

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**“PERCEPCIÓN DE UN GRUPO DE COLABORADORES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA DE UNA
INSTITUCIÓN BANCARIA RESPECTO A LOS BENEFICIOS DE SU PARTICIPACIÓN EN
PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE LA ORGANIZACIÓN
PATROCINA”**
TESIS DE GRADO

MEISY GABRIELA GÓMEZ CANCINOS
CARNET 10460-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, ENERO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

“PERCEPCIÓN DE UN GRUPO DE COLABORADORES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA DE UNA INSTITUCIÓN BANCARIA RESPECTO A LOS BENEFICIOS DE SU PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE LA ORGANIZACIÓN PATROCINA”

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
MEISY GABRIELA GÓMEZ CANCINOS

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, ENERO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
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 HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. RUBEN ESTUARDO CEBALLOS ORTIZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. CARMEN ILEANA DE LOURDES CACACHO CARRILLO

Guatemala, noviembre de 2017

Señores
Departamento de Psicología
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

Estimados señores:

Por este medio hago de su conocimiento que he tenido la oportunidad de asesorar el proyecto de tesis titulado: **"Percepción de un grupo de colaboradores del área administrativa de una institución bancaria respecto a los beneficios de su participación en programas de Responsabilidad Social Empresarial que la organización patrocina"**, de la estudiante **Meisy Gabriela Gómez Cancinos**, carné no. **10460-13**.

En vista de ello, solicito a ustedes se sirvan programar fecha para efectuar la defensa privada de tesis correspondiente, ya que a mi criterio, el trabajo realizado llena todos los requisitos metodológicos y de contenido que exige la Universidad Rafael Landívar, previo a otorgar el grado académico correspondiente a la licenciatura en Psicología Industrial / Organizacional.

Agradeciendo su atención a la presente y quedando a sus respetables órdenes.

Deferentemente,


Mgr. Rubén Estuardo Ceballos Ortiz
Psicólogo en Recursos Humanos
Magíster en Docencia Universitaria
Colegiado no. 010



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 052304-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante MEISY GABRIELA GÓMEZ CANCINOS, Carnet 10460-13 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051476-2017 de fecha 30 de diciembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

“PERCEPCIÓN DE UN GRUPO DE COLABORADORES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA DE UNA INSTITUCIÓN BANCARIA RESPECTO A LOS BENEFICIOS DE SU PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE LA ORGANIZACIÓN PATROCINA”

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 2 días del mes de enero del año 2018.

Irene Ruiz Godoy

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES

Universidad Rafael Landívar



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala
Facultad de Humanidades
Secretaría de Facultad

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser mi guía y la fuerza para cada decisión en mi vida, a mis padres por ser la luz de mi vida, a mi persona favorita por acompañarme, al Colegio la Asunción por creer en mí, a mis sujetos de estudio e institución que me permitió realizar el presente estudio y a las personas que amo y deseo siempre se sientan orgullosas de mí.

ÍNDICE

Contenido	Página
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	33
2.1 Objetivos	
2.1.1 Objetivo General.....	34
2.1.2 Objetivos Específicos.....	34
2.2. Unidades de Análisis.....	34
2.3 Definición de unidades de análisis.....	34
2.3.1 Definición Conceptual.....	34
2.3.2 Definición Operacional.....	35
2.4 Alcances y límites.....	35
2.5 Aporte.....	35
III. MÉTODO.....	37
3.1 Sujetos.....	37
3.2 Instrumento.....	38
3.3 Procedimiento.....	39
3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología estadística.....	40
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	41
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	54
VI. CONCLUSIONES.....	59
VII. RECOMENDACIONES.....	61
VIII. REFERENCIAS.....	63

ANEXOS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, de modalidad cualitativa, tuvo como objetivo principal conocer la percepción de un grupo de colaboradores del área administrativa de una institución bancaria respecto a los beneficios de su participación en programas de Responsabilidad Social Empresarial que la organización patrocina. Para dicho estudio se seleccionó una muestra de once personas que se desempeñan en puestos administrativos, diferentes departamentos de la institución, y tener participación mínima de voluntariado de un año.

En este estudio, para recabar la información necesaria, se utilizó una entrevista semi-estructurada, elaborada por la investigadora, que aplicó de forma individual a los sujetos de estudio, haciendo un total de 25 reactivos. El instrumento fue conformado por una serie de preguntas abiertas que abarcaron cinco indicadores a evaluar, basadas en Responsabilidad Social Empresarial. Los indicadores a evaluar fueron: Responsabilidad Social Empresarial, Voluntariado, Beneficios de los programas, Influencia familiar y Motivaciones para el voluntariado.

Se concluyó que los colaboradores voluntarios catalogan los beneficios de las prácticas de RSE para la sociedad, la comunidad y su persona. Es importante la constante ayuda y aporte que se brinda a cualquier causa o necesidad que se presente en el país con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas y ser ejemplo ante la sociedad como generadores de cambio. Asimismo, el término de Responsabilidad Social Empresarial es más conocido en el ámbito laboral, sin embargo; es necesario que más empresas, organizaciones e instituciones fomenten los programas y las prácticas de los mismos para que el aporte al país sea constante, fructífero y de generación en generación.

I. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial ya no es un tema desconocido en la actualidad, ha tomado auge partiendo del interés de las empresas entendido como una ventaja competitiva para mantenerse en el mercado, de esta manera contribuir con la sociedad ante las problemáticas que presenta día con día. Donde los derechos humanos se integran aún más enfocados en el ámbito laboral, el beneficio de la comunidad cercana, y el efecto que tiene un colaborador voluntario con los resultados que brinda hacia la Institución.

En Guatemala se suman más empresas y organizaciones movidos por la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, conociendo los beneficios para el colaborador como para la misma y su entorno. Reconociendo que los hace conscientes de la situación del país y sus ciudadanos en los diferentes ámbitos.

Una parte esencial de este programa es el voluntariado corporativo al llevar a cabo varias actividades que motivan la consciencia social y humanitaria en el personal de la empresa; por lo tanto las acciones del día a día serán testimonio del interés por el cambio y desarrollo de familias Guatemaltecas como del ambiente.

Por lo tanto surge la inquietud de conocer la percepción de los colaboradores de una institución acerca de los beneficios de realizar voluntariado corporativo, como influye en su desenvolvimiento de sus labores diarias, motivación, trabajo en equipo, años de servicio dentro de la empresa e incluso en su ámbito familiar. Formando personas más humanas.

Así que es importante dar a conocer los estudios y artículos realizados con anterioridad acerca de la variable del presente estudio, a nivel nacional los cuales se detallan a continuación:

Es así como Guerra (2013) publicado en su artículo, quien decide ser voluntario es una decisión propia fundamentada en sentimientos, mediante la cual según Viktor Frankl se detecta y desarrolla la misión personal de la vida. Es interesante reconocer este punto porque cada persona es única y con su propia ideología desea encontrar cual es el fin que lo llevara a la plenitud y sentirse útil. Según el autor de este artículo describe no importa la edad que una persona tenga para sentirse más o menos servicial, es el momento en que la persona se siente actor responsable de grandes cambios en la sociedad donde lo que haga puede implicar un cambio radical en la vida de muchos. Las personas voluntarias dan esperanza a la humanidad ante una sociedad indiferentes y conformista, dejando un legado en la empresa donde labora, a la persona que ayudo, a una comunidad. Se fomentan valores como la integridad y la persona es capaz de conocer talentos ocultos para el mismo, volviéndose una persona proactiva en los ámbitos donde se desarrolla. Los beneficios de un voluntario no solo se quedan en lo emocional o la relación individuo-causa social, va mas allá, la contribución a la comunidad es más grande desde infraestructura, educación, salud, y beneficios que muchas veces el Gobierno o los altos mandos lo tienen como obligación pero para un voluntario nace del hecho de servir y no tomar nada a cambio mas que la satisfacción personal. Al preguntarle a un voluntario que gana con servir es escuchar que es más lo que le ha dejado a su persona, que lo que alguna vez imagino.

Por su parte, Caravantes (2014) realizó una tesis descriptiva, la cual tuvo como objetivo determinar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que han implementado las empresas litográficas agremiadas a la Cámara de Industria Guatemalteca. El instrumento utilizado se dividió en 4 cuestionarios específicos para las 4 categorías de sujetos donde se incluía preguntas especiales para recabar información a utilizar. Los sujetos de estudio en total fueron 99, 5 Gerentes, 72 colaboradores, 22 clientes y 15 proveedores. En los resultados obtenidos, se confirma que la mayoría de los actores de la RSE (propietarios, colaboradores, clientes y proveedores) poseen la misma idea o concepto de RSE definiéndola como una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley. Además se observa que en el estudio la mayoría de los sujetos afirman que en las litografías se realizan algunas acciones en pro de la sociedad, de ambiente o alguna causa positiva por lo tanto son percibidas por

todos los sujetos como prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Asimismo, afirman que las empresas sujetas a estudio cumplen con los requisitos legales, fiscales y laborales, sin embargo, aunque cumplen con dichas obligaciones; las mismas deben incorporarse a la estrategia de negocios para que puedan ser verdaderas prácticas de RSE. Por lo que en el trabajo de campo, se puede confirmar que los sujetos del presente estudio, realizan en su mayoría algunas acciones a favor del medio ambiente; más no son programas o procesos asociados a una estrategia de las litografías con resultados sostenibles y replicables. Con los resultados obtenidos se recomienda cercanía a la comunidad incluyendo actividades para el programa de RSE.

Asimismo, Pineda (2014) realizó un estudio descriptivo acompañado del método deductivo y análisis interpretativo-comprensivo. Siendo su objetivo determinar las acciones de RSE que se aplican en las fincas productoras de madera del municipio de Cobán del departamento de Alta Verapaz. Para este estudio se utilizó un formato de entrevista estructurada con una muestra conformada por Gerentes o propietarios, personal del INB, habitantes de comunidades y personal Docente de la Carrera de Ingeniería Forestal. El estudio se realizó específicamente en el municipio de Cobán, departamento de Alta Verapaz. Se investigaron las operaciones madereras por el impacto directo en el medio ambiente. También porque pese a ser regulado, las leyes que lo hacen no se aplican. Al realizar el trabajo de campo se observó que las fincas productoras de madera no realizan acciones concretas relacionadas a la RSE. Se comprobó que la relación entre clientes y proveedores se limita al ajuste de precios sin fomentar relaciones responsables. Además que las prácticas ambientales se limitan al apego de leyes que regulan el sector y las empresas no demuestran interés por realizar proyectos voluntarios y que no se tiene ninguna comunicación con las comunidades y demostrando poco interés en realizar proyectos para mejorar la situación de esta.

De igual manera, Sáenz (2014) realizó un estudio de tipo descriptivo, y propone como objetivo establecer el perfil de los aspirantes del voluntariado corporativo para la implementación de un programa de responsabilidad social empresarial (RSE) en una organización guatemalteca. El grupo de investigación estuvo conformado por 61 colaboradores de ambos géneros. El instrumento utilizado fue un cuestionario, con el fin

de recaudar información de las características más importantes o relevantes que tiende a reflejar una persona que participa activamente en un programa de voluntariado corporativo para determinar el perfil según el nivel jerárquico. En base a los resultados se identificaron los diferentes perfiles de puesto que ayudan a fundamentar el objetivo principal, Para poder diseñar y ejecutar un Plan de Voluntariado Corporativo es necesario contar con un programa de RSE, debido a que favorece establecer previamente el perfil que debe tener un colaborador que desee pertenecer a este tipo de actividades dentro de la organización, ya que se requiere cierto conocimiento y habilidades, aunque éstas se pueden ir desarrollando en el día a día. Por lo tanto se recomendó a la organización implementar programas de voluntariado teniendo en cuenta los beneficios del mismo para la institución, colaboradores y sociedad, con el cual contribuye a la concientización como personas dentro de la sociedad.

Asimismo, López (2015) realizó un estudio de tipo descriptivo, proponiendo como objetivo establecer la Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva en los hoteles de cuatro estrellas de la cabecera departamental de Huehuetenango. El instrumento a utilizar fue una encuesta realizada a 64 colaboradores, de las áreas administrativa y operativa, y 25 clientes potenciales para identificar la RSE como ventaja competitiva, se utilizó los ejes aplicados por el Centro de Responsabilidad Social Empresarial –CentraRSE-; y luego se aplicó una entrevista estandarizada y encuesta de opinión. Entre los resultados principales señalaron que la RSE no se da a conocer a los colaboradores y los ejes se encuentran en un nivel bajo como lo son: público interno, medio ambiente, proveedores y política pública, sin embargo cabe recalcar que los clientes tienen la disponibilidad de pagar un precio mayor por prácticas de RSE que vayan en pro el ambiente o los mismos clientes ayudando a causas positivas. Por lo que se propuso implementar una guía para posicionarla como ventaja competitiva y mejorar el posicionamiento y rentabilidad en el mercado. Es interesante que las personas que formaron parte de sujetos de estudio recalquen que el tema de RSE es de importancia para incorporar a las empresas y que estas puedan brindar un mejor soporte al cliente por lo tanto incrementan los beneficios de la misma siendo esta competente y socialmente responsable.

En el ámbito internacional, el elemento de estudio de Responsabilidad Social Empresarial también ha sido abordado por diferentes autores.

Para iniciar, Sajardo y Serra (2008), en Valencia, España realizaron un estudio de tipo cualitativo y cuantitativo, información brindada por los sujetos de estudio de nivel gerencial, mediante entrevistas y e información en artículos presentados. El cual tenía como objetivo principal conocer la implicación de la ciudadanía corporativa, debido a que las empresas no solo deberían obtener diez beneficios económicos, sino que además deben apostar por lograr beneficios sociales y medioambientales. A nivel español y valenciano, la Fundación de Solidaridad y Voluntariado de la Comunidad Valenciana fueron los pioneros en este tema. Hacen mención que al inicio las donaciones que aportaban eran en especie, luego fueron productos y servicios, y por último, financieros o monetarios. Una de las conclusiones es que es beneficioso contar con un programa de RSE en la organización. Y recomendaron llevar a cabo políticas de difusión que contribuyan al conocimiento de la cultura empresarial que beneficia a la comunidad, empresa y colaboradores.

Es así como Ramírez (2010) en Puebla, México, realizó una tesis de tipo analítico, proponiendo como objetivo conocer acerca de la información que se tiene sobre Responsabilidad Social Empresarial en México e identificar los beneficios que trae a las empresas la actividad de hacer dicho proyecto dentro de las comunidades cercanas a las empresas en el área de cultura y arte. Los reportes de Responsabilidad Social que emiten las empresas tienen utilidad para que las multinacionales muestren el impacto de las acciones sociales que han realizado. Para poder medir mejor el impacto esperado de cada acción social. Todo esto se realizó mediante un análisis OIT, ONU, OCDE e ISO. Junto con ello los informes de las empresas. Tomando en cuenta los beneficios de RSE son tangibles como intangibles. Luego del análisis se sugieren lineamientos a seguir para la implementación de la RSE en las empresas, que sea de carácter obligatorio y que el mismo sea auditado para asegurar las acciones reportadas por las empresas, ya que muchas veces las actividades que se declaran no tienen ninguna relación en pro de la sociedad.

Por otro lado, Ortiz (2010) en Bogotá la investigación realizada tiene como objetivo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como parte de la estrategia competitiva de una empresa. Dicho estudio se realizó con el fin de investigar a cabalidad los diferentes conceptos, los compromisos, las acciones y las ideas que contribuyen a la adecuada implementación de una verdadera intervención social. Para la realización del trabajo fue necesario elegir una empresa con el objetivo de estudiar y demostrar si sus programas de RSE estaban alineados con el objetivo del negocio, la organización a estudiar es HZX, de Colombia, empresa dedicada a suministrar productos, servicios y soluciones integrales para la exploración, desarrollo y producción de petróleo y gases una empresa multinacional. Para el análisis del caso, fue vital la utilización de los Indicadores ETHOS de RSE (2008) (Valores, Transparencia, Gobernabilidad. Público interno, Medio Ambiente, Proveedores, Consumidores y Clientes, Comunidad¹¹¹¹ y Gobierno y Sociedad), se obtuvo una guía sobre los niveles y las calificaciones de cada los criterios que componen la implementación de la RSE en HZX. Además la investigación se realizó con una serie de entrevistas a los líderes del tema en HZX (20 en total). Se concluyó se toma muy en serio la implementación de la RSE, cuenta con un equipo dedicado a la organización, implementación, progreso y control del tema en la organización. Se confirma que la empresa está alineada con el objetivo del negocio, ya que como prestadora de servicios petroleros, tiene en cuenta principalmente a sus grupos de interés: Medio ambiente y empleados en sus actividades y objetivos empresariales.

