento constante del personal de la gerencia de relaciones comunitarias

**b) Demandas poblacionales:**

- A la empresa ingresan solicitudes demandando en su mayoría apoyo en servicios básicos como salud, educación e infraestructura vial, de las cuales no se da abasto la empresa; debido a que la demanda es fuerte y constante en virtud de la magnitud poblacional del municipio que se encuentra en el área de influencia de la palma.

**2.9 Proyectos futuros o visión proyectiva de la institución**

NaturAceites S.A. proyecta que al pasar los años amplíe la intervención social, abarcando una población mayor a lo que actualmente hace, además de ampliar los ejes de intervención, con la finalidad de contribuir al apoyo de familias en condiciones de pobreza y pobreza extrema.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

**Capítulo III**  
**Análisis Estratégico**

**Matriz de análisis FODA**

**Tabla número 4**

<b>INTERNO POSITIVO</b>	<b>INTERNO NEGATIVO</b>
Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Personal técnico domina el idioma y conoce el área local</p> <p>F3. Equipo multidisciplinario</p> <p>F4. Sentido de pertenencia</p> <p>F5. Buena relación y dialogo con gobiernos locales</p> <p>F6. los programas contribuyen con los objetivos de desarrollo del milenio</p> <p>F7. Apertura al cambio</p> <p>F8. Personal joven y pro-activo</p> <p>F9. Alianzas estratégicas</p> <p>F10. Equipo dinámico, comprometido y con sensibilidad Social</p>	<p>D1. Inestabilidad laboral</p> <p>D2. Inexistencia de plan de trabajo mensual</p> <p>D3. Falta de comunicación efectiva en el equipo</p> <p>D4. Insuficientes medios de transporte</p> <p>D5. Recursos existentes no cubren la demanda de bienes y servicios de la población</p> <p>D6. Inexistencia de metodologías para la realización de proyectos de responsabilidad social empresarial</p> <p>D7. Débil manejo de grupos</p> <p>D8. No existe un modelo a seguir para el proceso de preparación y ejecución de capacitaciones</p> <p>D9. Débil ejecución de los proyectos por parte del personal técnico</p> <p>D10. Mal desenvolvimiento en campo de técnicos</p> <p>D11. Debilidad del equipo en tema de responsabilidad social empresarial</p> <p>D12. Inexistencia de un documento sobre responsabilidad social empresarial</p>
<b>EXTERNO POSITIVO</b>	<b>EXTERNO NEGATIVO</b>
Oportunidades	Amenazas
<p>O1. Nuevas alianzas estratégicas</p> <p>O2. La apertura al dialogo con otras entidades y comunidades</p> <p>O3. Ser proveedores de bienes y servicios</p> <p>O4. Ser un área posicionada y reconocida en la sociedad</p> <p>O5. Comunidades comprometidas con los procesos</p> <p>O6. Fuerte y mejor contribución a los objetivos de desarrollo del milenio</p> <p>O7. Existen comunidades interesadas en participar en los proyectos</p> <p>O8. Contar con nuevas herramientas que brinden información y metodologías de responsabilidad social empresarial</p>	<p>A1. Manipulación de información por parte de la población</p> <p>A2. Desinterés de la población para participar en los proyectos</p> <p>A3. Manipulación psicológica de masas</p> <p>A4. Programas asistencialistas gubernamentales</p> <p>A5. Comunidades no se comprometen con los procesos</p> <p>A6. Disminución de grupos de trabajo en campo</p> <p>A7. Cambio climático</p> <p>A8. No lograr los impactos deseados en la población meta</p>

### **3.1 Análisis FODA**

El FODA permitió el estudio de la situación actual del área de relaciones comunitarias analizando sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades).

De esta manera se realizó con el equipo un examen de la interacción entre las características particulares y el entorno en el cual se desarrollan.

#### **3.1.1 Fortalezas**

Se constituyen como factores internos positivos con los que el equipo cuenta, y se ven reflejados en la ejecución de los proyectos de responsabilidad social empresarial; situación que contribuye al cumplimiento de los objetivos planteados.

Entre las fortalezas identificadas se encuentran:

- El hecho que el personal técnico sea local, le da una gran ventaja a la gerencia en el desarrollo de actividades, considerando que son conocidas las costumbres de la población, inspiran confianza, y conocen las comunidades en área de influencia de la palma por otro lado el dominio del idioma es una fortaleza que permite a la gerencia de relaciones comunitarias el desenvolvimiento adecuado en las comunidades, ya que las capacitaciones son impartidas en el idioma local.
- La gerencia de relaciones comunitarias está integrado y cada uno es esencial para el logro de objetivos, en relación a los técnicos, están encargados de un proyecto, lo que permite desarrollar áreas de intervención con grupos metas, formando así un equipo multidisciplinario.
- Sentido de pertenencia es una fortaleza con la que cuenta la gerencia de relaciones comunitarias, les permite sentirse identificados con el trabajo y

con beneficiarios; lo que contribuye a que se sientan comprometidos, con el cumplimiento de objetivos y metas.

- La gerencia de relaciones comunitarias realiza una intervención en el área de influencia de la empresa, bajo el compromiso de responsabilidad social empresarial, la apertura al dialogo con las comunidades que se encuentran en el área de influencia de la palma, es esencial, para darle cumplimiento. Tener esta apertura les permite acercarse y saber escuchar las necesidades de la población; mantienen constante comunicación con líderes comunitarios y gobiernos locales para realizar su intervención en campo.
- La ejecución de los programas con enfoque salud y educación están orientados a contribuir con los objetivos de desarrollo del milenio, es una fortaleza que afirma su responsabilidad social, ya que es un compromiso a nivel nacional que promueve el progreso integral de las comunidades; la salud y la educación son pilares clave para el avance.
- El equipo técnico tiene la fortaleza de una actitud con apertura a los cambios, ya sea a lo interno o externo de la gerencia, lo que les permite continuar el cumplimiento de actividades previstas.
- La gerencia de relaciones comunitarias cuenta con personal joven y pro-activo lo que se constituye una fortaleza y facilita su emprendimiento en campo y cumplimiento de actividades aún en comunidades lejanas.
- Las alianzas estratégicas son un aspecto importante para la gerencia de relaciones comunitarias, ya que fortalece y orienta la intervención; actualmente NaturAceites S.A., cuenta con dos alianzas importantes una con FAO y otra con Fundazucar para trabajar los programas de milpa, patio hogar y mejores familias, ambos orientados a la seguridad alimentaria y

nutricional; también es importante resaltar que manejan alianzas con gobiernos locales, municipalidad, hospital nacional, etc. para actividades o aportes específicos.

- Los programas que desarrolla la gerencia de relaciones comunitarias son enfocados a personas con desnutrición y bajos recursos, buscando transformar sus condiciones de vida a través del fomento de la siembra, cultivo, aseo personal y del hogar por lo que es importante que el equipo técnico se encuentre comprometido y consciente de lo que puede ser capaz de lograr, siendo dinámico con sensibilidad.

### **3.1.2 Debilidades**

Son factores negativos que se deben eliminar o reducir, debido a que se presentan como barreras que no permiten el cumplimiento de actividades y por ende de los objetivos. En virtud de ello es importante reaccionar de forma inmediata y evitar efectos mayores; entre las debilidades identificadas están:

- Cambios constantes del jefe regional de relaciones comunitarias provocan inestabilidad laboral, perjudica la secuencia, seguimiento y cumplimiento de actividades y criterios; causando incertidumbre en el desempeño de actividades y el personal del área.
- No contar con un plan de trabajo mensual, se genera fragmentación de la información y se limita el aprendizaje a través de las experiencias tanto personales como de compañeros, por lo que, consideran necesario que se programen las actividades, reuniones mensuales de coordinación. Así conocer socialización semanal para verificar el avance.
- Débil coordinación de actividades, puestas en común, y retroalimentación de actividades se ve reflejada por la falta de comunicación en el equipo, lo que dificulta la ejecución en campo potenciando de la experiencia.

- Insuficiente medio de transporte es una debilidad en el desarrollo de actividades, dificulta la movilización a las comunidades; sin importar el clima para el cumplimiento de actividades ya que se genera confianza en la población.
- Los recursos económicos existentes en la gerencia de relaciones comunitarias no cubren la demanda de bienes y servicios que la población demande; estas son demasiadas y no siempre se está en la disponibilidad económica.
- Debilidad del manejo de grupos en campo por parte de técnicos limite al alcance de objetivos ya que las actividades de los programas son diversas y requieren de conocimiento y habilidad en la intervención, aspecto que no se ve reflejado por desconocimiento de formas adecuada de mantener un grupo dinámico y comprometido con el programa.
- Falta de una preparación, revisión y ejecución de las capacitaciones en campo por parte de los técnicos no existe un modelo a seguir para su diseño y puesta en marcha; llevándose a cabo de forma improvisada sin tomar en consideración la característica del grupo.
- Inadecuada ejecución de los programas por parte del personal técnico porque no hay una preparación adecuada de las actividades a desarrollar; no están empoderados con los temas, las actividades, la importancia de su intervención y los resultados obtenidos de ella.
- No tener el conocimiento de la importancia de la responsabilidad social por parte de los técnicos; porque no se sigue una estructura de trabajo con los grupos.

- El equipo de trabajo ha mostrado debilidad en la responsabilidad social empresarial, el conocimiento es mínimo, inexistencia de un documento, que indique la lógica de la intervención y brinde información teórica que permita su intervención comunitaria.

### **3.1.3 Oportunidades**

Se identifican en un ambiente externo de forma positiva y se consideran no controlables, pero al identificarlas se pueden aprovechar en beneficio de la ejecución de los programas de responsabilidad social empresarial. Entre las oportunidades identificadas se encuentran:

- El contar con nuevas alianzas estratégicas es un factor importante que fortalece y potencializa el cumplimiento de objetivos y hace a los programas estables.
- La gerencia de relaciones comunitarias es el contacto inmediato con la población y el encargado de dar cumplimiento a la responsabilidad Social Empresarial de NaturAceites S.A. por lo que están con disponibilidad de apertura al dialogo con entidades y comunidades que requieran apoyo para la realización de actividades, en beneficio de la población.
- Posicionarse como una empresa comprometida con su responsabilidad social empresarial ayudará a que las comunidades la reconozcan como proveedores de bienes y servicios innovadores, que promueven el desarrollo humano sostenible, y dejar capacidad instalada sustentable con impactos a largo plazo.
- El que la población reconozca al equipo de relaciones comunitarias he identifique el que hacer de los proyectos, programas y actividades en

campo proporcionará a ser un área posicionada y reconocida en la sociedad, lo que facilitará la introducción a comunidades y entidades.

- Con la ejecución de los programas y la satisfacción de los grupos con la intervención técnica se logrará mantener a las comunidades Comprometidas con los procesos, asegurando con ello a corto plazo el cumplimiento de objetivo y a largo plazo impactos sostenibles.
- La gerencia de relaciones comunitarias bajo su visión de responsabilidad social empresarial tiene como ejes transversales la salud y educación, con lo cual está contribuyendo fuertemente con los objetivos de desarrollo del milenio.
- La gerencia de relaciones comunitarias trabaja el eje responsabilidad social empresarial y basado en ello considera la posibilidad de contar con herramientas que brinden conocimiento y metodologías lo que ha sido una carencia, por lo cual dicho documento sería de utilidad siendo un soporte y brindando metodologías nuevas de trabajo, mejorando así la intervención comunitaria.

#### **3.1.4 Amenazas**

Se constituyen como aspectos o situaciones negativas externas que no pueden ser controlables que pueden llegar a ser perjudiciales en la obtención de resultados de los programas y servicios. Es necesaria su identificación, para diseñar propuestas.

- Manejo de información por parte de la población puede generar desconfianza y provocar que comunidades se cierren a la posibilidad de cualquier apoyo que pudiera brindárseles NaturAceites S.A., a través de su responsabilidad social empresarial.

- Se considera como una amenaza que las personas ya no se interesen en participar en proyectos, lo que no permitiría alcanzar los objetivos de la empresa y su lucha por el logro de los objetivos de desarrollo del milenio.
- La manipulación psicológica de masas, puede causar incertidumbre en la población, por lo que es una amenaza a considerar, para que no se vean afectados los programas que se desarrollan.
- Se considera una amenaza a los proyecto el crear programas asistencialistas gubernamentales, que desestabilice el compromiso e interés en la participación de los proyectos, debido al enfoque asistencialista.
- Una amenaza latente para la gerencia de relaciones comunitarias lo representa el que las comunidades no se comprometan con los procesos que se realizan, esto debilitaría objetivos y cambios esperados en la población.
- Al no realizar una adecuada intervención en campo por parte de los técnicos se corre el riesgo de la disminución de grupos de trabajo en campo, ya que no tendrían interés en cooperar afectando drásticamente el cumplimiento de actividades, objetivos y metas.
- La condiciones climatológicas constituyen en la actualidad una serie de cambios que pueden ser vistos como provocados únicamente por la empresa, creando de esta manera malos entendidos con la población que han generado desconfianza.
- Técnicos al no contar con herramientas metodológicas para fortalecer sus habilidades y destrezas en el desarrollo de los proyectos de responsabilidad

social empresarial e influenciar positivamente en la población, haciendo conciencia de la importancia de los mismos se corre el riesgo de no lograr los impactos esperados en la grupo meta, ya que la gerencia de relaciones comunitarias busca a través de su accionar, dejar capacidad instalada en las personas, familias y comunidades; que les ayude a mejorar sus condiciones de vida a largo plazo.

Al elaborar el análisis FODA permitió identificar las principales fortalezas en la implementación de los programas de la gerencia de relaciones comunitarias que ayudan a la buena práctica de los mismos; pero también permitió visualizar las mayores debilidades que restringe el cumplimiento de los objetivos planteados siendo estas de carácter técnico y su ejecución en campo aspecto importante ya que a través de identificar los puntos débiles se puede lograr analizar posibles medidas correctivas.

Creo que aquí se ve bastante bien como las oportunidades identificadas proyectan a la gerencia de relaciones comunitarias con amplias posibilidades de mejorar sus actividades en campo y de esta forma asegurar el cumplimiento de objetivos ya que las oportunidades fundamentalmente se constituyen como crecimiento o mejora en la ejecución.

Por otra parte también fue posible la identificar amenazas que se escapan del control de la gerencia de relaciones comunitarias pero que aprovechando las oportunidades y potencializando las fortalezas pueden debilitarse realizando estrategias para mitigar el impacto negativo que pudieran producir.

Quisiera insistir en que realizar esta herramienta nos muestra con claridad cuáles son sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de su verdadera situación.

## **3.2 Análisis FODAE**

Esta herramienta es una matriz que nos permite indagar al interior y poder analizar acerca de las situaciones internas y externas ya identificadas para poder encaminar las positivas para mejorar o contrarrestar las negativas, ya que de esta forma podremos aprovechar las oportunidades e incrementar las fortalezas; para establecer líneas de acción y elaborar por cada estrategia una propuesta de proyecto que responda a las necesidades, contribuya al fortalecimiento y mejore en la intervención:

Queda por aclarar que las propuestas de proyecto surgen del cruce de los cuatro elementos que conforman la matriz FODA, con la finalidad de aprovechar fortalezas, disminuir debilidades, atraer oportunidades y contrarrestar amenazas.

Las estrategias proyectadas son:

### **3.2.1 Fortalezas con Oportunidades (maxi-maxi)**

Esta estrategia consiste en identificar en qué medida las fortalezas permite el entero aprovechamiento de las oportunidades, respondiendo o minimizando de esta manera el problema identificado.

- NaturAceites S.A. es una empresa posicionada en el área, con un equipo multidisciplinario que permite que las acciones ejecutas puedan llevarse a cabo correctamente, además de ser comprometidos, dinámicos y con sensibilidad social, esto ha permitido que las relaciones con los gobiernos locales sean más fuertes, están siempre abiertos al dialogo, siendo ello la forma de establecer nuevas alianzas estratégicas que les permitan ser mejores proveedores de bienes y servicios, por lo cual una estrategia para alcanzar mejores lazos con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales consiste en:

- **Proyecto 1**

***“Alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales y gobierno local y central para la ejecución de proyectos de responsabilidad social empresarial.”***

- NaturAceites S.A. cuenta con diversas fortalezas que permiten resultados positivos en su intervención, como el personal técnico con dominio del idioma y conocimiento del área local, además de ser dinámicos y estar comprometidos con las actividades que realizan, sin embargo aún se identifican debilidades en el desarrollo de proyecto principalmente relacionada a responsabilidad social empresarial, para ser un área posicionada y reconocida en la sociedad y lograr el compromiso de las comunidades en el proceso. Es necesario, el aprovechamiento de las capacidades y habilidades del equipo técnico, sin embargo aún se deben potencializar y fortalecer sus conocimientos por medio de:

- **Proyecto 2**

***“Fortalecimiento a equipos técnicos mediante la elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial.”***

- El programa desarrollado por la gerencia de comunitarias, aporta a los objetivos de desarrollo del milenio ya que se enfoca en educación, salud entre otros, por lo cual en el futuro esperan que su contribución a los objetivos del milenio, sea con impacto y esto admita contribuir con el país, convertirse en un área y empresa posicionada, para lo cual es necesario el planteamiento de estrategias que permitan mejorar su intervención y ser visibles ante la sociedad.

- **Proyecto 3**

***“Diseño de proyectos basados en los objetivos de desarrollo del milenio, en asocio con organizaciones enfocadas en la misma visión y área de intervención de NaturAceites S.A.”***

- El conocimiento del área de intervención de parte del equipo técnico y equipo multidisciplinario, que labora dentro de la gerencia de relaciones comunitarias se constituye una fortaleza, por medio de este conocimiento es posible que las comunidades se comprometan con los procesos y existan otras interesadas en participar, buscando que la interacción con los beneficiarios sea mayor y estos se involucren y apropien de los proyectos, considerando lo anterior y a pesar del conocimiento del área es necesario reforzar la metodología de intervención basada en responsabilidad social empresarial ha evidenciado débil, por parte del equipo.

- **Proyecto 4**

***“Diseño de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para fortalecer la intervención comunitaria de NaturAceites S.A.”***

### **3.2.2 Debilidades con oportunidades (mini- maxi)**

Esta estrategia responde al análisis respecto a cómo las debilidades no permiten el óptimo aprovechamiento de las oportunidades, por lo que es necesario el planteamiento de estrategias.

- El equipo de relaciones comunitarias a tenido cambios importantes de personal generando inestabilidad laboral, lo que no ha permitido establecer una planificación mensual de actividades que contribuya al control y seguimiento de los proyectos que se desarrollan, dificultando una

comunicación efectiva en el equipo, para el consenso y construcción de una cultura organizacional orientada a relación laboral; por lo que es importante que se optimice la oportunidad que la gerencia de relaciones comunitarias, sea un área posicionada y reconocida en la sociedad.

- **Proyecto 5**

***“Organizar encuentros formativos en la gerencia de relaciones comunitarias como apoyo y fortalecimiento a sus acciones y ejecución en campo.”***

- La ejecución de los programas incluyen procesos de asistencia técnica y capacitación en las comunidades, actividad que realiza el equipo de la gerencia de relaciones comunitarias, quienes no cuentan con una metodología de intervención comunitaria que oriente y estandarice el proceso de inicio a fin, por lo que es necesario minimizar estas debilidades logrando que se encuentren fortalecidos para lograr un compromiso de los procesos por parte de las comunidades.

- **Proyecto 6**

***“Elaboración de un instrumento metodológico para ejecutar de capacitaciones comunitarias.”***

- NaturAceites S.A. designa a la gerencia de relaciones comunitarias, recursos para el desarrollo de programas y proyectos para las comunidades o entidades que lo requieren y se encuentren en área de influencia, pero debido a la demanda de bienes y servicios se ven limitados, lo cual mejoraría aprovechando la oportunidad de generar alianzas estratégicas, que les permitan la obtención de recursos, para beneficio de la población.

- **Proyecto 7**

***“Alianzas estratégicas con organizaciones para la ejecución de proyectos de responsabilidad social empresarial.”***

- Debido a la ejecución no aceptable de los programas, apoyado del deficiente desenvolvimiento en campo por parte del personal técnico puede dar como resultado el incumplimiento de objetivos; por lo que es importante potencializar la utilización de una guía metodológica de intervención comunitaria, para asegurar el compromiso de las comunidades con los programas lo que se verá reflejado en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio.

- **Proyecto 8**

***“Formulación de un instrumento guía para crear y ejecutar capacitaciones comunitarias que incluya actividades y dinámicas que motiven la participación del grupo.”***

### **3.2.3 Fortalezas con Amenazas (maxi- mini)**

Esta estrategia consiste en determinar en qué medida las fortalezas permiten defender ante las amenazas, buscando los medios que permitan, estar preparado ante vicisitudes externa que dificulte la implementación adecuada de los proyectos.

- El personal técnico de los programas que maneja la gerencia de relaciones comunitarias, es originario del municipio y domina el idioma de la región lo que hace la intervención más efectiva y comprendida por los beneficiarios; es un equipo multidisciplinario que se complementa con los ejes transversales de los proyectos lo que puede contrarrestar la amenaza que provoca el manejo de información generando desconfianza y perjudicando de esta manera el logro de objetivos.

- **Proyecto 9**

***“Diseño de estrategia de comunicación para socializar la responsabilidad social de NaturAceites S.A.”***

- Se considera como una amenaza el que disminuyan en campo los grupos de trabajo de los proyectos y para evitar es necesario el aprovechamiento del dialogo existente, con gobiernos locales.

- **Proyecto 10**

***“Fortalecimiento dirigido a líderes y autoridades comunitarias, como agentes promotores de la participación social.”***

- Los proyectos de responsabilidad social empresarial que trabaja la gerencia de relaciones comunitarias, son implementados por un equipo dinámico y comprometido, orientados a la contribución con los objetivos de desarrollo del milenio, a diferencia de los programas asistencialistas gubernamentales que únicamente motiva ideas paternalistas en la población.

- **Proyecto 11**

***“Formación a líderes comunitarios, para dar a conocer la importancia de programas como los que maneja la gerencia de relaciones comunitarias que dejan capacidad instalada en las personas; con la finalidad que ellos transmitan la información a toda la comunidad.”***

- La gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. y sus alianzas estratégicas no gubernamentales actuales, contribuyen en la mejora de la calidad de vida del grupo meta, focalizando a través de los programas que desarrollan con personal joven y pro-activo que tienen sentido de pertenencia. Pero para la efectividad y cumplimiento de objetivos del mismo es importante que las comunidades se comprometan con los procesos y den el apoyo que se requiera, de manera que contribuyan activamente, en el logro de los impactos deseados.

- **Proyecto 12**

***“Campaña de concientización a grupos beneficiarios sobre la importancia de los programas y el beneficio que trae a sus familias.”***

### **3.2.4 Debilidades con Amenazas (mini-mini)**

Esta estrategia consiste en determinar en qué medida las debilidades no permiten enfrentar las amenazas, lo que se necesita reforzar para contrarrestar las amenazas

- La gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. no cuenta en la actualidad con metodología de capacitación, que les permita construir la actividad de principio a fin; lo que dificulta el eficiente manejo de grupos, aspectos que el futuro podrían provocar la disminución de grupos de trabajo en campo.

- **Proyecto 13**

***“Fortalecimiento al aplicar métodos y técnicas para el desarrollo de procesos de capacitación comunitaria.”***

- La práctica inadecuada de los proyectos por parte de los técnicos, se produce por la inexistencia de un modelo a seguir para su preparación y ejecución; lo que repercute en el desenvolvimiento no orientado en campo, por lo que se corre el riesgo, de que las comunidades no se comprometan con el proceso de los proyectos debilitando el impacto esperado en la población meta.

- **Proyecto 14**

***“Realizar un proceso de empoderamiento con el equipo técnico de la gerencia de relaciones comunitarias a través de módulos de capacitación.”***

- La inestabilidad laboral que ha presentado la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. ha debilitado la existencia de un plan de

trabajo mensual que les permita puestas en común para una asertiva comunicación en el equipo, lo que puede ser una amenaza para evitar la manipulación negativa de la información, por parte de la población o líderes, que pueden generar desconfianza en la población poniendo en riesgo el cumplimiento de objetivos y actividades de los programas.

- **Proyecto 15**

***“Desarrollo de estrategia para fomentar el trabajo en equipo del de la gerencia de relaciones comunitarias.”***

- NaturAceites S.A. no cuenta con los recursos suficientes para cubrir la demanda de bienes y servicios que la población demanda; aspecto que influencia a las comunidades, a solo estar a la espera de programas asistencialistas de gobierno, que no fomentan en las personas la educación y fortalecimiento de capacidades.

- **Proyecto 16**

***“Diseño de alianzas estratégicas con organizaciones enfocadas en las metas del milenio dentro del área de intervención de NaturAceites S.A.”***

## Matriz de Priorización de Proyecto de Intervención

### Tabla número 5

<b>Técnica Proyecto de Intervención área de relaciones comunitarias NATURACEITES</b>							
No. 1	Nombre del Proyecto	Carácter Social	Interés para la Institución	Posibilidad de obtener recursos para la ejecución	Ejecutable en un plazo de 14 semanas	Facilita el aprendizaje	Total
		5	5	5	5	5	25
1	“Alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales y gobierno local y central para la ejecución de proyectos de responsabilidad social empresarial.”	3	4	3	2	5	17
2	“Fortalecimiento a equipos técnicos mediante la elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial.”	5	4	4	4	5	22
3	“Diseño de proyectos basados en los objetivos de desarrollo del milenio, en asocio con organizaciones enfocadas en la misma visión y área de intervención de NaturAceites S.A.”	4	4	5	2	5	20
4	“Diseño de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para fortalecer la intervención comunitaria de NaturAceites S.A.”	5	4	4	5	5	23
5	“Organizar encuentros formativos en la gerencia de relaciones comunitarias como apoyo y fortalecimiento a sus acciones y ejecución en campo.”	5	5	1	4	5	20

6	“Elaboración de un instrumento metodológico para ejecutar capacitaciones comunitarias.”	4	4	2	1	5	16
7	“Alianzas estratégicas con organizaciones para la ejecución de proyectos de responsabilidad social empresarial.”	5	5	2	1	5	18
8	“Formulación de un instrumento guía para crear y ejecutar capacitaciones comunitarias que incluya actividades y dinámicas que motiven la participación del grupo.”	4	4	3	1	5	17
9	“Diseño de estrategia de comunicación para socializar la responsabilidad social de NaturAceites S.A.”	4	4	1	1	5	15
10	“Fortalecimiento dirigido a líderes y autoridades comunitarias, como agentes promotores de la participación social”.	4	4	1	1	5	15
11	“Formación a líderes comunitarios, para dar a conocer la importancia de programas como los que maneja la gerencia de relaciones comunitarias que dejan capacidad instalada en las personas; con la finalidad que ellos transmitan la información a toda la comunidad”.	4	4	1	1	3	13
12	“Campaña de concientización a grupos beneficiarios sobre la importancia de los programas y el beneficio que trae a sus familias.”	3	3	1	1	2	10
13	“Fortalecimiento al aplicar métodos y técnicas para el desarrollo de procesos de capacitación comunitaria.”	5	4	4	4	5	22
14	“Realizar un proceso de empoderamiento con el equipo	5	5	2	3	5	20

	técnico de la gerencia de relaciones comunitarias a través de módulos de capacitación.”						
15	“Desarrollo de estrategia para fomentar el trabajo en equipo de la gerencia de relaciones comunitarias.”	4	4	4	4	4	20
16	“Diseño de alianzas estratégicas con organizaciones enfocadas en las metas del milenio dentro del área de intervención de NaturAceites S.A.”	4	4	4	4	4	20

Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS 1 (2013)

### **3.3 Definición del área de intervención**

Los resultados obtenidos del análisis situacional realizado en la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. evidenciaron que se encuentran débiles en el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial, es conveniente minimizar la problemática identificada.

En la perspectiva anterior el proyecto de intervención, será enfocado en el fortalecimiento de la gerencia de relaciones comunitarias en responsabilidad social empresarial, mediante la elaboración de una guía metodológica que contemple temáticas relacionadas a la debilidad identificada y constituya una herramienta de trabajo.

### **3.4 Propuesta de proyecto de intervención**

Según los problemas y necesidades ya antes descritas, en la gerencia de relaciones comunitarias, en el tema de responsabilidad social empresarial y posteriormente el análisis FODA se estableció propuestas de proyectos de intervención, que pueden contribuir al descenso de la problemática identificada como estrategia, para contrastar las causas y minimiza efectos negativos.

- Fortalecimiento a equipo técnico, mediante la elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial.
- Diseño de guía metodológica de responsabilidad social empresarial, para fortalecer la intervención comunitaria de NaturAceites S.A.
- Fortalecimiento en la aplicación de métodos y técnicas, para el desarrollo de procesos de capacitación comunitaria.
- Realizar un proceso de empoderamiento, con el equipo técnico de la gerencia de relaciones comunitarias con la elaboración de módulos de capacitación.
- Desarrollo de estrategia para fomentar el trabajo en equipo técnico de la gerencia de relaciones comunitarias

- Diseño de alianzas estratégicas con organizaciones enfocadas en las metas del milenio dentro del área de intervención de NaturAceites S.A.

### 3.5 Priorización de proyectos de intervención

Habiendo concluido el análisis y redacción de las estrategias resultadas de la matriz FODA, se concluye con dieciséis proyectos de intervención, que responden a las necesidades que presenta la gerencia de relaciones comunitarias.

De esta circunstancia nace el hecho de que se realizó un análisis de priorización mediante el uso de la técnica de selección de proyectos “PROIN”, que consiste en calificar cinco criterios básicos con números de “0” (no aceptable) a “5” (aceptable). (Ver tabla 5)

El objetivo de lo anteriormente expuesto, fue que la gerencia de relaciones comunitarias seleccionara el proyecto que resulte factible y pertinente para la ejecución de los proyectos que manejan.

De esta manera la aplicación de la técnica PROIN<sup>8</sup> dio como resultado la selección en consenso del proyecto número 4 “***diseño de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para fortalecer la intervención comunitaria de NaturAceites S.A.***”, el cual fue considerado el más oportuno para la gerencia de relaciones comunitarias con una ponderación de 23 puntos.

Concluamos, entonces, que elegir esta propuesta de proyecto termina de complementar lo antes descrito, mediante las técnicas de identificación de necesidades, árbol de problemas y el análisis FODA, donde el equipo de relaciones comunitarias señaló la importancia de fortalecer el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial y desarrollar un proceso que responda a los objetivos previstos del proyecto.

---

<sup>8</sup> Proyecto de intervención

### **3.6 Resultados esperados en el periodo de la PPS II**

Del proceso de proyecto de intervención se obtendrán los resultados siguientes:

- a) Una guía metodológica validada de responsabilidad social empresarial para la gerencia de relaciones comunitarias.
- b) Capacitaciones a equipo técnico sobre módulos diseñados.
- c) Contribuir, al fortalecimiento institucional de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.
- d) Equipo técnico de relaciones comunitarias empoderado, aplicando conocimientos en intervención comunitaria.