Fuenzalida, A. (2016), en Chile en su artículo las fortalezas de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas, menciona que las acciones de Responsabilidad Empresarial pueden ser variadas y que su evolución ha sido acorde a las necesidades del medio y de los trabajadores. La RSE inició con la filantropía, pero ha evolucionado hasta programas de voluntariado. Muchos de los motivos que las empresas utilizan para desarrollar proyectos de RSE van desde objetivos de solucionar problemas sociales o medioambientales, programas de imagen o disminución de malas decisiones. Pero otro motivo importante es que mejora la productividad y calidad de vida. Según un estudio por Cherenson Group, el 80% de los empleados prefiere trabajar en una empresa con excelente reputación y más humanas, en especial la

generación de los milenials. Fuenzalida concluye que el objetivo de realizar proyectos de RSE proviene de las nuevas generaciones que piden esfuerzos en el tema y el entorno que rodea a la empresa y que las mismas lo toman como un compromiso. Así mismo, indica que otra conclusión radica en que los milenials han cambiado su forma de pensar y la forma en cómo se debe trabajar y desean generar vínculos laborales y de compromiso con compañías que compartan su mismo sentir, como el trabajo en equipo, trabajo a la comunidad y demás. Finalmente, indica que los beneficios que implementar un proyecto de RSE en las organizaciones y el beneficio de ellos es el aporte a las comunidades y la integración de gerentes que ahora son profesionales jóvenes con visión estratégica que buscan compromiso y resultados con empleados sumados a la causa y crear líderes que tengan vínculos con sus colaboradores.

Finalmente, Arpi (2013) en Cuenca, Ecuador el trabajo de investigación de tipo cualitativo se desarrolla mediante la utilización de varios instrumentos de encuesta/entrevista, a las 57 empresas (clientes) y empleados de CADITEX, con el objetivo de conocer la presencia del tema de Responsabilidad Social Empresarial y si se está haciendo práctica del mismo dentro de las empresas a investigar. Así mismo se observó que la Responsabilidad Social, viene a transformarse en un elemento de valor o inversión no tomándolo como donaciones. Sino más bien como un activo intangible para la empresa incrementando su valor adquisitivo, siendo una inversión de retorno a mediano y largo plazo, reportando rentabilidad, dando un mayor beneficio por el aumento en sus ventas. La importancia que se les dará a los activos intangibles reside en su capacidad de crear valor dentro de la organización, tomada como una inversión, de tal modo que se considera que estos activos poseen los atributos capaces de generar aquellos elementos diferenciadores en las empresas que les permitan una verdadera posición competitiva en el mercado. e demuestra dentro de los microempresarios que el 64,90% tiene conocimientos básicos no muy claros sobre la RSE, mientras que los empleados (66,70%) desconocen completamente la conceptualización y beneficios del mismo. A pesar del desconocimiento del tema, se pudo comprobar que sí realizan pequeñas acciones que se podrían considerar como RSE, a pesar de que éstas sean esporádicas y son llevadas a cabo hasta que reciban solicitudes de apoyo.

Con las investigaciones y artículos mencionados anteriormente, se puede concluir que contar con un programa de Responsabilidad Social Empresarial en una organización o empresa, genera grandes beneficios positivos, que contribuyen al crecimiento tanto a nivel personal y profesional de los colaboradores, por medio del voluntariado corporativo.

Sin embargo, es necesario conocer el tema de RSE con base en criterios de diferentes autores que han sido abordados en los últimos años.

Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema de relevancia en la actualidad por los beneficios positivos y de influencia que poseen para las empresas u organizaciones a nivel mundial. Donde se ven afectados varios actores de la sociedad compartiendo el propósito de crear un mundo mejor.

La RSE es una estrategia fundamentada en valores y principios tomando en consideración los públicos de su interés, como lo son los colaboradores, la comunidad, los clientes, accionistas entre otros. Una herramienta que integra la estrategia empresarial, que va de la mano con los valores y ética de la misma.

Para la ISO-Organización Internacional para la Estandarización (2010), es definida también como la responsabilidad de una organización ante los impactos de sus decisiones y actividades que ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- ❖ Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.
- ❖ Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- ❖ Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica.

Por otro lado, para el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial -CENTRARSE- (2007), la 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.

Para Cajiga (2016), es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos los participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

Asimismo, para Vives y Peinado-Vara (2011) la RSE es un paradigma a partir del cual se puede construir el nuevo significado que tienen o deben tener las organizaciones o empresas con su entorno externo e interno en el marco de una búsqueda de desarrollo sostenible. Implica una ética cuyos valores y principios referidos al respeto de los colaboradores, al proceso técnico que impacta en el medio ambiente, a la escucha y consulta con los que se vincula (*stakeholders*), a la transparencia que permita generar identificación y confianza con la comunidad y otros, se haga evidente en la práctica o comportamiento. Todo lo anterior, en suma, se plasma a través de una manera de hacer la gerencia de las organizaciones o empresas.

Y por último, el Libro Verde (2001) define como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

Historia de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala

En los últimos años el tema de RSE ha adquirido gran relevancia en el mundo entero y en particular en los países de América Latina y Guatemala avanza con paso firme.

Cada vez hay más empresas sumándose a los proyectos de RSE, basando su cultura en principios éticos y valores junto con el firme cumplimiento de la ley, comprometido con el medio ambiente, el desarrollo de las comunidades y contribuyendo a la competitividad de las empresas. CentraRSE en el libro de Casos de éxito en Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala redacta la historia de RSE.

El inicio de RSE en Guatemala se dio a través de las fundaciones quienes realizaban acciones independientes de acuerdo a las necesidades de grupos específicos o de comunidades. Pero estas eran acciones de Filantropía, entonces cual es la diferencia entre este termino y RSE, comienza en el momento en que una empresa decide realizar acciones con impacto positivo dentro de la sociedad, donde lo usual es “donar dinero”.

Ahora, la realidad demuestra que la filantropía es buena pero de ninguna manera es suficiente para que Guatemala de un salto cualitativo en desarrollo y calidad de vida. Lo que es importante es un compromiso total por parte de las empresas invirtiendo en programas innovadores de compromiso estratégico mejor conocido como “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE), teniendo en consideración las implicaciones económicas, sociales y ambientales y el impacto positivo (o negativo) que pueda tener sobre todos los públicos interesados de la empresa.

A finales de los años noventa, cuando el Banco Mundial (BM) y el Consejo de Fundaciones Privadas de Guatemala (CFP) le plantearon a un grupo de ciudadanos conformados por líderes empresariales reflexionar sobre como facilitar la comprensión de RSE en Guatemala. Luego de tomar testimonios de otros países acerca del conocimiento y acciones para incorporar la RSE se concentro en analizar el sector productivo para considerar sus aportes y opiniones del tema.

Los resultados fueron sorprendentes y marcaron la salida para emprender nuevos retos y el plan a seguir para promoción de los conceptos de RSE. El 26 de Febrero de 2003, se presentaron los estatutos que dieron origen a la Asociación Civil Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CentraRSE), comenzando con 8 empresas afiliadas y al final del mismo año con 24.

Los siguientes años se continuo multiplicando el tema sobre dos direcciones: Interna en relación a los colaboradores su desarrollo profesional y personal, y la externa con la comunidad y la ejecución de políticas del estado.

En el año 2010 en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, incorporando el termino a las practicas y políticas que se venían trabajando siendo una combinación de tres elementos: Gobierno, sociedad y empresa. Por lo tanto a finales del 2010 se presenta la **Norma de Responsabilidad Social ISO 26000**.

Según Argandoña y Silva (2011) Las normas ISO aportan soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluida la agricultura, construcción, ingeniería mecánica, fabricación, distribución, transporte, dispositivos médicos, información y tecnologías de comunicación, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios. Es una guía no certificable que se adopta de manera voluntaria y no por un medio de gestión en este caso se enfoca en que las organizaciones sea más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable, asegurando ecosistemas saludables, equidad social y desarrollo personal y profesional de sus colaboradores.

La ISO 26000 brinda directrices sobre los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social y sobre cómo pueden ponerlos en práctica las organizaciones. Se dirige a todo tipo de organizaciones, privadas, públicas y no gubernamentales, sea cual sea su tamaño, sector o ubicación geográfica. La idea es que cualquier organización que quiera incorporar criterios de responsabilidad social en sus actividades cotidianas pueda contar con un estándar universalmente consensuado para tal propósito.

La misma tiene los siguientes beneficios según la Organización Internacional de Estandarización (2010):

- ❖ Ventaja competitiva
- ❖ Reputación

- ❖ Capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios
- ❖ Mantenimiento de la motivación, compromiso y productividad de los empleados
- ❖ Percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y comunidad financiera
- ❖ Relación con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera
- ❖ Implementación e integración de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización

Y contiene siete ejes fundamentales que cubren los temas en relación al impacto económico, medioambiental y social. Se definen, según CentraRSE (2010), así:

1. Derechos Humanos son todos los derechos básicos que los seres humanos deben tener, la organización debe reconocer su importancia y su universalidad, y en caso que estos no se cumplan a cabalidad bien sea por un vacío legal o por practicas inadecuadas la organización debe hacer todo lo que este a su alcance para respetar y proteger los derechos. Teniendo igualdad de oportunidades, sin discriminación e igualdad de beneficios.
2. Gobernanza de la organización medio por el cual se toman decisiones e implementa acciones para lograr sus objetivos. Donde se compromete a que sea en forma ética y valores, como la transparencia de cualquier acción respetando las políticas y leyes.
3. Prácticas laborales dentro de una organización deben ir acorde a las políticas y acciones relacionadas con el trabajo desarrollado por la misma incluyendo el trabajo subcontratado. Temas como las condiciones de trabajo, el entorno donde se encuentra el colaborador, las herramientas de

trabajo, la salud y seguridad entre otras que velan por el bienestar del colaborador.

4. Participación activa de la comunidad, las organizaciones tienen una relación estrecha con la comunidad en la que operan. Esta materia especifica el involucramiento que se debe tener con la comunidad a fin de contribuir con su desarrollo y calidad de vida. Creación de empleo, educación, salud, generar medios para ingresos económicos, accesos a la tecnología y cualquier acción que desarrolle a la misma.
5. Medio ambiente, las decisiones como actividades de una organización tiene un impacto visible para el ambiente que usualmente son el uso de recursos, el lugar, generar desechos de los productos. Hacer un compromiso o esfuerzo por disminuir dichos impactos considerando los problemas que se crean como el impacto de los mismos a corto o largo plazo, como perdurables en el ambiente.
6. Asuntos de consumidores, las organizaciones que proveen productos y servicios a consumidores y clientes tienen una responsabilidad con ellos que incluye educación en cuanto al producto, información precisa, información de mercado transparente, y servicios que permitan acceso a todos incluso cuando sea un grupo vulnerable o en desventaja.
7. Prácticas justas de operación, se refieren a la conducta ética de una organización y las transacciones con otras, en el área de responsabilidad social se refiere a la forma que una organización utiliza sus relaciones con otras para promover resultados positivos.

Luego de la creación de la ISO 2600, el tema de RSE no puede llegar al final de su camino, por el contrario conforme el paso del tiempo y la implementación de nuevas herramientas en el ámbito empresarial, se necesitaran programas innovadores que se comprometan al mejoramiento de la calidad de vida y la retribución de recursos al planeta.

Pero integrar la RSE en una organización no es nada sencillo, ya que probablemente se tenga un zona de confort por parte de los colaboradores y la implementación de la misma no tenga la respuesta deseada. Para ello es importante primero conocer bien la organización sus rasgos característicos, como son sus colaboradores, cual es el eje del negocio, el tiempo de la misma, su planeación estratégica y personalmente cual será el beneficio de incorporar la RSE.

Luego para la ejecución de la estrategia de RSE es importante la sensibilización de los colaboradores. Comunicar es primordial para cualquier paso que se de, transmitiendo el ideal de beneficio para la organización como para el colaborador como tal, para crear el compromiso de los mismos.

El autor Kotter (1997): 9 menciona, "En la primera mitad del proceso de transformación, ninguna compañía es poseedora del momento, del poder ni del tiempo necesarios para sortear los obstáculos. Pero los grandes problemas deben ser enfrentados y removidos. Siempre se requiere de una acción, tanto para dar poder a otros, como para mantener la credibilidad del esfuerzo de cambio como un todo".

Como comunicar la implantación de RSE

Llarena (2011) indica los cinco pasos a seguir para comunicar esa visión de ejecutar la estrategia de RSE:

1. Capacitación de los miembros del comité de RSE y a los colaboradores. Que todos conozcan en que consiste la Responsabilidad Social Empresarial sus beneficios y el porque se desea incorporar a la organización.
2. Dar a conocer a los altos medios para comprometerlos con la estrategia de RSE, ya que ellos son los principales en contagiar a los colaboradores que

dependen de su equipo. Y que por supuesto el ejemplo comienza desde arriba.

3. Realizar una campaña de expectativa con el objetivo de crear expectativa entre los colaboradores.
4. Implementación de los programas de RSE.
5. Estrategia de seguimiento donde es importante mantener recordatorios de las acciones a tomar y las actividades que se harán para que los colaboradores comiencen a identificarse con la participación socialmente responsable.

Para una organización o empresa es importante conocer como debe comunicar sus proyectos o cambios, para crear compromiso y estabilidad de sus colaboradores que todo cambio no necesariamente conlleva a resultados negativos o catastróficos que por el contrario este tipo de estrategias logren beneficiar a varios actores sociales perdurablemente.

Así mismo Llarena cita a Micklethwait y Wooldridge (2003)^[14] las empresas no tienen cuerpos que puedan ser castigados ni almas que puedan ser condenadas y por ello hacen lo que les da la gana". Palabras relevantes que asocian la los comportamientos actuales de algunas empresas y organizaciones.

Las empresas están conformadas por colaboradores sin ellos no pueden salir a flote, no habría producción y por consecuente ingresos. La responsabilidad social no recae solo en las personas que la conforman si no en su totalidad que tiene a cargo implementar cualquier procedimiento, decisión o política a cabo, llamado también como "Responsabilidad de la empresa". Aquí es donde la RSE depende tanto de la responsabilidad como de la ética de los individuos que son partícipes y la influencia que poseen.

Donde la empresa permite realizar actividades de impacto sobre la sociedad, colaborando para crear bienes y servicios para el bienestar social permitiendo el progreso de la sociedad ayudando a mantener un equilibrio.

Beneficios de practicar RSE

A nivel mundial las practicas de RSE han aumentado y se han creado grupos o empresas que velen por la implementación de la estrategia de RSE en empresas y organizaciones, que el país donde se encuentren puedan ser socialmente responsables con sus prácticas y procedimientos; sea parte del cambio en la sociedad creando conciencia de los bienes y recursos que dan el medio ambiente, las comunidades, los colaboradores, los clientes y otros.

Para FUNDEMÁS (2014), se divide en tres campos los beneficios de tener programas de RSE:

1. En lo social:

- ✓ Genera oportunidades de negocio para PYMES, que forman parte de la cadena de valor de empresas que valoran este tipo de iniciativas, brindándole rentabilidad a ellos y a su propia operatividad.
- ✓ Ofrece alternativas de trabajo para miembros de la comunidad, lo que contribuye a la generación de ingreso para las familias, reducción de pobreza, mejora de la calidad de vida.
- ✓ Al desarrollar proyectos sociales (programas de educación, desarrollo local).