### **3.7 Alcances y limites**

#### **3.7.1 Alcances**

Se constituyen como logros visibles o perceptibles que se podrán obtener de la ejecución del proyecto de intervención priorizado para la gerencia de relaciones comunitarias ya que este va orientado para contrarrestar la debilidad identificada y contribuir al fortalecimiento.

- a) Fortalecimiento del personal
- b) Apoyo en la intervención de la gerencia de relaciones comunitarias en el tema de responsabilidad social empresarial.
- c) Apoyo a la intervención de los proyectos de responsabilidad social empresarial de parte del área de relaciones comunitarias.
- d) Contribuir al fortalecimiento del equipo de relaciones comunitarias en el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial.
- e) Lograr en el equipo un espíritu social a través de la sensibilización de que su intervención eficiente es importante para beneficio de poblaciones vulnerables.

- f) Contribuir en la estandarización de procesos metodológicos en la ejecución de proyectos de responsabilidad social empresarial.
- g) Mejorar la intervención mediante una guía metodológica para la ejecución de proyectos enfocados en responsabilidad social empresarial.

### **3.7.2 Limites**

Se constituyen como situaciones negativas inesperadas que afectarían el curso normal del proyecto de intervención, y que generalmente se escapa de control.

- a) Poco presupuesto para ejecución del proyecto.
- b) Tiempo limitado para la ejecución.
- c) Surgimiento de conflictos internos o externos en la ejecución.
- d) Poca participación de los beneficiarios para colaborar en el proyecto.
- e) Surgimiento de actividades o situaciones inesperadas que retrasen la ejecución de las actividades planificadas.
- f) Inestabilidad laboral en la gerencia de relaciones comunitarias
- g) Recargo de actividades a desarrollar que limite el tiempo para la participación en el proceso del proyecto.

**CAPÍTULO IV**  
**FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO**

## **Capítulo IV**

### **4. Ficha técnica del proyecto**

**Nombre del Proyecto:** “Elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para NaturAceites S.A.”

**Objetivo General:** “Mejorar los procesos con enfoque de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A.”

**Descripción del proyecto:** el desarrollo del proyecto tiene como finalidad fortalecer a el equipo técnico y administrativo de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. por medio de construir una guía metodológica de responsabilidad social empresarial; la cual será validada por el jefe regional de la gerencia, lo que permitirá que la misma se constituya dentro de la empresa como herramienta de trabajo. Que será socializado mediante un taller de capacitación que dejará capacidad instalada en los técnicos.

**Periodo de Ejecución:** del 1 de febrero 2014 al 23 de mayo 2014

**Institución responsable del proyecto:** NaturAceites S.A

**Ubicación:** planta extractora finca Yalcobe kilómetro 452 a 7.5 kilómetros del Municipio de Fray Bartolomé de las Casas

**Persona responsable del proyecto:** Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle

**Beneficiarios:** Personal técnico y administrativo de la gerencia de relaciones comunitarias y área de influencia NaturAceites S.A.

**Costo total del Proyecto:** Q 41,998.00

#### 4.1 Descripción general del proyecto

El proyecto de intervención surge del proceso de diagnóstico realizado con el equipo de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., el cual priorizo como principal problema la **“debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial”** Por lo que mediante un proceso de análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se logró el planteamiento de un proyecto de intervención, orientado al desarrollo de proyectos y minimización de amenazas.

Se constituyó por la realización y cumplimientos de tres resultados importantes que se ejecutaron de la siguiente manera:

Se inició por medio de la revisión documental de responsabilidad social empresarial, análisis y consolidado de la información necesaria, recolectada para ser agregada en la guía metodológica.

El siguiente paso fue la formulación de una guía que permitió a la gerencia de relaciones comunitarias contar con un documento el cual contiene teoría, metodología y aspectos importantes que sirvan de referencia para la correcta aplicación de proyectos de responsabilidad social empresarial.

De manera que, para que este documento fuese considerado como una herramienta de trabajo para la institución y se constatará su funcionalidad dentro de la realizar actividades cotidianas, sometido a validación por el jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias; lo que permitió realizar ajustes para la empresa y sus funciones.

Cierto es que, este documento fue socializado y compartido mediante un taller de capacitación al equipo técnico y administrativo de la gerencia de relaciones comunitarias. La finalidad de la guía radica en explicar de forma concreta, clara y sencilla la metodología para intervenir en la responsabilidad social empresarial de forma que cuenten con documento físico el que pueda ser consultado.

Sin embargo también la realización tuvo como finalidad el fortalecimiento del equipo, a través de un proceso de capacitación en el que pudieron reforzar sus conocimientos y ampliar metodologías para el desarrollo de proyectos que realizan con las comunidades que se encuentra en el área de influencia.

## **4.2. Ámbito institucional, social, político y cultural en el que se inserta**

### **4.2.1 Ámbito institucional**

El proyecto de intervención se insertó de forma directa en la gerencia de relaciones comunitarias de la empresa NaturAceites S.A. esta área es la encargada de la ejecución de los programas, bajo su concepto de responsabilidad social empresarial y contribución a los objetivos de desarrollo del milenio, respondiendo a las necesidades de la población en área de influencia de la empresa quienes son beneficiados con proyectos para generar conocimiento y capacidad instalada.

### **4.2.2 Ámbito social**

El proyecto fue de beneficio para el área de influencia de NaturAceites S.A. ya que a través del fortalecimiento al ejecutar proyectos de responsabilidad social empresarial, que realiza la gerencia de relaciones comunitarias se pretende mejorar la metodología de intervención que se realiza.

Cabe señalar que la escasa cobertura de los servicios públicos, convierte a estas personas en vulnerables por su situación de pobreza y pobreza extrema; así que, intervenir profesionalmente desde otra perspectiva hace posible incidir en mejores condiciones de vida, para las comunidades en influencia.

### **4.2.3 Ámbito político**

La gerencia de relaciones comunitarias actualmente desde el ámbito político mantiene relación con gobiernos locales, con las municipalidades de Raxruhá, Fray Bartolomé de las Casas y Chahal A.V., gestionando las acciones necesarias para el desarrollo de proyectos, actividades y cooperaciones diversas en su intervención.

### **4.2.4 Ámbito cultural**

Para la ejecución de proyectos sociales se atiende a comunidades que se encuentran dentro del área de influencia; por lo que su cobertura se extiende en los municipios de Fray Bartolomé de las Casas, Chahal y parte de Raxruhá todos del departamento de alta Verapaz, trabajando con personas del grupo social Q`eqchi`es principalmente.

Que por aclarar, que los técnicos de los programas realizan su intervención dirigiéndose a los participantes de acuerdo al contexto cultural e idioma de la región, respetando y valorando su diversidad, ideología y tradiciones culturales.

## **4.3 Plan o programa en el que se inserta**

El proyecto de intervención se inserta en la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., en el eje transversal de responsabilidad social empresarial.

## **4.4 Justificación de proyecto**

NaturAceites S.A., es una sociedad anónima guatemalteca, líder en la agroindustria de aceite de palma; fundada con el objetivo de desarrollar y procesar las plantaciones de palma de aceite y el refinado de aceites comestibles, basando su trabajo en la sostenibilidad logrado a través de la

productividad, la rentabilidad, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

En otras palabras la gerencia de relaciones comunitarias tiene la tarea de responder a las necesidades latentes de la población en área de influencia de la empresa a través de su estrategia de trabajo “Nuestro Compromiso” donde mantiene una contribución activa al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades a través de la responsabilidad social y ambiental, trabajando para contribuir con los ODM, en ejes transversales de salud, educación y medio ambiente.

De acuerdo al tercer informe de los objetivos de desarrollo del Milenio<sup>9</sup>, en Guatemala el objetivo uno “erradicar la pobreza extrema y el hambre a la mitad de su tasa total” se indica que el país se encuentra rezagado en la reducción de esta brecha, produciendo un matiz áspero en su cumplimiento y desarrollándose en un ambiente económico desfavorable, el alza de la canasta básica, la privatización de servicios, la crisis financiera global y en si el aumento del costo de la vida para los guatemaltecos en situación de pobreza y pobreza extrema.

Es significativa la importancia que tiene la contribución de los objetivos de desarrollo del milenio por medio de la responsabilidad social empresarial, actualmente su área de influencia cuenta con 51 comunidades aproximadamente, en donde intervienen con proyectos que buscan transformar, las condiciones de vida de las comunidades.

No obstante, de acuerdo al análisis situacional han mostrado *debilidad en el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial*; por lo que se consideró un fortalecimiento al equipo que permitiera reforzar el conocimiento y aplicación de innovadoras metodologías de intervención; ya que como consecuencia del análisis causa y efecto se evidencio fuertes consecuencias en la ejecución de proyectos y herramientas de consulta.

---

<sup>9</sup> (2010). Tercer informe de objetivos de desarrollo del milenio. Guatemala

En consecuencia de lo anteriormente expuesto, se valora la importancia de realizar un proceso de fortalecimiento al recurso humano de la empresa que permita desarrollar habilidad y mejorar el uso metodológico para una eficiente ejecución de la responsabilidad social empresarial, ya que es clave para la intervención; esfuerzo al que se une la carrera de trabajo social como profesión que promueve el cambio social.

Hay que advertir, que el innovar en el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial dependerá que las comunidades puedan mejorar su calidad de vida y la de sus familias, logrando así ver los cambios esperados. En consideración a que este tema te constituye como clave en el accionar de la gerencia y luego de identificar la problemática central que es la debilidad de ejecución de proyectos sociales, surgió la necesidad de un proyecto de fortalecimiento al equipo proporcionando un documento que permita identificar una metodología innovadora de ejecución.

Con todo esto se visualizó implementar con el proyecto de intervención, capacidades y reforzar una caja de herramientas que permitan a la gerencia de relaciones comunitarias, llevar a cabo proyectos de intervención de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A., de manera eficiente.

Es significativa la importancia que tiene el proyecto en lograr un empoderamiento de la gerencia de relaciones comunitarias en la responsabilidad social empresarial, como su eje transversal de la ejecución de proyectos, teniendo esto claro el impacto de las acciones será mayor.

En síntesis a raíz de identificar las necesidades surge el proyecto de intervención lo cual permitió determinar estrategias que minimicen la problemática existente, las que fueron socializadas con la gerencia de relaciones comunitarias, con quienes en consenso se determinó la necesidad de puesta en marcha del proyecto priorizado, ya que se consideró un proceso formativo que incluye la elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial, un proceso de validación de la misma, reconociendo su valor y luego socializar con el equipo.

## **4.5 Objetivos específicos del proyecto**

### **4.5.1 Objetivo general**

Fortalecer el proceso del enfoque de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A.

### **4.5.2 Objetivo específico**

Desarrollar una guía metodológica, para el proceso de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A

Equipo técnico de la gerencia de relaciones comunitarias, empoderados en de responsabilidad social empresarial.

### **4.5.3 Resultados**

- a) Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.
- b) Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.
- c) Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.

## **4.6 Población destinataria**

Los resultados ya previstos con el proyecto de intervención dirigido a:

- a) Beneficiarios directos:
  - o Personal técnicos de relaciones comunitarias
  - o Personal administrativo de relaciones comunitarias
  - o Beneficiarios de los proyectos de responsabilidad social empresarial
  - o Comunidades en área de influencia de la empresa

b) Beneficiarios indirectos:

- Personal de la empresa NaturAceites S.A.

#### **4.7 Fases del proyecto**

La ejecución del proyecto se llevara a cabo a través de realizar fases, las cuales permitirán responder directamente a la problemática identificada, iniciando desde aspectos como socializar el proyecto, hasta la implementación y presentar resultados obtenidos.

##### **4.7.1 Fase 1. Socialización del proyecto**

Por medio de una reunión con la persona enlace, jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A, se dio a conocer el perfil del mismo como persona enlace en la institución, continuando la socialización a los involucrados directos en la intervención; posterior a esto fue la preparación del plan para implementar y realizar de actividades que contribuirán al alcance los resultados.

##### **4.7.2 Fase 2. Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial**

Esta segunda fase consistió en un proceso de elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial, que fundamentó aspectos conceptuales y metodológicos para intervenir de forma innovadora en la comunidad, con enfoque socialmente responsable de la empresa NaturAceites S.A., por medio de las siguientes actividades:

- a) Investigación documental sobre metodologías y responsabilidad social empresarial.
- b) Consolidado de la información recolectada en la investigación
- c) Sesiones de socialización y aprobación de contenidos a tratar en el documento, por parte del jefe regional de relaciones comunitarias.

- d) Construcción y elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial

#### **4.7.3 Fase 3. Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial, por jefe regional de relaciones comunitarias**

- a) Socialización de la guía metodológica elaborada, para ser sometida a valoración con base a funcionalidad, coherencia y utilidad para empresa en su intervención.
- b) Validación de la guía, una vez valorada se constituyéndose como herramienta de la institución.

#### **4.7.4 Fase 4. Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.**

Como cuarta fase se realizó un taller para capacitar y socializar, el cual permitió dar a conocer al equipo de la gerencia de relaciones comunitarias, la guía realizada en la fase 3, esto mediante actividades de:

- a) Coordinación y logística de la actividad.
- b) Elaboración de material y agenda de la actividad.
- c) Talleres de capacitación sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.
- d) Socialización de resultados obtenidos en la intervención.

#### **4.7.5 Fase 5. Redacción del informe final del proyecto de intervención**

Quinta fase del proceso de intervención del proyecto, consistió en el análisis, redacción y estructura del informe que contiene el cumplimiento de objetivos de las fases anteriores e incluyo los pasos y acciones realizadas durante el proyecto, los resultados y hallazgos obtenidos.

#### **4.7.6 Fase 6. Socialización de resultados del proyecto de intervención**

Fase sexta del proyecto consistió en un proceso de socialización de los resultados que surgieron de ejecutar, intervenir y redactar el informe final, esto se realizó por medio de una reunión con el equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., por medio de una presentación y documentos físicos el trabajo ya culminado, conclusiones, resultados y hallazgos obtenidos.

#### 4.8 Marco Lógico

Tabla número 6

<b>Fin: Fortalecer el proceso del enfoque de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A.</b>			
<b>Objetivos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<p><b>Propósito</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar una guía metodológica, para el proceso de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A.</li> </ul>	<p>Número de trabajadores capacitados sobre guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p> <p>Para el mes de mayo 2014 se encuentra formulada una guía metodológica para el fortalecimiento del tema responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Informes</p> <p>Agenda de actividades</p> <p>Fotografías</p> <p>Planillas de participantes</p>	<p>La gerencia de relaciones comunitarias tiene la disposición de mejorar la su metodología de intervención en responsabilidad social empresarial.</p>

<p>• <b>R1</b></p> <p>Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Al mes de abril 2014 una guía de responsabilidad social empresarial elaborada</p>	<p>Planillas de participantes Documento Impreso Informes</p>	<p>Disponibilidad y apoyo de la gerencia de relaciones comunitarias</p>
<p><b>Actividades R1</b></p> <p>1.1 Investigación documental</p>	<p>A mediados del mes de febrero 2014 se cuenta con información necesaria sobre responsabilidad social empresarial</p>	<p>Listado de participantes Fotografías Informes Instrumentos</p>	
<p>1.2 Consolidado de la información</p>	<p>A finales del mes de febrero 2014 se ha consolidado la información del tema responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Fotografías Informes</p>	<p>Se cuenta con información clara, precisa y confiable</p>
<p>1.3 Sesiones de socialización y aprobación de contenidos</p>	<p>A mediados del mes de marzo 2014 se socializa y aprueban contenidos a incorporar.</p>	<p>Base de datos electrónica Fotografías</p>	
<p>1.4 Elaboración de guía metodológica</p>	<p>A principios del mes de abril 2014 se cuenta con un documento impreso.</p>	<p>Documento impreso Fotografías Archivos electrónicos</p>	<p>Se dispone de información útil y necesaria para la elaboración de la guía metodológica.</p>

<p><b>2 R2</b></p> <p>Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial, por jefe regional de relaciones comunitarias</p>	<p>Para finales del mes de abril 2014 se cuenta con una guía metodológica de responsabilidad social empresarial validada.</p>	<p>Planillas de participantes Documento Impreso Fotografías</p>	<p>La gerencia de relaciones comunitarias se interesa en los contenidos y funcionalidad de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p>
<p><b>Actividades R2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Socialización de la guía</li> </ul>	<p>A mediados de abril 2014 socializado la guía metodológica de responsabilidad social empresarial</p>	<p>Fotografías Archivos electrónicos Machotes de documentos</p>	<p>Se tiene disponibilidad de parte del equipo de relaciones comunitarias para revisar y hacer sugerencias necesarias de interés al documento.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Validación de la guía</li> </ul>	<p>Para finales del mes de abril 2014 se cuenta con un documento impreso y validado.</p>	<p>Fotografías Documento impreso Archivos electrónicos Planilla de participantes Fotografías Carta de validación</p>	<p>Equipo de relaciones comunitarias cuentan con la disposición de participar e interés de fortalecer sus conocimientos.</p> <p>Principales involucrados validan funcionalidad de la guía</p>

<p><b>a) R3</b> Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Para el mes de mayo se ha ejecutado un taller de capacitación con el quipo</p>	<p>Planillas de participantes Fotografías Informes Documento impreso</p>	<p>Participación activa y entusiasta para ejecución eficiente de metodología propuesta.</p>
<p><b>Actividades R3</b> e) 3.1 Talleres de capacitación sobre la guía metodológica</p>	<p>A principios del mes de mayo 2014 se han realizado los talleres de capacitación.</p>	<p>Fotografías Planillas de participantes Documento Impreso</p>	<p>Se cuenta con resultados veraces y de utilidad para determinar cambios importantes.</p>
<p>b) 3.2 Socialización de resultados obtenidos en la intervención</p>	<p>Para principios del mes de mayo 2014 se cuenta con el análisis correspondiente de la información.</p>	<p>Base de datos electrónica Archivos electrónicos</p>	

## 4.9 Cronograma

Tabla número 7

Actividades	Tareas	Insumos	Medios de verificación	Año 2014						Responsable
				Período de ejecución						
				E	F	M	A	M	J	Estudiante
Investigación documental	- Recolección de información - Lectura de documentos	Equipo de computo Internet	Informes Monitoreo del proceso							Estudiante PPS1
Consolidado de la información	- Impresión de documentos - Análisis de información - Interpretación de información	Equipo de computo Internet Impresora Hojas	Informes Monitoreo del proceso							Estudiante PPS1
Sesiones de socialización y aprobación de contenidos	- análisis de resultados - coordinación con el equipo - planificación de la actividad	Equipo de Computo Hojas Internet Espacio físico	Informes Monitoreo del proceso Fotografías							Estudiante PPS1

Elaboración de guía metodológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- redacción y construcción del documento</li> <li>- revisión</li> <li>- impresión de documento</li> </ul>	<p>Equipo de computo Internet Hojas Impresora</p>	<p>Documento impreso Monitoreo del proceso Informes</p>							Estudiante PPS1
Socialización de la guía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reunión con la persona enlace</li> <li>- Valoración de aspectos importantes a considerar</li> <li>- impresiones</li> </ul>	<p>Espacio físico Documento de diagnóstico Hojas Impresora Equipo de computo internet</p>	<p>Monitoreo del proceso Fotografías</p>							Estudiante PPS1
Validación de la guía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de fecha</li> <li>- Impresiones</li> <li>-</li> </ul>	<p>Cañonera Impresiones Equipo de computo Espacio físico</p>	<p>Monitoreo del proceso Informes Carta de validación</p>							Estudiante PPS1

<p>Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de fechas y logística</li> <li>- Impresiones</li> <li>- Elaboración de agenda de la actividad y plan de capacitación</li> <li>- Elaboración de materiales</li> <li>- Diplomas de participación</li> <li>- Elaboración de presentación PowerPoint</li> </ul>	<p>internet Impresiones Computadora Cañonera Cámara fotográfica Hojas impresora</p>	<p>Fotografías Planillas de participantes Monitoreo del proceso Informes</p>						<p>Estudiante PPS1</p>
<p>Socialización de resultados obtenidos en la intervención</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de fecha</li> <li>- Preparación de presentación PowerPoint</li> <li>- Elaboración de materiales</li> <li>- Impresiones</li> </ul>	<p>Equipo de Computo Hojas Internet Espacio físico Impresora</p>	<p>Informes Fotografías Instrumentos aplicados</p>						<p>Estudiante PPS1</p>

## **4.10 Entorno externo e interno**

### **4.10.1 Posición del proyecto en organización interna**

El proyecto se enfocó en fortalecer la responsabilidad social empresarial y también la ejecución que realiza la gerencia de relaciones comunitarias; de esta forma también se benefició al área de influencia de la empresa; ya que por medio de implementar los programas se certificara el logro de objetivos y metas propuestas, alcanzando con esto el reconocimiento de sus acciones a nivel comunitario y abrir espacios a nuevas alianzas estratégicas.

### **4.10.2 Funciones específicas del estudian y de otros involucrados**

#### **a) Estudiante**

Realizar procesos de investigación documental que permitirá la construcción de documentos propuestos en el perfil de proyectos; que deberán coordinarse con la gerencia de relaciones comunitarias y beneficiarios, para lo cual será necesario realizar actividades como:

- Realizar investigación documental
- Consolidado de la información
- Sesiones de socialización y aprobación de contenidos
- Elaboración de guía metodológica
- Socialización de la guía
- Validación de la guía
- Elaborar propuesta y plan de guía metodológica para la ejecución de procesos de capacitación comunitaria
- Realizar guía metodológica, para la ejecución del proceso de capacitación comunitaria.
- Organizar cronograma para realizar validación de la guía metodológica

- Coordinar y facilitar talleres de capacitación a equipo.
- Promover la participación institucional
- Cooperar con la gerencia de relaciones comunitarias.
- Gestionar financiamiento del proyecto
- Redacción de informe final del proceso
- Coordinar la socialización de resultados

#### **b) Gerencia de relaciones comunitarias**

Función de brindar apoyo y acompañamiento a la estudiante en las acciones programadas, durante la ejecución de práctica profesional supervisada, también monitorear el cumplimiento de actividades correspondientes.

#### **c) Personal técnico y administrativo de la gerencia de relaciones comunitarias**

Participar en las reuniones programadas, brindar información necesaria y estar anuentes a coordinaciones para el cumplimiento de actividades

#### **4.10.3 Coordinación interna**

Fue necesario para implementar el proyecto coordinar acciones con el jefe regional de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. quien es la persona enlace en la institución, posteriormente se realizara socialización para coordinar acciones con personal técnico y administrativo, y así establecer fechas y ajustes necesarios para el desarrollo de actividades.

#### **4.10.4 Coordinación con red externa**

La coordinación externa se realizó por medio de técnicos de campo de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A, quienes a su vez realizaran coordinaciones con los líderes comunitarios.

#### **4.10.5 Incidencia del proyecto en la región**

El proyecto perfilado benefició indirectamente al área de intervención de la empresa NaturAceites S.A., a través del empoderamiento del tema responsabilidad social empresarial y metodología para su intervención se buscó potencializar al equipo técnico para el cumplimiento de los objetivos de los programas y proyectos.

#### **4.10.6 Implicaciones éticas a considerar**

En la ejecución del proyecto fue necesario la práctica de principios y valores como trabajo en equipo, colaboración, respeto, sinceridad, cordialidad, motivación, compromiso, puntualidad, tolerancia y responsabilidad, lo que ayudo a mantener una escucha responsable de distintas opiniones y puntos de vista en el desarrollo del proyecto.

#### **4.10.7 Identificación de conflictos que el desarrollo del proyecto puede provocar y la propuesta de manejo de los mismos**

Durante el transcurrir del proyecto se corrió el riesgo de ajustarse contra el tiempo disponible para la ejecución y de la empresa, sin embargo se implementó estrategias para organizar los tiempos exactos que permitieron contar con el tiempo necesario para concluir a tiempo. El equipo estuvo consiente del beneficio del proyecto, ya que los resultados obtenidos serian documentos que faciliten y hagan más claro su trabajo; por lo su colaboración fue crucial.

## **4.11 Recursos**

### **4.11.1 Recursos técnicos y humanos**

#### **a) Técnicos**

1. computadora
2. Computadora
3. Impresora
4. Cámara fotográfica
5. Cañonera

#### **b) Humanos**

1. Estudiante de la licenciatura en trabajo social
2. Asesor de PPS
3. Enlace institucional
4. Gerente de relaciones comunitarias
5. Técnicos de campo
6. Personal administrativo
7. Beneficiarios

### **4.11.2 Recursos materiales y monetarios**

1. Marcadores
2. Tarjetas
3. Lápices
4. Lapiceros
5. Mobiliarios y equipo
6. Hojas

#### **b) Monetarios**

Los recursos monetarios necesarios serán financiados por la estudiante y recursos la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.

#### 4.12 Presupuesto

Tabla número 8

Rubros	cantidad	Costo unitario	Costo total	Financiamiento	
				Estudiante	Relaciones Comunitarias NaturAceites S.A.
<b>Recursos Humanos:</b>	<b>Por días</b>				
Gerente relaciones comunitarias	24	Q 300.00	Q 7,200.00		Q 7,200.00
Técnico de mejores familias	20	Q 140.00	Q 2,800.00		Q 2,800.00
Técnico de milpa, patio y hogar	20	Q 140.00	Q 2,800.00		Q 2,800.00
Técnico Ambiental	20	Q 140.00	Q 2,800.00		Q 2,800.00
Estudiante de trabajo social	129	Q 150.00	Q 18,000.00	Q 18,000.00	
Supervisor de PPS	15	Q 145.00	Q 2,175.00	Q 2,175.00	
<b>TOTAL</b>			<b>Q 35,775.00</b>	<b>Q 20,175.00</b>	<b>Q 15,600.00</b>
<b>Recursos Materiales:</b>	<b>Por Unidad</b>				
Papelógrafos	20	Q 1.00	Q 20.00		Q 20.00
Marcadores	12	Q 6.00	Q 72.00		Q 72.00
Folders	15	Q 1.00	Q 15.00		Q 15.00
Fastener	15	Q 0.50	Q 7.50		Q 7.50
Hojas bond	800	Q 0.10	Q 80.00		Q 80.00
Papel construcción	13	Q 2.00	Q 26.00		Q 26.00
Engrapadora	1	Q 30.00	Q 30.00		Q 30.00
Silicón líquido	2	Q 10.00	Q 20.00		Q 20.00
Masking tape	1	Q 12.00	Q 12.00		Q 12.00
Sellador	1	Q 15.00	Q 15.00		Q 15.00
Fotocopias	1,125	Q 0.20	Q 225.00		Q 225.00

Impresiones	-----	-----	Q 1,025.00	Q450.00	Q 575.00
Cuaderno empastado	1	Q 17.00	Q 17.00		Q 17.00
Lápices	09	Q 1.50	Q 13.50		Q 13.50
Lapiceros	09	Q 2.00	Q 18.00		Q 18.00
Empastado	15	-----	Q 485.00		Q 485.00
Cartuchos de tintan	2	Q 156.00	Q 312.00		Q 312.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q 2,393.00</b>	<b>Q 450.00</b>	<b>Q 1,943.00</b>
<b>Refrigerios</b>					
Refacciones de taller de capacitación	Porción 15	Q 7.00	Q 105.00	Q. 65.00	Q 40.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q 105.00</b>	<b>Q 65.00</b>	<b>Q 40.00</b>
<b>Servicios tecnológicos</b>					
Cañonera	Horas 09	Q 75.00	Q 675.00		Q 675.00
Computadora			Q 1,000.00		Q 1,000.00
Internet	-----	-----	Q 1,200.00	Q 680.00	Q 520.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q 2,875.00</b>	<b>Q 680.00</b>	<b>Q 2,195.00</b>
<b>Movilización y transporte</b>					
Transporte			Q 500.00		Q 500.00
Alimentación			Q 350.00	Q 158.00	Q 192.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q 850.00</b>	<b>Q 158.00</b>	<b>Q 692.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>Q 41,998.00</b>	<b>Q 21,528.00</b>	<b>Q 20,470.00</b>
<b>TOTAL costo del proyecto</b>			<b>Q 41,998.00</b>		

Fuente: Ana Eliza Sandoval del Valle PPS (2013)

### Resumen del presupuesto

Fuente	Aporte
Estudiante	Q 21,528.00
Relaciones Comunitarias NaturAceites S.A.	Q 20,470.00
<b>Total</b>	<b>Q 41,998.00</b>

#### 4.13 Monitoreo del proyecto

**Tabla número 9**

El seguimiento y monitoreo del proceso estuvo a cargo de la persona enlace en la institución a través de revisión documental y observación de los resultados alcanzados e instrumentos realizados, de igual forma el tutor de la práctica profesional supervisada siguió el control debido a través de los informes mensuales que se presentaron.

<b>Objetivos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Verificación</b>	<b>Fecha de monitoreo</b>	<b>Responsable</b>
<b>Actividades R1</b>  1.1 Investigación documental	A mediados del mes de febrero 2014, se cuenta con información necesaria sobre responsabilidad social empresarial	Listado de participantes Fotografías Informes Instrumentos	Febrero 2014	Enlace Institucional  Tutor PPS
1.2 Consolidado de la información	A finales del mes de febrero 2014, se ha consolidado la información del tema responsabilidad social empresarial.	Fotografías Informes	Febrero 2014	Enlace Institucional  Tutor PPS

1.3 Sesiones de socialización y aprobación de contenidos	A mediados del mes de marzo 2014, se socializa y aprueban contenidos a incorporar.	Base de datos electrónica Fotografías	Marzo 2014.	Enlace Institucional Tutor PPS
1.4 Elaboración de guía metodológica	A principios del mes de abril 2014, se cuenta con un documento impreso.	Documento impreso Fotografías Archivos electrónicos	Abril 2014	Enlace Institucional Tutor PPS
<b>Actividades R2</b> 2.1 Socialización de la guía	A mediados de abril 2014, socializado la guía metodológica de responsabilidad social empresarial	Fotografías Archivos electrónicos Machotes de documentos	Abril 2014	Enlace Institucional Tutor PPS
2.2 Validación de la guía	Para finales del mes de abril 2014, se cuenta con un documento impreso y validado.	Fotografías Documento impreso Archivos electrónicos Planilla de participantes Fotografías Carta de validación	Abril 2014	Enlace Institucional Tutor PPS

<p><b>Actividades R3</b></p> <p>3.1 Talleres de capacitación sobre la guía metodológica</p>	<p>A principios del mes de mayo 2014, se han realizado los talleres de capacitación.</p>	<p>Fotografías Planillas de participantes Documento impreso Base de datos electrónica</p>	<p>Mayo 2014</p>	<p>Enlace Institucional Tutor PPS</p>
<p>3.2 Socialización de resultados obtenidos en la intervención</p>	<p>Para principios del mes de mayo 2014, se cuenta con el análisis correspondiente de la información.</p>	<p>Archivos electrónicos</p>	<p>Mayo 2014</p>	<p>Enlace Institucional Tutor PPS</p>

#### 4.14 Evaluación del proyecto

**Tabla número 10**

El alcance de los objetivos fue determinado por medio de las personas encargadas de llevar a cabo el proceso de evaluación y será el jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., persona enlace y el tutor de la PPS.

<b>Fin: Fortalecer el proceso del enfoque de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A.</b>				
<b>Objetivos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Fecha</b>	<b>Responsable</b>
<p><b>Propósito</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar una guía metodológica para el proceso de responsabilidad social empresarial de NaturAceites S.A.</li> </ul>	<p>Número de trabajadores capacitados sobre guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p> <p>Para el mes de mayo 2014 se encuentra formulada una guía metodológica para el fortalecimiento del tema responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Informes</p> <p>Agenda de actividades</p> <p>Fotografías</p> <p>Planillas de participantes</p>	<p>Mayo 2014</p>	<p>Enlace Institucional</p> <p>Tutor PPS</p>

<p>• <b>R1</b></p> <p>Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Al mes de abril 2014, una guía elaborada de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Planillas de participantes Documento Impreso Fotografías Informes</p>	<p>Abril 2014</p>	<p>Enlace Institucional Tutor PPS</p>
<p>• <b>R2</b></p> <p>Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial, por jefe regional de relaciones comunitarias</p>	<p>Para finales del mes de abril 2014, se cuenta con una guía metodológica validada de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Planillas de participantes Documento Impreso Fotografías</p>	<p>Abril 2014</p>	<p>Enlace Institucional Tutor PP</p>
<p>• <b>R3</b></p> <p>Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Para el mes de mayo se ha ejecutado un taller de capacitación con el quipo</p>	<p>Planillas de participantes Fotografías Informes Documento impreso</p>	<p>Mayo 2014</p>	<p>Enlace Institucional Tutor PPS</p>

## **4.15 Indicadores de éxito**

### **4.15.1 Indicadores de éxito específicos**

- a) Al mes de abril 2014 una guía elaborada de responsabilidad social empresarial.
- b) Para finales del mes de abril 2014 se cuenta con una guía metodológica validada de responsabilidad social empresarial.
- c) Para el mes de mayo se ha ejecutado un taller de capacitación con el quipo.

### **4.15.2 Indicadores de éxito generales**

#### **a) Resultado 1**

- A mediados del mes de febrero 2014 se cuenta con información necesaria sobre responsabilidad social empresarial.
- A finales del mes de febrero 2014 se ha consolidado la información del tema responsabilidad social empresarial.
- A mediados del mes de marzo 2014 se socializa y aprueban contenidos a incorporar en la guía.
- A principios del mes de abril 2014, se cuenta con un documento impreso.

#### **b) Resultado 2**

- A mediados de abril 2014, socialización de guía metodológica de responsabilidad social empresarial
- Para finales del mes de abril 2014 se cuenta con un documento impreso y validado.

**c) Resultado 3**

- A principios del mes de mayo 2014 se han aplicado instrumentos para evaluación
- A principios del mes de mayo 2014 se han realizado los talleres de capacitación.

## **CAPITULO V**

### **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS**

## **CAPITULO V**

### **Presentación de resultados obtenidos**

#### **5.1 Fase I, Socialización del proyecto**

- “Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para NaturAceites S.A”

##### **5.1.1 Resultados Previstos**

- a) Se ha desarrollado una reunión con la persona enlace en la institución para dar a conocer el proyecto y el cronograma de actividades.
- b) El equipo de NaturAceites S.A., estar al tanto y apoya la ejecución del proyecto de PPS II.

##### **5.1.2 Indicadores de éxito**

- a) El 100% de los actores involucrados en el proyecto lo conocen y están en toda la disposición de formar parte directa en la ejecución del mismo.

##### **5.1.3 Resultados no previstos**

- a) Elaboración de informe general de sostenibilidad de la gerencia de relaciones comunitarias de la región FTN en donde se incluye información importante de la ejecución 2013 en tema de Responsabilidad Social Empresarial.
- b) Análisis y construcción de informe consolidado sobre la información de los informes de sostenibilidad 2013 de la región FTN y Polochic.
- c) Revisión y correcciones de los informes en dos oportunidades; ya que solicitaron que se agregara información no incluida con anterioridad y correcciones de aspectos importantes.
- d) Elaboración de base de datos para la gerencia de relaciones comunitarias FTN para llevar control de actividades y proyectos que se ejecutan y sea más accesible la información.

#### **5.1.4 Actividades**

El proceso de socialización del proyecto de PPS II se realizó mediante la realización de actividades las cuales permitieron que el equipo de NaturAceites S.A., conociera el proyecto y le brindara todo su apoyo, por lo que a continuación se dan a conocer las actividades realizadas:

- a) Coordinación con persona enlace para programación de una reunión en la cual se socializo el proyecto.
- b) Realizar presentación y materiales para presentación de proyecto.
- c) Elaborar y presentar el cronograma con la persona enlace para la coordinación de fechas.



RESULTADO NÚMERO **1**

## **5.2 Fase II, Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.**

### **5.2.1 Resultados previstos**

- a) Se ha realizado el proceso de investigación documental sobre RSE
- b) Se realizó consolidado de la información investigada y se ha analizado y seleccionado.
- c) Sesiones de socialización y aprobación de contenidos de la guía metodológica de RSE
- d) Elaboración de guía metodológica

### **5.2.2 Indicadores de éxito**

- El proceso de elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial ha sido revisada y socializada.

### **5.2.3 Resultado No previstos**

- a) Búsqueda y consolidado de información en prestadoras de salud y en CTA sobre estado actual en temas de salud y educación de comunidades cercanas a NaturAceites S.A.; este aspecto ayudara a saber la situación real que se vive y poder proponer formas de incidir.
- b) Elaboración de informe de sostenibilidad 2013 de la gerencia de relaciones comunitarias en tema de responsabilidad social empresarial de la región FTN.
- c) Elaboración de un informe final en base ha consolidado de informes de sostenibilidad 2013 de la gerencia de relaciones comunitarias en tema de responsabilidad social empresarial de las regiones FTN y Polochic.
- d) Se elaboró base de datos Excel para llevar control de la ejecución de proyectos y actividades que realiza NaturAceites S.A., en tema de RSE; la cual contribuirá al manejo adecuado de la información y a la disponibilidad inmediata de la misma.

#### **5.2.4 Actividades**

- a) Análisis y selección de información importante a considerar en la investigación documental.
- b) Investigación documental para mayor conocimiento del tema RSE y para ir construyendo la guía metodológica.
- c) Consolidado de información recolectada; se selecciona la más importante y la que servirá para base del marco teórico de la guía metodológica.
- d) Análisis de la información recabada en la investigación
- e) Coordinación con el equipo de NaturAceites S.A., para la realización de sesiones de trabajo.
- f) Solicitud de información relevante sobre aspectos concernientes al tema de responsabilidad social empresarial solicitados a la persona enlace y quipo de NaturAceites que podrían ser de interés.
- g) Coordinación con la persona enlace de NaturAceites para realizar reuniones enfocadas en temas de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.
- h) Revisión por la persona enlace de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.
- i) Correcciones de la guía y revisión por la persona enlace.
- j) Se realizaron sesiones de trabajo con el jefe regional y el coordinador de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A, para coordinar intereses e inquietudes sobre temas a considerar en la elaboración de guía metodológica de RSE.

- k) Sistematización de la información recopilada en las sesiones de trabajo.
- l) Se realizan sesiones de socialización y aprobación de los contenidos a incorporar.



NaturAceites

Guía metodológica de:

# Responsabilidad Social Empresarial



Dirigida a:

Gerencia de Relaciones Comunitarias FTN

Elaborado por:

Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle

---

## **CONTENIDO**

Introducción

objetivos

Importancia de RSE para NaturAceites S.A.

### Capítulo I Marco Teórico

¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

Un nuevo enfoque de Responsabilidad Social Empresarial

Objetivos importantes para las empresas

Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial

7 ejes de la Responsabilidad Social Empresarial

Gobernabilidad

Publico interno

Proveedores

Mercadeo

Medio ambiente

Comunidades

Política Pública

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

### Capítulo II

Acciones de Responsabilidad Social Empresarial a implementar en  
NaturAceites S.A.

Estructura operativa de NaturAceites S.A.

Principales ejes de intervención

Gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.

Acciones que debe implementar la gerencia de relaciones comunitarias  
en el tema de Responsabilidad Social Empresarial

---

Acciones a implementar en tema de Salud

Acciones a implementar en tema de Educación

Acciones a implementar en tema ambiental

Acciones a implementar en tema de desarrollo comunitario

¿A quiénes debe dirigir su intervención en Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de relaciones comunitarias?

Metodología

Plan de capacitación

Conclusiones

Anexos

---

## **INTRODUCCIÓN**

Uno de los objetivos que busca la implementación de la responsabilidad social empresarial es que proporcione la oportunidad de ser sostenible, significa satisfacer las necesidades del presente con el compromiso de que generaciones futuras puedan cubrir las suyas.

Bajo este contexto incorporar el tema en las empresas debe estar basado en sus principios de crecimiento sostenible. Esto implica el involucramiento participativo como un ciudadano corporativo, asumiendo decididamente la responsabilidad de trabajar en beneficio de la población y de esta forma contribuir en la construcción de una sociedad en desarrollo continuo.

NaturAceites, cuenta con una gerencia de relaciones comunitarias la cual es la encargada de poner en práctica el concepto de responsabilidad social empresarial; implementada de manera voluntaria por la empresa y que la lleva más allá de las obligaciones legales que deben seguirse.

A pesar de ello, en el último año, según diagnóstico elaborado como parte del proceso de práctica profesional supervisada de la universidad Rafael Landívar en la carrera de Licenciatura en Trabajo Social, se evidencia la debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial, aspecto que reveló la necesidad existente de la elaboración de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial la cual permitirá contar con una herramienta de trabajo y un documento de respaldo en su accionar.

La presente guía metodológica ha sido elaborada con la finalidad de apoyar al personal de la gerencia de relaciones comunitarias la cual recapitula conceptos básicos y metodología sobre la compleja aplicación de la responsabilidad social en las empresas y se adaptada al perfil del equipo; con el propósito de que esta sea útil y de fácil comprensión.

Es importante mencionar que la teoría plasmada en el documento es una compilación de distintos documentos de apoyo del centro para la acción de la responsabilidad social empresarial en Guatemala (CentraRSE) ya que la empresa NaturAceites S.A., forma parte de sus asociados.

## OBJETIVOS

### General

- ❖ Proporcionar a la gerencia de relaciones comunitarias una herramienta con fundamentos conceptuales y metodológicos para el desarrollo del enfoque responsabilidad social empresarial que contribuya al desarrollo de capacidades del equipo.

### Específicos

- ❖ Lograr un modelo de intervención comunitaria a través de la implantación de estrategias y principios de RSE.
- ❖ Presentar un instrumento de fácil uso y comprensión que permita emprender procesos apropiados.
- ❖ Contribuir a Impulsar un modelo innovador y sostenible de RSE
- ❖ Orientar las acciones que se deben contemplar dentro de la gestión de RSE
- ❖ Mejorar la intervención que realiza la empresa desde la visión de RSE
- ❖ Construir una herramienta de trabajo que genere reflexión, formación y sensibilización para generar una mejora continua en la gerencia de relaciones comunitarias.

## **Importancia de RSE para NaturAceites**

### **S.A.**

La presente guía de Responsabilidad Social Empresarial se constituye una herramienta importante en su abordaje y ejecución; Siendo este tema de suma importancia para la empresa y su área de influencia. Esto debido a que la empresa no es un agente aislado de la comunidad, si no por el contrario, entorno a ella se genera toda una línea de valor por ejemplo: los colaboradores de la empresa depende de ese negocio. Consumidores, proveedores y la comunidad resultan siempre afectados por lo que esta realiza o deje de realizar. Los productos y su forma de comercialización, tienden a tener un impacto también en el medio ambiente. A todo este ciclo la responsabilidad social empresarial (RSE) la denomina como un impacto en sus públicos interesados ya sea de forma externa o interna.

Siendo este documento una propuesta de intervención interesante para la gerencia de relaciones comunitarias; por que la empresa ya no solo es medida por lograr buenos resultados en ventas o ganancias, sino además también debe realizar acciones para el bienestar y satisfacción de las necesidades, demandas o expectativas de ambos públicos.



Con la finalidad de orientar a la gerencia de relaciones comunitarias en la aplicación e intervención comunitaria.

# **CAPÍTULO I**



# **MARCO TEÓRICO**

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

### **¿Qué es responsabilidad social empresarial (RSE)?**

Esta se define como una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.

#### **Un nuevo enfoque de RSE**

Tradicionalmente, las empresas consideraban que “donar dinero” era la forma correcta en que podían incidir positivamente en la sociedad. Ahora, la realidad y el contexto demuestra que la filantropía es “buena” pero de ninguna manera es suficiente para que Guatemala de un salto cualitativo en desarrollo y calidad de vida.

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

Tradicionalmente, la RSE ha sido relacionada con actividades filantrópicas. Sin embargo, a finales de los años ochenta, la visión de la RSE se extendió a la estrategia como una forma de crear mayor competitividad:





La primera generación es filantrópica. La motivación es humanitaria, altruista y de caridad. Esta generación se caracteriza por actividades al margen del negocio, sin ninguna connotación estratégica y con costos relativamente insignificantes.

En la segunda generación se manifiesta una relación más estrecha entre la forma de actuar de manera responsable y los beneficios percibidos por la empresa. Se observa que la RSE evoluciona y se diferencia de la filantropía porque esta conducta contribuye a la competitividad de las empresas, el bienestar general y el desarrollo sostenible del país.



La tercera generación presenta la necesidad de que las empresas y los públicos de interés actúen colectivamente para lograr competitividad.

Y en la cuarta generación se puede afirmar entonces que la RSE es tomar una actitud responsable, llegando más allá de lo mínimo requerido por la ley, con visión estratégica de largo plazo y trabajando bajo principios éticos que aplican a empresas de todo tamaño.

Bajo esta estrategia de RSE, las empresas están cada vez más conscientes de que cada decisión debe considerar las implicaciones económicas, sociales y ambientales y el impacto positivo (o negativo) que pueda tener sobre todos los públicos interesados de la empresa. En términos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se dice que las empresas tienen un impacto en sus **“stakeholders”**, un anglicismo que se traduce en públicos interesados.

Los públicos de interés de las empresas pueden ser:

### INTERNOS

- ❖ Los colaboradores
- ❖ Los propietarios de la empresa
- ❖ Los socios



El manejo de las empresas requiere una evaluación diaria de oportunidades, riesgos y tendencias. Las empresas que ignoran los cambios económicos, políticos o sociales liderarán a sus empresas al fracaso.

Stephan Schmidheiny



### Públicos de interés o “Stakeholders”:

Persona, grupo u organización que directa o indirectamente afecta o puede ser afectada por las acciones, objetivos o políticas de la empresa.

## EXTERNOS

- ❖ Las familias de los colaboradores
- ❖ Los clientes o consumidores
- ❖ Los proveedores
- ❖ Los socios comerciales o aliados
- ❖ Las empresas competidoras
- ❖ El estado
- ❖ La opinión pública
- ❖ Las organizaciones de la sociedad civil (ONG's)
- ❖ Los grupos de presión (religiosos, políticos, ambientalistas, organizaciones de consumidores, etc.)
- ❖ Los medios de comunicación

En este sentido, desde la perspectiva de la RSE, la empresa debe lograr no sólo buenos resultados en ventas y ganancias, sino además procurar el bienestar y satisfacción de las expectativas, demandas y necesidades de sus públicos internos y externos.

Extracto del discurso que Antony Burgmans, Chairman de Unilever, entregó en "XXthWorld Traders' Tacitus Lecture" en Londres, Reino Unido el 22 de febrero de 2007.

*El aspecto social de hacer negocios va a ser cada vez más importante en el siglo XXI.*

*Mantener la confianza con los consumidores requiere la comprensión no sólo de sus gustos y expectativas acerca de los productos, sino también de tener en cuenta sus preocupaciones sobre el estado del mundo.*

*No se trata sólo de ayudar a los consumidores a verse bien, sentirse bien y aprovechar más la vida, sino también acerca de cómo llevamos a cabo nuestro negocio. La misión de Unilever incluye vitalidad en la comunidad, no sin razón. Es la experiencia operativa de Unilever desde hace mucho tiempo que no se puede tener una empresa exitosa en una sociedad fracasada. Las necesidades del negocio requieren sociedades sanas y viceversa. Esto a su vez implica la comprensión de cómo las empresas pueden contribuir al progreso de la sociedad y, al mismo tiempo la comprensión de los límites de ambos.*

Este enfoque trata de comprender a sus clientes y el mundo en que viven. Las empresas, como los mercados, son parte de la sociedad, creada por la sociedad, y no algo separado de ella.

Poniendo en práctica las palabras del Sr. Burgman, se hace necesario entonces, operar como empresas responsables y tomar en cuenta las expectativas sociales y ambientales de los consumidores y clientes e ir un paso más allá del simple cumplimiento del régimen legal.

Al darse las condiciones correctas, la empresa privada contribuye a mejorar la vida de la población, como generadora de empleo y oferente de bienes y servicios necesarios

### Objetivos importantes para las empresas

- ❖ La permanencia en el mercado
- ❖ Las utilidades
- ❖ El crecimiento

#### Desarrollo sostenible:

El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades.

Esto lo logra satisfaciendo las necesidades de sus clientes y consumidores a través de la innovación y personal altamente motivado y comprometido con los resultados de la empresa. En términos de Responsabilidad Social Empresarial, las empresas buscan **desarrollo sostenible**. Esto se refiere a que las empresas superarán a sus competidores a través de políticas responsables.



En las mediciones tradicionales de rendimiento, las empresas evalúan su rentabilidad. Sin embargo, la sostenibilidad de las empresas se mide en tres dimensiones:

Ambiental

Económica

Social

A esta medición se le conoce como "Triple Bottom Line" y la misma requiere que el sistema no genere pérdidas a ninguna de las tres áreas.



A continuación veremos brevemente que contempla cada una de las tres dimensiones de medición:



**DIMENSIÓN ECONÓMICA:** Esta dimensión incluye información financiera, salarios, beneficios, productividad laboral, creación de empleos, capacitación y desarrollo del capital humano, innovación y tecnología, entre otros. Se trata de obtener los mayores beneficios, con precios razonables y productos o servicios de buena calidad, generando con ellos bienestar y desarrollo.

**DIMENSIÓN AMBIENTAL:** La dimensión ambiental considera los impactos que causan los procesos, productos y servicios que desarrolla la empresa en el aire, agua, la tierra, la biodiversidad y la salud humana. Se trata de ser eco-eficiente para mejorar su desempeño económico y ecológico.



**DIMENSIÓN SOCIAL:** Esta dimensión involucra los impactos hacia lo interno de la empresa con sus colaboradores, y hacia lo externo con las familias de los mismos, la comunidad y la sociedad en general. En esta dimensión se intenta generar salud y seguridad en el puesto de trabajo, baja rotación de personal, cumplimiento de los derechos y condiciones laborales y de derechos humanos.

Teniendo claro lo que implica cada una de ellas se comprende que una empresa que busca desarrollo sostenible lo hace pensando en el futuro, y la RSE debe ser el vínculo hacia esa visión de largo plazo.

Las empresas deben preocuparse por el bienestar de sus colaboradores y las familias de éstos, por la transparencia de sus actividades, las buenas relaciones con sus clientes, proveedores y finalmente con la comunidad y el medio ambiente.

### Pirámide de RSE:



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

Dimensión Interna	Dimensión Externa
Primero la empresa debe asegurarse de que está cumpliendo con la ley y está teniendo una conducta ética guiada por los valores y la transparencia. Como siguiente paso, la compañía debe ser responsable con sus colaboradores y debe asegurarse que está desarrollando al máximo el potencial de su capital humano que es el que finalmente hace posible el negocio	“Al salir de la empresa” se debe comenzar a trabajar con aquellos públicos interesados más cercanos a la empresa y su entorno cercano. Como primer paso, <i>debe pensarse en la proyección a las familias de los colaboradores</i> para luego pensar en las comunidades en donde se encuentran inmersas las empresas y finalmente en relación con el estado



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



Elaborada por centraRSE

## 7 EJES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El alcance de la responsabilidad social empresarial es muy amplio. Sin embargo, sí se tiene claro que existen ejes o elementos que las empresas deben considerar como centrales en una estrategia de responsabilidad social empresarial.

Ejes que construyen una metodología estratégica para la aplicación del tema RSE en la empresa ya que pautan en base a 7 ejes las dimensiones para su abordaje y estas son: gobernabilidad, público interno, medio ambiente, comunidades, mercadeo, proveedores y política pública.

### 1. GOBERNABILIDAD



Principios y fundamentos éticos en cada uno de los aspectos concernientes a la operación de la empresa, su transparencia interna y externa, así como su cumplimiento legal.

En los últimos años, se ha venido utilizando con mayor frecuencia el término “gobierno corporativo” Un buen gobierno corporativo utiliza principios como honestidad, verdad e integridad, apertura, enfoque en resultados, responsabilidad, respeto mutuo y compromiso con la organización.

**“Una empresa con principios no tiene final”** Fundación PROHumana

La RSE y la ética van de la mano. Desde el punto de vista de la RSE, la conducta de la empresa debe incorporar la ética en todos sus niveles de acción, ámbitos, determinación de políticas y reglamentos, las prácticas laborales y comerciales y en la toma de decisiones. La conducta ética se mide con la suma de las acciones diarias de todos los colaboradores de una empresa.



**¿Qué es gobierno corporativo?:** “La definición moderna lo llama el marco de reglas y prácticas por medio de las cuales la directiva asegura la responsabilidad, justicia y transparencia en la relación con

Los principios y fundamentos éticos en cada uno de los aspectos de la operación diaria de las empresas, su transparencia y provisión de información oportuna a los públicos internos y externos, así como el cumplimiento con el régimen legal son la columna vertebral de la empresa.

Lo que define a un gobierno corporativo ético es que se sustenta en valores y principios sociales. La ética empresarial va más allá de cumplir con las leyes y reglamentos internos y externos.

Es de vital importancia que los directores y el equipo gerencial desarrollen un modelo de gobernabilidad que ordene los valores corporativos y posteriormente los evalúe periódicamente para comprobar su efectividad. En particular, el equipo gerencial debe comportarse ética y honestamente, en especial en lo que concierne a conflictos de interés y presentación de información financiera.

En la búsqueda por establecer principios y valores que conduzcan a la empresa hacia un comportamiento ético, basado en valores y transparencia en sus operaciones diarias, se ha venido haciendo más frecuente la aparición de códigos de ética en las empresas. Sin embargo, Se debe comprometer a todos los colaboradores con el cumplimiento del mismo.

La responsabilidad social empresarial es un concepto que implica que las empresas integren intereses de carácter social y ambiental en sus operaciones y en sus interacciones con los colaboradores, accionistas, inversionistas, proveedores, clientes y comunidades en las que se encuentran inmersas

**¿Qué es ética?:** conjunto de normas morales que rigen la conducta humana. Moral es el conjunto de las reglas creadas por el ser humano como resultado de los valores y normas de la cultura.



**¿Qué es código de ética?:** declaración expresa del compromiso de la empresa con el cumplimiento de principios y compromiso de que su gestión se basará en ellos al momento de tomar decisiones.

## **Beneficios de las buenas prácticas de gobernabilidad**

La mejor estrategia para dar una imagen positiva acerca del desempeño de la empresa es comportándose con responsabilidad, cumpliendo principios éticos y evitando el involucrarse en escándalos de corrupción o soborno. Las empresas con buena imagen gozan de ciertas ventajas como:

- ❖ Mejora en el desempeño financiero.
- ❖ Beneficios en las ventas, la imagen y la reputación.
- ❖ Fortalecimiento de la lealtad y el compromiso de los colaboradores.

## 2. PÚBLICO INTERNO



Condiciones óptimas en términos laborales, para lograr mayor productividad y desarrollo personal. También incluye las relaciones y gobernabilidad interna de los accionistas y de los colaboradores a todo nivel organizacional.

El concepto de público interno se refiere a todas y cada una de las personas que integran la empresa, comenzando por los colaboradores, supervisores, administrativos, ejecutivos y los dueños o socios de la organización. La empresa depende de sus colaboradores y sus operaciones, de la relación con sus públicos interesados y la creación y entrega de valor. No es posible separar a los colaboradores del negocio, ellos son el negocio. Es por ello, que el público interno debe tener un enfoque prioritario en una gestión de RSE.

Para ejercer de manera adecuada el rol correspondiente hacia el público interno, no basta sólo con cumplir la ley, se necesita además, una toma de conciencia y asumir un compromiso ético de generar trabajos y espacios dignos. La forma en que los gerentes definen los roles y responsabilidades de sus colaboradores y

la forma en que miden su desempeño, tiene un impacto en el bienestar personal, el compromiso y los resultados obtenidos en el equipo de trabajo.

**“En nuestra empresa tenemos la misión de hacer de la gente normal, gente excepcional”**

Patricia Cofiño, McDonalds Guatemala.  
Socio CentraRSE

Desde la perspectiva de la RSE, el eje de público interno trata de:

- ❖ Actuar con proactividad y aplicar una política de transparencia y de respeto por las personas.
- ❖ Generar condiciones para que exista una real cooperación entre la gerencia y los colaboradores en pos de objetivos comunes del negocio.
- ❖ Apoyar y valorar el derecho de asociación.
- ❖ Crear programas permanentes de capacitación y desarrollo de carrera.
- ❖ Establecer sistemas de incentivos, bonos por productividad y compensaciones.
- ❖ Rechazar la discriminación por género, etnia, religión u orientación sexual, entre otras.
- ❖ Fomentar la integración de personas discapacitadas y conciliar de manera justa la vida personal y familiar con la laboral.

Para muchas empresas, el enfoque en sus colaboradores es sentido común. La mayoría reconocen los beneficios que trae a la empresa su preocupación por las condiciones laborales de los mismos. Entre ellas se pueden mencionar:

- ❖ Mejor selección y reclutamiento.
- ❖ Mayor retención del talento.
- ❖ Menor ausentismo por enfermedad.
- ❖ Mayor nivel de satisfacción de sus clientes.
- ❖ Mayor innovación, creatividad y audacia.

Para lograr los beneficios asociados con las buenas prácticas de RSE en el eje de público interno, la gestión de recursos humanos tiene dos importantes funciones dentro de la organización:

1

### Rol como socio estratégico de la organización

El departamento de recursos humanos debe contribuir al logro de las metas de la organización por medio del efectivo manejo de los colaboradores. Es necesario conocer e implementar sistemas de trabajo donde los colaboradores sean exitosos y contribuyan a lograr las metas. Para ello deben realizar los servicios de diseño de posiciones efectivas, contratación, compensación, reconocimiento, diseño de salarios estratégicos, planes de carrera y desarrollo de aptitudes y capacidades.

2

### Rol como promotor de los colaboradores

El departamento de recursos humanos tiene un importante rol en el conocimiento de los colaboradores como individuos y equipos de trabajo. Esto incluye la experiencia en la creación de ambientes donde las personas escogen estar motivadas, contribuir con todo su potencial y sentirse bien.

El profesional en recursos humanos establece una cultura y clima organizacional donde los colaboradores tienen las competencias, preocupación y compromiso para servir a los clientes.



## Beneficios indirectos de las buenas prácticas hacia el público interno

Adicionalmente a los beneficios ya mencionados que están directamente asociados con las buenas prácticas empresariales hacia los colaboradores, algunos de los beneficios indirectos son

- ❖ Fortalece la confianza y lealtad de los colaboradores.
- ❖ Reducción de los costos operativos.
- ❖ Mejora en la habilidad para retener y atraer a los mejores colaboradores.

El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción del personal y por lo tanto en la productividad.



### 3. PROVEEDORES



Es el principio que parte de la selección de los proveedores y de una construcción de una relación responsable y sostenible. Una empresa responsable en su operación también exige criterios acorde a sus lineamientos a toda su cadena productiva. Además construye una relación basada en el intercambio transparente de información, tecnologías e ideas. En la medida que se benefician mutuamente se generan incrementos en productividad, reducción de costos de transacción y se adaptan mutuamente a sus necesidades más rápido.

Actualmente se está generando un principio, que las

**“Cualquier acuerdo de negocios que no sea benéfico para el otro socio, a la larga tampoco lo beneficiará a uno. Los negocios que producen satisfacción a ambas partes son los únicos que se pueden repetir”**

B. C. Forbes

compañías con los mejores récords competitivos, usualmente cuentan con los mejores y más talentosos proveedores. Esto se debe a que ellos son los socios silenciosos que respaldan a las empresas todos los días con ideas, calidad, confianza y cumplimiento, que las hace competitivas.

Todas las empresas juegan un rol a lo largo de la cadena de abastecimiento. Tienen por un lado, empresas que los proveen de insumos o servicios y por el otro, a un consumidor o cliente.

Cuando las empresas logran establecer más que una relación comercial con sus proveedores y clientes y logran un vínculo de largo plazo, se consolidan en el mercado, disminuyen la complejidad de la operación y reducen costos.

Muchas empresas se han dado cuenta que para ser una empresa responsable no sólo pueden hacerse responsables de sus propios resultados en materia de RSE, sino también deben asumir la responsabilidad de lo que hagan o dejen de hacer las empresas que las preceden en la cadena productiva, es decir, sus proveedores.

#### Proveedores como socios estratégicos:

Algunas empresas han logrado incorporar en la actividad de sus proveedores su filosofía y principios éticos para hacer negocios. De esta manera se aseguran de que, a lo largo de toda la cadena productiva, se mantengan los estándares sociales, ambientales y de calidad de sus productos.

Asegurarse que todos los proveedores cumplan con los estándares definidos por la empresa resulta un gran reto. Esto pueden lograrlo con la creación de una relación de confianza y compromiso mutuo.

Sin embargo, las empresas que logren incorporar en la actividad de sus proveedores su filosofía y principios éticos estarán garantizando estándares sociales, ambientales y de calidad de producto.

La selección cuidadosa de los proveedores es parte importante de una buena estrategia de RSE.

### **Beneficios de las buenas prácticas de las cadenas responsables**

Aseguramiento de la calidad de las materias primas y/o servicios prestados.

Aseguramiento de insumos y servicios sostenibles.

Protección de la reputación.

Lograr eficiencias con las 3Rs: Reutilizar, Reciclar y Reducir.

### **4. MERCADEO**



Es la responsabilidad de la empresa con sus clientes y/o consumidores en términos de mejor servicio al cliente, claridad en sus transacciones comerciales, mejores productos, cumplimiento con estándares de calidad, mercadeo responsable y mejor respuesta a sus exigencias y necesidades. Esto fortalece la marca y da una mayor lealtad del cliente.