2. En ambiental:

- ✓ Reduce el impacto en el medio ambiente, a la vez que genera un entorno de estabilidad a su operación.
- ✓ Proyectos de reciclaje, eficiencia energética, producción más limpia, entre otros, contribuye a mejorar las condiciones ambientales de su entorno.
- ✓ Permite desarrollar nuevos mercados y fuentes de empleo al realizar nuevos productos, a partir de materiales reciclados, como papel, cartón, plástico, etc.

3. En lo económico:

- ✓ Identificación de riesgos y oportunidades en la cadena de valor.
- ✓ Identificación de nuevos negocios y mercados.

- ✓ Mejor reputación corporativa.

Por otro lado, para la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (2016), indican otros beneficios importantes de implementar RSE en las empresas:

- ❖ Mejoramiento del Desempeño Financiero

De acuerdo con la fuente anterior redacta que en el año 1997, un estudio de la Universidad De Paul, demostró que las empresas con un compromiso corporativo definido en cuanto a principios éticos, tenían un mejor desempeño financiero que las que no lo hacían, como base en las ventas e ingresos anuales.

Así mismo también por solicitud de IBM Corp., David Lewin, profesor de la Universidad de California de Los Ángeles (UCLA), estudió a 156 empresas con el fin de determinar la relación entre las donaciones empresariales y el desempeño corporativo. El estudio demostró que las compañías que realizaban filantropía obtenían tasas de retorno a sus inversiones significativamente más altas. Lewin concluyó que "la filantropía corporativa puede, con el tiempo, fortalecer el desempeño de los negocios".

- ❖ Reducción de Costos Operativos

Diversas iniciativas de RSE, particularmente aquellas que están orientadas al medio ambiente y ambiente laboral, pueden reducir los costos y la improductividad drásticamente. Puede ser programas de reciclaje, o reutilización de recursos.

En el año 2000, un estudio de 200 ejecutivos de 158 grandes empresas internacionales demostró que un número creciente de compañías ha incrementado su desempeño y reducido sus gastos después de estimular a los trabajadores a crear y compartir sus conocimientos.

En 1999, *HR Ficus* reportó que la oficina de recursos humanos de *Ernst & Young* desarrolló un programa de retención de su personal que le llevo a tener ahorros por 21 millones de dólares.

❖ Mejora de la Imagen de Marca y Reputación

Las prácticas socialmente responsables son visibles para los consumidores y tienen el poder de fortalecer o fragilizar la opinión del público con respecto a una empresa o a su marca. Una buena reputación por integridad y un fuerte compromiso con los consumidores puede generar lealtad y confianza y proveer un espacio de confianza en tiempos de crisis, teniendo un público más comprometido y leal.

Una empresa considerada como socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación ante comunidad e inversionistas, incrementando así la habilidad de su organización para atraer talento y capital.

La revista *Fortune* (2005), sitúa la “responsabilidad social” entre los ocho criterios usados en su encuesta anual “Las empresas más admiradas”, conjuntamente con solidez financiera y calidad en la administración.

Los principios de la Responsabilidad Social Empresarial son:

1. RSE parte del estricto apego a la Ley.
2. Respetar los derechos humanos de las personas afectadas directa o indirectamente por las actividades de la organización.
3. Contribuir al progreso económico, social y ambiental para poder lograr un desarrollo sostenible para la sociedad.
4. La ética es el eje transversal de la conducta de una empresa.
5. Fomentar la formación del capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el desarrollo de los empleados.
6. La implantación de RSE debe comenzar a lo interno.
7. La RSE es Co-responsabilidad de todos los que forman parte de la empresa/organización.
8. Promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su consentimiento con ellas, mediante una comunicación adecuada.
9. La RSE es ganar-ganar.

una gran capacidad para captar y mantener colaboradores con talento.

✓ Mayor lealtad del consumidor:

Los consumidores ya no quieren que las empresas les digan que son buenas. Quieren que lo demuestren. Es por ello que las empresas se ven obligadas a afectar su entorno de forma positiva, si es que esta desea un buen posicionamiento, y una mayor lealtad.

✓ Valoración de la imagen y marca:

Las prácticas de RSE agregan valor a la marca y a la imagen de la empresa, que no solamente hace el visto bueno ante los consumidores, si no que convierte a la empresa en un ente más competitivo a nivel internacional.

✓ Sostenibilidad del negocio a largo plazo:

Generalmente las acciones de RSE le aportan credibilidad a una organización. Esta credibilidad es la que buscan los inversionistas, socios o futuros socios. Es por ello que las organizaciones deben de fomentar y proyectar sus acciones de RSE a largo plazo al igual que su negocio.

Además indica que los esfuerzos del VC dependen, según Allen (s.f), de la situación de la empresa, basándose en la cultura, prioridades, recursos, eje del negocio, capital humano y en la comunidad donde están instaladas. Además de la concientización que se tienen de la sociedad en la que se vive.

El mismo indica que un programa de Voluntariado Corporativo es un plan que sistematiza todas las acciones de voluntariado que ejecuta cualquier organización. Funciona para gestionar el voluntariado estableciendo un proceso ordenado que garantice que toda la empresa se desarrolle en ese ámbito alineándola a la estrategia y los intereses de sus colaboradores y la sociedad en la que opera.

Si un Programa de Voluntariado Corporativo pierde la perspectiva del negocio deja de ser sostenible.

Algunos de los beneficios indica el autor mencionado para la empresa son:

- ✓ Aumenta el conocimiento de las personas sobre la estrategia, cultura y valores de la empresa/organización.
- ✓ Favorece el desarrollo del recurso humano. Beneficiándose de los conocimientos, habilidades profesionales y experiencias de los colaboradores voluntarios que integran los programas.
- ✓ Promueve la integridad de los colaboradores permitiendo mejorar el desempeño en equipo y comunicación con todos los departamentos.
- ✓ Permite descubrir capacidades y habilidades.
- ✓ Mejora el clima laboral (temas de bienestar, estrés, trabajo en equipo, sensibilización).
- ✓ Disminuye la rotación del personal.
- ✓ Genera un fuerte sentido de pertenencia.
- ✓ Mejora la imagen y reputación; lealtad a la marca.
- ✓ Potencia la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.
- ✓ Mejora las relaciones con la comunidad, fomentando su desarrollo en varios ámbitos como lo es la educación, salud, laboral.
- ✓ Reduce el aislamiento.
- ✓ Los voluntarios se convierten en embajadores de la organización permitiendo nuevos programas/actividades de voluntariado inspirados en los deseos de los colaboradores por ayudar y servir.

Para los beneficiarios:

- ✓ Genera más recursos y oportunidades de desarrollo sostenible en la sociedad.
- ✓ Desarrolla habilidades y talentos; en las personas de la comunidad haciéndolos mas competentes.
- ✓ Favorece las relaciones interpersonales.
- ✓ Genera nuevas alianzas.
- ✓ Impulsa el desarrollo local, oportunidades laborales.

- ✓ Sentimiento de proyecto social común.
- ✓ Ayuda desinteresada y sincera que parte del valor de servir y contribuir.

Para los colaboradores:

- ✓ Aumenta la motivación, autoestima y empatía; el colaborador logra más de lo que hubiera imaginado. [SEP]
- ✓ El involucramiento con problemas sociales va formando un ciudadano consciente e integral. [SEP]
- ✓ Ayuda a desarrollar: Liderazgo, Relaciones interpersonales, Trabajo en equipo, Comunicación, Balance con la vida profesional al poder involucrarse en algo en lo que posee un interés personal, Mayor conocimiento de diversidad y Desarrollo de destrezas creativas e innovadoras. [SEP]
- ✓ Provee al voluntario un sentido de pertenencia con la organización, su visión y su funcionamiento. [SEP]
- ✓ Permite una integración de los valores personales y la ética de la empresa. [SEP]
- ✓ Genera nuevas competencias (Conocimientos, habilidades y destrezas).

Los autores anteriormente mencionados se complementan en los beneficios que se tienen de realizar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, algunos beneficios que no fueron mencionados es la importancia que representa para los colaboradores al mantener al recurso humano motivado, leal y comprometido con la misión y visión de la empresa. Construyendo una buena relación entre clientes y empresa, al tener el compromiso con la sociedad siendo ejes de cambio y aporte. Que además se contribuya con el cumplimiento de leyes y normas, como consecuente la imagen de la empresa siempre se vera bien y limpia reconociendo su comportamiento con ética y valores bien cimentados. Y que la empresa este mejor preparada ante una crisis o cambios radicales, manteniéndose al tanto de mejora continua, eficiencia de procesos e innovación de herramientas, productos para todo público.

Además de los beneficios a grandes rasgos dentro de una empresa, existen los beneficios personales que cada persona voluntaria recibe al participar en las actividades o acciones de los programas de Responsabilidad Social Empresarial. Para cada persona es diferente la satisfacción de su participación como la decisión de participar en los mismos, por lo tanto es importante conocer en que consiste el voluntariado corporativo.

“El voluntario corporativo es una pieza esencial de la dinámica empresarial actual, y un factor diferenciador de la empresa que conoce su impacto social y asume su rol transformador“- Guía de Voluntariado Corporativo;3.

Voluntariado Corporativo

El voluntariado es una actividad por naturaleza espontánea e individual, que parte del deseo de una persona en aportar hacia alguna causa específica sin retribución alguna mas que la satisfacción personal.

Por su lado, Haldane (2015), comenta que “ Es muy probable que el número de voluntarios en todo el mundo supere hoy los mil millones. Si «Voluntarilandia» fuera un país, tan solo China tendría más población en edad de trabajar. Las investigaciones también indican claramente que el voluntariado puede propiciar otros beneficios sociales más amplios; cabe destacar el alivio de los costos para las arcas publicas (en el mantenimiento de los sistemas de seguridad social, salud y justicia penal) y una mayor participación ciudadana en la labor de las obras de beneficencia y el Estado. En el caso de las empresas, una estimación más precisa de los beneficios del voluntariado para las destrezas y el bienestar de los trabajadores podría dar pie a una mejora cuantitativa y cualitativa de los programas de voluntariado existentes. Tal mejora impulsaría, a su vez, la eficiencia empresarial“.

Un estudio de The State of Global Civil Society and Volunteering (El estado de la Sociedad Civil Global y el Voluntariado) (2013), con datos procedentes de 16 países que nace por el deseo de hacer más visible al sector del voluntariado, reconociéndolo

como movimiento social internacional, incrementando su credibilidad en el establecimiento de relaciones de colaboración entre instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones de la sociedad civil. Incluyendo el impacto sobre la economía y las políticas de bienestar comunitario que realiza la actividad solidaria. Presentado en gráficas temas como:

- Número de organizaciones de la sociedad civil, por campos de actuación.
- Número de personas contratadas y personas voluntarias en entidades no gubernamentales.
- El “valor añadido” de las entidades de la sociedad civil.
- Cuantificación de la contribución del voluntariado, por campos de actuación.
- Gastos de funcionamiento de la sociedad civil.
- Distribución de sus fuentes de financiación, tanto públicas, donaciones, filantropía, etc., tanto local como internacional.
- Tamaño y distribución de las subvenciones y ayudas al sector.

La finalidad del estudio es motivar a la sociedad y los líderes sociales, a promover el voluntariado en las organizaciones, para que el sector voluntario se haga más visible creando consciencia social a grandes pasos en instituciones privadas como públicas reconociendo los resultados en la política, la economía y por supuesto el ámbito social del país.

Existen diferentes tipos de Voluntariado según Bolunta (2006), que dentro de una empresa pueden realizarse con mayor efecto y aporte, se mencionan los siguientes:

- ✓ Cooperación y desarrollo
- ✓ Medio ambiente
- ✓ Social
- ✓ Comunitario
- ✓ Cultural

✓ Cívico

Es importante mencionar que el voluntariado solo es una forma dentro de la RSE.

El Voluntariado Corporativo (VC) según SumaRSE (2014), es cualquier mecanismo formal y organizado utilizado por una empresa para incentivar y apoyar a sus empleados y pensionados a ofrecer voluntariamente su tiempo, capacidad y sus talentos al servicio de la comunidad.

Es una herramienta utilizada por la empresa para el cumplimiento de la visión y misión y para la consolidación de la estrategia de RSE. El Voluntariado Corporativo incide de forma directa en la reputación de la empresa en la sociedad mejorando las relaciones con la comunidad, fomenta un mejor clima laboral, estabilidad y compromiso de clientes externos, mayor productividad y menor rotación de personal.

En línea con la fuente anterior según el IAVE (2012) , presentó un estudio de algunas conclusiones sobre el fenómeno de Voluntariado Corporativo en el mundo:

- ❖ El voluntariado empresarial es una fuerza global dinámica, fomentada por empresas que quieren hacer la diferencia y se suman a cambiar la realidad de la sociedad en la que viven, alterando de manera significativa la forma de lidiar con los problemas mundiales y locales.
- ❖ Existe un crecimiento compromiso con el voluntariado como parte integral de las estrategias de RSE y sostenibilidad.
- ❖ Se reconoce al voluntariado como factor que ayuda a cumplir con los objetivos empresariales.

El aumento de las prácticas de voluntariado corporativo debería ser una gran noticia para directores y coordinadores de dichos programas dentro de las empresas. Sin embargo, todavía hoy, estos responsables se encuentran con importantes retos y barreras internas y externas que pueden poner en peligro la capacidad de movilización de los empleados en las actividades de voluntariado facilitadas por la compañía.

Alrededor del mundo, cada día son más las empresas que consideran que al voluntariado corporativo como una herramienta para el fortalecimiento de las estrategias de sostenibilidad RSE. Generando importantes beneficios para los voluntarios, la comunidad y la empresa en general.

El voluntariado corporativo debe estar siempre alineado a la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial la cual debe ir en relación a las metas de que la empresa desea alcanzar solo de esa forma se puede dar sostenibilidad al impacto social que generan los voluntarios de las organizaciones y contribuir al desarrollo sostenible del país.

Programas de RSE

Los siguientes programas a mencionar son pertenecientes a empresas/organizaciones/instituciones socialmente responsables.

AgroAmérica (s.f), se enfoca en el bienestar de sus empleados y sus familias. Buscando mejorar su calidad vida y contribuir positivamente al desarrollo de sus comunidades. Se dedican a la producción de banano, piña y aceites vegetales desde 1958 en varios países de América, y Europa.

Algunos de los programas que ofrecen son:

- ✓ **Programa de Familias Felices** es un programa de Seguridad Alimentaria para las familias de los trabajadores. Uno de sus propósitos es contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible: reducir la desnutrición y el índice de mortalidad infantil. Es un programa de dos años que incluye capacitaciones, actividades prácticas de monitoreo, supervisión, evaluación y acompañamiento.
- ✓ **Centro de Desarrollo Humano** el mismo se encuentra en la parte suroccidental de Guatemala, que alberga:

- **Una clínica médica** para todos los públicos, con servicios como consulta, laboratorio, ultrasonido, desparasitación y jornadas médicas y dentales.
 - **Una farmacia**
 - **Un centro de partos**
 - **Programas para madres y niños:** El objetivo principal de estos programas es reducir la mortalidad materno-infantil y contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.
 - **Un centro de investigación:** para comprender mejor los problemas de salud en la región y ayudar a encontrar soluciones más adecuadas y a largo plazo.
 - **Una escuela** para los hijos de los trabajadores.
- ✓ **Un banano al día cambia tu vida** Este es un Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional que consiste en donar una ración de bananos diariamente para complementar la merienda escolar de más de 4,000 niños en 16 escuelas rurales de Guatemala. El programa tiene seguimiento con capacitaciones en prevención de salud para niños, padres y maestros. También se hacen visitas a los hogares para evaluar lo aprendido y monitorear el progreso de crecimiento en peso y talla de los niños.

Por otro lado Arista (2017), es una empresa con experiencia y trayectoria en la asesoría, venta, instalación y adecuación de mobiliario y elementos constructivos para espacios de oficinas y ambientes comerciales, con un servicio al cliente de reconocida excelencia. En Guatemala desde el año 1986.