Las empresas socialmente responsables deben adoptar una visión de cliente que va mucho más allá del simple concepto de comercializar y promover productos y servicios.

Es en realidad una nueva forma de entender al consumidor, el cual tiene una amplia gama de necesidades, intereses, valores y expectativas. Las empresas deben adoptar una nueva forma satisfacer y comunicarse con sus consumidores.

**“La publicidad es malvada sólo cuando publicita cosas malvadas”**

David Ogilvy

¿Cómo se manifiesta la RSE en relación a sus clientes y consumidores?

Para responder esta pregunta la dividiremos en tres literales siguientes:

- a. **Integridad en la manufactura y entrega de los productos y servicios.**

Una parte importante para el desarrollo sostenible de la empresa es el cumplimiento de las necesidades y expectativas de sus consumidores y clientes.



Actualmente se sabe que todas las decisiones gerenciales deben estar fundamentadas en una base ética y esto incluye al departamento de mercadeo. Tomando como ejemplo el código de ética del American Marketing Association, éste enfatiza en tres normas generales y seis valores éticos.

### NORMAS

### VALORES

- ❖ Mercadólogos deben primeramente no hacer daño.
- ❖ Mercadólogos deben generar credibilidad en el sistema de mercadeo.
- ❖ Mercadólogos deben tomar, comunicar y practicar los valores éticos fundamentales que mejorarán la confianza de los consumidores en la integridad del sistema de intercambio.

- ❖ Honestidad
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Justicia
- ❖ Respeto
- ❖ Apertura
- ❖ Nacionalismo

Hay tres elementos que son importantes de respetar:

- 1 El producto o servicio debe coincidir con la descripción brindada: el empaque debe ser claro y honesto.

- 2 La calidad debe ser satisfactoria: Los productos vendidos deben ser seguros, funcionar adecuadamente y no tener defectos.

- 3 El producto debe suplir la necesidad: todo lo que se venda debe cumplir lo que se ofrece.

### b. Comercialización y publicidad

Una de las quejas más evidentes en contra del mercadeo es que la publicidad en algunas oportunidades resulta engañosa o mentirosa.

Otra crítica particular de los consumidores es que la publicidad es en casos, ofensiva, de mal gusto, irritante o aburrida.

Se hace necesario pensar que los mensajes que brinda la publicidad pueden contribuir a la creación o mantenimiento de una cultura. Es por ello que todos los involucrados en comunicación tienen la obligación y el compromiso de ser responsables.

Para los medios, empresas de publicidad y empresas comerciales esto significa ser profesionales y éticos en la creación y transmisión de conceptos publicitarios. Para la audiencia esto implica comportarse como buenos críticos de los mensajes.

Es importante entonces, comunicar lo que realmente se puede realizar con el producto, no hacer publicidad engañosa, no fomentar estereotipos que mantengan un trato discriminatorio a las personas y no utilizar sin consideración especial a menores de edad en las campañas publicitarias.

**c. Prácticas de ventas:** Este concepto defiende el respeto por el tiempo de cada cliente, es decir, no ejercer la venta a presión e informar transparentemente, permitiendo que los clientes o consumidores tomen sus propias decisiones.

### **Beneficios De Las Buenas Prácticas En El Eje De Mercadeo**

La comunicación de las actividades de RSE son importantes para toda empresa:

- ❖ Diferenciación de marca y/o de la empresa: Para una empresa que busca la RSE las acciones responsables pueden generar una ventaja competitiva.
- ❖ Atracción y retención de clientes: las empresas que cumplen con las demandas de los grupos de interés instauran lealtad superior en sus consumidores
- ❖ Mejora las posibilidades de una buena reputación y legitimidad de largo plazo.



### **5. MEDIO AMBIENTE**



Respeto y cuidado del entorno natural en la forma como se hacen negocios, logrando mejor uso de sus insumos, reduciendo emisiones y residuos, generando mayor eficiencia, y produciendo más, con menos.

Los ecosistemas son una red de diversidad de plantas, animales y ambientes que interactúan y se apoyan unos a otros. Los mismos proveen servicios como la regulación del clima, protección y formación de los suelos, regulación de plagas, biodiversidad, purificación del agua, recursos genéticos y hábitats críticos para animales y plantas.

Los seres humanos dependen del ecosistema para su supervivencia. Sin embargo, el “2005 Millenium Ecosystem Assessment (MA)” concluyó que una tercera parte de los

**“Una generación planta los árboles; otra recibe la sombra.”**

Proverbio chino

ecosistemas está siendo degradada o utilizada de una manera no sostenible. También concluyó que los seres humanos, en los últimos 50 años, han

alterado los ecosistemas más que en ninguna otra etapa de la historia. Muchos de estos ecosistemas están situados en países en vías de desarrollo como Guatemala y han sido dañados por el crecimiento poblacional y el incremento en la demanda de materias primas que han ejercido fuerte presión sobre el medio ambiente.

La causa más importante en la degradación de los ecosistemas es el cambio de bosques y pastizales para uso de la tierra con fines agrícolas. El aumento en el empleo de la tierra para la agricultura está cambiando el clima y este hecho ha modificado el patrón de lluvias, provocando sequías en algunas partes del mundo.



La degradación de los ecosistemas plantea serios impactos en Guatemala. El cambio climático genera mayores índices de pobreza y dejando a comunidades vulnerables expuestas a la insuficiencia de alimentos y escasez por exceso de agua. Sin embargo, este no es sólo un problema para la sociedad guatemalteca; las empresas también se ven altamente afectadas por los cambios en los ecosistemas del país.

El mantenimiento de los caudales ambientales es fundamental para asegurar los sistemas fluviales que pueden suministrar agua, y a su vez, energía a las empresas



Dos recursos indispensables para la operación de las empresas son el agua y la energía.

El uso de ambos impacta, y al mismo tiempo, depende de los ecosistemas. La industria, la agricultura y el uso doméstico del agua y la energía no renovables contribuyen a la pérdida de hábitats, contaminación y al cambio en los procesos biológicos de la naturaleza. Estos impactos afectan la cantidad de agua y el suministro de energía disponible.

Menos del 3% del agua disponible en el mundo es apta para el consumo humano, el resto es agua de mar, por lo tanto salada y no apta para el consumo. Alrededor del 2.5% del agua para consumo está congelada y no disponible para el hombre. Por ende, la humanidad debe confiar en este 0,5% para su uso y el mantenimiento de los ecosistemas.

## a) Agua

La mayor fuente de uso de agua es la agricultura. La industria es el segundo mayor usuario, aunque las cantidades utilizadas varía de acuerdo al tipo de industria. El agua es utilizada para fabricar todos los productos que utiliza el ser humano, por lo



que todas las empresas y sectores dependen de ella en algún grado. La producción agrícola y animal en conjunto, alcanzan el 50% de la utilización de agua en Guatemala. Otras actividades que demandan gran cantidad de agua son el beneficiado de café, la industria azucarera y las industrias de alimentos y de bebidas.

Guatemala parece tener abundante agua, pero las fuentes superficiales empiezan a reducir sus caudales debido a los trastornos del clima, la deforestación y la contaminación. El país tiene 15,800 km. de cauces fluviales y 710 sistemas de agua incluyendo lagos y ríos. En la actualidad se descargan 33,995 mts<sup>2</sup> de aguas residuales a ríos y lagos. Un ejemplo de contaminación de agua es el crecimiento de la “cianobacteria” en el lago de Atitlán.

## b) Energía

La energía es la fuerza vital para el accionar de los negocios, la fabricación y el transporte de bienes y servicios que sirven a la economía. La energía se divide en renovable y no renovable.

Algunas de las tendencias mundiales que afectan la disponibilidad de agua son el crecimiento poblacional, expansión de las industrias, rápida urbanización y el cambio climático

A continuación se presentan las diferentes fuentes de energía:

Renovable	No renovable
❖ Hidroeléctrica	❖ Petróleo
❖ Solar	❖ Gas
❖ Eólica	❖ Natural
❖ Etanol y biodisel	❖ Carbón
❖ Biomasa	❖ Nuclear
❖ Geotérmica	

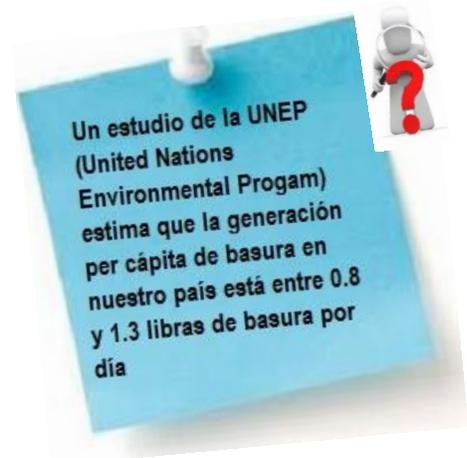
En Guatemala, la generación de energía para uso en hogares e industria proviene de las siguientes fuentes:

- ❖ Hidroeléctricas: 41.3%
- ❖ Geotérmicas: 1.8%
- ❖ Turbinas de gas: 0.1%
- ❖ Turbinas de vapor: 27.2%
- ❖ Combustión interna: 29.6%
- ❖ Importación: 0.1%

Fuente: Perfil Ambiental de Guatemala 2008-2009. IARNA.

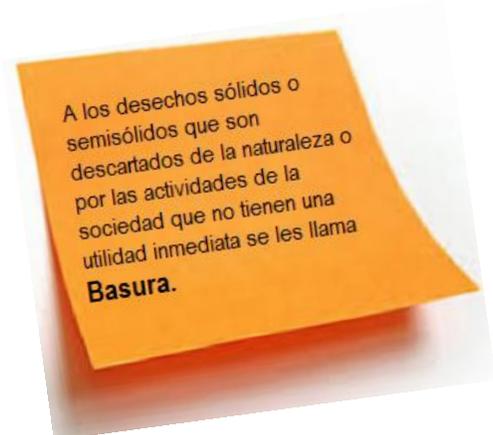
### c) Contaminación

Los desechos, aparte de ser una fuente de contaminación atmosférica también se convierten muchas veces en un factor contaminante de los cuerpos de agua superficial y también subterránea, debido a que pueden incluir una gran variedad de sustancias químicas que frecuentemente se infiltran a través del suelo.



Los rellenos sanitarios a cielo abierto son algo más que una molestia para los sentidos. También producen serias consecuencias ambientales y generan problemas de salud para las personas que viven en sus alrededores. Los rellenos sanitarios abiertos son una de las principales fuentes de gas metano, el cual es sumamente inflamable y 21 veces más dañino para el ambiente que el dióxido de carbono. El basurero de la ciudad de Guatemala emite tal cantidad de gas metano que literalmente se “prende fuego” varias veces al año, ocasionando muertes y devastación.

De acuerdo al “Primer informe sobre desechos sólidos domiciliarios versión 1.0” coordinado por el gobierno de la república en el 2007, existen 1,173 basureros en el área estudiada y de ellos el 88.38%, no están autorizados y se pueden considerar clandestinos. Un total de 401 de estos basureros clandestinos, vierten la basura sobre mantos acuíferos (vertiente, río o lago) generando contaminación.



### ***¿Entonces cuál es nuestro reto como empresa en el tema del medio ambiente?***

En los últimos años, la responsabilidad ambiental se ha expandido hacia un compromiso mayor al del simple cumplimiento del régimen legal. Muchos ciudadanos, organizaciones medioambientales y compañías líderes se encuentran definiendo sus responsabilidades frente al medio ambiente, ya que están conscientes que sus acciones afectan al mismo y porque también conocen que brindará un valor adicional a sus productos y servicios y los hará más competitivos en el mercado.

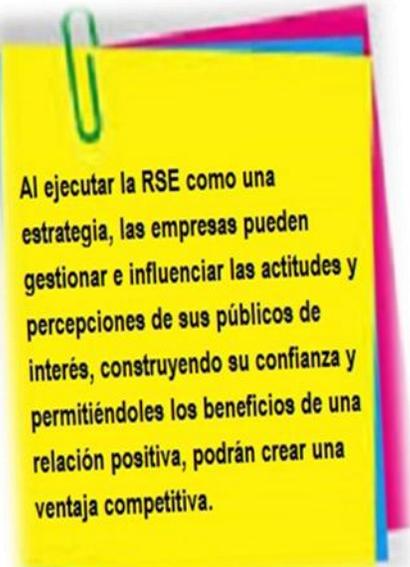
Cada día más empresas desarrollan reportes de sostenibilidad con el objetivo de comunicar el logro de sus metas responsables. En estos reportes se observa cómo las empresas contribuyen a disminuir el uso de combustibles, energía o recursos naturales.

Muchas empresas utilizan la innovación para crear productos ecoeficientes, que a cambio puedan generar buena reputación y mayores ventas en el largo plazo.

### **Beneficios de las buenas prácticas en el eje de medio ambiente**

Las empresas pueden generar beneficios de la inversión en ecosistemas sostenibles:

- ❖ Establecer nuevas fuentes de ingresos con la introducción de productos innovadores.
- ❖ Reducir la dependencia de materias primas escasas utilizando sustitutos derivados de recursos renovables.
- ❖ Minimizar costos por riesgos de escasez de materias primas no renovables.
- ❖ Crear nuevos mercados para productos orgánicos.



Al ejecutar la RSE como una estrategia, las empresas pueden gestionar e influenciar las actitudes y percepciones de sus públicos de interés, construyendo su confianza y permitiéndoles los beneficios de una relación positiva, podrán crear una ventaja competitiva.

## 6. COMUNIDADES



Contribuir al desarrollo y superación de las comunidades inmediatas en donde opera la empresa y donde tenga intereses comerciales. Esta relación debe estar basada en una contribución y responsabilidad compartida, ya que es una relación ganar-ganar para ambas partes logrando así un desarrollo sostenible, reforzando la reputación de la empresa y logrando la confianza por parte de la comunidad.

Tradicionalmente, las empresas se han involucrado con las comunidades; particularmente a través de la filantropía, aportando donaciones para causas sociales o de beneficencia, con el ánimo de presentarse como buenos vecinos.

**“Las empresas no pueden ser exitosas en sociedades que fracasan. De la misma manera, donde las empresas son reprimidas, las sociedades fallan en prosperar.”**

BjornStigson, WBCSD

Pero en la actualidad, la responsabilidad de la empresa con la comunidad se traduce en el respeto de las normas y costumbres locales y su contribución para mejorar la calidad de vida de sus miembros mediante aportes, trabajo voluntario y participación en proyectos de desarrollo sostenible de las comunidades vecinas a la empresa.

Las Empresas Socialmente Responsables identifican y monitorean las expectativas de la comunidad y buscan sinergia con otros sectores para desarrollar alianzas y multiplicar el esfuerzo y de ese modo, elevar el impacto en la solución de problemas sociales.



### ¿Cómo participan las empresas con las comunidades?

#### a) Voluntariado

El voluntariado corporativo sirve como práctica de recursos humanos porque ofrece a los colaboradores una alternativa de participación ciudadana para canalizar sus inquietudes personales de trabajo comunitario.

Por otra parte, es complemento de una política de relaciones con la comunidad, ya que a través del voluntariado corporativo la empresa no sólo invierte recursos económicos en la comunidad, sino que además establece alianzas con organizaciones sociales que muchas veces implican, además del trabajo voluntario, la generación de proyectos sociales conjuntos que generan mayor impacto.

#### b) Acciones sociales y filantrópicas

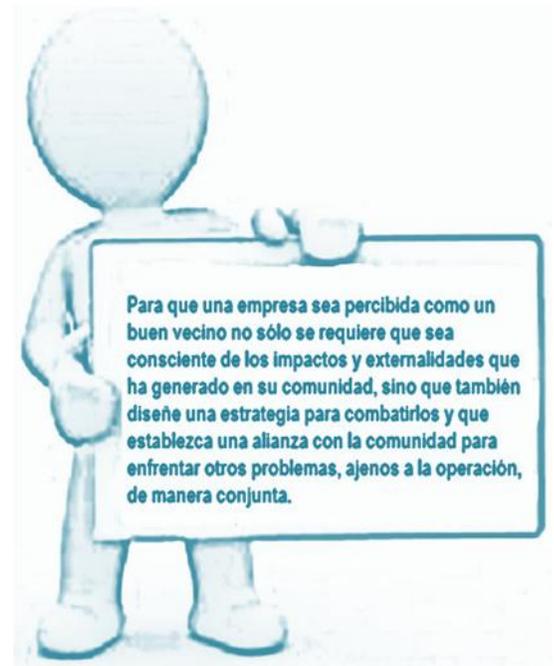
Las acciones filantrópicas persiguen mejorar la calidad de vida de los sectores menos favorecidos. La filantropía se observa en forma de donaciones, contribuciones caritativas o de beneficencia, que pueden hacer las empresas como parte de su estrategia de buen ciudadano corporativo.

La tendencia actual sobre RSE ha llevado a modificar la forma de realizar acciones filantrópicas, las mismas se pueden ejecutar como:

- ❖ Planificación estratégica: en la cual la empresa alinea sus contribuciones con los intereses de su negocio principal.
- ❖ Expansión del foco geográfico: abarcando no sólo el entorno inmediato sino participando de programas nacionales.
- ❖ Desarrollo de instrumentos de medición: para evaluar el impacto de sus contribuciones sociales.
- ❖ Innovación en las formas de aportar a la comunidad: creando relaciones de largo plazo.



Las donaciones en dinero permanecen como parte importante de lo que se conoce como inversión social. Tales aportes pueden complementarse con donaciones de producto, mobiliario, servicios técnicos o profesionales, voluntariado, entre otros.



## Beneficios de las buenas prácticas en el eje de comunidades

Las acciones de involucramiento con la comunidad generan beneficios directos a la empresa, tales como el fortalecimiento de su imagen pública ante los consumidores, socios, medios de comunicación, el gobierno y otros agentes importantes para la empresa.

- ❖ **Incremento en la moral, compromiso, retención y desempeño de los colaboradores:** en muchas oportunidades los colaboradores de la empresa son personas que viven cerca, por lo que los beneficios a la comunidad se traducen en beneficio para sus familias.
- ❖ **Desarrollo de habilidades en los colaboradores:** los proyectos con la comunidad favorecen al desarrollo de una variada gama de habilidades en los colaboradores que participan directamente en estas actividades, entre las que se incluyen: trabajo en equipo, planificación e implementación, comunicación, conducción y gestión.
- ❖ **Fortalece la imagen de la empresa:** un activo programa de involucramiento con la comunidad ayuda a construir una positiva y sólida reputación.



## 7. POLÍTICA PÚBLICA



Participar en el diseño de políticas estatales así como, establecer alianzas para ejecutar proyectos conjuntos con gobiernos locales o centrales, con el propósito de ampliar el impacto de buenas prácticas a nivel nacional.

La tarea del sector productivo en su relación con el estado es idear mecanismos que permitan incorporar su opinión en las políticas públicas e ir más allá de la búsqueda de los intereses propios, para dar prioridad a los de la colectividad empresarial y el bienestar social.



Asimismo, si en el estado existe una formulación de políticas públicas que incorporen las necesidades de un sector productivo responsable, se incrementan las posibilidades de desarrollo local, regional y nacional, impulsando la labor privada hacia la competitividad y el desarrollo sostenible.

**“La clave del éxito no es la confrontación, sino la alianza multisectorial, que coordinadamente, puede lograr mejores resultados.”**

CentraRSE

Las empresas pueden asumir una participación en la formulación de propuestas que mejoren el desarrollo nacional. Dicha participación puede lograrse formando parte de gremiales u organizaciones mixtas donde también intervenga el estado. Las propuestas emanadas no deben responder únicamente a los intereses comerciales del sector sino que deben generalizarse para lograr un impacto positivo en la sociedad.

#### Transparencia política

Las empresas tienen el rol de apoyar y fomentar la transparencia dentro de los gobiernos, mediante labores de identificación y políticas internas.

#### Alianzas público-privadas

Una alianza público-privada es un mecanismo por el cual se lleva a cabo un trabajo conjunto entre una empresa y una representación del Estado.



#### Beneficios de las buenas prácticas en el eje de política pública

Las empresas que manejan buenas relaciones con el estado acceden a una variedad de ventajas. A continuación se presentan algunos beneficios:

- ❖ **Reducción de burocracia:** la reducción de la burocracia favorece el trabajo de las empresas y del público en general.
- ❖ **Redes de contactos:** una política pública adecuada favorece una mejor red de contactos para las empresas y comunidades.



## BENEFICIOS DE LA RSE

Aunque ya se han presentado con anterioridad los beneficios por cada eje que conforman la RSE, haremos un breve resumen de ellas.

### Satisfacción de los colaboradores



La identificación de los colaboradores con la empresa, traducida en menores índices de rotación de los colaboradores y ausentismo, menor número de casos de sabotaje y mayor productividad ocasionada por la motivación de los mismos, es un claro beneficio de la RSE.

### Innovación y aprendizaje



La RSE estimula el aprendizaje y la innovación dentro de la empresa para identificar oportunidades y crear procesos eficientes con el objeto de generar una mayor competitividad en el mercado.




La RSE es considerada cada vez más, un factor en la atracción y retención de una fuerza laboral talentosa y diversa.  
extraídos de Business in the Community

### Resultados financieros

El entendimiento de los procesos de la empresa, el manejo de sus recursos, como la energía y sus desechos, puede reducir significativamente los costos de operación. La integración de especificaciones ambientales contribuye en la disminución significativa de los costos y a mejorar la eficiencia.



### Reputación

El éxito de las empresas depende de la relación con sus públicos de interés. El hecho de mejorar esta relación incrementa el apoyo potencial que cada grupo puede brindar a los objetivos de la organización.



Las empresas socialmente responsables generan una mejor imagen y reputación en la sociedad y los mercados donde colocan sus productos.



### Principios de la RSE

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>1</b></p> <p>RSE parte del estricto apego a la <b>LEY</b></p>  | <p><b>2</b></p> <p>La <b>ETICA</b> es el eje transversal de la conducta de una empresa</p> | <p><b>3</b></p> <p>La implementación de la RSE debe comenzar a lo <b>INTERNO</b></p> |
| <p><b>4</b></p> <p>La RSE es <b>CO-RESPONSABILIDAD</b> de todos los que forman parte de una organización</p> | <p><b>5</b></p> <p>La RSE es <b>GANAR-GANAR</b></p>  | <p><b>6</b></p> <p>La RSE es pensar a <b>LARGO PLAZO</b></p>                         |

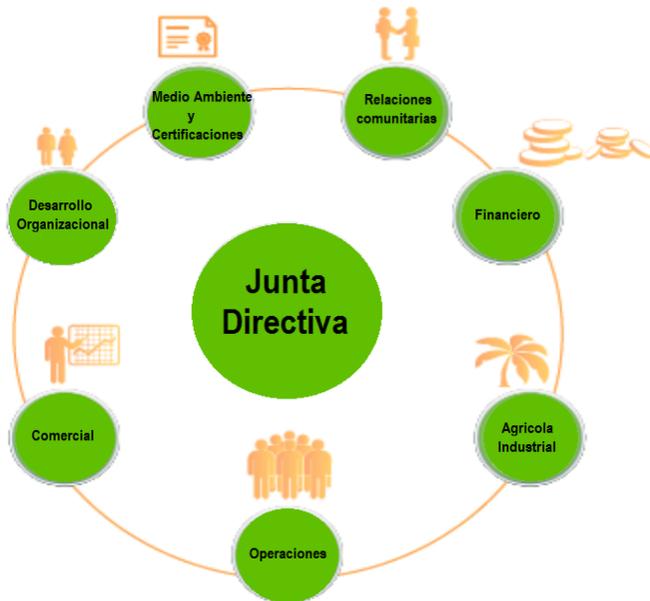
## **CAPÍTULO II**



# **ACCIONES DE RSE A IMPLEMENTAR EN NATURACEITES S.A.**

## Estructura operativa de NaturAceites S.A.

A continuación se presenta como se encuentra constituida la estructura operativa en NaturAceites S.A



Dentro de las 7 gerencias que la conforman Relaciones Comunitarias es el encargado de la ejecución del tema responsabilidad social empresarial.

Fue creado con el propósito de trabajar bajo el estricto cumplimiento de la legislación del país en sinergia siempre con la visión y misión de la empresa, impulsando el respeto por los valores y principios éticos para crear valor en las operaciones diarias y mejores resultados, tanto para la comunidad como para NaturAceites S.A.

En este sentido la gerencia de RC debe estructurar estrategias de trabajo que veremos a continuación:

### Visión:

Alcanzar un alto índice de promoción de las comunidades, impulsando, el desarrollo.

### Misión:

Contribuir al desarrollo sostenible de NaturAceites, mediante estrategias y programas que garanticen una adecuada vinculación con su entorno, social, político, ambiental y cultural.

### Política De Responsabilidad Social:

debe estar basado en los objetivos de desarrollo del milenio

- ❖ Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- ❖ Educación Universal.
- ❖ Equidad de Género.
- ❖ Reducción de la mortalidad infantil.
- ❖ Mejorar la salud materna.
- ❖ Combatir el VIH/SIDA.
- ❖ Sostenibilidad del medio ambiente.
- ❖ Fomentar una asociación mundial.



**Política cultural:** debe estar basada en los siguientes aspectos

- ❖ Reconocimiento, Respeto y Reconciliación (3R's).
- ❖ Promover y proteger la culturalidad e interculturalidad.
- ❖ Promover el rescate de los valores de la etnia Maya Q'eqchi'.
- ❖ Contribuir a disminuir la discriminación y racismo en las comunidades.
- ❖ Participación activa de las comunidades en los planes y programas de desarrollo comunitario.
- ❖ Respetar los derechos e intereses de las comunidades.
- ❖ Búsqueda de solución de problemas en conjunto.
- ❖ Fomentar el dialogo a todo nivel.



### Principales ejes a intervenir

TEMAS	ACTIVIDADES
Responsabilidad Social Empresarial	Cumplimiento de las normativas nacionales e internacionales
Participación ciudadana	Buenas prácticas comunitarias (BPC's) Consejos de desarrollo Alianzas Público – Privadas Cooperación internacional
Infraestructura social	Salud Educación Vial Comunitarias
Programas de desarrollo comunitario	Educación Salud Divulgación y comunicación Proyectos productivos SAN Empresariado rural Mejores familias (SAN/enfoque de género) Ambientales Autogestión

## **Gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.**

NaturAceites debe buscar ser una empresa altamente competitiva, innovadora, socialmente responsable y comprometida con el cuidado del medio ambiente. Su modelo de negocio debe basarse en principios y valores, los cuales permitirán a la empresa que pueda mantener una relación respetuosa con cada uno de sus clientes, proveedores, trabajadores, comunidades y sociedad en general.

Actualmente la gerencia de relaciones comunitarias cuenta con 51 comunidades en área de influencia en la región de la FTN en las cuales su trabajo de intervención en tema RSE debe estar basado en 4 divisiones o ejes importantes que son: responsabilidad social, participación ciudadana, infraestructura social y desarrollo comunitario.

Cada uno de estos ejes temáticos contempla otra gama de sub divisiones a los cuales debe dirigirse; este aspecto permitirá delimitar el ámbito de intervención; para así poder enfocar mejor la utilización y aprovechamiento de los recursos disponibles.

Es importante que cada eje contemple el tema de pertinencia cultural como algo transversal en sus acciones ya que esto marcará la diferencia en los impactos.

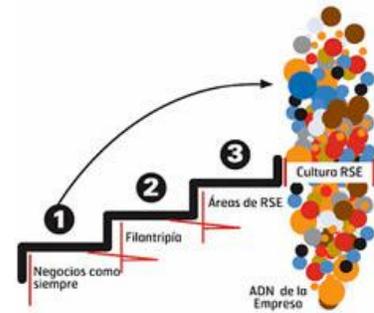


## **Acciones que debe implementar la gerencia de relaciones comunitarias en el tema de RSE**

Guatemala es el primer país de América Latina y El Caribe y el sexto a nivel mundial con mayor porcentaje de niños desnutridos menores de cinco años y el hambre es el reflejo de las grandes desigualdades e inequidades que se dan en el país.<sup>10</sup> La desnutrición crónica no solo es resultado de los altos niveles de pobreza sino también de la exclusión en el acceso a los servicios de educación, salud y protección social, del limitado acceso a agua segura y de la poca responsabilidad en el manejo de desechos y poca pertinencia cultural que se manifiesta mayormente en población rural e indígena.

NaturAceites S.A. región FTN se encuentra ubicada en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, teniendo este dos características importantes, la primera que es un área con población étnica predominante maya q'eqchi y la segunda que es uno de los municipios de alta Verapaz con más alto índice de pobreza y pobreza extrema.

Bajo este marco la gerencia de relaciones comunitarias debe estar consciente del contexto y realidad de la población en la que se inserta, la escasa cobertura de los principales servicios básicos refleja el abandono del estado específicamente en el área rural, situación que genera desigualdad de oportunidades. Si bien es cierto la RSE no sustituye el papel del estado sino más bien lo complementa.



La importancia de realizar prácticas consientes y éticas en RSE recae en beneficio para la población pero solamente si estas prácticas verdaderamente sufragan las necesidades insatisfechas de la población y pueda generar mejores condiciones de vida.

La RSE debe ser el corazón y sentir de toda empresa; es por eso que se debe encontrar a todos niveles de la misma; en este sentido se debe buscar que la gerencia de asuntos corporativos pueda establecer dentro de su plan estratégico, que la gerencia de Relaciones Comunitarias enfoque la inversión social y responsabilidad social al desarrollo de los siguientes ejes principales:

<sup>10</sup> UNICEF (2012-202) Boletín No. 4 serie de documentos "contamos". Protegiendo la nueva cosecha; análisis del costo de erradicar el hambre en Guatemala

## Acciones a implementar en Salud

Se propone que las principales actividades a desarrollar en tema salud y debido a la vulnerabilidad de la población, escasas del servicio, y poca pertinencia cultural se tome en cuenta lo siguiente:

- ❖ Realización de jornadas médicas: estas pueden ser llevadas a cabo en alianzas con otras instituciones contribuyendo activamente su desarrollo y coordinación, o de igual forma de manera individual. Es importante tomar en cuenta que debe realizarse una campaña publicitaria para convocar a la población a que asistan y concientización sobre la importancia de realizarse periódicamente chequeos médicos rutinarios e informar sobre que especialidades de tratan y cuestiones de logística.
- ❖ Campañas de desparasitación a niños mayores de dos años de edad y entrega de dotación de micronutrientes por lo menos una vez al año.
- ❖ Seguridad Alimentaria Nutricional (SAN): este tema es uno de los más sensibles y vulnerables en la región por lo que deben enfocarse acciones para poder contrarrestar su efecto negativo como por ejemplo:
  - gestionar alianzas con la secretaria de seguridad alimentaria y nutricional de la presidencia de la república de Guatemala (SESAN) realizando acuerdos de colaboración mutua y contribuir en conjunto con el pacto hambre cero.
  - Gestionar alianzas con las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) que actualmente tiene presente en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas con la implantación de proyectos productivos dirigidos a padres de familia de hogar.
  - Implementación de proyectos de autogestión que promuevan la SAN, impulsado por mujeres y con un enfoque al binomio madre-niño(a) en edad reproductiva. Fomentando a través de control de peso y talla de sus hijos y capacitación en temas como: autoestima, salud y nutrición, producción, comercialización y paternidad responsable provocando cambios en sus prácticas y hábitos en términos de mejorar su calidad de vida; para lo cual se implementan actividades como vigilancia nutricional, monitoreo de crecimiento y desarrollo de niños entre 0-5 años de edad.
- ❖ Equipamiento y suministros: brindar apoyo a los hospitales y centros de salud en aspectos importantes como: donación de suministros de los cuales no tienen existencia y son de suma importancia para el bienestar de la población y aportar con equipo de trabajo necesario para la buena atención a los pacientes y población en general.