- ✓ Parte de su proyección, en buscar aliados que, además de dar productos de muy alta calidad, tienen una fuerte responsabilidad con el medio ambiente y la sostenibilidad del entorno.
- Aliados directos como **Green Office Alliance**, una iniciativa de varias empresas que buscan vivir hoy de forma que se pueda asegurar un futuro sano y seguro para las siguientes generaciones. Además asociados y

apoyo a las actividades en varios de los capítulos regionales con iniciativas como el **Green Building Council** que es una organización no lucrativa que promueve la sostenibilidad en cómo deben ser diseñados, contruidos y deben funcionar los edificios.

Asimismo, Bayer (2016), es una compañía con presencia global que cumple un papel activo y determinante en mejorar la calidad de la vida, la salud y el bienestar de la humanidad.

Entre sus programas de RSE se encuentran:

- ✓ **Programa de Agrovida** constante de capacitación de custodia de productos que tuvo su origen en Brasil en el año 1995, y en Centroamérica en 2001. Entre sus objetivos destaca el cuidado por el medio ambiente, productos de menor carga química, aumentar la productividad y calidad de las cosechas, equipo de protección y salud de agricultores y sus familias.
- ✓ **Tu vida tu decisión** contribuye a los objetivos de educación sexual y reproductiva; reducción del índice de embarazos y mejor conocimiento en el tema de anticoncepción. Generando impacto mediante charlas, conferencias a nivel mundial. Y un sitio de internet al alcance de los padres y adolescentes.
- ✓ **Bayer en tu corazón** es una campaña para crear conciencia sobre la Fibrilación auricular y la importancia de ser detectada para prevenir Accidentes Cerebrovasculares.
- ✓ **Programa de Voluntariado Bayer** es un programa que a través de la Fundación Bayer Cares, apoya financieramente las iniciativas de colaboradores y jubilados, que desarrollan voluntariamente proyectos de beneficio social.

Por su parte Cemaco (2017), empresa líder en venta al detalle del hogar y ferretería con una amplia variedad de productos. Cuentan con prácticas de RSE divididas en 3 enfoques: Comunidades, medio ambiente y colaboradores.

Algunos de sus programas son:

- ✓ **Guatemala Nuestra** es una iniciativa de CEMACO que inició en 1999 con el objetivo de dar a conocer productos 100% guatemaltecos a los clientes de la empresa y apoyar el desarrollo de pequeños y medianos productores de todas las regiones de Guatemala.
- ✓ **Ecofiltro** Desde el 2016 se trabaja junto con Ecofiltro para llevar agua potable a las áreas rurales del país. Con el Programa 1x1, cada vez que un cliente adquirió un Ecofiltro, se donó un ecofiltro en un aula en una escuela rural de Guatemala.
- ✓ **Voluntariado** busca impactar directamente a las comunidades guatemaltecas a través de alianzas con diferentes organizaciones que trabajan en beneficio del país, horas de voluntariado con: Helps, Hábitat para la humanidad, Funsepa, Camino Seguro, Defensores de la Naturaleza y Esperanza Juvenil.

De la misma manera, CBC (2017), compañía multilatinas de bebidas con el portafolio más grande de la región y presencia en 35 países. Cuentan con 4 ejes de aporte constante en los cuales cada uno tiene distintos programas, se mencionaran algunos:

- ✓ **Seguridad alimentaria y nutricional** es una alianza estratégica con Asociación Puente, una ONG especializada en trabajo comunitario. De forma conjunta se desarrollo un amplio programa en el Municipio de Santa Apolonia, Chimaltenango. Donde el índice de desnutrición es alto, donde se brinda acompañamiento en los primeros meses de nacido.
- ✓ **Operación Sonrisa** se patrocina y ayuda en varios países, para las operaciones gratuitas de labio paladar hendido a niños.

- ✓ **Crecer** se diseñó una bebida denominada “Crecer” que está formulada con vitaminas y minerales esenciales y que está orientada a contribuir a la mejora de los niveles de ingesta de micronutrientes en las poblaciones vulnerables, especialmente mujeres en edad fértil y niños y niñas de 5 años en adelante.
- ✓ **Aprendizaje Verde** es una comunidad virtual con fines educativos que busca transmitir el conocimiento y la cultura ambiental en las poblaciones infantiles de América Latina. Ha sido desarrollado por el Tecnológico de Monterrey con el apoyo de PepsiCo, la Fundación Televisa, The Young Americas Business Trust y la Organización de Estados Americanos. busca proveer a docentes latinoamericanos de recursos de educación ambiental para niños y niñas que estén cursando la educación pre escolar y primaria.
- ✓ **Reciclaje en nuestras operaciones** Desde el 2009, contribuimos a un mundo mejor con el Programa de Reciclaje, el cual consiste en clasificar, recolectar y reciclar todos los materiales que utilizamos en nuestras operaciones.

Seguidamente, Cargill (2017), opera en Centroamérica desde 1969 con dos negocios principales: carnes y aves de corral, y nutrición animal. Le ofrece a los clientes una amplia variedad de productos frescos y congelados de aves de corral, directamente en las tiendas locales. Uno de sus principales aportes de RSE es:

- ✓ **Programa Global Scholars de Cargill** brinda asistencia económica y oportunidades de desarrollo de liderazgo a estudiantes universitarios de todas partes del mundo, durante un periodo de dos años. Selectos por sus dotes de liderazgo, excelencia académica, logros, en la línea de agricultura y riesgo, con el fin de que ellos sean parte fundamental para el futuro de la empresa.

Igualmente, Cementos Progreso (2017), dedicados a la producción y comercialización de cemento, concreto, cal y otros productos y servicios para la construcción. Cuentan con:

- ✓ **Programa de Reforestación** tras la necesidad de producir maderas para construcción y combatir la deforestación ocasionada por el incremento poblacional, en 1985 nace Agrobosques, nuestro programa de reforestación. Su principal objetivo era la creación de un “Bosque Energético”; un bosque manejado racionalmente para la generación de madera como fuente energética renovable.

Como parte de los beneficios promovidos por la reforestación cabe mencionar:

- Generación de empleo local
- Producción de especies maderables, frutales y ornamentales
- Capacitación ambiental
- Campañas de reforestación en fincas y comunidades

En esa misma línea, Telefonica (2017), empresa de telecomunicaciones por más de ocho décadas de experiencia, crecimiento constante. En la misma se encuentra:

- **Voluntarios telefónica** es un programa que canaliza y promueve la acción social de los empleados que quieren aportar una parte de sus recursos, sus conocimientos, su tiempo y su ilusión en beneficio de la comunidad y de sus colectivos más desfavorecidos.

Gestionado por Fundación Telefónica, tiene un ámbito internacional y está abierto a todos los profesionales, así como a los empleados jubilados y prejubilados. Además, también familiares y amigos de los voluntarios pueden participar en numerosas actividades, multiplicando así el impacto de las acciones.

Además, con una Escuela del Voluntario, una plataforma de formación online para mejorar las competencias de los voluntarios. Con Voluntarios Telefónica se consigue que los empleados sean los verdaderos protagonistas de la acción social de la Compañía y su implicación les permite desarrollar nuevas facetas y habilidades personales y creativas.

Finalmente, el poder recabar información del tema de Responsabilidad Social Empresarial fue una tarea ardua al no contar con las suficientes fuentes que pudieron haber brindado enriquecida información. Sin embargo se contó con autores expertos en el tema que ejemplificaron la importancia de la RSE en la actualidad dentro de las empresas, organizaciones e instituciones tanto a nivel nacional como internacional.

El tema de RSE cada vez se da a conocer más en el ámbito laboral y se toma como una estrategia del negocio de mejorar procesos y desarrollo personal como laboral de los colaboradores que ejercen sus funciones motivados e identificados con sus organizaciones.

El termino de voluntariado corporativo, es fundamental conocerlo y comprenderlo para entender el fin de la presente investigación y como se podrán analizar los resultados de la mano de toda la teoría presentada de origen nacional e internacional a través de los años y la expansión de Responsabilidad Social Empresarial en el mundo.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad Guatemala cuenta con varias empresas sumándose a la filosofía de Responsabilidad Social Empresarial e implementando los programas que brinda, mediante comportamientos del negocio basados en valores, ética y principios que promuevan resultados positivos del mejoramiento continuo en la relación de la empresa y sus colaboradores, como de sus proveedores, clientes y cualquiera que tenga relación con la misma. Es una estrategia de negocio enfocada en incrementar la rentabilidad de la empresa mediante distintas actividades en pro de la sociedad o alguna necesidad, es voluntario y no tiene una retribución de índole monetaria.

Es importante que la organización o empresa se de cuenta de los beneficios a corto, mediano y largo plazo que conllevan a la participación activa de dicho programa, y como esto genera un gran impacto no solo en las personas beneficiadas si no también en sus pilares como lo son los colaboradores que generan los resultados. Se debe trabajar en la concientización de las empresas en la sociedad guatemalteca para brindar nuevas oportunidades de desarrollo, herramientas, metodologías, y cualquier otro aporte, como retribución socialmente responsable.

Para ello, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la percepción de un grupo de colaboradores del área administrativa de una institución bancaria respecto a los beneficios de su participación en programas de Responsabilidad Social Empresarial que la organización patrocina?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Conocer la percepción de un grupo de colaboradores del área administrativa de una institución bancaria respecto a los beneficios de su participación en programas de Responsabilidad Social Empresarial que la organización patrocina.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer que significa para un grupo de colaboradores participantes de los programas de Responsabilidad Social Empresarial el término y sus acciones dentro de una organización.
- Determinar la importancia de realizar voluntariado en programas de RSE; para el desempeño profesional y moral del colaborador.
- Conocer cuáles son los beneficios de los programas a nivel moral y ético de una persona que participa voluntariamente en programas de RSE.
- Determinar cuál es la influencia que tiene la familia de los sujetos participantes en las actividades de proyección que implican los programas de RSE a nivel social.
- Establecer cuáles son las motivaciones para el voluntariado por parte de los sujetos de estudio, para participar en las actividades de voluntariado dentro de los programas de RSE.

2.2 Unidades de análisis

Responsabilidad Social Empresarial

2.3 Definición de unidades de análisis

2.3.1 Definición conceptual.

Se define la “Responsabilidad Social Empresarial como una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la

competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país” (centraRSE, 2016).

2.3.2 Definición operacional.

Para la presente investigación se define a la Responsabilidad Social Empresarial mediante los beneficios que según los colaboradores tienen a cambio de participar en dicho programa y sus actividades, determinado a través de cinco indicadores:

1. Responsabilidad Social Empresarial
2. Importancia del Voluntariado
3. Beneficios de los Programas
4. Influencia Familiar
5. Motivaciones para el voluntariado

2.4 Alcances y límites

La presente investigación se desarrollo con colaboradores del área administrativa, de diferentes puestos jerárquicos, departamentos y años de servicio de una institución bancaria. Todos pertenecen como voluntarios en las actividades que son parte del programa de RSE.

El estudio logró obtener información sobre el Programa de RSE aplicado en empresas guatemaltecas comparado con programas que se han llevado a cabo en empresas internacionales, y las diferencias existentes así como la percepción de los trabajadores sobre el desarrollo de esta actividad. Al mismo tiempo, se determino la percepción de los voluntarios para participar en ese tipo de programa empresarial.

Dentro de las limitaciones para el progreso de la investigación se puede mencionar encontrar el tiempo para poder realizar las entrevistas con los sujetos de estudio para no afectar sus labores, lograr la confianza y estabilidad de la entrevista para lograr obtener la información deseada y mantener la confidencialidad de los sujetos de estudio.

2.5 Aporte

A través de la presente investigación uno de los aporte obtenidos es para institución de forma que puedan conocer cuáles son las razones por las cuáles un colaborador tiene la iniciativa de participar en los programas de RSE y por lo tanto a las actividades mensuales de la misma. Con el fin de que la institución siga fomentando la participación activa en beneficio de la sociedad y sus miembros en ayuda de diferentes índoles constantemente y de forma altruista.

También el estudio aporta a la sociedad Guatemalteca mediante el conocimiento de las prácticas de RSE, específicamente con la información recabada en el marco teórico. Cabe mencionar que no se cuenta aún con la suficiente información del tema, con un número pobre de autores especialistas y pocas organizaciones/instituciones/empresas que ya son participes de RSE.

Para la Psicología Industrial fomentar en las empresas la creación del programa de RSE y así mismo la participación activa y constante en diferentes actividades que ayuden a la sociedad desde el ámbito laboral, y la institución como tal ser ejemplo de valores y ética con sus colaboradores y personas externas que la conozcan.

Además de fomentar la investigación y aplicación de Responsabilidad Social Empresarial para cualquier persona que pueda tener acceso a la presente investigación. Ya que el beneficio no solo es a la causa que se ayuda, si no también a la persona involucrada en varios aspectos de su vida logrando sentirse útil dentro de la sociedad.

III. MÉTODO

3.1 Sujetos

Para la realización de esta investigación se tomó como sujetos de estudio a 11 colaboradores, de una muestra aleatoria, de una institución bancaria, del área administrativa, de ambos sexos, con participación en programas de Voluntariado dentro de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. La misma institución cuenta con 5 años de ejercer labores dentro de la sociedad guatemalteca, se ha destacado por sus valores de servicio, integridad, respeto, sustentabilidad y responsabilidad.

Según Fernández, Baptista y Hernández (2014), la muestra de casos tipo en el que el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización. Analizar los valores, experiencias y significados de un grupo social.

Se describe las características que poseen los colaboradores:

Sujeto	Género	Fecha de ingreso	Tiempo de ser Voluntario	Edad	Estado Civil
1.	Femenino	30/04/2012	3 años	26	Soltera
2.	Femenino	11/03/2016	5 meses	42	Casada
3.	Masculino	10/05/2012	4 años	31	Casado
4.	Femenino	04/10/2014	3 años	27	Soltera
5.	Femenino	03/08/2013	4 años	39	Soltera
6.	Femenino	08/06/2013	3 años	41	Casada
7.	Femenino	07/10/1996	4 años	50	Divorciada
8.	Femenino	28/01/2013	4 años	25	Soltera
9.	Femenino	01/03/2013	4 años	40	Soltera
10.	Femenino	04/05/2015	2 años	30	Soltera
11.	Masculino	19/09/2016	1 año	31	Casado

3.2 Instrumento

Para el presente estudio se realizó una entrevista semiestructurada con preguntas abiertas que según Contreras (2013), la define como una secuencia de preguntas fijas que se adecuan a un esquema o pauta general, porque de “explorar” los mismos elementos.

La finalidad estuvo dirigida al logro de recabar toda la información posible en relación a la percepción de los colaboradores de una institución bancaria hacia los beneficios de su participación en programas de voluntariado por parte de la Responsabilidad Social Empresarial.

Con el fin de conocer los beneficios de ser parte en programas de voluntariado. El cuestionario fue elaborado bajo cinco indicadores:

- ❖ Responsabilidad Social Empresarial: El conocimiento, manejo e importancia del tema.
- ❖ Importancia del Voluntariado: Conocimiento del tema y aspectos de importancia para la sociedad, laboral y personal.
- ❖ Beneficios de los Programas: Los beneficios que se obtienen durante las prácticas de RSE, en aspecto laboral y personal.
- ❖ Influencia Familiar: El contexto familiar y la influencia en la persona que es voluntaria.
- ❖ Motivaciones para el voluntariado: La motivación, impulso o deseo de la persona para realizar RSE.

Las entrevistas fueron grabadas y de carácter confidencial.

3.3 Procedimiento

Para la elaboración del presente estudio se realizaron los siguientes pasos:

- ✓ Se contactaron a los sujetos que cumplieran con el perfil de estudio requerido. [L]
[SEP]
- ✓ Se programaron las entrevistas con los colaboradores.
- ✓ Se grabaron las entrevistas realizadas por medio de un dispositivo celular, con autorización previa de los sujetos. [L]
[SEP]
- ✓ Se realizaron las entrevistas a los sujetos. [L]
[SEP]
- ✓ Se analizó y clasificó la información de cada sujeto en una matriz de contenido. [L]
[SEP]

- ✓ Se interpretaron los resultados obtenidos y fueron ordenados en diagramas. [1] [SEP]
- ✓ Se redactó el informe final con los resultados, conclusiones y recomendaciones. [1] [SEP]

3.4 Tipo de Investigación, diseño y metodología estadística

La presente conto con un enfoque cualitativo. En ese sentir se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El mismo es seleccionado cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Los autores anteriores mencionan que la investigación cualitativa emplea métodos de recolección de datos que no son cuantitativos, con el propósito de describir la realidad tal como la experimentan los sujetos. Los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recopilación de una gran variedad de materiales que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.

El diseño de la presente investigación es fenomenológico definido por Hernández, Fernández y Baptista, como la información que proporciona experiencias comunes y distintas. Submodalidad etnográfica definida como una parte, componente o bien cualidad de una modalidad determinada en relación al estudio directo de un grupo determinado. Categorías que se presentan frecuentemente en las experiencias.

Se usa cuando se busca entender las experiencias de personas sobre un fenómeno o múltiples perspectivas de este. No hay tratamiento estadístico.

IV. RESULTADOS

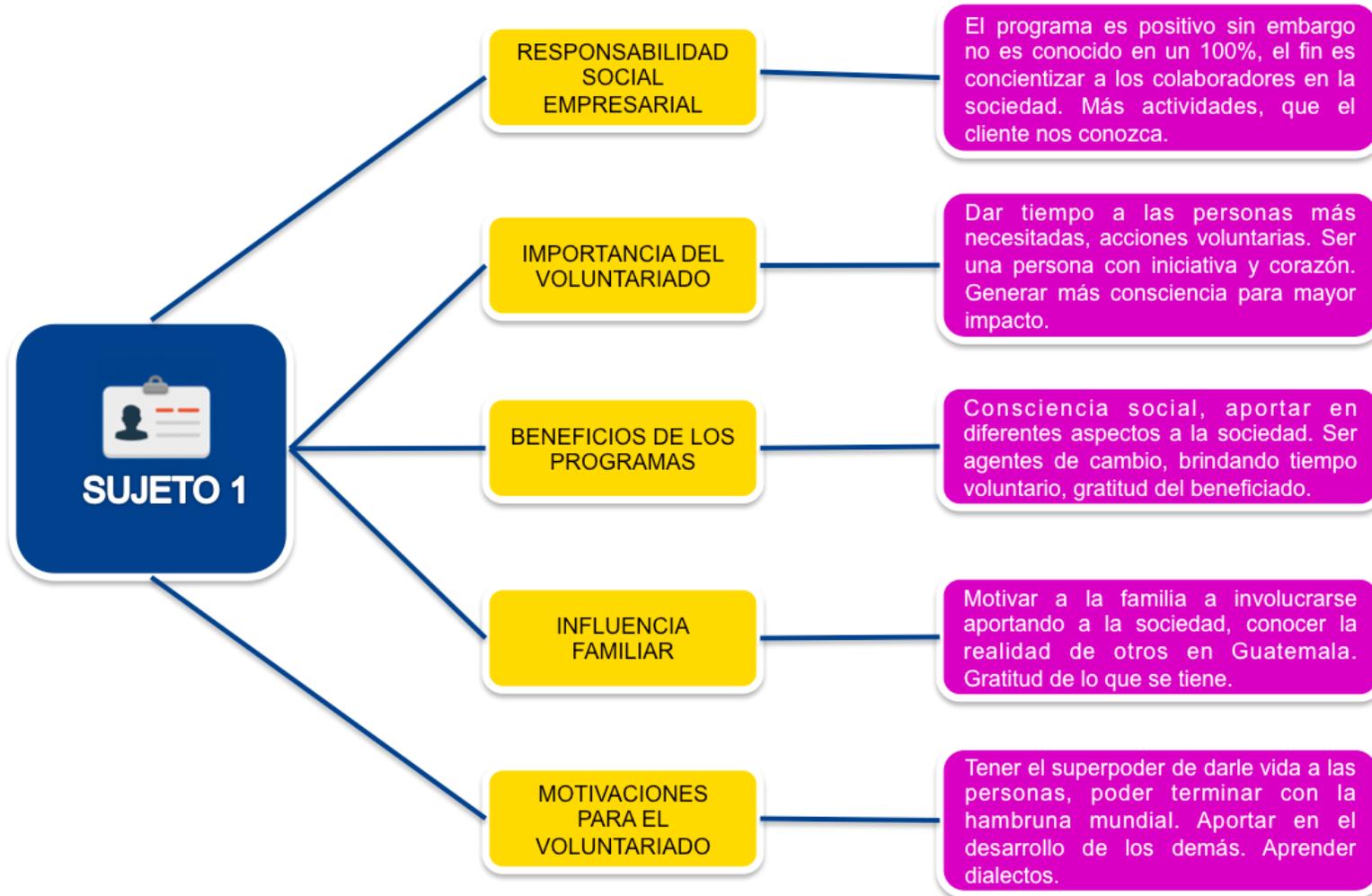
En el presente capítulo, se procede a transcribir por medio de matrices de contenido las principales percepciones, opiniones y expresiones obtenidas de cada uno de los once sujetos participantes en las entrevistas, efectuadas por la autora de esta investigación, con el fin de conocer las percepciones al respecto de los beneficios de la participación en programas de Responsabilidad Social Empresarial.

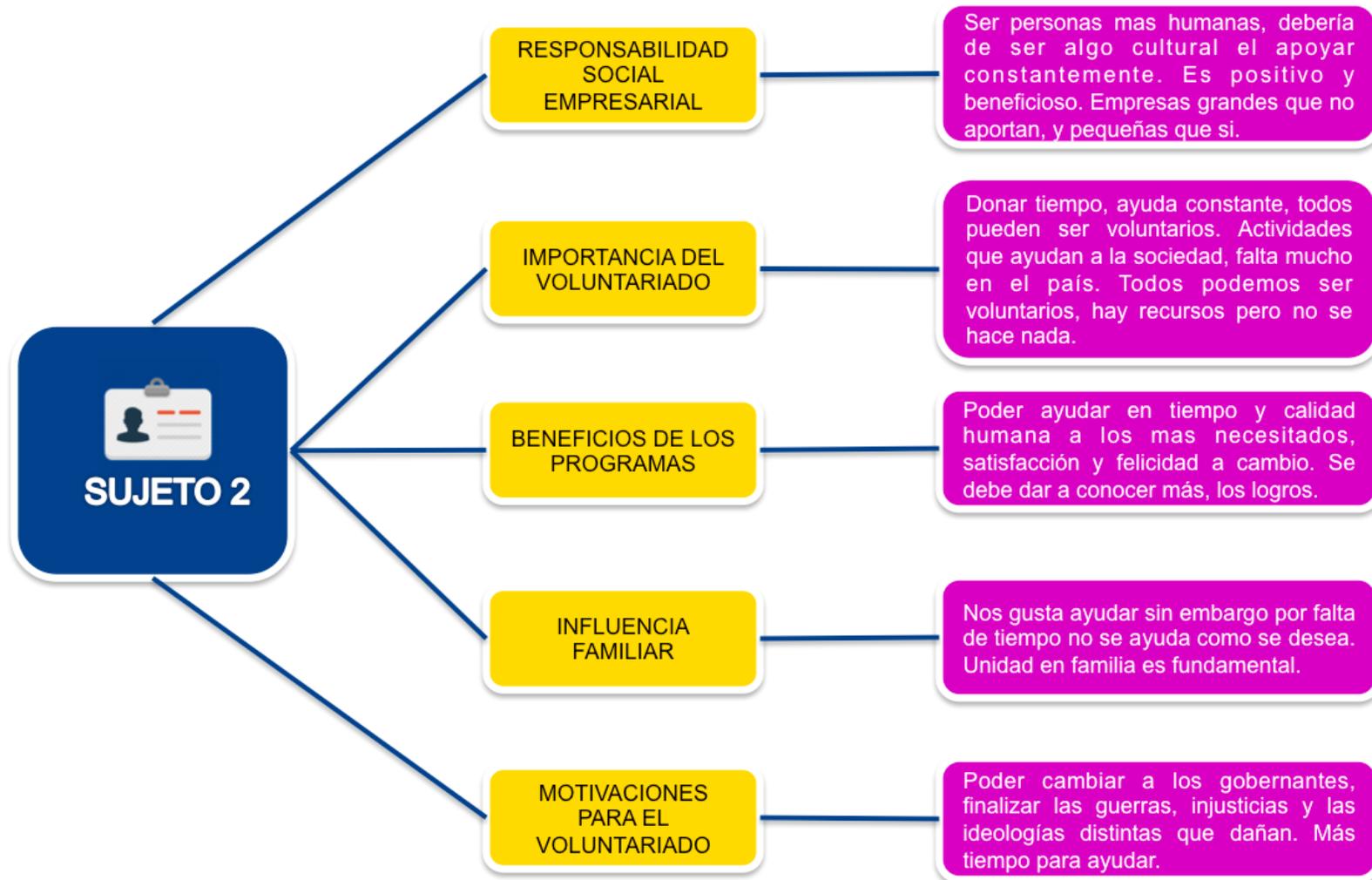
A continuación aparecerán de forma individual y textual las matrices de cada sujeto, divididas por los siguientes indicadores:

- Responsabilidad Social Empresarial
- Voluntariado
- Beneficios de los programas
- Influencia familiar
- Motivaciones para el voluntariado

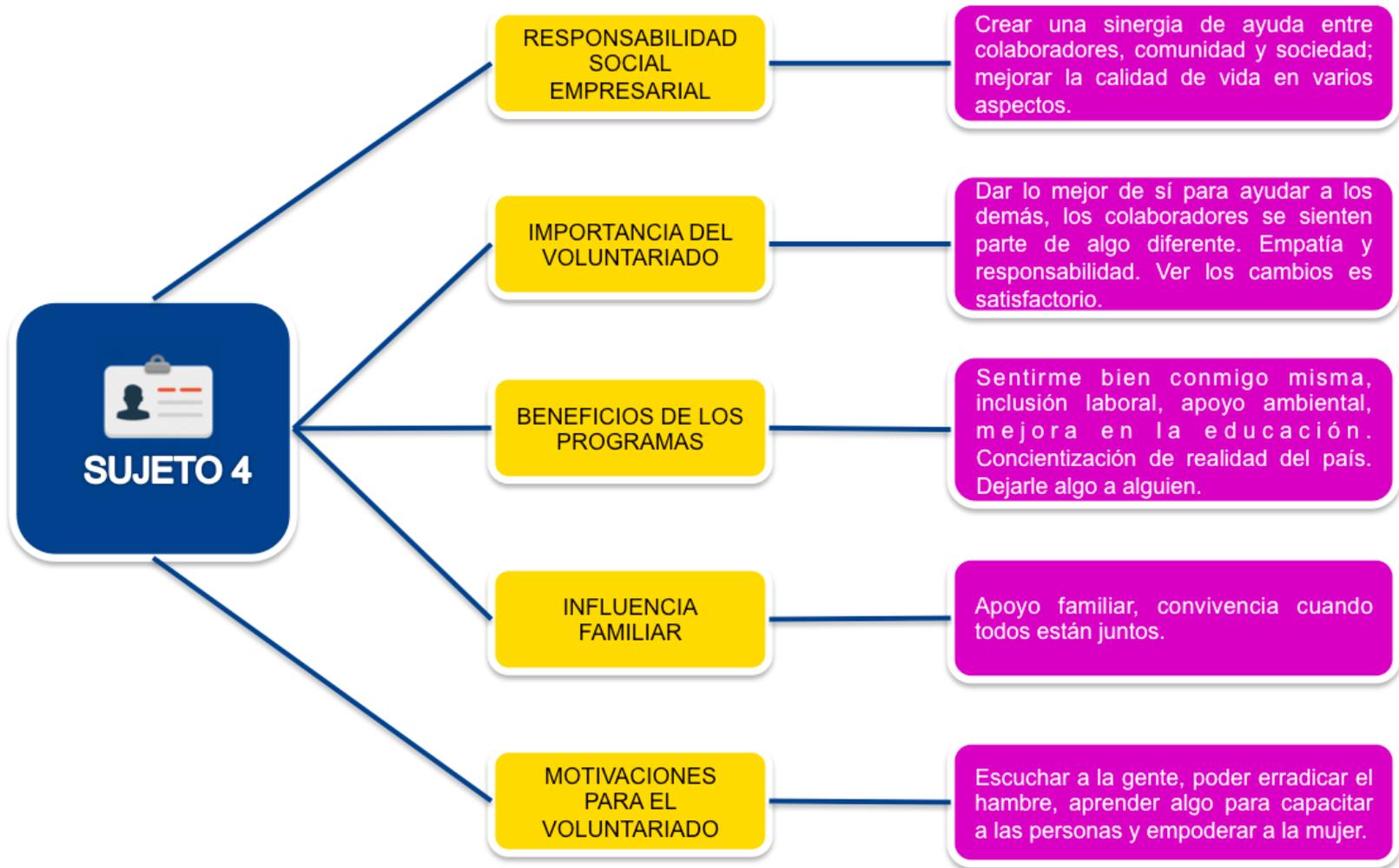
Al final de cada matriz se encuentra un diagrama que resume los resultados más relevantes obtenidos de cada entrevista.

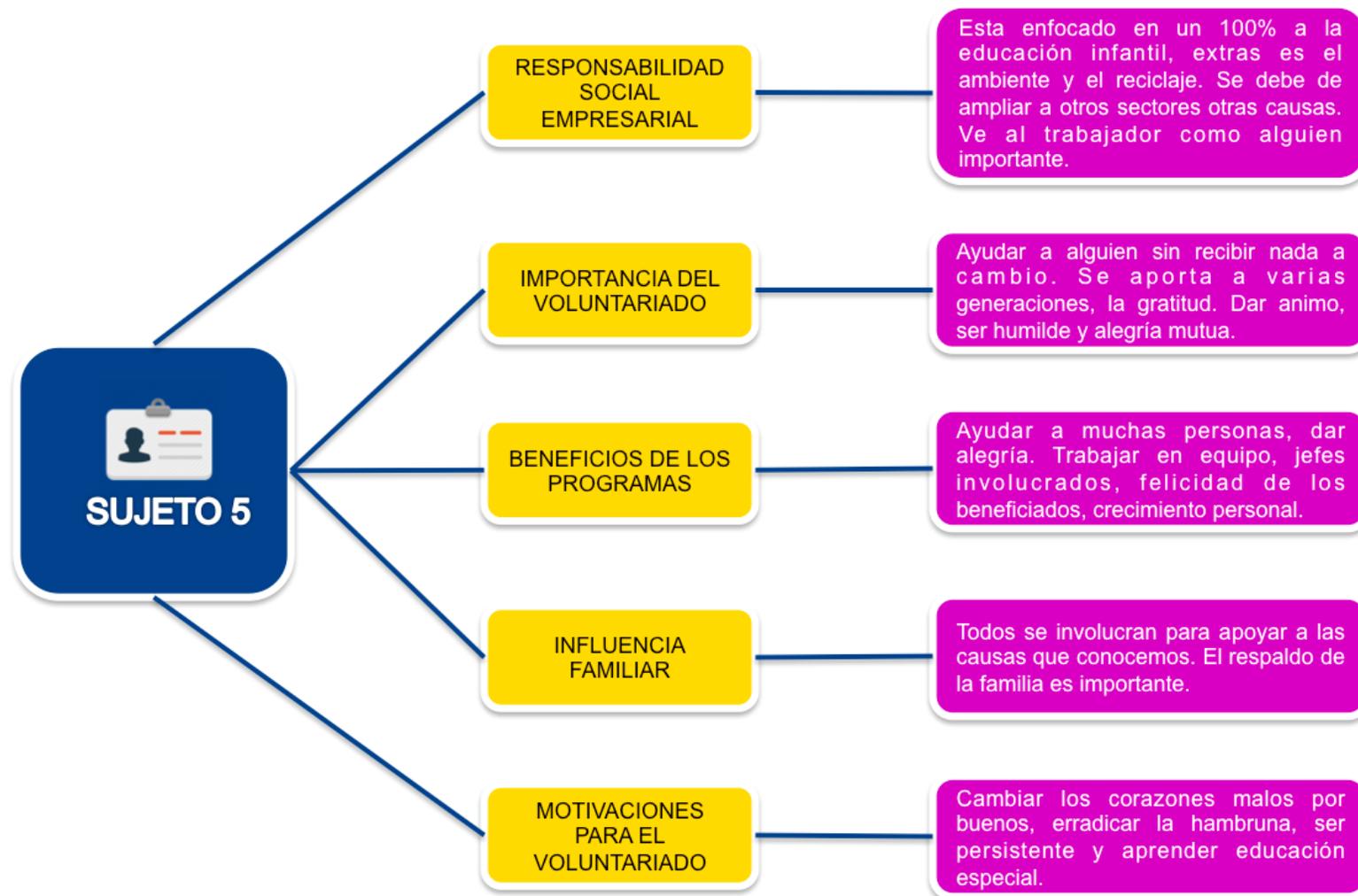
Por último se encuentra una gráfica que representa el resumen consolidado de todos los sujetos participantes, en donde se muestran los principales resultados obtenidos y similitudes por medio de la aplicación de las entrevistas.