## **Acciones a implementar en el tema de Educación**

La educación es un pilar para el desarrollo y un factor importante contra la reducción de las desigualdades es un eje importante en las acciones a desarrollar; ya que permitirá originar cambios de conducta, desarrollo local y nacional.

- ❖ Implementación de talleres de capacitación a estudiantes del nivel primario, medio y diversificado en temas ambientales como: elaboración y mantenimiento de huertos, e higiene.
- ❖ Capacitaciones a COCODES de las áreas de Influencia para: formación de líderes en temas de desarrollo comunitario como: diagnóstico, gestión de proyectos, encuestas comunitarias, planes comunitarios, políticas públicas, descentralización y participación ciudadana.
- ❖ Entrega de becas académicas como incentivo a todos aquellos jóvenes y niños que se esfuerzan en obtener buenas calificaciones y que son de escasos recursos económicos.
- ❖ Equipamiento y suministro para la de un ambiente digno necesario para una sana educación a través de la remoción y pintura.



### **Acciones a implementar en tema Ambiental**

En este eje se refleja el compromiso de respeto al medio ambiente que debe ejecutar la empresa en sus labores diarias por lo que debe buscar o coordinar fechas con usuarios que busca fomentar e implementar técnicas de conservación, recuperación y mantenimiento del medio ambiente con el fin de que se pueda construir una relación amigable y trabajo con el medio ambiente en conjunto con los centros educativos y COCODES de las comunidades en área de influencia trabajando los siguientes sub temas:

- ❖ Diagnósticos comunitarios: para su reconocimiento
- ❖ Capacitación sobre diversos temas ambientales.
- ❖ Implementación de viveros forestales.
- ❖ Huertos escolares
- ❖ Reforestación de micro cuencas y áreas deforestadas
- ❖ Mataron del plástico y recolección de chatarra.

### **Acciones a implementar en tema Desarrollo Comunitario**

En el tema de desarrollo comunitario es importante el desarrollo del potencial humano y a nivel comunitario o grupal, ya que contar con una comunidad organizada y económicamente activa podrá mantener una buena calidad de vida.

- ❖ Comunicación social de las actividades que se realizan y realizar informe de sostenibilidad de las acciones cada año.
- ❖ Productividad y competitividad rural: se deben llevar a cabo proyectos empresariado rural el objetivo principal es identificar pequeños grupos o asociaciones con la iniciativa de formar empresas rurales, para brindarles la educación o formación que les permita explotar sus recursos y generar ingresos económicos de beneficio comunal.
- ❖ Proyectos estratégicos que permitan realizar alianzas con la municipalidad y de forma conjunta intervenir.
- ❖ Realizar talleres con temas como: enfoque de género, convivencia comunitaria y formación de cooperativas.

## ¿A quiénes debe dirigir su intervención en RSE la gerencia de relaciones comunitarias?

En un primer punto y como inicio de una acción responsable en lo interno NaturAceites S.A. debe reconocer en cada uno de sus colaboradores la importancia en la ejecución de su labor diaria ya que de ellos depende e impulsan la obtención de resultados exitosos.

La relación que NaturAceites S.A. debe establecer con sus colaboradores es de forma responsable y respetuosa, generando así un ambiente agradable de trabajo, que se complementa con la promoción de valores que puedan contribuir de forma directa a mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

La empresa debe cumplir con toda la legislación laboral, y de forma adicional se pueden implementar programas de beneficio laboral para los colaboradores.

Por otra parte a nivel comunitario se propone que las acciones puedan focalizarse o dirigirse en base a tres divisiones importantes de acuerdo a grupo de interés por área de influencia que son:

Área de influencia directa: Esta hace referencia a todas aquellas comunidades que se encuentren a 5 km a la redonda de las plantaciones de palma de la empresa.



Área de influencia de tránsito: Esta hace referencia a todas aquellas vías de acceso o carreteras por la que existe afluencia constante de

Área de influencia de proveedores de mano de obra: esta hace referencia a los trabajadores de la empresa; para lo cual la gerencia de DO envía reporte de empleados y lugares de vivienda.

## METODOLOGÍA

A fin de lograr los objetivos propuestos en los talleres o capacitación se recomienda que el número de participantes no exceda a 30 personas.

Asimismo es necesario elaborar una matriz de planificación del taller de capacitación donde se deben considerar aspectos importantes como se muestra a continuación:

<u>Competencia:</u>			
Duración		Responsable	
Contenido	Metodología	Recursos	Duración

Durante el proceso de capacitación o talleres se debe tener presente los siguientes aspectos metodológicos:

- ❖ Partir de la experiencia que poseen los participantes, en base a la cual se construyen los nuevos aprendizajes.
- ❖ En el desarrollo del contenido de la capacitación se utilizará procesos participativos que induzcan a la autorreflexión a nivel personal y grupal a partir de su propia realidad.



- ❖ Se promoverá espacios de análisis de carácter deductivo, es decir partiendo de situaciones generales se llega a situaciones específicas.
- ❖ Utilizar procesos metodológicos inductivos es decir de aspectos particulares o específicos se arriba a conclusiones generales.
- ❖ La capacitación debe considerar momentos prácticos, visitas guiadas.
- ❖ La capacitación como proceso de enseñanza aprendizaje concluye en el compromiso de los participantes para implementar las acciones.

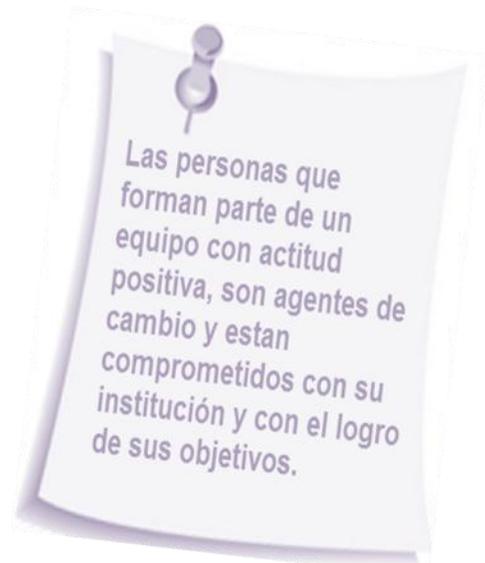
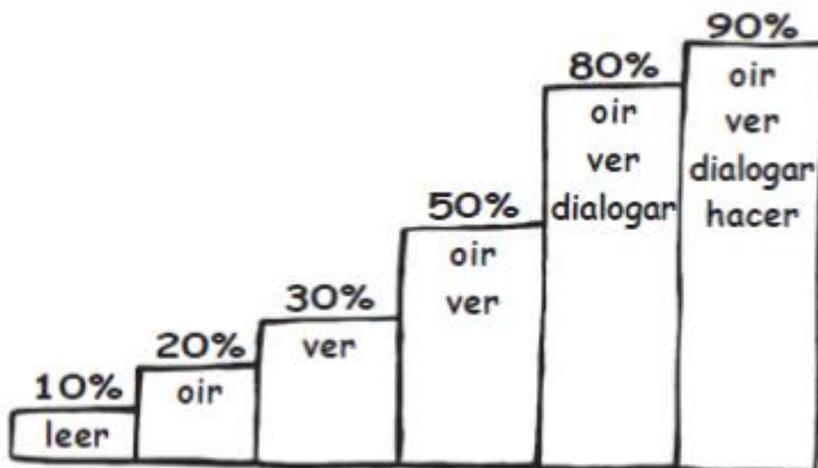
En esta metodología pondremos en práctica lo que dice un antiguo proverbio oriental:



### **Perfil del Capacitador(a)**

- ❖ Ser facilitador(a) de procesos participativos.
- ❖ Conocer los contenidos y manejo de técnicas participativas.
- ❖ Respetar la idiosincrasia de la población.
- ❖ Ser motivador(a) dinámico(a) y saber escuchar.
- ❖ Ser responsable y comprometido con su trabajo.
- ❖ Ser facilitador/a de la equidad de género, es decir brindar igualdad de oportunidades de participación a varones y mujeres.

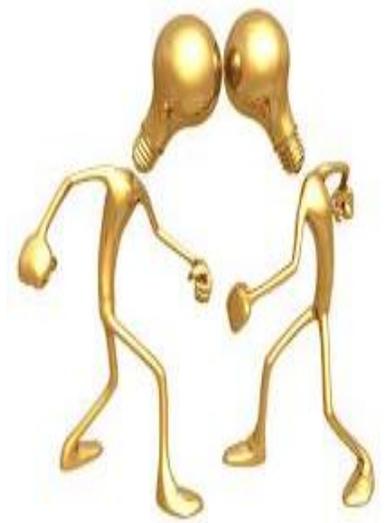
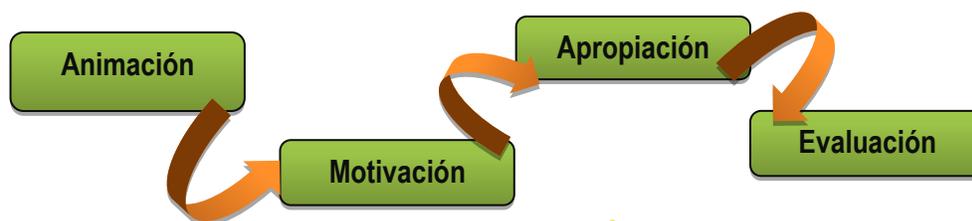
A continuación se presenta una gráfica con información importante a tomar en cuenta sobre las probabilidades de memorizar informaciones en función de los diferentes sentidos y medios involucrados. Esta gráfica muestra que en la medida que intervienen más sentidos aumenta la probabilidad de recordar informaciones.



En base a lo anterior se comprende que los talleres de capacitación deben ser un espacio de aprendizaje que promueva en los participantes la vivencia, reflexión y conceptualización sobre un tema o problema.

Es clave que logremos la involucración de los participantes en un proceso que movilice su sentir, pensar y actuar.

En base a lo anterior se propone que los talleres de capacitación se dividan en cuatro momentos claves; que en su conjunto contribuirán al logro de los objetivos previstos.



Y a que se refieren estos momentos; que debemos hacer en cada uno. Para tener estos aspectos claros vamos a describir lo que cada uno comprende o significa:

Animación:	Motivación:	Apropiación:	Evaluación:
<p>Momento de inicio de la sesión en el cual se comunica la intención del taller y se informa sobre las actividades a realizar. Se aplica dinámicas para “romper el hielo”, bajar tensiones entre los asistentes y crear un clima de cordialidad y disposición para el taller.</p>	<p>Momento en el cual se aplican dinámicas orientadas a recuperar saberes experiencias previas de participantes e introducirlo en el tema.</p>	<p>En este momento se desarrolla el tema y se presenta la nueva información. Se utilizan diversas dinámicas y recursos multimediales para activar procesos de apropiación del contenido. Se escuchan opiniones y se aclaran dudas de los participantes, se promueve el análisis y la reflexión.</p>	<p>Se trabaja a dos niveles, evaluación de la apropiación del contenido a través de juegos que verifican cuánto aprendió el participante, cómo integró la nueva información y generan un compromiso para la acción. Y por otro lado puede ser también una perfecta evaluación del desarrollo del taller para que se pueda mejorar en el desempeño.</p>

Al iniciar la intervención con el grupo hay que tener en consideración los siguientes puntos:

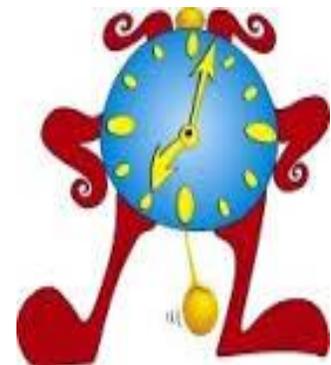
-  **Asegúrate de haber comprendido la secuencia del taller y tener seleccionadas las dinámicas a trabajar según el grupo al cual te diriges.**
-  **Prepara todos los materiales y equipos que requieras según las dinámicas seleccionadas**
-  **Asegúrate de tener un espacio amplio que te permita desarrollar las dinámicas con los participantes.**
-  **De preferencia utiliza sillas de fácil desplazamiento.**
-  **Recuerda hacer firmar a los participantes su asistencia y completar los datos necesarios.**
-  **Aprovecha el momento para colocarles una identificación.**
-  **Relájate y vocaliza algunas palabras antes de hablar, de manera que te muestres sereno.**
-  **Utiliza un lenguaje apropiado al grupo al que te diriges, cuanto más claro y preciso, mejor.**

## INICIO DEL TALLER DE CAPACITACIÓN

### ANIMACIÓN

Se inicia la intervención realizando una cordial bienvenida al grupo donde se reconoce la importancia de su presencia y la disposición de brindar su tiempo. También es importante Presentar la intención de la actividad y cómo se llevará a cabo.

posteriormente se realiza una actividad “rompe hielo” para lograr un clima de cordialidad. Y para esto aquí hay dos ejemplos para dar inicio a la sesión.



#### Saludando con nuestro cuerpo

**Materiales:** Espacio libre

- ❖ Se invita a los participantes a incorporarse a esta dinámica.
- ❖ **Se divide el grupo** en dos sub grupos con la misma cantidad de miembros.
- ❖ A los miembros del primer subgrupo se le debe **asignar números** del uno hasta el que se necesite, según la cantidad de integrantes (repetiendo esto con el otro subgrupo).
- ❖ cuando los participantes escuchen su número **deben correr al centro del aula, decir su nombre y saludarse con la parte del cuerpo** que el moderador mencione.

Por ejemplo las siguientes:

**Cabeza- Hombro- Codo -Rodilla -Pie-Talón-  
Mano- -Pulgares- Espalda- Cadera-Palmas-  
Brazo- Pierna- Cabello- Meñique**

- ❖ cuando todos hayan pasado volverán a su sitio.

#### Presentación de otras personas con la telaraña

**Materiales:** bola de hilo o cuerda.

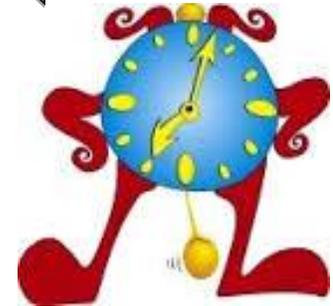
- ❖ Las y los participantes se colocan en un círculo y se entrega a una persona una bola de hilo; esta se queda con la punta del hilo y lanza la bola a otra persona que conozca bien y la presenta. La acción se repite de la misma manera hasta que todo el grupo queda enlazado en una especie de telaraña.
- ❖ Después hay que hacer el proceso inverso, devolviendo la bola, expresando las expectativas frente al taller.

## DURANTE EL TALLER DE CAPACITACIÓN

### MOTIVACIÓN

Después de que el grupo se conoce (con la actividad anterior), el siguiente paso es que puedan expresar lo que saben del tema. Para ello, se hace la propuesta de dos actividades que podrán permitir reconocer los conocimientos que el grupo posee y generar expectativas en el grupo sobre el tema en base a sus experiencias.

Puedes realizar cualquiera de los dos ejemplos; escogiendo la grupo y estos son:



#### ¡Qué dilema!

**Materiales:** Hojas con un dilema para cada grupo, Papelógrafos, plumones.

- ❖ Se divide a los participantes en grupos de 4 ó 5 miembros.
- ❖ A cada grupo se le entrega un dilema.
- ❖ Se les pide que lo lean y deberán responder a unas preguntas en relación a él, en un máximo de 10 minutos.(por ejemplo)

- Qué situación presenta
- Quienes intervienen en la historia
- De qué forma actúan los personajes
- Por qué consideras que tienen esa actitud

- ❖ Las respuestas de las preguntas se escriben en un papelógrafo. Las cuáles serán expuestas y explicadas por un representante del grupo frente a los demás.

#### Optimista-Pesimista

**Propósito:** Este ejercicio busca promover la discusión de puntos de vista contradictorios.

- ❖ **Cómo se hace:** Se seleccionan dos personas voluntarias: una será pesimista, la otra será optimista. Se plantea el tema y cada cual debe pensar en argumentos (optimistas/pesimistas) para defender su posición. Al iniciar la discusión cada cual debe tratar de ganar adeptos/as a su posición, haciendo preguntas e involucrando a la plenaria a participar.
- ❖ **Importante:** Durante la discusión el facilitador escribe en tarjetas los argumentos de los dos frentes sobre el tema. Esta visualización sirve para una discusión final.

NOTA: Esta actividad depende de la espontaneidad y jocosidad con la que se desenvuelva, así como de la rapidez de los voluntarios, quienes deben manejar muy bien el tema en discusión.

## DURANTE EL TALLER DE CAPACITACIÓN

### APROPIACIÓN

En este punto se espera que ya el grupo haya quedado sensibilizado sobre el tema, asimismo ha tenido oportunidad de expresar lo que sabe y piensa al respecto. Partiendo de ello es necesario que la información que ya existe se complemente para lograr un mejor conocimiento y utilidad de la misma; permitiendo así ser un agente de cambio.

En esta atapa se debe demostrar al grupo, la buena preparación y manejo del tema del capacitador o moderador. Para ello es esencial que este se encuentre preparado con antelación, estudie e investigue lo necesario.

Aquí se trata de realizar una exposición dialogada del tema, por lo que es importante promover el intercambio de opiniones e ideas de parte del grupo.



## PARA FINALIZAR EL TALLER

### EVALUACIÓN

En este momento el grupo ya cuenta con información importante, nueva y que complementa el conocimiento previo; es por ello la importancia de asegurar que las ideas claves hayan sido bien trabajadas.

Al hablar de evaluación no necesariamente es llenar una serie de preguntas rigurosas y tediosas; si no, por el contrario podemos hacerlo de forma participativa y dinámica con el equipo; esto permitirá evaluar el contenido de una manera ágil y amena. Por ejemplo se pueden utilizar una de estas actividades:

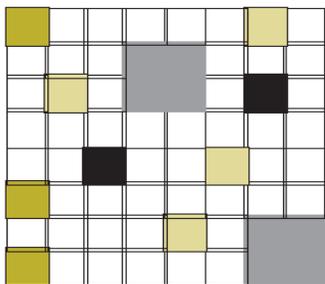
**20 minutos**



#### Ludo

**Materiales:** Juego de mesa • 1 dado por grupo • Tarjetas

- ❖ Se forman grupos de 5 participantes, empieza el que obtiene el mayor valor del dado en un primer tiro.
- ❖ Los símbolos de “?” corresponden a una pregunta y el jugador deberá leer una tarjeta y seguir las instrucciones. Los símbolos de “B” corresponden a una tarjeta de reconocimiento por lo aprendido.
- ❖ Es importante que todos lleguen a la meta, ya que así todos comprueban lo que han aprendido.
- ❖ Mientras juegan, es significativo participar un momento con cada grupo; de esta manera observar cómo van respondiendo a las preguntas.



#### A la pega

**Materiales:** • 1 bolsa • papeles con preguntas

- ❖ De forma ágil y dinámica los participantes corren por el ambiente evitando ser atrapado por quien la lleva.
- ❖ Un participante (A) es elegido previamente para llevarla y ser el que cargue con una bolsa de preguntas.
- ❖ Cuando A atrape a cualquiera del grupo, todos paran de correr y escuchan la pregunta que el atrapado escoja de la bolsa.
- ❖ Si A responde correctamente le entrega a B la bolsa y este se convertirá en A.
- ❖ Si la responde erróneamente debe seguir corriendo hasta atrapar a otra persona.
- ❖ Observa si todos han tenido la oportunidad de participar, de no ser así es importante intervenir y cambiar al participante A.

## PLAN DE CAPACITACIÓN

**Participantes:** Equipo institucional de la gerencia de relaciones comunitarias NaturAceites S.A.

**Lugar:** Fray Bartolomé de las Casas Alta Verapaz.

**Horario:** de 9:00 am a 4:00 pm

**Facilitadora:** practicante de trabajo social con énfasis en gerencia para el desarrollo.

**Objetivo General :** Fortalecer al equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. en la ejecución y conocimiento del tema Responsabilidad Social Empresarial

Actividad	Metodología	Recursos	Duración
<b>Animación</b> <b>Actividad “rompe hielo”</b>	Para romper el hilo de la actividad se iniciara una dinámica la cual se titula: Saludando con nuestro cuerpo. (anexos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio libre</li> <li>• Tarjetas con partes del cuerpo para elegir a la zar</li> <li>• Recipientes para las tarjetas</li> </ul>	<b>15 minutos</b>
<b>Motivación</b> <b>Conocimientos previos</b>	Es importante Previo a iniciar de lleno con los contenidos que conocimientos previos existen en el grupo. Para esto se realiza una reflexión a través de la actividad “optimista-Pesimista”.(nexos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de cómputo</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Usb</li> <li>• Tarjetas</li> <li>• Sillas</li> </ul>	<b>25 minutos</b>
<b>Apropiación</b> <b>Marco teórico</b>	A través de la técnica expositiva se desarrollan cada uno de los temas y sub temas que contiene el capítulo I que son: ¿Qué es responsabilidad social empresarial? un nuevo enfoque de responsabilidad social Empresarial Objetivos importantes para las empresas Pirámide de responsabilidad social empresarial 7 ejes de la responsabilidad social empresarial Gobernabilidad Publico interno Proveedores Mercadeo Medio ambiente Comunidades Política Pública Beneficios de la responsabilidad social empresarial Se utiliza la técnica de lluvia de ideas (anexos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• presentación powerpoint</li> <li>• Computadora</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Tarjetas</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Pizarra</li> <li>• Carteles</li> </ul>	<b>3 horas</b>

## ALMUERZO

<p><b>Apropiación Acciones de responsabilidad social empresarial a implementar en NaturAceites S.A.</b></p>	<p>A través de la técnica expositiva se desarrollan cada uno de los temas que contiene el capítulo II. Aquí se presentan las acciones que deberán realizar para realizar una intervención estratégica en el tema</p> <p style="text-align: center;">Estructura operativa de NaturAceites S.A.</p> <p style="text-align: center;">Principales ejes de intervención</p> <p>Gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.</p> <p>Acciones que debe implementar la gerencia de relaciones comunitarias en el tema de responsabilidad social empresarial</p> <p>Acciones a implementar en tema de salud</p> <p>Acciones a implementar en tema de educación</p> <p>Acciones a implementar en tema ambiental</p> <p>Acciones a implementar en tema de desarrollo comunitario</p> <p>¿A quiénes debe dirigir su intervención en responsabilidad social empresarial la gerencia de relaciones comunitarias?</p> <p>Se realizara una comparación con la actividad anterior para ver coincidencias y relación de lo que se propone.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación powerpoint</li> <li>• Computadora</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Tarjetas</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Pizarra</li> <li>• Carteles</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>2:30 horas</b></p>
<p><b>Evaluación ¿Que hemos aprendido?</b></p>	<p>Para concluir con la actividad es importante realizar una retroalimentación de lo aprendido, y que a la vez nos sirva como evaluación para identificar cuanto han aprendido con la actividad "ludo". (anexos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos de mesa</li> <li>• Dados</li> <li>• Tarjetas con preguntas</li> <li>• Recipientes para las tarjetas</li> <li>• Instructivos de juego</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>20 minutos</b></p>
<p><b>Refacción y Despedida</b></p>			

## **CONCLUSIÓN**



Sin duda el tema de la responsabilidad social empresarial significa un reto para las empresa; ya que su concepto es muy amplio, además de existir una línea muy fina entre la filantropía que debe cuidarse. La RSE abarca siete ejes de acción en los que las empresas deben trabajarse manera activa: gobernabilidad, público interno, proveedores, mercadeo, comunidades, medioambiente y política pública.

Para adoptar esta práctica, y para aplicarla se recomienda llevar un orden lógico: de lo interno a lo externo de la empresa. La empresa debe tomar como base de su estrategia de RSE el cumplimiento del régimen legal y el respeto a sus colaboradores, para luego trabajar en aspectos externos. El contraste entre las dimensiones interna y externa es muy importante.

Este documento está orientado a guiar la implementación comunitaria del tema responsabilidad social empresarial por la gerencia de relaciones comunitarias, hacia la población vulnerable con poco acceso a los servicios básicos y condiciones mínimas para una buena calidad de vida familiar; representa una oportunidad para salir del ciclo de la pobreza y pobreza extrema.

La relación siempre debe ser ganar-ganar ya que la empresa no puede desarrollarse y ser sostenible si a su alrededor no existe bienestar comunitario. Es por ello la importancia de la intervención que se realice; esta debe ser de calidad, contextualizada, con pertinencia cultural y de beneficio común.

Esta guía se orientó a contribuir en el trabajo que se debe realizar por equipo y da algunas pautas importantes en su intervención y la teoría contribuye a empoderar al equipo de lo que significa he implica el tema responsabilidad social empresarial.



# ANEXOS

### **DINÁMICA ANIMACIÓN:**

“Saludando con nuestro cuerpo” la actividad se realizara dividiendo al grupo en partes iguales y asignando un número a los miembros del primer subgrupo del uno hasta el que se necesite, repitiendo lo mismo con el otro subgrupo. Lo que deben hacer es correr al centro del aula, al escuchar decir su nombre y saludarse

Lo interesante es que el moderador indicara con que parte del cuerpo deben saludarse.



### **DINÁMICA MOTIVACIÓN:**

Actividad “optimista-Pesimista”. Este ejercicio busca promover la discusión de puntos de vista contradictorios. Para iniciar se seleccionan dos personas voluntarias: una será pesimista, la otra será optimista. En torno al tema RSE y cada cual debe pensaren argumentos (optimistas/pesimistas) para defender suposición



### **DINÁMICA APROPIACIÓN PARTE I:**

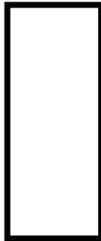
Se utiliza la técnica de lluvia de ideas para conocer los puntos de vista del equipo, esto con la finalidad de poder realizar una reflexión con el equipo acerca de lo amplio que es el concepto de RSE, poder compartir experiencias y una pequeña evaluación sobre que hay que mejorar, implementar, cambiar y agregar en sus actividades. Lo cual se expondrá para que todos conozcamos el sentir del equipo.



### **DINÁMICA EVALUACIÓN:**

Actividad “ludo”. Para realizarlo se realizara la siguiente actividad: Se forman grupos de 5 participantes, empieza el que obtiene el mayor valor del dado. Los símbolos de “?” corresponden a una pregunta y el jugador deberá leer una tarjeta y seguir las instrucciones. Los símbolos de “B” corresponden a una tarjeta de reconocimiento por lo aprendido. Todos deben llegar a la meta así todos comprueban lo que han aprendido.





RESULTADO NÚMERO **2**

### **5.3 Fase III, Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.**

#### **5.3.1 Resultados previstos**

- a) Se ha realizado socialización de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial realizada.
- b) Se ha realizado la validación correspondiente del documento final de la responsabilidad social empresarial realizada.
- c)

#### **5.3.2 Indicadores de éxito**

- Guía metodológica de responsabilidad social empresarial socializada y validada por el jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.

#### **5.3.3 Resultados no previstos**

- a) Se realizaron correcciones y agregados a la base de datos creada para la gerencia de relaciones comunitarias para su mejor aprovechamiento y funcionalidad.
- b) Colaboración en organización de primeros detalles de segunda edición de la carrera 10km organizada por NaturAceites S.A.

#### **5.3.4 Actividades**

- a) Se coordina revisión final de guía por el jefe regional para su valoración, coherencia y funcionalidad para la empresa.
- b) Validación de la guía por el equipo de NaturAceites S.A., mediante carta extendida por jefe regional.
- c) Presentación de avances de la PPS II a la persona enlace.

#### **5.3.5 Informe proceso de validación del documento**

La validación se llevó a cabo el día 28 de abril del año 2014 en la Oficina franja transversal del norte relaciones comunitarias NaturAceites S.A.

### **Objetivos de la actividad:**

- ❖ Que el documento pueda evaluado según criterios importantes para el equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. sobre el tema responsabilidad social empresarial lo que permitirá mejorar su intervención.
- ❖ Que el documento pueda ser considerado como herramienta útil institucional.
- ❖ validar la guía metodológica de responsabilidad social empresarial elaborada como parte del proyecto de PPS, de la universidad Rafael Landívar.

### **Desarrollo de la actividad:**

- ❖ El proceso se inició presentando el documento final para evaluación al jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias; dando siempre a conocer cuáles eran los objetivos de la validación y que este se constituye como una de los resultados planteados en la intervención profesional.
- ❖ este proceso se realizó una revisión minuciosa del documento en la cual se pudieron valorar aspectos como: pertinencia, coherencia, funcionalidad, relevancia para la empresa y si el mismo pudiera ser tomada en cuenta como parte de la caja de herramientas para la empresa.
- ❖ Criterios que fueron calificados de forma satisfactoria ya que se validó el documento mediante una carta de validación extendida por la empresa que le dio peso al proceso y hace mención que la misma es funcional en base la propuesta de intervención realizada.

### **Aspectos relevantes:**

- ❖ El jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias se mostró satisfecho del documento indicando que por medio de él se lograría fortalecer al personal.

- ❖ Fue importante saber que para la empresa fue de mucha importancia que el documento pudiera tratar temas de mucha importancia para el trabajo que se realiza, como responsabilidad social empresarial incluyendo la selección de participantes, metodología y formas de intervención.
- ❖ El proceso se desarrolló adecuadamente contando con la valiosa colaboración del jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias.
- ❖ El apoyo del jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias fue fundamental para el desarrollo adecuado de esta actividad.
- ❖ Después de este proceso se dio conocer de forma rápida al equipo que y ase contaba con el documento validado lo que permitió conocer que el documento era bien recibido por todo el personal ya que no contaban con un documento de apoyo en la intervención.

### **Conclusiones:**

- ❖ Fue una propuesta bien recibida y de mucha ayuda para la gerencia de relaciones comunitarias ya que permitirá la adquisición de nuevos conocimientos y se espera que estos sean replicados en campo a través de la aplicación de la metodología propuesta.
- ❖ El proceso de validación se realizó satisfactoriamente, se contó en todo con el apoyo y colaboración tanto del jefe regional como de todo el personal en general.
- ❖ Este proceso contribuye a responder a las debilidades identificadas en la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. en el proceso de Responsabilidad Social Empresarial contribuyendo con ello al fortalecimiento del equipo y la intervención comunitaria.