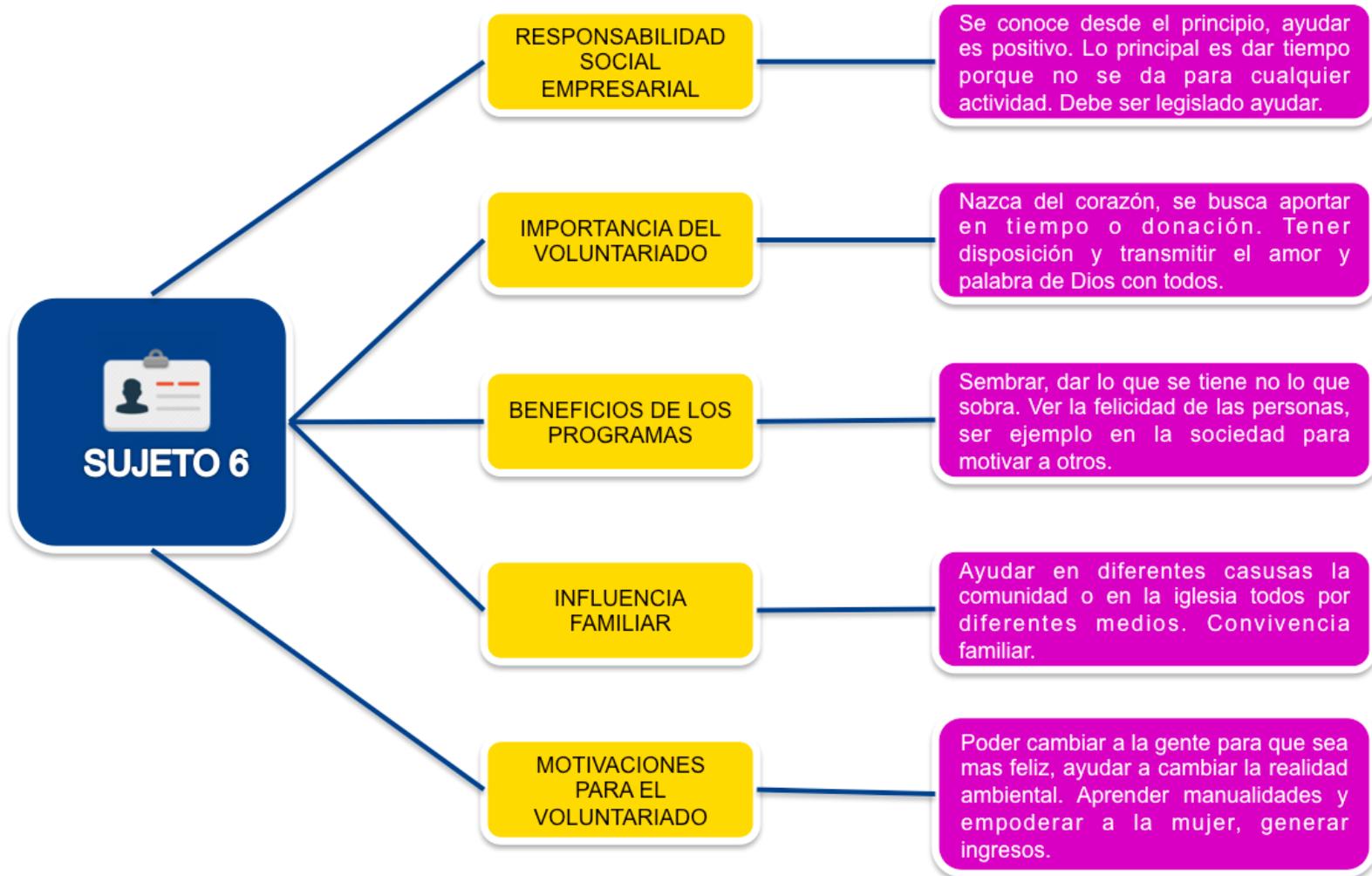


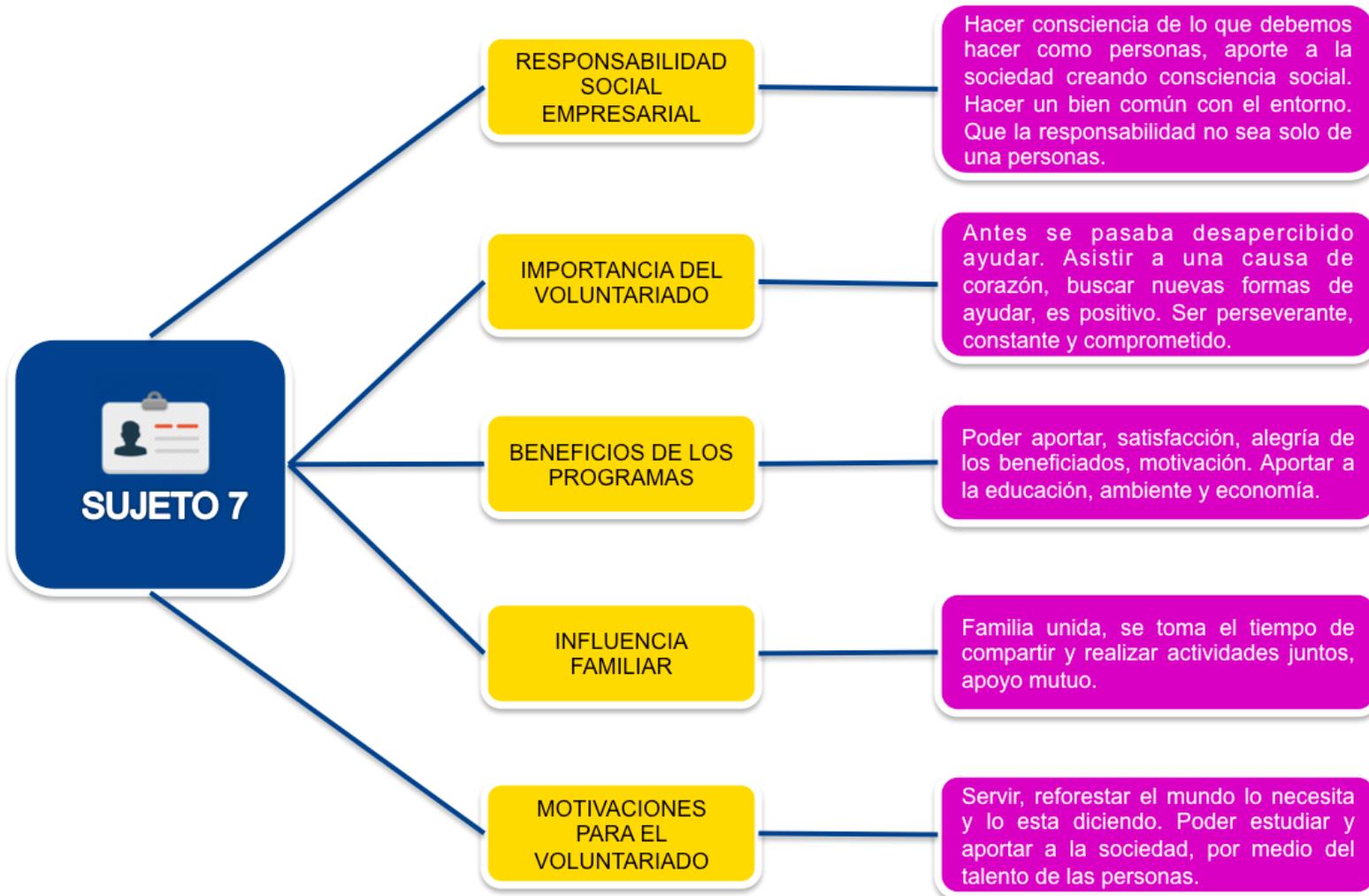


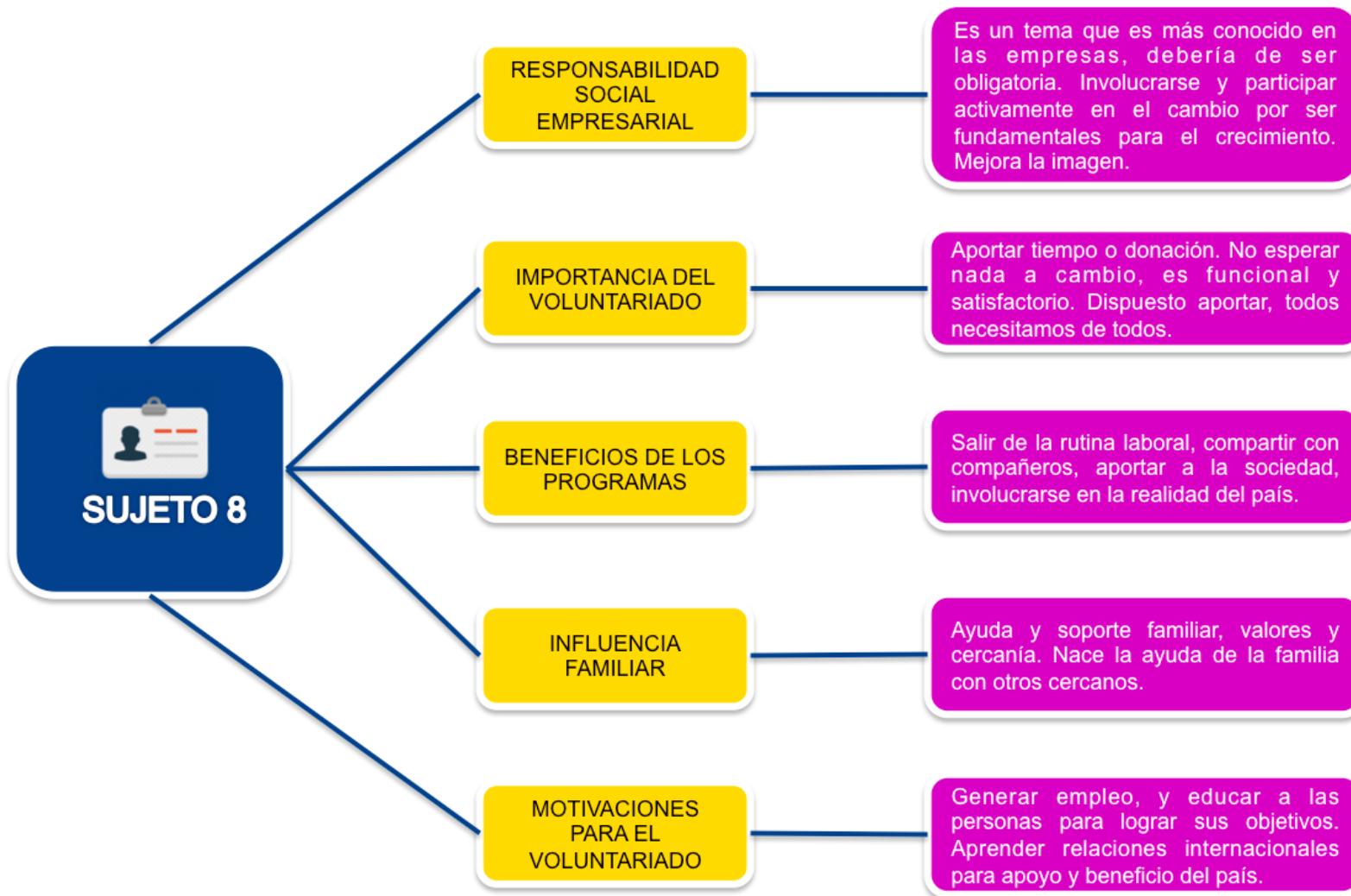


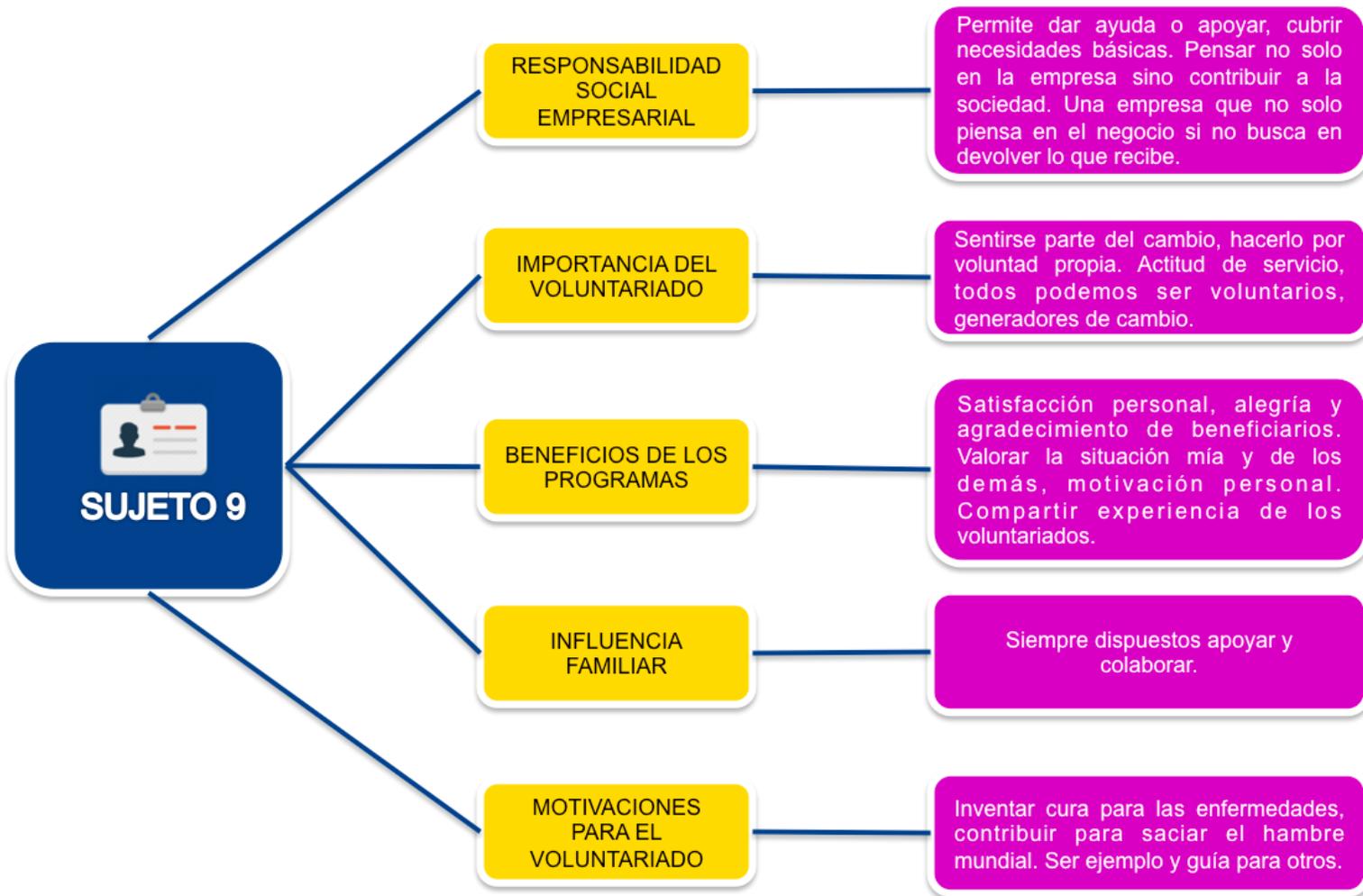


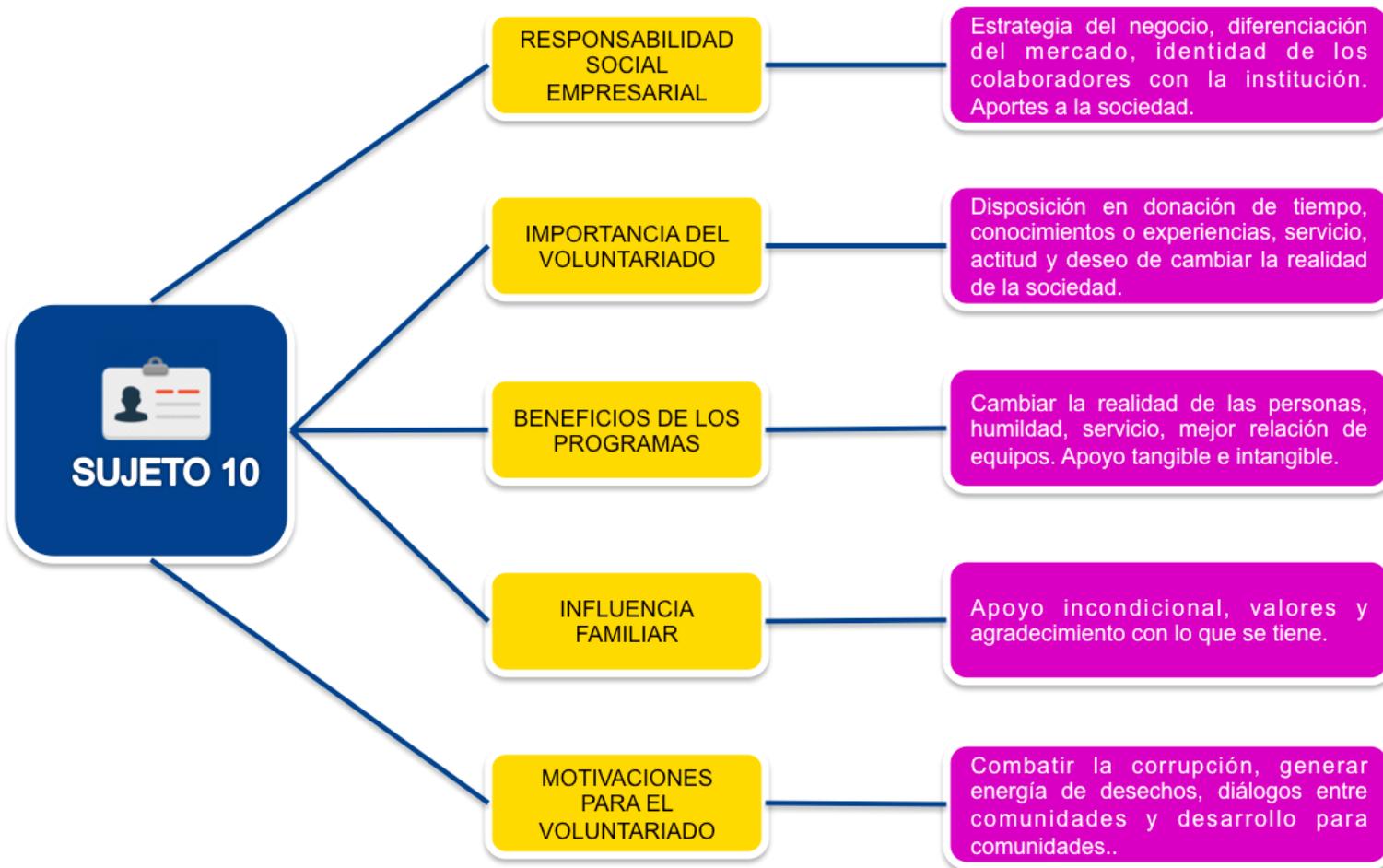


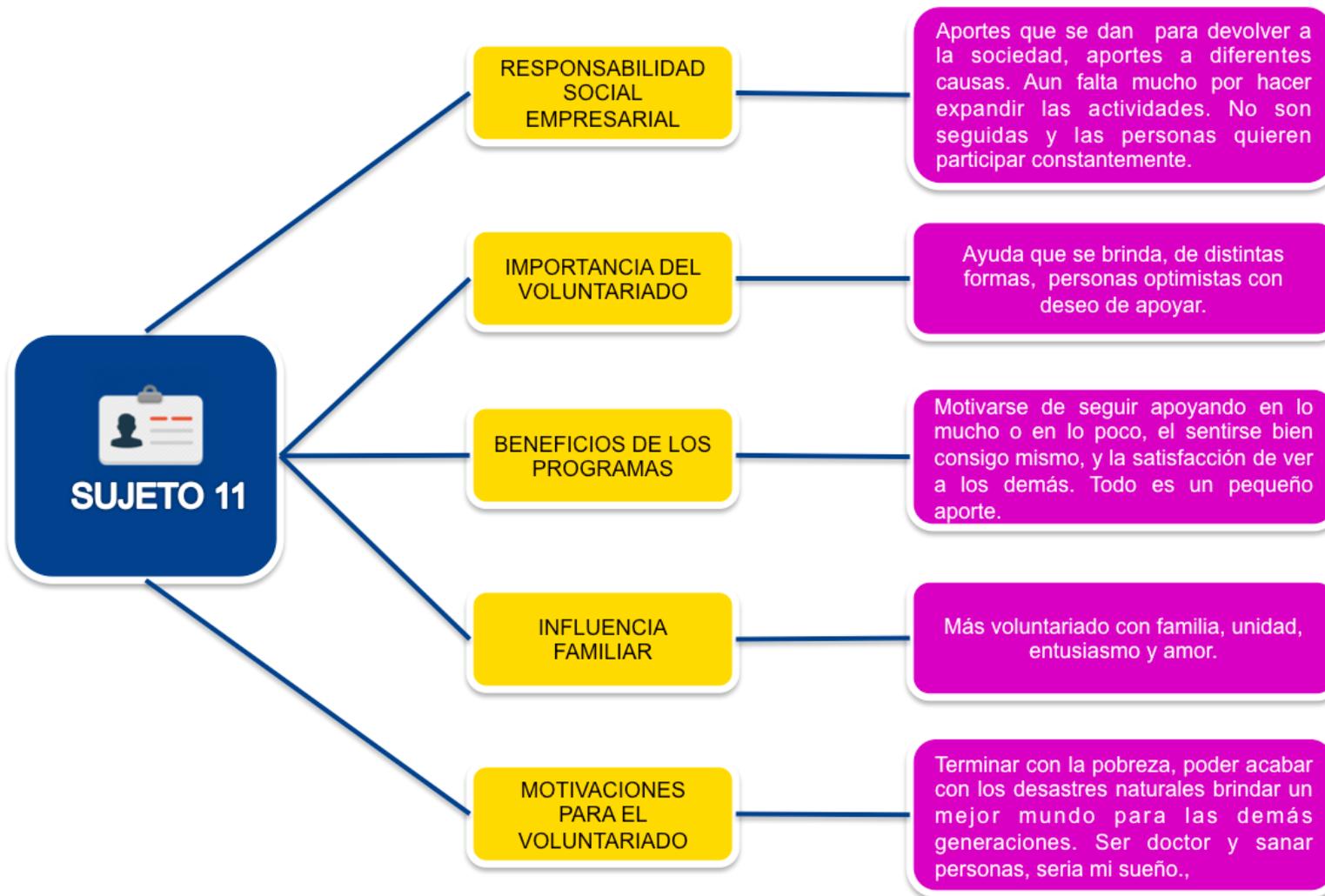














V. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo conocer la percepción de un grupo de colaboradores del área administrativa de una institución bancaria respecto a los beneficios de su participación en programas de Responsabilidad Social Empresarial que la empresa patrocina. Por lo anterior, es necesario realizar una comparación o confrontación de los mismos con los resultados obtenidos en esta investigación y las investigaciones, teoría, y artículos realizados por otros autores en ocasiones previas.

Inicialmente, en el estudio se determinó que el concepto de RSE es definido por todos los colaboradores de la institución para que se comprenda de mejor forma las acciones que se realizan año con año, hacia diferentes causas como cumplimiento por parte de las empresas e instituciones de ser socialmente responsables, en un país con mucha necesidad como bien los sujetos de estudio determinaron. Así mismo como para CentraRSE (2007) "Responsabilidad Social Empresarial 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". Los sujetos de estudio, definen Responsabilidad Social Empresarial solo como prácticas de voluntariado, aportes a la sociedad o actividades que ayudan alguna causa social o específicamente a una fundación como lo es en la institución de estudio. El sujeto 10 tiene a cargo el programa por lo que sabe en que consiste específicamente y el sujeto 3 no lo conoce.

La percepción de los sujetos de estudio confirma la idea del autor mencionado y el énfasis que se da en los programas de RSE dentro de la institución; donde el colaborador voluntario conoce en un 70% el aporte a la sociedad, comunidad y personal que le brindan estas acciones. Aunque tanto como los colaboradores no participantes y el cliente externo, no conocen los beneficios y aportes. Para Fuenzalida (2016): "Muchos de los motivos que las

empresas utilizan para desarrollar proyectos de RSE van desde objetivos de solucionar problemas sociales o medioambientales, de imagen o disminución de malas decisiones. Pero otro motivo importante es que mejora la productividad y calidad de vida“.

Se señala que la mayor parte de voluntarios considera importante que se debe comunicar y dar a conocer más las acciones que la institución promueve para beneficio de causas del país. Dicha comunicación debe ser tanto interna como externa para establecer mejores relaciones con los clientes, promueve una mejor imagen de la institución y se como ejemplo dentro de la sociedad como socialmente responsables. Por lo tanto, el no conocer en su totalidad las grandes acciones que una empresa fomenta, perjudica en su totalidad la iniciativa de implementar programas de RSE, ya que es necesario conocer el qué, por qué, para qué de un cambio para generar confianza y participación. Sin embargo, por otro lado se sienten identificados con la institución y su papel dentro de la sociedad, lo que los hace resaltar del resto de empresas del país; al contribuir en varias necesidades dependiendo del sector que se ayude, y al colaborador en su crecimiento personal y laboral, formando agentes de cambio con valores. Como lo menciona el sujeto 1 (2): “Si ha dado un enfoque pero si le hace falta, no le están dando el auge y no todos los conocen“. Asimismo el sujeto 6 (2): “Lo único que siento es que a veces no se promocionan lo suficiente“. A lo que el autor Kotter (1997) menciona y afirma, “Pero el auténtico poder de la visión se desata sólo cuando la mayoría de aquellas que intervienen en una empresa la comprenden“.

Los sujetos de la investigación concuerdan que el perfil del voluntario es fundamental para poder ser partícipe de las actividades; tener actitud de ayudar, iniciativa, ánimo, dispuesto, valores entre otras características. El personal participa por voluntad como lo fue afirmado en las entrevistas realizadas, ya que como se conoce voluntariado es toda actividad que por naturaleza espontánea e individual, parte del deseo de aportar a una causa sin retribución alguna más que la satisfacción personal. Dentro del perfil del voluntario entra en conjunto con otras capacidades o habilidades, el deseo de contribuir constantemente a una causa de

beneficio a la sociedad en el país. Por lo que, Sáenz (2014) indica que favorece establecer previamente el perfil que debe tener un colaborador que desee pertenecer a este tipo de actividades de voluntariado dentro de la organización, ya que se necesita de cierto conocimiento y habilidades, aunque éstas se pueden ir desarrollando en el día a día. Según el sujeto 2 (10): “para mí no debería de tener ningún perfil, todos podemos hacer un voluntariado por grande o chiquito que seamos es solo tener la actitud y las ganas de hacerlo”.

En el presente estudio se identificaron percepciones similares entre los sujetos de estudio, en relación a los beneficios de los programas. Los beneficios que brinda el programa de Responsabilidad Social Empresarial dependerá en gran parte de la persona que los realice y el enfoque que desee darle; en una país donde la necesidad es muy amplia las acciones a tomarse deben expandirse y no quedarse en un solo sector, cubriendo varias necesidades que en conjunto mejoren la calidad de vida, el desarrollo y las oportunidades de las personas beneficiadas. Entre los beneficios comentados el colaborador se siente identificado y con sentido de pertenencia en la institución, reconociéndola como un lugar agradable y que se encuentra en aporte constante. La motivación para realizar las labores, un mejor desempeño, y el compartir las prácticas con la familia son otros beneficios importantes para la vida de un voluntario. El sujeto 2 (12) menciona que: “Poder darme cuenta que hay mucha gente que necesita más de mi tiempo, no solo lo económico si no el tiempo de calidad que uno puede darle a estás personas y aportarles un granito de arena“. Asimismo, el sujeto 3 (12) indica: “La gratitud, que una persona te agradezca de corazón, esa persona que ayudas es algo que te llena“. A lo que la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (2016) indica que una empresa considerada como socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación ante la comunidad e inversionistas, incrementando así la habilidad de su organización para atraer talento y capital.

Asimismo, en el presente estudio se hizo énfasis en la influencia de las familias con los sujetos de investigación que participan en voluntariado. Las

percepciones indicaron que el apoyo familiar es la pieza clave para cualquier toma de decisiones, actividad o acción que se realice. Como lo indica el sujeto 9 (20): “El que estén siempre para apoyar, dispuestos, colaborar“. El sujeto 11 (20): comenta también “Somos muy unidos, entusiastas, amor de familia“. Los valores que identifican a las personas como la educación que reciben en sus hogares, son piezas fundamentales para tomar la decisión de ser agentes de cambio y contribuir a la sociedad. Como hace mención Guerra (2013): “Las personas voluntarias dan esperanza a la humanidad ante una sociedad indiferente y conformista, dejando un legado en la empresa donde labora, a la persona que ayudo, a una comunidad“. Un voluntario es ejemplo en dos ámbitos en su trabajo con otros compañeros que al verlo se motivan para formar parte, que a la vez crea identificación con la empresa y su estabilidad en la misma. Y con su familia al invitar a participar en actividades que promuevan la ayuda social como también la unión familiar; dejando las bases fuertes para las generaciones futuras practiquen dichas acciones de movimiento responsable.

Acciones que generen un cambio en la sociedad positivo que desencadenan mejorar a corto, mediano y largo plazo en la vida de un ser humano. Formar personas contribuyentes a las necesidades de su sociedad es lo que los hace más humanos, menos indiferentes. En conjunto las motivación son piezas claves para poder realizar cualquier actividad que se desee, es la fuerza que impulsa la persona a involucrarse tomar un papel; para un voluntario las causas de sus motivaciones se centran en poder ayudar alguna causa noble que mejore la calidad de vida de las personas afectadas. Al preguntar que superpoder podría elegir el sujeto de estudio las respuestas fueron acordes a los deseos de ellos de poder ser parte de un cambio, pensando en acabar con algún problema de la sociedad como superpoder; no pensando en ningún momento de beneficio para ellos mismos por lo que es interesante ya que se sigue el ideal del porque es importante fomentar RSE. Como menciona, Allen (s.f) los esfuerzos para un voluntariado exitoso dependen de “la situación de la empresa, basándose en la cultura, prioridades, recursos, eje del negocio, capital humano y en la comunidad donde están instaladas. Además de la concientización que se tienen de la

sociedad en la que se vive“. Pero es importante también el conocer cuáles son las motivaciones para las personas que hacen voluntariado, como lo indica el sujeto 1 (24): “Alimentar a las personas, la falta de nutrición que tienen muchos“. Asimismo, para el sujeto 3 (24): “El maltrato a los niños. Frenar eso porque un niño no tiene la culpa de la sociedad en la que vivimos y nos hemos vuelto“. Concuerta también el sujeto 7 (24): “Forestar, sembrar miles de arboles para no quedarnos sin ellos“.