## Carta de Validación



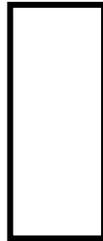
Fray Bartolomé de las casas, alta Verapaz

Abril 28 año 2014

Por medio de la presente se hace constar que se realizó *validación de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial elaborada* por la estudiante de la licenciatura en trabajo social Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle carnet 20855-08, como resultado del proyecto de intervención "Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para NaturAceites S.A", la validación se realizó por medio de revisión minuciosa del documento valorando aspectos como pertinencia, contextuales, responde a los intereses de la empresa y el tema responsabilidad social empresarial; por lo que en base a ello se identificó su funcionalidad e importancia para la realización de trabajo eficiente; por lo que el mismo se constituye como herramienta de esta institución.

VoBo   
Ing. Francisco Barrientos  
NaturAceites S.A.  
Enlace Organizacional

 NaturAceites, S.A.  
JEFATURA REGIONAL  
RELACIONES COMUNITARIAS  
FTN-PETEN



RESULTADO NÚMERO **3**

## **5.4 Fase IV, Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial.**

### **5.4.1 Resultados previstos**

- a) Coordinación con equipo de NaturAceites S.A., para realización de taller de capacitación.
- b) Plan de capacitación aprobado por la persona enlace.
- c) Taller de capacitación realizado con el equipo de NaturAceites S.A.

### **5.4.2 Indicadores de éxito**

- Taller de capacitación realizado con equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.

### **5.4.3 Resultados no previstos**

- a) Colaboración en búsqueda de información importante de sala situacional en prestadoras de salud sobre nueva área de proyección de la empresa que es la comunidad los Naranjales jurisdicción municipal de Fray Bartolomé de las casas; donde próximamente se construirá una planta extractora.

### **5.4.4 Actividades**

- a) Coordinación para la fecha y logística de la actividad con el equipo de NaturAceites S.A.
- b) Elaboración del plan de capacitación y material a utilizar.
- c) Revisión y aprobación del plan de capacitación.
- d) Coordinación con la persona enlace para el adecuado desarrollo de la capacitación.
- e) Coordinación para la utilización de equipo tecnológico y alimentación durante el taller.
- f) Preparación de material didáctico a utilizar en la capacitación.

#### **5.4.5 Informe de proceso Taller de capacitación**

##### **Capacitación guía metodológica de responsabilidad social empresarial**

La capacitación se llevó a cabo el día 22 de mayo del año 2014 en la Oficina franja transversal del norte relaciones comunitarias NaturAceites S.A.

##### **Objetivos de la actividad:**

- ❖ Contribuir al fortalecimiento del equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. en la aplicación del tema responsabilidad social empresarial.
- ❖ Capacitar al equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. sobre el sistema responsabilidad social empresarial lo que permitirá mejorar su intervención.
- ❖ Compartir la guía metodológica de responsabilidad social empresarial elaborada como parte del proyecto de PPS, de la universidad Rafael Landívar.

##### **❖ Desarrollo de la actividad:**

##### **Inicio**

- ❖ El taller inicio con la bienvenida a cargo del ingeniero Francisco Barrientos y presentación de objetivos del taller, para continuar con la presentación del equipo técnico de la gerencia y parte administrativa.

##### **Actividad rompe hielo**

- ❖ Como segundo punto se realizó la actividad titulada: saludando con nuestro cuerpo, con el propósito de predisponer al equipo con buena actitud.

##### **Expectativas y actividad de motivación**

- ❖ El punto tercero del taller consistió en la realización de la actividad “optimista – pesimista” que dio la oportunidad de identificar conocimientos previos por el grupo.

❖ Posteriormente se realizó la presentación de expectativas por cada uno de los técnicos, utilizando una lluvia de ideas en la cual cada participante del taller escribió en una tarjeta sus expectativas en relación a los objetivos de la actividad y luego fue compartida con el resto del grupo, la realización de esta actividad fue realizada con la finalidad de evaluar si al final del taller estas habían sido cumplidas, siendo además una forma de evaluación al alcance de objetivos previstos para la realización del taller.

❖ **Normas de Convivencia**

Antes de iniciar la temática del taller se establecieron normas de convivencia con la finalidad que la actividad se desarrollara sin distracciones de parte de los participantes y manteniendo el respeto y toleración hacia los demás.

**Exposición del tema “Responsabilidad Social Empresarial”**

Por medio de una presentación se dio a conocer a los participantes del taller significados, características, aspectos que implica, dimensiones que abarca el tema de “responsabilidad social empresarial” el funcionamiento, importancia y beneficios de su aplicación.

Los temas expuestos fueron:

¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

Un nuevo enfoque de Responsabilidad Social Empresarial

Objetivos importantes para las empresas

Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial

7 ejes de la Responsabilidad Social Empresarial

Gobernabilidad

Publico interno

Proveedores

Mercadeo

Medio ambiente

Comunidades

Política Pública

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Luego de la hora de almuerzo se inició la segunda fase del taller que consistió en la explicación de la propuesta de aplicación y metodología que debe realizarse en el tema de Responsabilidad Social Empresaria por parte de la gerencia de relaciones comunitarias; como encargados de la ejecución del tema.

Los temas abordados en esta fase fueron:

Estructura operativa de NaturAceites S.A.

Principales ejes de intervención

Gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.

Acciones que debe implementar la gerencia de relaciones comunitarias en el tema de Responsabilidad Social Empresarial

Acciones a implementar en tema de Salud

Acciones a implementar en tema de Educación

Acciones a implementar en tema ambiental

Acciones a implementar en tema de desarrollo comunitario

¿A quiénes debe dirigir su intervención en Responsabilidad Social Empresarial la gerencia de relaciones comunitarias?

Metodología

### **Evaluación**

Para realizar este proceso se realizó la actividad “ludo” como aspecto de retroalimentación de lo aprendido y poder identificar la apropiación del tema por parte del equipo; esto generó en el equipo mucha expectativa y buena participación ya que les pareció una forma creativa de poder aplicar o exponer lo aprendido anteriormente.

### **Conclusión y despedida**

Para concluir cada participante externo sus conclusiones del evento y los conocimientos adquiridos, además de expresar si sus expectativas habían sido

cumplidas, mostrándose satisfechos de la actividad y resultados de la misma.

**Aspectos relevantes:**

- ❖ El equipo técnico y administrativo se mostraron satisfechos del evento indicando que por medio de él, fortalecieron y adquirieron nuevos conocimientos.
- ❖ Durante el evento fue posible tratar temas de mucha importancia para el trabajo de los que se realiza, como responsabilidad social empresarial incluyendo la selección de participantes, metodología y formas de intervención.
- ❖ La actividad se desarrolló adecuadamente contando con la valiosa participación activa del equipo que conforma la gerencia de relaciones comunitarias.
- ❖ El apoyo del encargado de la gerencia fue fundamental para el desarrollo adecuado de la actividad, tanto de logística como en la exposición de temas durante el taller.
- ❖ Durante la realización del taller fue posible la socialización con toda la gerencia de la guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial elaborada como resultado del proyecto de Práctica Profesional Supervisada.

**Conclusiones:**

- ❖ Los equipos técnicos adquirieron nuevos conocimientos y se espera que estos sean replicados en campo a través de la aplicación de la metodología propuesta
- ❖ El taller de capacitación se realizó satisfactoriamente, se contó en todo momento con la atención y buena disposición del equipo técnico y administrativo de la gerencia, haciendo de esta manera amena la exposición y comprensión de los temas.

- ❖ La realización del taller de capacitación responde a las debilidades identificadas en la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. en el proceso de Responsabilidad Social Empresarial contribuyendo con ello al fortalecimiento del equipo y la intervención comunitaria.

## **5.5 Fase V, Informe Final**

### **5.5.1 Resultados previstos**

- a) Recopilación de información final, cartas, constancias, bitácora, fotografías y medios de verificación.
- b) Sistematización y análisis del proceso de PPS II.
- c) Redacción y presentación del informe final.

### **5.5.2 Indicadores de éxito**

- a) Informe final de práctica profesional supervisada revisado y aprobado por el supervisor de PPS II.
- b) Informe final y proceso de PPS socializado con el equipo de NaturAceites S.A.

### **5.5.3 Actividades**

- a) Análisis y recopilación de información.
- b) Revisión de informes mensuales y bitácora de PPS.
- c) Revisión y análisis de los resultados previstos.
- d) Presentación de primer borrador de informe final.
- e) Correcciones informe final.
- f) Impresión de documento final con las correcciones indicadas.

## **5.6 Fase VI, socialización de resultados del proyecto de intervención**

### **5.6.1 Resultados previstos**

- a) Se ha coordinado y desarrollo una sesión de socialización de resultados con el equipo de NaturAceites S.A.
- b) El equipo NaturAceites S.A., conoce los resultados del proceso de práctica profesional supervisada.

### **5.6.2 Indicadores de éxito**

- El equipo de NaturAceites S.A., conoce los resultados del proyecto de intervención y aprueba el proceso de práctica profesional supervisada.

### **5.6.3 Actividades**

- a) Coordinación para socialización de resultados con persona enlace.
- b) Convocatoria al equipo de NaturAceites S.A.
- c) Organización y logística de la actividad.
- d) Preparación de materiales y presentación para socialización del proyecto.

## **CAPÍTULO VI**

### **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

## CAPITULO VI

### 6. Análisis y discusión de resultados

#### 6.1 Introducción

El Trabajo Social se proyecta hacia personas que interactúan con la problemática que se encuentra en su entorno. En tanto que interviene en la resolución de problemas en las relaciones humanas se enfrenta a situaciones complejas ya que es una profesión que tiene como finalidad poder contribuir al desarrollo e incremento del bienestar social y la calidad de vida de seres humanos en situación de vulnerabilidad, promoviendo la posibilidad de una sociedad justa, mediante el incremento de las potencialidades individuales y comunitarias.

Para ello cuenta con una caja de herramientas, metodologías y técnicas que permiten no solo la comprensión de estos problemas sociales, sino también brinda estrategias para la intervención de los mismos y con capacidad para el enfrentamiento de desafíos que hoy están marcados por la globalización

Es importante indicar que las actividades profesionales no se limitan a un solo sector, si no por el contrario su proyección puede reflejarse en diversas áreas o ámbitos de desempeño tanto en organizaciones locales, organismos internacionales, administración pública, universidades, empresa privada y en el marco del tercer sector, que es un nuevo escenario de desempeño,

En línea con lo expuesto se infiere que, Guatemala es uno de los países más desiguales del mundo, especialmente en relación a las niñas, niños y adolescentes quienes, a pesar de representar el 48 por ciento de la población total del país padecen las mayores inequidades. La inversión pública para este segmento poblacional apenas representa el 3.2% alrededor del 20% del presupuesto de egresos de la nación. En otras palabras, el Estado invierte diariamente, en promedio, medio dólar (cuatro quetzales) en cada niño, niña o adolescente para asegurar sus derechos.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> UNICEF. (2011). Rezago municipal Guatemala más allá de los promedios nacionales.

Con base a la anterior reflexión el proceso de práctica profesional supervisada contemplo la intervención en la empresa NaturAceites S.A. como un espacio nuevo de inserción, incidir desde una área como la responsabilidad social empresarial. Espacio poco explorado y que invita a nuevos aprendizajes.

La intervención realizada en este proceso fue directamente en la gerencia de relaciones comunitarias región FTN de la empresa NaturAceites S.A. esto en virtud que ellos son los responsables como gerencia de responsabilidad social empresarial, que se define como una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de la empresa, bienestar general y desarrollo sostenible del país<sup>12</sup>.

Se determinó esencial participar técnicamente en este espacio, consiente de la importancia de incidir de forma estratégica como medio para garantizar los resultados de los programas y proyectos; para llegar a la población vulnerable y con mayor desigualdad de oportunidades, en el área de influencia.

La práctica de profesional supervisada fue realizada en dos fases y permitió la ejecución del proyecto denominado “elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para NaturAceites S.A.”, en respuesta a la necesidad identificada que es la “debilidad de la gerencia de relaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial”, planteando y ejecutando tres resultados importantes que permitieron contribuir a la disminución de la misma en el equipo técnico.

El proyecto de PPS inició con la elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial para el equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., de acuerdo a las debilidades identificadas y en respuesta a la necesidad de reforzar el conocimiento, a efecto de empoderar al equipo en metodología innovadora. Para ello se realizaron actividades que propiciaron el

---

<sup>12</sup> NaturAceites S.A. (2012). Informe de sostenibilidad.

cumplimiento de un primer resultado vinculado a de preparación como fue la investigación documental, así como análisis de la información recabada, sesiones de socialización y aprobación de contenidos a incorporar en el documento.

El segundo resultado fue la validación de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial para el equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A ya elaborada, consistió en un proceso de revisión, valoración y funcionalidad del contenido para la empresa realizado por el jefe regional de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., quien entregó el documento de validación del material, el último momento fue la realización de un taller de capacitación con la finalidad de compartir la guía de responsabilidad social empresarial.

El proceso implementado en el proyecto, permitió el alcance exitoso de los resultados previstos y con ello se contribuyó al mejoramiento de conocimientos en el equipo de la gerencia de relaciones comunitarias y al fortalecimiento en la intervención comunitaria sobre responsabilidad social empresarial. De igual forma permitió dejar una aporte para NaturAceites S.A., reconocido por el equipo en el proceso de socialización y reflejado en la evaluación cualitativa realizada, además la validación de la guía que reconoce la importancia y muestra la aprobación al trabajo realizado, evidenciando con ello que el proyecto respondió a una necesidad identificada y contribuyó a superar y disminuir las debilidades del equipo, en el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial.

## **6.2 RESULTADO I**

### **Formulación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.**

#### **6.2.1 Introducción**

En términos generales una guía se define como la orientación hacia un objetivo específico, puede ser utilizada según el contexto en el que se desea intervenir, en este sentido para funcionalidad del equipo de relaciones comunitarias de

NaturAceites S.A. y para su fortalecimiento se utilizó la guía, como medio para orientar la intervención de la responsabilidad social empresarial.

El proceso de elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, se realizó en respuesta a la problemática identificada, en el diagnóstico previo que se ejecutó en el la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. identificando debilidades en el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial; aspecto que evidenció la necesidad de construir una herramienta de trabajo y de consulta que sirviera de soporte a la gerencia para su intervención posterior.

La guía de responsabilidad social empresarial constituye el primer resultado de la intervención de la práctica profesional supervisada y la misma fue elaborada en los meses de febrero y marzo, respondiendo de esta forma a las necesidades identificadas y constituyéndose como un documento de base, para el quipo en tema de responsabilidad social empresarial.

La guía metodológica de responsabilidad social empresarial contiene importante información sobre conceptos básicos de responsabilidad social empresarial, esto en virtud que se determinó que la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., no tenían comprensión de los mismos, además de ello también aborda propuestas metodológicas de intervención y temas a implementar por la población según el escenario , esto debido a la necesidad de reforzar el conocimiento e innovación de las practicas considerando que ellos expresan que no han logrado la comprensión total en los procesos de capacitación y necesitan un documento de apoyo.

Esta etapa es la parte clave del proceso de práctica profesional supervisada ya que la elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial se constituye como la respuesta inmediata a la problemática identificada y tiene como finalidad fortalecer la débil comprensión del concepto de responsabilidad

social empresarial, que existe la carencia sobre un documento guía de responsabilidad social empresarial y la Inexistencia de metodologías para la realización de proyectos dentro del mismo orden.

### **6.2.2 Antecedentes de la organización en la elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.**

NaturAceites S.A., a través de la gerencia de relaciones comunitarias interviene en las comunidades en su área de influencia con implementación de proyectos y programas sociales de responsabilidad social empresarial, como una contribución activa al mejoramiento y desarrollo de las mismas.

En su concepción el tema responsabilidad social empresarial se consideraba solo como una forma de filantropía y “donar dinero” para incidir en la sociedad; en la actualidad la visión ha cambiado demostrando que la filantropía es aceptable pero de ninguna forma, podría ser suficiente para que un país pueda dar un salto al desarrollo y se mejore la calidad de vida.

Dentro de este sistema de implementación, el personal cumple una función clave ya que a la hora de decidir de qué forma la empresa puede tener un impacto positivo para la sociedad, se abre una gama de posibilidades para realizar intervención. Para lo cual es importante contar con conocimientos en primer lugar sobre “responsabilidad social empresarial” y en segundo lugar de como llevar a la práctica, que metodologías utilizar, y con teoría fundamentada.

NaturAceites S.A. a pesar de contar con área específica para el seguimiento y a la responsabilidad social empresarial no contaba con una guía que dirigiera el proceso, con un documento de soporte , técnico/ administrativo, como base teórica y metodológica.

### **6.2.3 Análisis del proceso**

Como primera fase en la implementación del proyecto de práctica profesional supervisada se encuentra la elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, se consideraron necesidades surgidas, sostenidas con el jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias. Para realizar su construcción fue necesario realizar investigación documental sobre la fundamentación del tema, el análisis de la información fue consolidada para obtener una construcción y secuencia de la misma.

Cabe destacar que fue necesaria la elaboración de un diseño y plan de contenidos, haciendo énfasis en la necesidad de una guía amigable y contextualizada a la gerencia de relaciones comunitarias se identificó el perfil, buscando que el documento tuviera una estructura apta y un lenguaje entendible, aspectos que se contemplaron para su motivación, lectura y utilización. Posteriormente se inició la redacción y diseño, el cual fue revisado por jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias, proceso en el cual se identificaron ajustes e inclusiones, previos a la impresión final del documento.

### **6.2.4 Resultados obtenidos**

Mediante la elaboración de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial los resultados obtenidos se reflejan en el documento impreso que será soporte para la gerencia en la aplicación y ejecución de proyectos socialmente responsables, en las comunidades que se encuentren en su área de influencia, con ello se estaría respondiendo a la problemática identificada y sentida por la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.

En este sentido el resultado será de apoyo al equipo, obteniendo información de calidad, además que contribuye a mejorar la intervención de la gerencia, con lo cual se estaría apoyando no únicamente a la parte interna, sino también al área externa de la misma; esto por medio de una ejecución eficiente que contribuye a la obtención de resultados y reducción de recursos y tiempo.

El equipo de relaciones comunitarias son los beneficiarios directos de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, quienes contando con el documento tendrán la facilidad de consultarlo en el momento de existir dudas, retroalimentar conocimientos o aplicación de metodología en la implementación de programas y proyectos de intervención social. Es un apoyo a la empresa ya que podrá ser utilizada para la inducción de nuevo personal, permitiendo así la facilidad de inserción de los mismos.

## **6.3 RESULTADO II**

### **Validación de guía metodológica de responsabilidad social empresarial, por jefe regional de relaciones comunitarias**

#### **6.3.1 Introducción**

La validación hace referencia al efecto de dar firmeza y aprobación a la construcción y elaboración de un documento enfatizando si el mismo es apropiado, contextualizado y de utilidad para quienes fue creado, y con base a ello dar fidelidad, que el mismo será adoptado para su puesta en marcha.

El proceso de validación de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial se constituye como el resultado número dos del proceso de intervención, la cual se llevó a cabo posteriormente al contar con el documento final de la guía; en la cuarta semana del mes de mayo.

Mediante revisión minuciosa del documento de parte del jefe regional FTN de la gerencia de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. se llevó a cabo este proceso, que permitió a la empresa valorar la pertinencia de la misma; lográndose de forma satisfactoria. Este es de relevancia, ya que le asegura no solo al documento sino también a la intervención, el que sea reconocido institucionalmente como una herramienta de trabajo.

### **6.3.2 Antecedentes de la organización en la validación de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial**

Este proceso es una experiencia nueva para la empresa; esto derivado a que no contaban con un documento físico de soporte para su intervención, como ahora lo es la guía metodológica de responsabilidad social empresarial; por lo que el validar un documento institucional no se ha realizado en otro momento.

Este proceso beneficia al equipo de relaciones comunitarias de forma directa pero también a la empresa y la población en su área de influencia; ya que no se contaba con un documento en el contexto de la población, en el perfil del personal, en el tema en específico que se trabaja, e intervención de la empresa en el área.

### **6.3.3 Análisis del proceso de validación**

El proceso de validación surge posteriormente a la elaboración y construcción de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, la cual fue entregada en formato final al jefe regional FTN para su debida revisión y validación ya que la misma se constituiría como base para la ejecución del tercer resultado del proceso de práctica profesional supervisada que es el empoderamiento del equipo mediante un taller de capacitación del documento creado y validado por la empresa.

El documento fue revisado y expresaron aspectos importantes a resaltar como que vieron que el contenido es importante y toca temas que necesitan reforzar que la metodología ahí propuesta es funcional y posible de ejecutar, que tiene coherencia y esta contextualizada a la región, el personal y la empresa por lo que lo consideraron muy propio para ser agregado y reconocido como herramienta institucional; en virtud que se evaluaron aspectos que les va apoyar en la forma de abordar el tema responsabilidad social empresarial .

Seguidamente de su valoración y análisis se extendió carta de validación firmada y sellada por parte de la empresa como constancia que la misma paso por el proceso necesario además de ser reconocida ya como instrumento de trabajo en la realización de actividades.

#### **6.3.4 Resultados obtenidos de la validación**

La carta de validación extendida por el jefe regional FTN de relaciones comunitarias refleja la obtención del segundo resultado propuesto en NaturAceites S.A. Además del documento físico también es posible contar como resultado valioso, el que haya sido considerado como parte de la caja de herramientas institucionales y como posible propuesta para la gerencia para ser entregada a otras regiones del país, en donde tiene presencia NaturAceites S.A. con esta área de relaciones comunitarias ,en tema de responsabilidad social empresarial.

Validado el documento se socializó de forma rápida y solo como presentación ya que posteriormente se realizaría el taller de capacitación; pero este aspecto favoreció las expectativas del proceso ya que en el equipo, resaltaron la importancia de la guía, para mejorar el trabajo de campo, además de aprobar la estructura y contenidos de la misma, comentaron literalmente “Es un herramienta importante, de consulta y apoyo”.

## **6.4 RESULTADO III**

### **Taller de capacitación a Personal de NaturAceites S.A. sobre la guía metodológica de responsabilidad social empresarial**

#### **6.4.1 Introducción**

La capacitación es un proceso continuo de aprendizaje por lo tanto es fundamental en el proceso de fortalecimiento, ello en respuesta a las debilidades identificadas en los equipos de relaciones comunitarias, se planificó una capacitación como tercer resultado de la práctica profesional supervisada, luego de la elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial y validación de la misma, se construye la base para la los temas a capacitar.

Se consideró de importancia el proceso de capacitación porque contribuye al desarrollo personal y profesional; aspecto necesario para que la empresa cuente con personal calificado y productivo que genere los impactos esperados. De igual forma permitió dar a conocer al equipo de relaciones comunitarias, temas de responsabilidad social empresarial así como metodologías de intervención y temas para abordar para la ejecución de proyectos de inversión social contextualizados al área donde se implementen.

En consecuencia de lo anterior se pretende dejar en el equipo capacidad instalada para la eficiente intervención, que realiza la empresa porque tiene un sentido fundamental para el beneficio de la comunidades en su área de influencia, dependiendo de la calidad en la intervención que se realiza, de igual forma se verán impactos sostenibles que contribuirán al desarrollo de las personas, familias y comunidad en general. La finalizar se compartió experiencias sobre la valoración de la actividad y socialización del documento elaborado; aspecto que generó expectativa en el equipo, permitiendo contar con su atención y colaboración.

#### **6.4.2 Antecedentes**

La gerencia de relaciones comunitarias participa constantemente en capacitaciones sobre diversos temas; sin embargo, el proceso sobre su labor de responsabilidad social empresarial, implementación y metodología de intervención aspectos que contiene la guía realizada ,no se había llevado a cabo con anterioridad ; aspecto que responde a las debilidades identificadas previamente en la gerencia de relaciones comunitarias; evidenciando que los técnicos no comprendían dentro de esto , conceptos de responsabilidad social empresarial y la visión innovada para la empresa y su área de influencia.

Fue la primera oportunidad de capacitación, enfocada en la importancia de conocer el tema responsabilidad social empresarial, de hacer conciencia sobre la importancia de su trabajo y una intervención de calidad.

#### **6.4.3 Análisis del proceso**

Para la realización del taller de capacitación se inició la coordinación con la persona enlace y equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., compartiendo los objetivos del taller y la importancia del mismo. Para el desarrollo fue necesario, la elaboración de un plan que incluyó temas a impartir, tiempos, dinámicas y responsables, fue revisado y aprobado por la enlace institucional.

El taller se realizó en un día con un horario de 9:00 am 4:00 pm, organizando el tiempo en teoría de conceptos de responsabilidad social empresarial y luego metodología , explicados de forma clara contextualizada para mayor comprensión La actividad tuvo cuatro momentos importantes en el proceso: animación, motivación, apropiación y evaluación con la intención de apropiar al equipo para que fuese participativo, incluyente y de adopción de nuevos conocimiento y que pudieran poner en práctica. Lo desarrollado fue en cumplimiento de objetivos.

Los temas impartidos fueron extraídos de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, debido a que en ella fueron plasmados los temas identificados en el equipo, la capacitación es el paso final del proceso de fortalecimiento para que los equipos técnicos, mejoren su intervención.

La participación activa del equipo fue un aspecto gratificante durante el proceso ya que se evidenció el interés en el proceso siendo conscientes del aporte para el documento y el proceso de generación de conocimiento y lo que significa para su labor diaria; el mismo es una consolidación y construcción física, de la razón de ser, de la gerencia para NaturAceites S.A.

Es valioso indicar el apoyo directo que proporcionó NaturAceites S.A. en la capacitación, al brindar las condiciones adecuadas para su realización como: materiales, salón, equipo de cómputo y cañonera y alimentación para los participantes. El evento concluyó con la socialización de nuevos aprendizajes.

#### **6.4.4 Resultados**

El proceso de capacitación permitió la obtención de resultados principalmente el compartir nuevos temas con el equipo, evaluando su aprendizaje al final del taller por medio de la socialización de los nuevos aprendizajes y dinámica de juegos de meza.

Los equipos técnicos fueron los beneficiarios directos conociendo nuevos conocimientos de responsabilidad social empresarial y metodologías, sin embargo NaturAceites S.A. también se benefició, ya que este abordó contenidos necesarios en la implementación del programa, además de tener personal con capacidad, derivado de la capacitación.

Al contar con una guía metodológica de responsabilidad social empresarial validada el equipo de relaciones comunitarias esta consiente de su importancia, resaltando que no contaban con un documento de apoyo, además de conocerlo

mejor por medio de la capacitación lo que facilitará su utilizarla, ya que se han familiarizado con ella y saben de su aplicación.

El proyecto de práctica profesional supervisada “Elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para NaturAceites S.A.”, consta de 3 resultados principales, los que se planearon y ejecutaron con la finalidad del fortalecer al equipo de relaciones comunitarias, en la intervención que realizan a través de su conocimiento, sobre responsabilidad social empresarial.

El proyecto fue realizado en 5 meses y permitió por medio de una guía metodológica de responsabilidad social empresarial elaborada, la validación de la misma, un taller de capacitación para contribuir al mejoramiento en la ejecución de proyectos de inversión social que realiza la empresa NaturAceites S.A., lo que a su vez contribuirá al logro de objetivos e impactos en la población, logrando así un desarrollo sostenible no solo para la empresa, sino para la sociedad.

El proyecto de práctica profesional supervisada fue fundamental para el crecimiento como profesional, obteniendo experiencias y aprendizajes en el ámbito académico, como en relaciones interpersonales, lo principal del proceso de práctica se enfoca en el aporte valioso dejado a la institución lo cual puede verificarse por medio de documentos además de los comentarios y acciones tomadas en relación a los productos, ya que NaturAceites S.A. distribuirá la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, a quienes conforman la gerencia de relaciones comunitarias; siendo posible que la misma sea adaptada para otras áreas del país ,donde la empresa tiene presencia para que los involucrados en responsabilidad social empresarial cuenten con una herramienta de trabajo; y además utilizada para capacitación de personal nuevo.

Así mismo NaturAceites S.A. expresó su aprobación de lo realizado ya que manifestaron el interés de presentar el documento a nivel nacional, con la gerencia de la empresa y que la misma sea presentada a los beneficiarios para

conocimiento de su trabajo y lo que implica su intervención ya que indican que a nivel externo la responsabilidad social empresarial, no ha sido comprendido, recibiendo de esta forma comentarios positivos y felicitaciones al trabajo.

De igual forma el equipo de relaciones comunitarias también manifestó su aprobación, al proyecto de intervención de la práctica profesional supervisada, comentando su utilidad y aprovechamiento para mejorar su trabajo.

La práctica profesional supervisada se cumplió satisfactoriamente, debido a que el proyecto planteado y ejecutado respondió a las necesidades identificadas al inicio de la misma, realizando tres resultados complementarios que permitieron el fortalecimiento de la gerencia. Además de llevar a la práctica técnicas, metodologías, herramientas y fundamentalmente principios y valores que permitieron la interacción adecuada y ética con el equipo de trabajo; al igual que fue importante, el uso adecuado de recursos e información recibida.

Cabe destacar que luego de un año de intervención con experiencias, vivencias, y satisfacciones de aprendizaje es posible concluir que el proceso de práctica profesional supervisada, cumplió con el objetivo de intervención que indica que este proceso, constituye una oportunidad de proyección social, en la que el alumno aprende, se retroalimenta y gana experiencia profesional, al mismo tiempo que colabora, en la satisfacción de necesidades sentidas por la institución.

**CAPITULO VII**

**PLAN DE SOSTENIBILIDAD**

## 7. Plan de Sostenibilidad

**Tabla número 11**

Proyecto “Elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para NaturAceites S.A.”

<b>Resultado</b>	<b>Acción</b>	<b>Responsable</b>	<b>Fecha/Tiempo</b>	<b>Indicador</b>
1. Equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., capacitados constantemente en el tema de responsabilidad social empresarial	1.1 Diagnóstico para la identificación de temas a capacitar. 1.2 Talleres de capacitación de responsabilidad social empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal técnico y administrativo.</li> <li>• Jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias.</li> </ul>	Cada 6 meses	1 informe de diagnóstico elaborado y socializado al equipo. 1 Taller de capacitación con el equipo.
2. Contenidos de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial actualizados constantemente.	2.1 Identificación de nuevos temas para incluirlos en la guía metodológica de responsabilidad social empresarial. 2.2 Análisis y actualización de contenidos de guía de responsabilidad social empresarial y metodologías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal técnico y administrativo.</li> <li>• Jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias.</li> </ul>	Cada 6 meses	Guía de monitoreo y evaluación actualizada.
3. Personal de nuevo ingreso a la gerencia capacitado de acuerdo a guía metodológica de responsabilidad social empresarial y se le entrega como herramienta de trabajo.	3.1 Talleres de capacitación e inducción. 3.2 Reproducción de material para proporcionarlo al equipo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe regional de la gerencia de relaciones comunitarias.</li> </ul>	En el momento de la integración de nuevo personal.	2 Talleres realizados con personal nuevo. El personal técnico y administrativo cuenta con una guía metodológica de responsabilidad social empresarial.

**CAPITULO VIII**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## Capítulo VIII

### 8. Conclusiones y Recomendaciones

#### 8.1 Conclusiones

- . A través del proceso de práctica profesional supervisada, fue posible identificar las principales debilidades de la gerencia de relaciones comunitarias; e intervenir para optimizar el desarrollo de proyectos de responsabilidad social empresarial.
- Los resultados obtenidos del proyecto titulado “Elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial para NaturAceites S.A.”, fortaleció principalmente a la gerencia de relaciones comunitarias, sin embargo los resultados obtenidos benefician de forma indirecta a la empresa en general y a los beneficiarios sujetos de las intervenciones.
- Es importante reconocer que para alcanzar los objetivos propuestos y alcanzar el éxito del proyecto fue muy valiosa la disposición y buena voluntad e interés que brindó la gerencia de relaciones comunitarias en el proceso.
- La ejecución del proyecto se llevó a cabo conforme a lo planificado los recursos y tiempo utilizado se realizaron de acuerdo a lo previsto previamente; el cual respondió a la necesidad sentida y empoderando a la gerencia de relaciones comunitarias con el tema y metodología de responsabilidad social empresarial.
- A pesar de que el tema de responsabilidad social empresarial es relativamente nuevo es importante conocerlo y reconocer que brinda una oportunidad de incidencia con personas vulnerables.
- Las estrategias de responsabilidad social de las empresas están evolucionando desde proyectos filantrópicos, hacia propuestas mucho más integradoras, es

aquí donde el trabajador social encuentra un punto de intervención, que permite dar un enfoque profesional he integral a la intervención.

## 8.2 Recomendaciones

- Es necesario que la guía metodológica de responsabilidad social empresarial sea entregada como documento de trabajo al personal de nuevo ingreso, para que puedan identificarse con la misión y visión de la gerencia de relaciones comunitarias, esto contribuirá a la sensibilización y compromiso de los mismos.
- .La guía metodológica de responsabilidad social empresarial constituye un documento importante y de soporte para la gerencia de relaciones comunitarias, por lo cual sus contenidos deben ser actualizados constantemente y en base a los cambios que se generen en los programas o el contexto.
- El equipo de relaciones comunitarias necesita ser capacitado constantemente en temas referentes a la responsabilidad social empresarial y recibir fortalecimiento constante sobre sus funciones y objetivos de intervención.
- Los resultados identificados en el proceso de diagnóstico de la gerencia de relaciones comunitarias; pueden también en un futuro ser utilizados como una base en la toma de decisiones; teniendo en consideración lo que ahí refleja.
- La ejecución de los programas debe ser de forma contextual a la región en aprovechamiento de los recursos existentes y al trabajo que se realiza en base a la responsabilidad social de la empresa.
- La responsabilidad social empresarial debe ser tomada con mucha seriedad y profesionalismo, se debe ser consiente que para las personas en área de influencia y con menos acceso a servicios básicos necesarios puede significar una mejora en la calidad de vida de su familia.
- en este sentido la empresa se integra a la comunidad de la que forma parte, haciéndose responsable de sus acciones y trabajando por contribuir al

desarrollo de ésta, entendiendo que su propio desarrollo depende también el de su entorno.

- En las desigualdades que se reflejan en nuestro contexto es importante tener una metodología de selección de beneficiarios para que la misma llegue al más vulnerable aspecto que debe caracterizar a las empresas socialmente responsables; ya que estas deben asumir en todas sus decisiones el compromiso social.

***CAPITULO IX***

***MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL***

## **CAPITULO IX**

### **9. Marco Teórico Conceptual**

En este capítulo se amplían y analizan temas importantes en el desarrollo de la carrera de trabajo social y también aspectos que tienen relación con el área de intervención de la práctica profesional supervisada lo que tiene la funcionalidad de brindar un argumento o base teórica de acciones a desarrollar con el proyecto realizado.

#### **9.1 Trabajo social**

El Trabajo Social es una disciplina académica que estudia las necesidades y problemas históricamente relevantes que presentan las sociedades e interviene en ellos con el propósito de contribuir a su solución. Contribuye así a impulsar la participación, la autogestión para el desarrollo y la transformación de la realidad social, para que la mayoría excluida acceda al bienestar integral. Así mismo, también acompaña el movimiento social que desde los diferentes escenarios enfrenta el desafío de contribuir en la construcción de una nueva sociedad<sup>13</sup>

En sus distintas expresiones el trabajo social dirige sus acciones a las múltiples y complejas relaciones entre las personas y su entorno. Teniendo como misión el poder desarrollar en las personas sus potencialidades en su máxima expresión, mejores sus condiciones de vida y sean capaces de prever situaciones de riesgo.

Los y las trabajadores sociales son agentes de cambio para las personas, familias, comunidades y la sociedad en si en donde desarrollan su intervención ya que estos actúan o intervienen en entorno y dinámica social.

El objeto de intervención y estudio de un Trabajador Social lo establecen las relaciones sociales que entablan las personas en su interacción y reacción frente a

---

<sup>13</sup> Universidad Rafael Landívar. Departamento de trabajo social.  
[http://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal\\_01.aspx?s=71](http://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?s=71)

las diversas y complejas situaciones a las que debe enfrentar como parte de su desarrollo y su desenvolvimiento dentro de una sociedad compleja y evolutiva.

## 9.2 Trabajo Social en Guatemala

La Lic. Carmen M. Mejía en su investigación sobre “Los Estudios de Trabajo Social” (1949-2008) hace referencia a datos de los estudios del político mexicano Felipe de Jesús Calderón, con datos históricos muy relevantes sobre las bases y causas del surgimiento de la profesión del Trabajo Social en Guatemala, entre ellos:<sup>14</sup>

- La Constitución Política de la República de Guatemala de 1945 establece en su artículo 22, el derecho a la Seguridad Social y en su artículo 63 establece el “Seguro Social obligatorio”, acontecimiento histórico muy reconocido y acogido por las principales organizaciones sindicales

Con el surgimiento de dicha Ley, se hizo necesaria la presencia de Trabajadores Sociales, como profesionales que pudiera ser enlace entre los programas del IGSS, el Estado y la población beneficiaria, por lo que el Ejecutivo crea una Dirección de Servicio Social, quizá porque el Dr. Juan José Arévalo conoció en Argentina la importante labor de Trabajadores Sociales, donde ya se contaba con una Escuela de Servicio Social.

Los estudios e información del Trabajo Social en Guatemala son muy escasos, por haberse profesionalizado en una época de conflictos sociales. Pasa de ser Servicios Social a Trabajo Social como profesión con el surgimiento de las siguientes instancias:<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Calderón, F. d. (1949 - 2008). Los estudios de Trabajo Social en Guatemala. Guatemala, Centroamerica: USAC

<sup>15</sup> Rivas, C. M. (1949-2008). Los estudios de Trabajo Social en Guatemala. Guatemala: USAC.

- Primera Escuela de Servicio Social apoyada por el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (1949).
- A diez años de creación de la primera escuela se inaugura la segunda ya con una denominación y carácter universitario, llamada Escuela de Servicios Social Rural, respaldada por la USAC (CUNOC). (1959).
- Poco tiempo después nace la Escuela Hermano Pedro de Betancourt en Quetzaltenango avalada por la URL (1962), años después en sus extensiones departamentales.
- Escuela de servicios social del Instituto Femenino de Estudios Superiores (IFES), (1964).
- Carreras de trabajo social del centro universitario de suroccidente - CUNSUROC-USAC (1972), San Marcos CUSAM (1972), Huehuetenango CUNOROC, Jalapa CUNSORORI y Cobán CUNOR.

Cada una de estas escuelas enfocadas al denominado hoy Trabajo Social, poseían sus propias ideologías metodologías y enfoques. Sin embargo forjaron los enfoques que hoy en día poseen los Profesionales de Trabajo Social en Guatemala.

### **9.3 Gerencia Social**

Es un campo interdisciplinario e intersectorial de conocimientos y prácticas, que apoyan el proceso de toma de decisiones estratégicas y la implementación de acciones públicas, orientadas al logro del bienestar social<sup>16</sup>. Aporta al profesional un conjunto de herramientas, técnicas, conocimientos y habilidades, que potencializan las intervenciones sociales en las que el Trabajador Social interviene, generando valor público a través de políticas y programas y proyectos sociales.

---

<sup>16</sup> Licha, I. (2006). Las herramientas de la gerencia social. Diplomado en gerencia Social, Inap, MercyCorps, INDES. Coban, Alta Verapaz.

La gerencia social es una propuesta innovadora de gestión, formulación y dirección de las políticas públicas, los programas y proyectos sociales. Que inserta conocimientos específicos que optimizaran los esfuerzos del Estado y sociedad, en la que demanda la utilización de habilidades técnicas, en los procesos, las relaciones y las actitudes. Surge como una alternativa al poco conocimiento y apropiación de los funcionarios públicos y gerentes en temas de gestión, planificación, dirección, formulación y evaluación de lo social.

Con ellos se pretende capacitar y guiar a todos aquellos que de una u otra forma ejercen control y dirección en acciones que promocionan el bienestar social. Y sobre todo que tiene a su cargo a grandes cantidades de capital humano.

La gerencia social es una estrategia que se basa en los criterios de la equidad, eficacia, eficiencia y sostenibilidad, que permite orientar la toma de decisiones, las acciones a seguir y el seguimiento y evaluación de los resultados alcanzados pero con un elemento clave que es la construcción de valor público. La gerencia social trasciende la rentabilidad económica y procurar la rentabilidad social. Hoy en la problemática existente, la gerencia social no debe ser solamente una preocupación por la distribución equitativa del ingreso, sino también por la distribución equitativa del conocimiento.

#### **9.4 Trabajo social con énfasis en gerencia social**

Se sabe que las dinámicas de la sociedad y sus relaciones evolucionan, cambian, y se transforman conforme el tiempo, volviéndose cada vez más complejas. Debido a esta evolución es que surge la imperante necesidad de que el profesional de trabajo social avance al paso de lo que le demandan las necesidades sociales en las cuales debe intervenir.

Es en este escalón en el que se analiza la integración de ese enfoque de gerente al quehacer profesional del trabajador social, en el que se plantea la importancia y necesidad de profesionales mejor preparados para enfrentar las cuestiones sociales y ante la importante función de promover las políticas sociales fomentando el bienestar social.

Entonces se puede afirmar que debido al ritmo acelerado en el que han avanzado y expandido las cuestiones sociales complejas y su importancia en el desarrollo general del país, surge la necesidad de que los profesionales posean mejores capacidades, aptitudes y conocimientos como líderes que deberán comprender y actuar de acuerdo al contexto de incertidumbre y escases que viven las poblaciones, desarrollando una gestión social asertiva, efectiva y eficaz.

Algo muy importante es la base técnica que el profesional utilice en su accionar, para ello existe la denominada “caja de herramientas de la gerencia social”<sup>17</sup> estos instrumentos y su aplicación le brindan al profesional apoyo en el cumplimiento de sus objetivos, ya que brindan un conocimiento y análisis multidimensional de las problemáticas, que le permite comprender el nivel de conflicto, la complejidad y demás factores que fundamentaran y respaldaran su toma de decisiones asertivas y coherentes. Dentro de estas herramientas están: el análisis del entorno, análisis de involucrados, la construcción de escenarios, el análisis el problema, entre otros.

Otras de las características que posee la gerencia social y que los trabajadores sociales adaptan a su intervención es el de ampliar la descentralización, ya sea de procesos, de acciones, y de recursos, potencializando las capacidades locales. Debe poseer capacidades de dirección técnico-administrativas, y organizacionales, así tener la capacidad de promover, motivar y concientizar la participación de todas y todos los involucrados en las acciones, los beneficiarios, los gestores, y los donantes. Estar en disposición a la adaptabilidad y flexibilidad

---

<sup>17</sup> Licha, I. (2006). Las herramientas de la gerencia social. Diplomado en gerencia Social, Inap, MercyCorps, INDES. Coban, Alta Verapaz.

de procesos y acciones de acuerdo al contexto y las circunstancias. Poseer una visión a largo plazo, asumir riesgos si fueran necesarios y sobre todo posee ética y valores tanto profesionales como personales.

Los principales objetivos que se intenta fomentar con el enfoque de gerencia social a los trabajadores sociales es la obtención de resultados, la generación de valor público, la construcción de ciudadanía, el desarrollo de una ética de compromiso social y de solidaridad, la promoción de la equidad, fortalecer la democracia participativa, buscar que las acciones e intervenciones de los proyectos o programas posean sostenibilidad y lograr la articulación social.<sup>18</sup> Hay que tener en cuenta que también se requieren aptitudes en la dirección de grupos, el establecer relaciones ya sea intra o interinstitucionales, saber escuchar, análisis etc.

Un aspecto relevante de la gerencia social que no pueden perder de vista las y los trabajadores sociales es la capacidad de ser líder y fomentar el cambio adaptativo, esa capacidad que exige la renovación de pensamientos, la actualización de tendencias y estereotipos. Los líderes en la cultura guatemalteca son tomados como quienes se encargan de todo, de organizar, de planificar, de gestionar y hasta cierto punto de ordenar las acciones de los demás, marcando las acciones específicas que cada uno debe realizar, en otras palabras son vistos como quienes tiene la obligación de ponerles todo en la boca a sus demás compañeros.

Es importante que el trabajador social tenga claro que el enfoque de gerencia social además de buscar potenciar sus funciones estratégicas y operativas, como lo son el planificar la organización, conducir la unidad de trabajo, administrar los recursos materiales, gestionar el personal, evaluar el programa entre otros, también busca potenciar sus competencias y capacidades personales, como lo son las cognitivas, sociales y valóricas; la vocación de servicio, la sensibilidad social, conductas éticas, capacidad de pensamiento sistemático, analítico y

---

<sup>18</sup> PROFASR. Enfoque de la Gerencia Social. En URL, Gerencia Social I (pág. 87). Guatemala.

conceptual, su presencia personal, sus habilidades expresivas y su cultura general, que pueden llegar en cierta forma a modificar y alterar el resultado e impacto de sus intervenciones.

Dentro de este cúmulo de expectativas se debe sumar la importancia del monitoreo y evaluación, que podría poner en manos de los gestores, datos pertinentes y oportunos en los que apoyar y fundamentar sus estrategias de cambio y toma de decisiones.

## **9.5 Pobreza en Guatemala**

Guatemala se sitúa dentro de los países con más pobreza de Centro América, con un millón 620 mil persona que antes no pasaban privaciones ahora son pobre; estas cifras son alarmantes, ya que el aumento de esta situación en Guatemala es desmedido lo que impide el desarrollo integral de todos y todas, predisponiendo a las nuevas generaciones a no poseer oportunidades de optar a una vida digna, en la que se satisfagan sus necesidades básicas, situación que contribuye a que el país en general se inmersa en una crisis y subdesarrollo.

Según el tercer informe de los ODM en Guatemala<sup>19</sup>, con respeto al objetivo 1 de erradicar la pobreza extrema y el hambre a la mitad de su tasa total, señala que en el país la reducción de dicha brecha está rezagada, por lo que plantea triplicar los esfuerzos, a pesar de que es poco factible que se llegue a cumplir con las misma, ya que la amenazan el contexto económico desfavorable, el alza de la canasta básica, la privatización de servicios, la crisis financiera global en fin el aumento del costo de la vida para los guatemaltecos en situación de pobreza.

A esto se le suman los fenómenos naturales que viene a perjudicar aún más estas comunidades, como la sequía de la que fueron víctimas las áreas del corredor seco, en las que a falta de lluvia los campesinos perdieron prácticamente

---

<sup>19</sup> (2010). Tercer Informe de Objetivos de Desarrollo del Milenio. Guatemala.

la mayor parte de sus cosechas, que seguramente eran para consumo de sus familias, actividad productiva a la que se dedican la mayoría de la población de las comunidades de esa región.

Actualmente entidades gubernamentales y privadas están uniendo esfuerzos para contribuir en la reversión de esta situación. Trabajando en pro de las familias y comunidades en áreas de vulnerabilidad y crisis, a estos esfuerzos se une NaturAceites S.A., trabajando en apoyo para el logro de los ODM.

## **9.6 Responsabilidad social empresarial**

De acuerdo con Peter Drucker<sup>20</sup>, la primera responsabilidad de las empresas es mantenerse competitivas, activas, rentables y produciendo en el mercado; el rendimiento económico es la base, pero no es la única responsabilidad de las empresas. También tienen responsabilidades sociales por el gran poder que acumulan, lo que las convierte en protagonistas en la producción de riqueza, en las formas de lograrlo y en los beneficios que obtienen las personas.

se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido; persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental que buscan conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

NaturAceites S.A., es una empresa socialmente responsable con las comunidades aledañas a sus centros de trabajo maneja este concepto basados en la sostenibilidad logrado a través de la productividad, la rentabilidad, el desarrollo social y la protección del medio ambiente. Como empresa agroindustrial, reconoce que para ser sostenible, tiene que poner en práctica y promover la

---

<sup>20</sup> Peter, D. (1994). La sociedad post-capitalista. Bogotá: Norma

responsabilidad social de la empresa, comprometiéndose a colaborar con el desarrollo de nuestros empleados, las comunidades vecinas y la protección del medio ambiente, la gestión de la responsabilidad con los recursos que se utilizan en el cumplimiento con la legislación nacional e internacional vigente, garantizando la seguridad industrial y la salud ocupacional y la promoción continua de la preparación y capacitación de todo el personal.

### **9.7 ¿Qué es una guía?**

Es un libro de consulta donde se puede encontrar la información necesaria para realizar una actividad, proceso o intervención es decir todo aquello que sirve para dirigir o encaminar una situación determinada.

Para fines de esta PPS se puede definir la guía como un documento que determine de forma ordena y comprensible los pasos a seguir en la implementación de una actividad, que sirvan como un documento de soporte y base en la conducción de acciones.

Una guía puede ser el documento que incluya los principios o procedimientos para encausar una actividad de forma comprensible y orientadora.

### **9.8 ¿Qué es la didáctica?**

Es la disciplina científico-pedagógica que tiene como objeto de estudio los procesos y elementos existentes en la enseñanza y el aprendizaje. Es, por tanto, la parte de la pedagogía que se ocupa de las técnicas y métodos de enseñanza, destinados a plasmar en la realidad las pautas de las teorías pedagógicas<sup>21</sup>

La historia de la educación muestra la enorme variedad de modelos didácticos que han existido. La mayoría de los modelos tradicionales se centran en el profesorado y en los contenidos (modelo proceso-producto). Los aspectos

---

<sup>21</sup> Didáctica. <http://es.wikipedia.org/wiki/Did%C3%A1ctica>

metodológicos, el contexto y, especialmente, el alumnado, quedaban en un segundo plano.

Como respuesta al verbalismo y al abuso de la memorización típica de los modelos tradicionales, los modelos activos (característicos de la *escuela nueva*) buscan la comprensión y la creatividad, mediante el descubrimiento y la experimentación. Estos modelos suelen tener un planteamiento más científico y democrático y pretenden desarrollar las capacidades de autoformación (modelo mediacional).

Actualmente, la aplicación de las ciencias cognitivas a la didáctica ha permitido que los nuevos modelos sean más flexibles y abiertos, y muestren la enorme complejidad y el dinamismo de los procesos de enseñanza-aprendizaje (modelo ecológico).

### **9.9 ¿Qué es una guía metodológica?**

Es un instrumento con orientación técnica que incluye toda la información necesaria para el correcto y provechoso desempeño de actividades.

Para fines de esta PPS guía didáctica debe comprenderse como un apoyo a fin de mejorar el aprovechamiento del tiempo, maximizar el aprendizaje y hacer eficiente su aplicación mediante la potencialización o fortalecimiento de capacidades o habilidades de los técnicos en la ejecución de los programas.

Es una propuesta metodológica Y una herramienta valiosa que complementa y dinamiza el texto básico; con la utilización de creativas estrategias didácticas, genera un ambiente de diálogo, para ofrecer al lector diversas posibilidades que mejoren la comprensión y el auto aprendizaje.

### **9.10 ¿qué es un proceso de capacitación?**

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal

La capacitación es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la comunidad a la que pertenecen. La capacitación es una herramienta que posibilita el aprendizaje y por esto contribuye a la corrección de actitudes de la sociedad.

La capacitación, implica una serie de puntos indiscutibles para que la misma sea exitosa podemos llamarlos principios, ya que aceptamos sin necesidad de demostrarlo y estos son: la participación, la responsabilidad, la actitud de investigación, el espíritu crítico, capacidad para el aprendizaje y la evaluación.

### **9.11 Evaluación**

La evaluación propone explorar de manera rigurosa y sistemática el cumplimiento de actividades, el uso de recursos, la entrega de cambio sostenible, de tal forma que el diseño y la gestión de las iniciativas evaluadas se pueden ajustar, con el fin de asegurar que generen valor para la sociedad.<sup>22</sup>

La Evaluación ha sido definida por la UNICEF (1991) como un “proceso que procura determinar periódicamente y de manera sistemática y objetiva, la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de un programa o proyecto a la luz de sus objetivos”.

Valadez y Bamberger (1994) en un manual publicado por el Instituto de Desarrollo Económico del Banco Mundial indican que la evaluación es “una actividad gerencial externa y/o interna que analiza las relaciones de los procesos y recursos con los resultados e impactos”.

---

<sup>22</sup> Mokate, K. M. Convirtiendo el “Monstruo” en aliado: La evaluación como herramienta de la gerencia social.

## **9.12 Monitoreo**

Es una herramienta de gestión y de supervisión para controlar el avance de los proyectos, programas o planes en ejecución, el cual proporciona información sistemática, uniforme y fiable, permitiendo comparar los resultados con lo que se planificó.<sup>23</sup> Su objetivo es identificar logros y problemas, determinar su importancia, analizar sus causas, y adoptar medidas pertinentes en forma inmediata.

El monitoreo es el seguimiento, vigilancia y control permanente a las actividades prevista en un plan, programa o proyecto de la gestión pública desde las comunidades o desde las organizaciones de la sociedad civil. El monitoreo se realiza con el fin de comprobar que se alcanzan las metas propuestas por la auditoría social.

## **9.13 Huertos escolares y familiares**

Un huerto escolar es una actividad que se desarrolla en los centros educativos y repercute positivamente en los alumnos que se encargan de cultivar el huerto escolar. Los alumnos aprenden el cultivo de los alimentos, lecciones sobre la naturaleza y diversidad de cultivos, trabajo en equipo y se fomenta el compañerismo.

NaturAceites S.A., trabaja los huertos escolares como actividades ambientales que ayudan a fomentar en los niños la diversificación de cultivos para la subsistencia y asegurar la alimentación familiar aprendiendo técnicas básicas de producción agrícola orgánica.

De igual forma se realizan los huertos familiares trabajando con las familias la importancia de poder contar en casa con alimentos frescos, saludables, diversidad de cultivos, técnicas de producción, cuidados etc. Todo ello para que los hogares

---

<sup>23</sup> UNICEF. (2005). Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. Ginebra.

puedan contar con alimentación todo el año cultivando ellos mismos sus comestibles manteniendo siempre a sus hijos saludables.

#### **9.14 ¿Qué es un proceso de fortalecimiento?**

Es un proceso mediante el cual se pretende dar o brindar las herramientas necesarias para el desarrollo o potencialización de fortalezas existentes pero necesitan de una guía u orientación para una mejor ejecución.

Para fines de este proceso de PPS se entenderá como fortalecimiento a todas aquellas actividades o procesos orientados a la mejora y desarrollo en la implementación de los programas.

#### **9.15 ¿Qué son los Conocimientos?**

Se define a través de una disciplina llamada epistemología, una doctrina filosófica que se conoce como la teoría del conocimiento. La epistemología define el conocimiento como aquel conjunto de saberes, que se dan a diferentes niveles, que poseemos sobre algo. Es decir son todos aquellos conocimientos de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje, o a través de la introspección.

Desde esta misma disciplina, es que, para tener una comprensión más adecuada de lo que resulta ser el conocimiento, es que se ha hecho una división de los tres niveles de conocimiento, el conocimiento sensible, el conceptual y el holístico. En primer lugar, el conocimiento sensible es aquel que se adquiere a través de la captación de un objeto por medio de los sentidos, que en el caso de los seres humanos los más desarrollados son el oído y la vista, de este modo, somos capaces de almacenar en nuestra memoria las imágenes de todos los objetos que observamos a diario, con sus características particulares.

En cuanto al conocimiento conceptual, se trata de aquel que se forma a partir de un conjunto de representaciones definidas como invisibles, inmateriales, universales y esenciales. La diferencia más significativa entre el conocimiento sensible y el conceptual radica en que el primero es un conocimiento particular de

cada persona, en el que cada uno ve y define los conceptos y los objetos con las características propias, mientras que el conceptual hace referencia a la universalidad de los conceptos y objetos, aquellos que todos comprendemos de la misma manera, sin añadirle características propias.

Por último, el conocimiento holístico, también denominado intuitivo hace alusión a la forma de captar los conceptos dentro de un contexto en particular, como uno de los elementos que componen una totalidad, sin poseer una limitación o estructura clara. Esto es lo que diferencia en mayor grado el nivel de conocimiento holístico con el conceptual, ya que este último posee ciertas estructuras que le brindan la universalidad.

### **9.16 ¿Qué son las habilidades?**

Es la capacidad de la utilización de todas aquellas herramientas que nos ayuden a potencializarlas en situaciones específicas, podríamos mencionar algunas tales como: a) fluidez; que es la habilidad de tener varias ideas y soluciones b) flexibilidad; que es la habilidad para procesar ideas a partir de la necesidad del caso moldeándolas dependiendo de esa necesidad. La creatividad está en ver las soluciones e implementarlas con astucia.

### **9.17 ¿Qué es un equipo técnico?**

Es el conjunto de personas encargadas del óptimo desarrollo y ejecución de los programas; ellos tienen la responsabilidad del logro de actividades y alcance de objetivos. Es un equipo multidisciplinario que desarrolla la mayor parte de sus actividades en campo ya que le dan el acompañamiento necesario a los grupos meta directamente desde sus comunidades.

### **9.18 El diagnóstico**

Consiste en investigar la realidad social en que se desea planificar, para determinar la naturaleza y magnitud de los problemas que en ella se manifieste así como las causas y consecuencias de estos para ello, es necesario analizar la tendencia histórica que origina y explica la existencia de tales problema se trata

entonces de conocer e interpretar la dinámica d los hechos que se han manifestado en el pasado y que se observan en el presente para prever las probables evoluciones de la situación.<sup>24</sup>

Por consiguiente se puede determinar que un diagnóstico es Una forma de ordenar los datos e información sobre cómo es y qué problemas tiene una determinada realidad.

### **9.19 ¿Qué es el impacto?**

Cambios que ocurren en comunidades o personas como resultado de un cambio inducido, en sí, todos los efectos que los diferentes proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad, los diferentes cambios que ocurren en procesos y productos del área de acción o intervención. Los cambios en las sociedades debidos a logros en las investigaciones también son definidos como impacto social, así como en general todos los logros que pueden observarse a través de tiempo derivados de un proyecto de acción o intervención.<sup>25</sup>

### **9.20 Sostenibilidad**

Se comprende como la capacidad de permanecer esta es la cualidad de un elemento, sistema o proceso realizado que se mantiene activo a través del tiempo ósea la capacidad de resistencia que presente.

La sostenibilidad es un pilar en el campo del desarrollo ya que es utilizada en diferentes sentidos como:

- a) “desarrollo sostenible”, esto es, aquél proceso de desarrollo que utiliza los recursos mundiales preservándolos para generaciones venideras.

---

<sup>24</sup> Planificación y programación social bases para el diagnóstico y la formulación de programas y proyectos sociales pág. 16.

<sup>25</sup> pppamericas (2001). Análisis de Impacto Social

- b) “medios de sustento sostenibles”, o medios de vida de las personas o grupos que les permiten mejorar su situación socioeconómica de forma duradera, resistiendo a posibles crisis y sin dañar las oportunidades de otros o de generaciones futuras.
- c) “sostenibilidad” de las intervenciones de cooperación, o capacidad para que los cambios, infraestructuras y servicios que generan se mantengan en el tiempo.

La sostenibilidad de un proyecto constituye un criterio esencial para evaluar su calidad. Ya que Sólo aquellos proyectos que introduzcan cambios equitativos y aborden de forma duradera las causas de la vulnerabilidad estructural contribuirán a generar sistemas de sustento sostenibles y un desarrollo humano también sostenible para las comunidades.

Para lograrla este aspecto es preciso que las comunidades, destinatarias se impliquen y asuman la responsabilidad en el mantenimiento de los conocimientos aprendidos.

### **9.21 Metodología**

La metodología etapa específica que dimana de una posición teórica y epistemológica y que da pie a la selección de técnicas concretas de investigación (Gamaliel López I, 1986:47). Con lo que podemos comprender que una metodología es aquella guía que se sigue con el fin de realizar las acciones propias de una investigación. En términos más comunes se trata de la guía que nos va indicando paso a paso qué hacer y cómo actuar cuando se quiere obtener algún tipo de resultado específico.

Las técnicas son parte de una metodología ya que son los procedimientos que se utilizan para llevarla a cabo; estas hacer referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Por lo que

podríamos definir a la metodología como el estudio o elección de un método pertinente para un determinado objetivo previsto.

La metodología es una de las etapas específicas de un trabajo o proyecto que parte de una posición teórica y conlleva a una selección de técnicas concretas

## **9.22 Metodología de capacitación comunitaria**

Es un conjunto de conceptos, sugerencias e instrucciones para la realización de las actividades de capacitación, hace referencia a algunos principios pedagógicos básicos y puede ayudar en la toma de las decisiones para estructurar las actividades de capacitación para la autogestión comunitaria.

Los técnicos, pueden hacer uso de su contenido, según sean sus necesidades. Una metodología de capacitación tiene un carácter abierto y puede ser complementada con nuevos conceptos, sugerencias metodológicas o instrumentos que vayan surgiendo durante el desarrollo de las actividades de capacitación; o bien de retroalimentaciones de experiencias siempre y cuando estas vayan enfocadas al mejoramiento de dichos procesos.

La estructura de la guía debe dar soporte y movilidad al proceso de capacitación, proporcionar los elementos básicos que garanticen la coherencia e identidad del proceso de acuerdo al plan general de capacitación y permitir la flexibilidad del diseño y la realización de las actividades programadas manteniendo siempre presente las características del grupo a intervenir.