Finalmente, la presente investigación logro recabar información importante que confirma que Responsabilidad Social Empresarial es una de las prácticas más importantes que las organizaciones, empresas e instituciones a nivel Guatemala como mundial deben tener ya que los beneficios son tanto para las causas de apoyo como para el establecimiento y aún más para el crecimiento como personas. Aún hace falta conocer el termino de RSE, con los diferentes ejes que la conforman y en su línea benefician a distintas causas; asimismo falta comunicar las acciones que se toman mediante las prácticas o los resultados que se obtienen de las mismas. Los beneficios de RSE influyen en el desempeño laboral, motivación, identificación con la planeación estratégica, fortalecimiento de los valores y ética, satisfacción propia de ayudar, gratitud, sensibilidad ante la situación de la sociedad entre otros aportes que en conjunto ayudan a ser personas más humanas en un país con mucha necesidad social.

La familia es un factor muy importante que influye en una persona voluntaria, el apoyo que le brinda es una fuerza que lo mueve para contribuir o tomar decisiones positivas en sus vidas. Por otro lado las motivaciones para apoyar en tiempo o recursos, son el deseo de poder contribuir al país, el poder sentirse útil, gratitud de lo que se tiene, conocer la realidad de otras personas y poder aportar en sus necesidades, ser agentes de cambio ante una sociedad indiferente, justicia, igualdad y práctica de valores.

Muchas personas están en búsqueda de aportar al cambio, desarrollo y mejor calidad de vida de las personas y causas más necesitadas; es entonces cuando se debe promover Responsabilidad Social Empresarial.

VI. CONCLUSIONES

- El término de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la institución no está bien definido, se entiende únicamente que es con relación al voluntariado sin conocer la amplitud del termino y los varios aportes que se brindan. Además que hace falta información de las actividades y conocimiento dentro y fuera de la misma para que pueda ser reconocido con mas importancia.
- Se concluye que los beneficios de participar en programas de Responsabilidad Social Empresarial son satisfacción positiva, crecimiento personal, concientización hacia la realidad Guatemalteca, aportes reales y significativos, contribución al futuro de muchas personas necesitadas, e identificación con la institución.
- Se determinó que se dan varios aportes a la sociedad por medio del Voluntariado Corporativo, entre ellos, fomentar la educación escolar evitando que deserten; al medio ambiente por medio del reciclaje y la reforestación; la inclusión laboral de personas con Síndrome de Down y otras actividades directamente de beneficio a la Fundación de la institución.
- Asimismo, la importancia de dar y aportar a la sociedad, con acciones relevantes y positivas en distintas causas. Aunque un aspecto negativo es que no es constante en otros lugares, es un aporte anual o trimestral. Ya que para hacer un cambio significativo, debe ser constante para ver los frutos más pronto.
- Los participantes de los programas de voluntariado poseen beneficios positivos en sus vidas: se vuelven personas más humanas ante la realidad del país conociéndola a fondo, presentan valores como el compromiso,

humildad, perseverancia, responsabilidad, puntualidad, entrega para su participación en las actividades, satisfacción propia al contribuir con tiempo o donaciones. Se ve reflejado estos aspectos positivos en sus laborales al identificarse con la cultura de la institución, presentar mejor desempeño laboral y mantenerse motivado cumpliendo de forma ética con sus funciones.

- La familia es un factor importante para los sujetos de estudio de la presente investigación, se ve la influencia de valores y acciones positivas a la sociedad como lo es el voluntariado constante y perseverante de los mismos a través del programa de Responsabilidad Social Empresarial. Además, que influye en las generaciones dejando la semilla y el camino para poder contribuir positivamente con las necesidades que el país presenta por medio de sus habitantes.
- El interés de participar en actividades de voluntariado es crear conciencia social, aportar de una forma u otra hacia las personas más necesitadas o las causas que se presenten, ser parte del cambio en la sociedad, devolver recursos sustentables, brindar mejor calidad de vida, ser ejemplo para las familias volviéndose costumbre.
- Las principales razones de motivación en los sujetos de estudio son el aporte en tiempo o recurso a la causa que se está ayudando, poder ser agentes de cambio dentro de la sociedad, justicia, igualdad, un mejor futuro para sus generaciones, ayudar mediante las distintas formas dentro de la institución que la patrocina, ser ejemplo para sus familias o personas cercanas de la obra que se hace, invitación a otras personas entre otras. Que en conjunto se concluye que van de la mano de ser más humanos y solidarios para el país y el mundo.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la institución crear una campaña de comunicación interna y externa para dar a conocer los Programas de Responsabilidad Social Empresarial. Para los colaboradores que conozcan en que consiste, las actividades mensuales o anuales, los resultados que se tienen y testimonios del personal para motivarse. Al público externo, como lo son los clientes, compartiendo lo socialmente responsable que la institución es en el país.
- Implementar un buzón de sugerencias donde los colaboradores puedan compartir lugares, causas o actividades que puedan contribuir de forma positiva a la comunidad. Ser partícipes en un campo más grande de ayuda dentro de la sociedad, creando así la sensibilización de los colaboradores aún más para superar los niveles de participación y de donación.
- Se sugiere crear un plan de reconocimientos de voluntarios destacados dentro y fuera de la institución, que trabajan día con día para cambiar la realidad guatemalteca. Que ellos sean ejemplo para la institución y sus colaboradores, que no solo se toma sino también se retribuyen los recursos de diferentes formas, y que mejor que a las personas más necesitadas.
- Se sugiere implementar un taller al año de colaboradores voluntarios con los que nunca han participado, para que mediante sus testimonios los colaboradores puedan conocer mas acerca de la realidad guatemalteca y sean partícipes del cambio del país. Poder encontrar el verdadero fin del voluntariado, siendo este no solo para la institución, si no para el futuro.
- Buscar la integración de los diferentes departamentos de la institución por medio de la realización de reuniones, actividades de integración y de

desarrollo personal que puedan incluir una de voluntariado, con la finalidad de crear un clima que permita la comunicación y relación adecuada entre compañeros y superiores.

- Los colaboradores pasan más tiempo en la institución que en sus propios hogares, poder hacer una actividad trimestral o anual, como la institución lo decida, con la familia, con el fin de que las familias puedan convivir un día, pero que a la vez reconozcan la importancia de ser conscientes y sensibles ante la realidad de otras personas.

VIII. REFERENCIAS

- AgroAmérica, (s.f). *Nuestra gente, RSE*. (Homepage). Recuperado de: <https://agroamerica.com/es/nuestra-gente/>
- Arce, D. (2016). *Las fortalezas de RSE en las empresas*. (Homepage). Recuperado de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/las-fortalezas-de-la-rse-en-las-empresas>
- Argandoña, A. y Silva, R. (2011). *ISO 26000, una guía para la Responsabilidad Social de las Organizaciones*. Barcelona: Pearson.
- Arista, (2017). *Responsabilidad Social Empresarial*. (Homepage). Recuperado de: <http://aristaint.com/siteweb/arista/>
- Arpi, A. (2013). *Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su registro en el Sistema Contable en la empresa CADITEX*. (Tesis de Ingeniería, Universidad Politécnica Salesiana de España). Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5247/1/UPS-CT002754.pdf>
- Bayer, (2016). *RSE de Bayer*. (Homepage). Recuperado de: <https://centroamerica.bayer.com/es/rse-de-bayer>
- Bolunta. (2006). *Ser una organización de voluntariado*. Bolunta: Bilbao.
- Cajiga, F. (s.f.). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. México: Centro Mexicano para la Filantropía.
- Camtex. (s/f). *Aliarse*. (Homepage). Recuperado de: http://www.camtex.com.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=146&Itemid=130
- Canesa, G., y García. E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Perú:Edita.
- Caravantes, S. (2014). *Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en litografías agremiadas a la cámara de Industria de Guatemala*. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Carrgil, (2017). *The Cargill Global Scholars Program (CGSP)*. (Homepage). Recuperado de: <https://www.cargillglobalscholars.com>

- CBC, (2017). Un mundo mejor. (Homepage). Recuperado de: <http://cbc.co/un-mundo-mejor/>
- Cemaco, (2017). Guate nuestro hogar. (Homepage). Recuperado de: <https://cemaco.com/comunidades/>
- Cementos Progreso, (2017). Programas de Reforestación. (Homepage). Recuperado de: <http://www.cempro.com/index.php/quienes-somos/programas-de-reforestacion>
- Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) (2016). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. (Homepage). Recuperado de: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial. -Centrarse- (2015) *RSE: Una nueva mirada empresarial*. Guatemala: Autor.
- Contreras, A. (2013). *Conducir Entrevistas Psicológicas en la Empresa*. Guatemala: Cara Parens.
- Diccionario de la Real Academia Española (2017) (Homepage). Recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=moral>.
- Fuenzalida, A. (2016). *Las fortalezas de la RSE en las empresas*. (Homepage). Recuperado de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/las-fortalezas-de-la-rse-en-las-empresas>
- Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC) (s/f). *Responsabilidad Social Empresarial*. (Homepage). Recuperado de: <http://www.fechac.org/web/rse3.php>
- Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas) (s/f). *RSE*. (Homepage). Recuperado de: <http://www.fundemas.org/quienes-somos/que-es-fundemas>
- Guía de Voluntariado Corporativo*. (2014). Sumarse. (Homepage). Recuperado de: <http://centrarse.org>
- Guerra, E. (2013). *¿Qué beneficios reporta ser voluntario?*. (Homepage).

Recuperado de: <http://www.expok.com.mx>

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.

Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social Empresarial (INTEGRARSE) (2012). (Homepage). Recuperado de: <http://www.integrarse.org/nuestro-enfoque/8-general/45-principios-y-ejes-de-la-responsabilidad-social>.

Kotter, J. (1997). *Liderando el Cambio: Por qué los esfuerzo de transformación fracasan.* (Homepage). Recuperado de: <http://dii.uchile.cl/~eolquin/G%20del%20C/docs/Cambio%20y%20Gestion%20del%20cambio/Liderando%20el%20cambio%20John%20Kotter.pdf>

López, L. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva en los hoteles de cuatro estrellas de la cabecera departamental de Huehuetenango.* Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Campus de Huehuetenango, Huehuetenango, Guatemala.

Mickethwait, J. y Wooldridge, A. (2003). *La compañía, la historia corta de idea revolucionaria.* (Homepage). Recuperado de: <https://www.amazon.com/Company-History-Revolutionary-Library-Chronicles/dp/0812972872>

Organización Internacional de Estandarización. (2010). *Descubriendo ISO 26000.* (Homepage). Recuperado de: <https://www.iso.org/home.html>

Ortiz, P. (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial como base de la Estrategia Competitiva de HZX.* (Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá). Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis242.pd>

Pérez, J., y Nuñez,K. (2015). *Casos de Éxito en Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala.* Guatemala: Unión Litográfica.

Pineda, G. (2014). *Acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las Fincas Productoras de madera del Municipio de Cobán, Alta Verapaz*. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Ramírez, A. (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la cultura y las artes por parte de empresas multinacionales en México*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de las Américas Puebla de México). Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/ramirez_g_aa/portada.html

Responsabilidad Social Corporativa. (s/f). *Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa*. (Homepage). Recuperado de: <http://responsabilidad-social-corporativa.com/beneficios-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Rivera, M., Gom, J., y Leiva, R. (2012). *Manual de los primeros pasos de RSE*. Honduras: FUNDAHRSE.

Sáenz, M. (2014). *Perfil de aspirantes del voluntariado corporativo para la implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una organización Guatemalteca*. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Sajardo, A. y Serra, I. (2008). *Impacto económico y social de la Responsabilidad Social Empresarial de la Comunidad de Valencia*. (Homepage). Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=f78d8f10-9662-4642-97af-9fd853f9b%40sessionmgr198&vid=5&hid=121>

Salamon, L. (2013). *The State of Global Civil Society and Volunteering*. Estados Unidos: Chelsea Newhouse.

Sin autor. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Edita.

Telefonica, (2017). *Negocio Responsable*. (Homepage). Recuperado de: <https://www.telefonica.es/es/sostenibilidad>

Vives, A., y Peinado, E. (2011). *RSE la Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Washington:Edita.

Wallace, T. (2015). *Informe sobre el estado del voluntariado en el mundo*. Estados Unidos:Communications Development Incorporated.

ANEXOS

ANEXO I

GUÍA DE ENTREVISTA PARA VOLUNTARIO

Las siguientes preguntas conforman una guía para entrevistar a los colaboradores de una institución bancaria, del área administrativa con el fin de obtener información acerca de los beneficios de participar en programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Género:	
Departamento:	
Fecha de ingreso:	
Edad:	
Estado Civil:	

Responsabilidad Social Empresarial

1. ¿Conoce en qué consiste el programa de Responsabilidad Social Empresarial y los efectos positivos en la institución?
2. ¿Qué opinión tiene del Programa de Responsabilidad Social Empresarial en la Institución?
3. ¿Cuál es para usted el principal aporte de la práctica de RSE en la institución?
4. ¿Cómo ve usted las acciones de la institución a la sociedad, comunidad y los colaboradores?
5. ¿Considera importante que las empresas y/o organizaciones de Guatemala aporten a la sociedad de forma activa? ¿Por qué?

Voluntariado

6. ¿Para usted que es voluntariado?
7. ¿Cómo fue su última experiencia haciendo voluntariado?
8. ¿Cuál es su opinión acerca de que la institución tenga un programa de voluntariado?

9. El tiempo que usted lleva haciendo voluntariado, ¿Qué percepción le genera la realidad Guatemalteca?
10. ¿Cuál es el perfil que debe tener un voluntario?

Beneficios de los programas

11. ¿Cuál es su principal interés de realizar actividades de voluntariado?
12. En su experiencia ¿Cuál ha sido el mayor beneficio personal de realizar voluntariado en la institución?
13. ¿Cree que el voluntariado ha influido en sus actividades laborales?
14. En el tiempo que lleva la institución de realizar el programa de RSE, para usted ¿Cuál ha sido la actividad más significativa? ¿Por qué?
15. ¿Qué aportes considera usted que la institución da a la sociedad y sus colaboradores?

Influencia familiar

16. ¿En su familia es Líder? ¿Cuál considera que sea la percepción de su familia con los voluntariados?
17. ¿Usted ha motivado a su familia a realizar voluntariado? Si/No ¿Por qué?
18. ¿Qué costumbres o aficiones tiene su familia?
19. ¿Comente alguna anécdota que nunca olvida vivida con su familia?
20. ¿Qué cualidades aprecia de sus familiares?

Motivaciones para el voluntariado

21. ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?
22. ¿Cuáles son sus talentos?
23. ¿Qué superpoder le gustaría tener?
24. Si tuviera que solucionar un problema en el mundo ¿Cuál sería y por qué?
25. ¿Si pudiera aprender algo nuevo en pro de la sociedad qué elegiría?

ANEXO 2
PERFIL DE EXPERTOS

1. Primer experto:

- ✓ Profesión: Licenciatura en Psicología Industrial.
- ✓ Escolaridad: Magister.
- ✓ Post grado: N/A
- ✓ Años de experiencia: 4 años en el área de Responsabilidad Social Empresarial.
- ✓ Organización para la que labora actualmente: Institución Bancaria.
- ✓ Giro de la organización: Financiera.

2. Segundo experto:

- ✓ Profesión: Licenciatura en Mercadotecnia.
- ✓ Escolaridad: Licenciatura.
- ✓ Post grado: N/A
- ✓ Años de experiencia: 23 años de experiencia en Banca.
- ✓ Organización para la que labora actualmente: Institución Bancaria.
- ✓ Giro de la organización: Financiera.

3. Tercer experto:

- ✓ Profesión: Licenciatura en Psicología Industrial.
- ✓ Escolaridad: Magister.
- ✓ Post grado: N/A
- ✓ Años de experiencia: 12 años en Recursos Humanos y Desarrollo Organizacional.
- ✓ Organización para la que labora actualmente: Institución Bancaria.
- ✓ Giro de la organización: Financiera.