El objetivo general del proceso de capacitación comunitaria consiste en lograr la transformación de actitudes y prácticas de los participantes, de manera que se mejoren o realicen nuevos objetivos y formas de actuar que contribuyan a la mejora en la calidad de vida de cada uno de ellos y sus familias.

### 9.23 Comunidades en área de influencia

Son denominadas comunidades en área de influencia todas aquellas poblaciones que se encuentren a 5 km a la redonda de donde se encuentran las siembras de palma africana, todas ellas son áreas delimitadas como aceptables o beneficiadas para el desarrollo de actividades, programas, proyectos que fortalezcan las capacidades y conocimientos de las personas y familias a través de su responsabilidad social empresarial, Implementado por NaturAceites S.A., a través de la gerencia de relaciones comunitarias.

### 9.24 Herramienta FODA

La sigla FODA, es un acróstico que se conforma de:

**Fortalezas:** factores críticos positivos con los que se cuenta, son las capacidades especiales con las que se cuenta y que le hace estar en una posición privilegiada como por ejemplo recursos con los que se cuentan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

**Oportunidades:** aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas, son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa, y que permiten obtener ventajas competitivas

**Debilidades:** factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir, son aquellos factores que le provocan una posición desfavorable en su entorno como por ejemplo recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

**Amenazas:** aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos, son aquellas situaciones que provienen del entorno y que

pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización si no se toman las precauciones necesarias.

La matriz FODA es una herramienta que permite realizar un análisis completo del estado actual de una institución en un momento determinado del tiempo es decir es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual; las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, es de suma importancia tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

Esta herramienta abrirá nuevos horizontes, ya que permite descubrir las verdaderas posibilidades de éxitos cuando se determinen con seguridad donde están las fortalezas, fortaleciendo con ello las debilidades, visibilizando las amenazas para convertirlas en oportunidades de crecimiento.<sup>26</sup>

### **9.25 ¿Qué es la capacidad?**

Se refiere a los recursos y aptitudes que tiene un individuo, entidad o institución para desempeñar una determinada tarea o cometido por otra parte también se puede definir como la destreza, habilidad y la idoneidad que permite a una persona completar con éxito una tarea o actividad destinada.

Se puede concluir con que Son las condiciones que una persona reúne para aprender y cultivar distintos campos del conocimiento a través de herramientas naturales.

### **9.26 Capacidad instalada**

Se refiere a la implementación de estrategias de acción que aseguren la generación del completo entendimiento y seguimiento de los proyectos sociales a la finalización de los mismos, para que, los que fueron beneficiarios de este mantengan el conocimiento, las herramientas, el compromiso y genere en ellos un

---

<sup>26</sup> Análisis de Matriz FODA. <http://www.innovacionsocial21.org/2013/07/el-analisis-dafo-que-es-y-como-llevarlo.html>

seguimiento permanente de las acciones para que se conviertan en formas de vida, de trabajo y generen un valor público que lo haga sostenible en el tiempo.

### **9.27 Objetivos de desarrollo del milenio**

Son los ocho propósitos de desarrollo humano fijados en el año 2000, a los cuales los 189 países miembros de las Naciones Unidas acordaron conseguir para el año 2015. Estos objetivos tratan problemas de la vida cotidiana que se consideran graves y/o radicales.<sup>27</sup>

Cada objetivo se divide en una serie de metas, un total de 18, cuantificables mediante 48 indicadores concretos.

Los títulos de los ocho objetivos, con sus metas específicas, son:

- Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal.
- Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
- Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil.
- Objetivo 5: Mejorar la salud materna
- Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
- Objetivo 7: Garantizar el sustento del medio ambiente.
- Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.
- 

NaturAceites S.A., se encuentra firmemente comprometido en la contribución del alcance de los objetivos de desarrollo del milenio del país, por lo que a través del trabajo que se realiza se persigue el alcance o disminución.

---

<sup>27</sup> ONU, B. M. (2011). Informe sobre seguimiento mundial , mejorar las posibilidades de alcanzar los ODM .

### **9.28 ¿Que es un proyecto?**

Un proyecto es un esfuerzo temporal emprendido para crear un producto o un servicio único. Así, el resultado final buscado puede diferir con la misión de la organización que la emprende, ya que el proyecto tiene determinado específicamente un plazo y el esfuerzo es temporal.<sup>28</sup>

En otras palabras, un proyecto es un conjunto ordenado de actividades para satisfacer necesidades o lograr un fin.

Etapas de un proyecto

- Diagnóstico comunitario
- Programación del proyecto comunitario
- Ejecución del proyecto comunitario
- Evaluación del proyecto comunitario

### **9.29 ¿Qué es un proyecto de desarrollo?**

Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, el fin de un proyecto de desarrollo es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.<sup>29</sup>

También se define proyectos de desarrollo al conjunto de actividades orientadas a crear el producto, servicio o resultado que satisfaga las necesidades más urgentes de una comunidad ayudando de esta manera a mejorar sus condiciones de vida mediante la aplicación de todo un diseño pensado en el desarrollo de las comunidades buscando así poder alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero.

---

<sup>28</sup> Emprendedores, E. d. Manual para la presentación de proyectos comunitarios (pag.3)

<sup>29</sup> PMBOK Tercera Versión en Español Project Management Institute. «Capítulo 1». Guía de los Básicos e implícitos Fundamentos de la Dirección de Proyectos (3ª edición).

### **9.30 Problema social**

Ander-Egg define el problema social como “situación social de desequilibrio, desajuste, desorganización o falta de armonía, o situación normal que, en su proceso de crecimiento, enfrenta a una crisis que obliga a una reformulación radical”. Los problemas sociales son los que constituyen las cuestiones inquietantes que se dan en el seno de una sociedad y en relación a los cuales se tiene conciencia de la necesidad de encontrarle soluciones.

Por lo que puede comprenderse que es todo lo que obstruye el buen desarrollo del ser humano en la sociedad o los problemas que afectan a una parte de la población resultan, así, “sociales” por el solo hecho de su emergencia en el seno de una sociedad dada.

## 10. Fuentes Bibliográficas Consultadas:

Arenales, A. O. Guía Didáctica para la realización de la práctica profesional supervisada.

Calderón, F. d. (1949 - 2008). Los estudios de Trabajo Social en Guatemala. Guatemala, Centroamerica: USAC.

Edwin, A. O. Guía Didactica para la realización de la práctica profesional supervisada.

Emprendedores, E. d. Manual para la presentación de proyectos comunitarios.

Landivar, U. R. Lineamientos de Práctica Profesional Supervisada. Vicerrectoria académica.

Landivar, U. R. Lineamientos de Práctica Supervisada. Vicerrectoria académica.

Licha, I. (2006). Las herramientas de la gerencia social. Diplomado en gerencia Social, Inap, MercyCorps, INDES. Coban, Alta Verapaz.

Mokate, K. M. Convirtiendo el Monstruo en aliado: la evaluacion como herramienta de la gerencia social.

NaturAceites S.A. (2012). Memoria de labores.

NaturAceites S.A. (2012 - 2013). Plan estratégico.

NaturAceites S.A. (2012). Informe de sostenibilidad.

ONU, B. M. (2011). Informe sobre seguimiento mundial, mejorar las posibilidades de alcanzar los ODM.

Peter, D. (1994). La sociedad post-capitalista. Bogota: Norma.

PROFASR. Enfoque de la Gerencia Social. En URL, Gerencia Social I (pág. 87). Guatemala.

Rivas, C. M. (1949-2008). Los estudios de Trabajo Social en Guatemala. Guatemala: USAC.

(2010). Tercer informe de objetivos de desarrollo del milenio. Guatemala.

UNICEF. (2005). Convencion sobre los derechos de las personas con discapacidd. Ginebra.

UNICEF (2012-202) Boletín No. 4 serie de documentos “contamos”. Protegiendo la nueva cosecha; análisis del costo de erradicar el hambre en Guatemala.

UNICEF. (2011). Rezago municipal Guatemala más allá de los promedios nacionales.

Planificación y programación social bases para el diagnóstico y la formulación de programas y proyectos sociales pág. 16

pppamericas (2001). Análisis de Impacto Social

PMBOK Tercera Versión en Español Project Management Institute. «Capítulo 1». Guía de los Básicos e implícitos Fundamentos de la Dirección de Proyectos (3ª edición).

Análisis de Matriz Foda, <http://www.innovacionsocial21.org/2013/07/el-analisis-dafo-que-es-y-como-llevarlo.html>

Didáctica. <http://es.wikipedia.org/wiki/Did%C3%A1ctica>

Universidad Rafael Landívar. Departamento de Trabajo Social  
[http://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal\\_01.aspx?s=71](http://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?s=71)

Estrategias de trabajo de NaturAceites S.A. [www.naturaceites.com](http://www.naturaceites.com)



**ANEXOS**

## 11.ANEXOS

### ANEXO 1

#### Carta de notificación URL



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradición Jesuita en Guatemala

Dirección: del Departamento de Trabajo Social  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2315 y 2371  
Fax: ext.2369  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016  
mcolindres@url.edu.gt

Fray Bartolomé de las Casas 22/07/2013

**Licenciada**  
**Jennifer Rodas**  
**Departamento de Desarrollo Organización**  
**Naturaceites**

Estimada Licenciada:

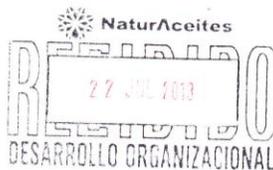
De manera atenta y con mucho agrado nos comunicamos con usted para agradecer su apoyo a la Práctica Profesional Supervisada (PPS) de la estudiante de la Licenciatura en Trabajo Social con énfasis en Gerencia del Desarrollo Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle, carné: 2085508.

Desde la concepción de la carrera de Trabajo Social, la práctica es una importante oportunidad de proyección social, en la que el alumno aprende, se retroalimenta y gana experiencia profesional, al mismo tiempo que colabora en la satisfacción de necesidades sentidas por las instituciones en donde se realiza la práctica.

El proceso de práctica está dividido en dos fases: en la primera el estudiante mantendrá contacto permanente con la institución a través de una persona designada por la institución (persona enlace) sin contar aún con un tiempo presencial específico en la institución. En esta primera fase, se diseñará, de acuerdo con la persona enlace, el plan de práctica a implementarse en la segunda fase. En la segunda fase, que va de Enero a Mayo, el estudiante se incorporará a la institución, de acuerdo al cronograma y horario definido en la fase uno, a fin de llevar a cabo su proyecto de intervención.

En este sentido, se le ha autorizado a: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle iniciar su proceso de Práctica Profesional Supervisada en su organización, la que amablemente nos permite el espacio de práctica. Solicitamos su apoyo a fin de que el estudiante pueda definir de manera preliminar el área de su posible intervención, y que la misma constituya un aporte útil para su institución, y para las comunidades o destinatarios de su proyección. Con ese propósito, el estudiante en este semestre debe hacer acercamientos con ustedes, y obtener por medios técnicos, la información necesaria y la asesoría oportuna.

Si hubiese alguna duda o comentario no dude en comunicarse con nosotros directamente en la Sede Regional San Pedro Claver S.J. de la Verapaz, a los teléfonos 77208300 ext. 109.  
Atentamente



(f)

Lic. Juliana Aju  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Sede Regional de la Verapaz



Campus Regional  
San Pedro Claver, S.J. de la Verapaz

## ANEXO 2

### Carta de Aceptación NaturAceites S.A.



Fray Bartolomé de las Casas 23/07/2013

Licenciada:  
Juliana Aju  
Coordinadora Académica  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad Rafael Landívar  
Sede Regional de la Verapaz

Nosotros: NaturAceites, S.A. por medio de la presente, hacemos de su conocimiento que: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle carné: 2085508 se presentó a nuestra organización con el objetivo de solicitar espacio para realizar su Práctica Profesional Supervisada I y II, a lo cual estamos en la disponibilidad de brindarle el espacio y las condiciones necesarias para que realice su trabajo en el área de: Relaciones Comunitarias lo cual implica que tendrá acceso a la información necesaria para la buena realización de su trabajo.

Así mismo, hacemos de su conocimiento que la persona nombrada como persona enlace es el Ingeniero Francisco Barrientos, quien se desempeña en el área de: Relaciones Comunitarias.

Atentamente,

Ingeniero Francisco Barrientos  
Encargado de Relaciones Comunitarias  
NaturAceites, S.A.

### ANEXO 3

#### Fotografías del proceso



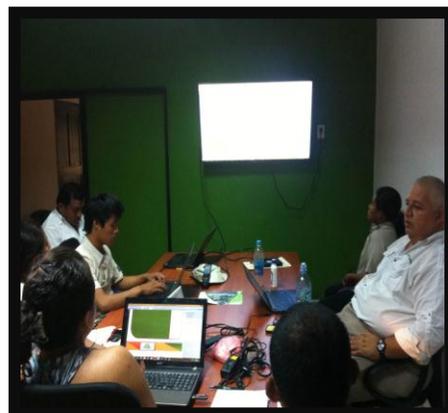
Fuente: Ana Eliza Sandoval (2013) URL-PPS 1



Fuente: Ana Eliza Sandoval (2013) URL-PPS 1



Fuente: Ana Eliza Sandoval (2014) URL-PPS 2



Fuente: Ana Eliza Sandoval (2014) URL-PPS 2

## ANEXO 4

### Planilla de participantes taller de capacitación



#### PLANILLA DE PARTICIPANTES

Actividad: taller de capacitación al personal del departamento de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.  
 Fecha: 22 de mayo año 2014 lugar: oficina FTN departamento de relaciones comunitarias  
 Responsable de la actividad: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle

No. orden	Nombres y apellidos	puesto	No. teléfono	No. de DPI	Firma
1	Luis Adrián Rax Choc	Técnico Proyectos Productivos	4531-2513	2747247021615	
2	Maria Josefina Choc Cho	Educadora	31777919	1669259931615	
3	Alejandra Nathalie Santamaría L.	Asistente Administrativo	30177103	1999878741615	
4	Juan Guzmán Cor	Técnico Ambiental	30171903	250636966	
5	José Darío León Tiul	Coordinador R.C.	53630854	1579675761609	
6	Kaúl Mojano	Gerente Corporativo R.C.	49757880	2497085310101	
7	FRANCISCO BARRIENTOS FIEVERO	Jefe Regional	52026147	2337568171615	
8	SANDRA ELIZABETH GUZMÁN PARRA	TECNICO DE CAMPO	45936211	233884331601	
9	Ana Eliza Sandoval	Estudiante PPS	49561300	216268681615	
10					

VoBo   
 Ing. Francisco Barrientos  
 NaturAceites S.A.  
 Enlace Organizacional



## ANEXO 5

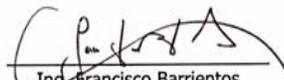
### Entrega de productos PPS



Fray B. de las Casas, A.V.  
Mayo 29 año 2014

Por medio de la presente yo: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle estudiante de la licenciatura en trabajo social con numero de carnet 20855-08 de la universidad Rafael Landívar, hago entrega al Ingeniero Francisco Barrientos, jefe regional FTN del departamento de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. y además persona enlace en la institución, los productos de la práctica profesional supervisada impresos y digitales, siendo estos los siguientes: guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial, informe de validación de la misma e informe sobre la capacitación realizada con el equipo, documentos que previo a su impresión final fueron revisados aprobados y constituyen los resultados previstos en el proyecto denominado "Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para NaturAceites S.A".

Recibe satisfactoriamente:

  
Ing. Francisco Barrientos  
NaturAceites S.A.  
Enlace Organizacional

 **NaturAceites, S.A.**  
**JEFATURA REGIONAL**  
**RELACIONES COMUNITARIAS**  
**FTN-PETEN**

## ANEXO 6

### Evaluación cualitativa



Fray Bartolomé de las Casas, A.V.  
03/06/2014

Licenciado  
Elder Caal  
Docente de PPS II  
Universidad Rafael Landívar

Respetable Lic. Caal,

Me permito a través de la presente trasladar la evaluación del desempeño de la estudiante Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle de la Universidad Rafael Landívar, quien realizó su práctica profesional supervisada en esta empresa dejando un aporte profesional muy valioso.

A continuación se evalúan diferentes aspectos:

<b>Asistencia</b>	Durante el periodo de la práctica Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle ha sido responsable y puntual, siendo una persona comprometida con sus actividades y siempre mostrando disposición de asistir a la oficina.
<b>Identificación con la institución</b>	Ha demostrado compromiso, empoderamiento y conocimiento de la ejecución de proyectos sociales a través del tema responsabilidad social empresarial que realiza el departamento de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A., conociendo la visión y misión de la intervención que se realiza y la población a la que se dirige mostrando siempre interés en el bien común de la población.
<b>Relaciones interpersonales</b>	Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle siempre ha sido muy profesional en sus relaciones interpersonales mostrando cordialidad, positivismo, actitud colaboradora, respetuosa y solidaridad.
<b>Colaboración</b>	Respondiendo siempre de forma positiva cuando se le ha solicitado apoyo Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle ha sido muy colaboradora con las actividades de la empresa, demostrando con ello profesionalismo, interés y responsabilidad.

<b>Liderazgo</b>	Ha demostrado capacidad de liderazgo en las diferentes actividades que emprendió ya que lo ha realizado con éxito obteniendo buenos resultados de las mismas.
<b>Gestión y manejo de los recursos</b>	En el transcurso de la práctica no se presentaron inconvenientes, siempre ha manejado con cuidado la información y los recursos que se le asignaron de forma responsable.
<b>Ejecución y aporte de la propuesta</b>	<p>Durante el proceso de práctica profesional supervisada el aporte realizado por Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle en el departamento de relaciones comunitarias fue muy valioso e importante ya que vino a fortalecer algunas debilidades que existían.</p> <p>La calidad de los productos entregados ha sido de mucha satisfacción para la empresa ya que la propuesta y la ejecución del proyecto ha sido aceptados y validados como una herramienta de trabajo institucional; lo que ha fortalecido al personal en la ejecución y empoderamiento del tema responsabilidad social empresarial, constituyéndose de alto valor para el departamento de relaciones comunitarias y NaturAceites S.A.</p> <p>Con lo que demostró mucha capacidad, habilidad y profesionalismo.</p>

Reiterando nuestro agradecimiento por su compromiso y sus aportes, el departamento de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. le desea éxito a Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle en su carrera profesional; y haciéndolo extensivo a la universidad Rafael Landívar, por su calidad educativa demostrada en esta intervención, como empresa dejamos las puertas abiertas a sus estudiantes para aplicar sus conocimientos.



Ing. Francisco Barrientos

**NaturAceites, S.A.**  
**JEFATURA REGIONAL**  
**RELACIONES COMUNITARIAS**  
**FTN-PETEN**

## ANEXO 7

### Plan de taller de capacitación aprobado



#### PLAN DE CAPACITACIÓN

**Participantes:** equipo institucional departamento relaciones comunitarias NaturAceites S.A.

**Lugar y fecha:** Fray Bartolomé de las Casas Alta Verapaz 22/05/2014

**Horario:** de 9:00 am a 4:00 pm

**Facilitadora:** practicante de trabajo social con énfasis en gerencia para el desarrollo.

Objetivo General :Fortalecer al equipo de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A. en la ejecución y conocimiento del tema Responsabilidad Social Empresarial			
Actividad	Metodología	Recursos	Duración
<b>Animación</b> <b>Actividad "rompe hielo"</b>	Para romper el hilo de la actividad se iniciara una dinámica la cual se titula: Saludando con nuestro cuerpo. (anexos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio libre</li> <li>• Tarjetas con partes del cuerpo para elegir a la zar</li> <li>• Recipientes para las tarjetas</li> </ul>	<b>15 minutos</b>
<b>Motivación</b> <b>Conocimientos previos</b>	Es importante Previo a iniciar de lleno con los contenidos que conocimientos previos existen en el grupo. Para esto se realiza una reflexión a través de la actividad "optimista-Pesimista".(nexos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de cómputo</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Usb</li> <li>• Tarjetas</li> <li>• Sillas</li> </ul>	<b>25 minutos</b>
<b>Apropiación</b> <b>Marco teórico</b>	A través de la técnica expositiva se desarrollan cada uno de los temas y sub temas que contiene el capitulo I que son: ¿Qué es responsabilidad social empresarial? un nuevo enfoque de responsabilidad social Empresarial Objetivos importantes para las empresas Pirámide de responsabilidad social empresarial 7 ejes de la responsabilidad social empresarial Gobernabilidad Publico interno Proveedores Mercadeo Medio ambiente Comunidades Política Pública Beneficios de la responsabilidad social empresarial Se utiliza la técnica de lluvia de ideas (anexos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• presentación powerpoint</li> <li>• Computadora</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Tarjetas</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Pizarra</li> <li>• Carteles</li> </ul>	<b>3 horas</b>

<b>ALMUERZO</b>			
<b>Apropiación Acciones de responsabilidad social empresarial a implementar en NaturAceites S.A.</b>	<p>A través de la técnica expositiva se desarrollan cada uno de los temas que contiene el capítulo II. Aquí se presentan las acciones que deberán realizar para realizar una intervención estratégica en el tema</p> <p style="text-align: center;">Estructura operativa de NaturAceites S.A. Principales ejes de intervención Departamento de relaciones comunitarias de NaturAceites S.A.</p> <p>Acciones que debe implementar el departamento de relaciones comunitarias en el tema de responsabilidad social empresarial</p> <p>Acciones a implementar en tema de salud Acciones a implementar en tema de educación Acciones a implementar en tema ambiental Acciones a implementar en tema de desarrollo comunitario</p> <p>¿A quiénes debe dirigir su intervención en responsabilidad social empresarial el departamento de relaciones comunitarias?</p> <p>Se realizara una comparación con la actividad anterior para ver coincidencias y relación de lo que se propone.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación powerpoint</li> <li>• Computadora</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Tarjetas</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Pizarra</li> <li>• Carteles</li> </ul>	<b>2:30 horas</b>
<b>Evaluación ¿Que hemos aprendido?</b>	<p>Para concluir con la actividad es importante realizar una retroalimentación de lo aprendido, y que a la vez nos sirva como evaluación para identificar cuanto han aprendido con la actividad "ludo". (anexos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos de mesa</li> <li>• Dados</li> <li>• Tarjetas con preguntas</li> <li>• Recipientes para las tarjetas</li> <li>• Instructivos de juego</li> </ul>	<b>20 minutos</b>
<b>Refacción y Despedida</b>			

  
 Cristy Ana Eliza Sandoval  
 PPS Trabajo Social  
 Universidad Rafael Landívar

Vo.Bo.   
 Ing. Francisco Barrientos  


## ANEXO 8

### Informe mensual de práctica profesional supervisada II Febrero y Marzo



Dirección del Departamento de Trabajo Social  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Teléfono: (502) 2426205 ext. 2315 y 2372  
Fax: ext. 2369  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016  
mcof@unbsur.edu.gt

#### INFORME MENSUAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA II

Nombre del estudiante: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle Carné: 2085508  
Centro de práctica: Naturaceites S.A.  
Nombre del proyecto de PPS: Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para Naturaceites S.A.  
Número de horas presenciales cubiertas durante este mes: 85  
Nombre del Docente de PPS II: Lic. Elder Caal  
Nombre de la Persona Enlace: Ing. Francisco Barrientos

#### DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS (de conformidad con el plan de trabajo):

Resultados planteados para el mes	Alcance de los resultados planteados para el mes
<b>1. Consolidado y Análisis de la Información</b>	A principios del mes de febrero se culminó con la revisión y análisis de la información que sería útil para el proceso de elaboración de diseño y propuesta de la guía metodológica de RSE
<b>2. realización de sesión para coordinar temas importantes a considerar para incluir dentro de la guía.</b>	Se coordinaron reuniones con equipo para poder definir y acordar puntos importantes y de interés que interesan incluir en la elaboración de guía metodológica de RSE. Ya se cuenta con priorización de temáticas a abordar en la elaboración de la guía metodológica
<b>3. Elaboración de propuesta y diseño de guía metodológica de responsabilidad social empresarial.</b>	A finales del mes de febrero se culmina con propuesta y diseño de guía metodológica de RSE que contribuye al alcance del resultado número uno; Por lo que se coordinó una sesión para dar a conocer y aprobar las actividades y temas a desarrollar

#### Principales limitantes encontradas:

1. Durante este mes no encontré obstáculos que limitaran la ejecución del proyecto en la institución.

#### Observaciones adicionales sobre la ejecución del proyecto:

En general analizando las acciones planificadas y su ejecución prevista, considero se terminó de forma satisfactoriamente el proceso en la organización.

Fecha: Febrero 28 de 2014

VoBo. Francisco Barrientos  
 Naturaceites  
 Enlace Organizacional

f. Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle  
 Estudiante de PPS II

f. Lic. Elder Caal  
 Asesor de PPS II



Dirección del Departamento de Trabajo Social  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Teléfono: (502) 2426205 ext. 2315 y 2372  
Fax: ext. 2369  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016  
mcof@unbsur.edu.gt

#### INFORME MENSUAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA II

Nombre del estudiante: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle Carné: 2085508  
Centro de práctica: Naturaceites S.A.  
Nombre del proyecto de PPS: Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para Naturaceites S.A.  
Número de horas presenciales cubiertas durante este mes: 87  
Nombre del Docente de PPS II: Lic. Elder Caal  
Nombre de la Persona Enlace: Ing. Francisco Barrientos

#### DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS (de conformidad con el plan de trabajo):

Resultados planteados para el mes	Alcance de los resultados planteados para el mes
<b>1. Se cuenta con la aprobación de contenidos para la guía.</b>	A principios del mes de Marzo se presenta la propuesta y diseño final de la guía metodológica de RSE la cual presenta temas a desarrollar y estructura de la misma.
<b>2. Inicio de elaboración de guía metodológica de responsabilidad social empresarial</b>	Se inicia con proceso de elaboración y construcción de la guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo a la propuesta y diseño presentada y también a requerimientos de la organización.

#### Principales limitantes encontradas:

1. Durante este mes no encontré obstáculo alguno que pudiera limitar la ejecución del proyecto en la institución.

#### Observaciones adicionales sobre la ejecución del proyecto:

En general analizando las acciones planificadas y su ejecución prevista, considero se terminó de forma satisfactoriamente el proceso en la organización durante este mes.

Fecha: Marzo 31 de 2014

VoBo. Francisco Barrientos  
 Naturaceites  
 Enlace Organizacional

f. Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle  
 Estudiante de PPS II

f. Lic. Elder Caal  
 Asesor de PPS II

## ANEXO 9

### Informe mensual de práctica profesional supervisada II Abril y Mayo



Dirección del Departamento de Trabajo Social  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Teléfono: (502) 2402020; ext. 2315 y 2371  
Fax: ext. 2369  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016  
moodle@univ.edu.gt

#### INFORME MENSUAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA II

Nombre del estudiante: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle Carné: 2085508  
 Centro de práctica: NaturAceites S.A.  
 Nombre del proyecto de PPS: Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para NaturAceites S.A.  
 Número de horas presenciales cubiertas durante este mes: 95  
 Nombre del Docente de PPS II: Lic. Eldar Caal  
 Nombre de la Persona Enlace: Ing. Francisco Barrientos

#### DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS (de conformidad con el plan de trabajo):

Resultados planteados para el mes	Alcance de los resultados planteados para el mes
<b>1. elaboración de guía metodológica de RSE</b>	Para finales del mes de abril se culminó la redacción de la guía metodológica de RSE, de acuerdo a lo priorizado y a requerimientos de la institución.
<b>2. Socialización de la Guía</b>	Se dio a conocer la guía metodológica elaborada para que pudiera ser revisada.
<b>3. revisión y correcciones de guía metodológica de RSE</b>	Para que la guía estuviera finalizada totalmente fue necesaria la revisión que la persona enlace realizó quien a su vez realizó algunas sugerencias lo que permitió fortalecer el documento y finalizarlo para el mes de abril.

Principales limitantes encontradas:

1. Durante este mes no encontré obstáculo alguno que pudiera limitar la ejecución del proyecto en la institución.

Observaciones adicionales sobre la ejecución del proyecto:

En general analizando las acciones planificadas y su ejecución prevista, considero se terminó de forma satisfactoriamente el proceso en la organización durante este mes.

Fecha: Abril 30 de 2014

f.   
Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle  
Estudiante de PPS II

VoBo.   
Ing. Francisco Barrientos  
NaturAceites S.A.  
Enlace Organizacional

f.   
Lic. Eldar Caal  
Asesor de PPS II



Dirección del Departamento de Trabajo Social  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Teléfono: (502) 2402020; ext. 2315 y 2371  
Fax: ext. 2369  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016  
moodle@univ.edu.gt

#### INFORME MENSUAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA II

Nombre del estudiante: Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle Carné: 2085508  
 Centro de práctica: NaturAceites S.A.  
 Nombre del proyecto de PPS: Elaboración de guía metodológica de Responsabilidad Social Empresarial para NaturAceites S.A.  
 Número de horas presenciales cubiertas durante este mes: 115  
 Nombre del Docente de PPS II: Lic. Eldar Caal  
 Nombre de la Persona Enlace: Ing. Francisco Barrientos

#### DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS (de conformidad con el plan de trabajo):

Resultados planteados para el mes	Alcance de los resultados planteados para el mes
<b>1. validación de la guía metodológica de RSE</b>	Luego de las correcciones necesarias, se aprobó la versión final de la guía metodológica de responsabilidad social empresarial, que luego sería socializada con todo el departamento mediante el taller de capacitación.
<b>2. coordinación y logística para la realización de taller de capacitación</b>	A inicios del mes se planifico y organizo el taller de capacitación con el grupo para como resultado número tres, para que no interfiriera con ninguna actividad y pudieran estar todos presentes. Se acordó realizarla en el departamento donde hay espacio suficiente.
<b>3. taller de capacitación</b>	Como resultado número tres a mediados del mes de mayo se realizó el taller de capacitación con el equipo de relaciones comunitarias donde se trataron temas de RSE y metodológica propuesta.
<b>4. Impresión final de documentos de PPS</b>	Para finalizar el proceso de PPS, se realizó la impresión y entrega de los 3 documentos que son resultados previstos en el marco lógico.

Principales limitantes encontradas:

1. Durante este mes no encontré obstáculo alguno que pudiera limitar la ejecución del proyecto en la institución.

Observaciones adicionales sobre la ejecución del proyecto:

1. Durante el mes de mayo fue posible la culminación de los resultados previsto, siendo ello la fase final del proyecto de PPS en la institución, durante este mes se entregó también la evaluación la cual tuvo resultados satisfactorios, terminando de forma satisfactoria el proceso en la empresa NaturAceites S.A.

Fecha: mayo 31 2014

f.   
Cristy Ana Eliza Sandoval del Valle  
Estudiante de PPS II

VoBo.   
Ing. Francisco Barrientos  
NaturAceites S.A.  
Enlace Organizacional

f.   
Lic. Eldar Caal  
Asesor de PPS II

