



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMINO

UNIVERSIDAD SAN MARCOS

ESCUELA DE CIENCIAS

ADMINISTRATIVAS LICENCIATURA

EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

**DIAGNÓSTICO DEL CUMPLIMIENTO DEL ESTÁNDAR ISO 26000
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN POPULAR
VALORES PUESTO DE BOLSA
SOCIEDAD ANÓNIMA**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR
EL GRADO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**SUSTENT
ANTE:**

**LESLIE MARCELA
BARQUERO FONSECA**

**SAN JOSÉ,
COSTA RICA**

**DICIEMBRE,
2018**



**UNIVERSIDAD SAN MARCOS LICENCIATURA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TRIBUNAL EXAMINADOR

Msc. María Andrade González
Sub Directora de la Carrera de Administración de Empresas

Lic. Roger Mora Arias
Asesor Técnico

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Leslie Marcela Barquero Fonseca, mayor, casada, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, de la Universidad San Marcos, domiciliada en Heredia, San Isidro, San Josecito, portadora de la cédula de identidad número 4-0180-0704, en este acto, debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga, en el Código Penal, el delito de perjurio y falso testimonio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de nuestro Trabajo Final de Graduación para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas, juro solemnemente que este trabajo de investigación denominado: Diagnóstico del cumplimiento del estándar ISO 26000 Responsabilidad Social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, número 6 683, del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en La Gaceta número 226, del 25 de noviembre de 1982, incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte: artículo 70º: Es permitido citar a un autor transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que estos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor y de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad San Marcos se reserva del derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. En fe de lo anterior firmo en la ciudad de San José, el 07 del mes de diciembre del año dos mil dieciocho.

Leslie Marcela Barquero Fonseca
Cédula 4-0180-0704

DEDICATORIA

Después de grandes esfuerzos, hoy he logrado un triunfo más en mi vida y todo se lo debo a las personas que me han brindado su apoyo incondicional durante todo este tiempo.

Este triunfo es para mis padres Ediberto Barquero Rodríguez y Ana Isabel Fonseca Chaves; quienes me dieron el don de la vida y con todo su esfuerzo y dedicación me regalaron la posibilidad de prepararme para lograr lo que hoy se hace realidad.

También para mi esposo Jorge Arturo Solano Bruno por brindarme siempre su incondicional apoyo y confianza y principalmente para mi hijo Antonio que está en mi vientre y me motiva a diario para seguir esforzándome.

Todo este sacrificio se ve reflejado en la culminación de esta etapa universitaria, esfuerzo que debo a mi familia por ser modelo de superación y por acompañarme en este largo, pero grato camino.

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios, por otorgarme la iluminación y sabiduría necesaria para lograr esta meta.

También deseo extender mi agradecimiento al profesor Roger Mora Arias y al señor Jonathan Mussio Ramos por la dedicación y atención en este proceso.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación es realizado en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, institución con una trayectoria de 18 años de funcionamiento. Se encuentra ubicado en la provincia de San José.

La investigación es uno de los requisitos a cumplir ante la Universidad San Marcos, para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

El tema a desarrollar en este proyecto es: Diagnóstico del cumplimiento del estándar ISO 26000 Responsabilidad Social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

TABLA DE CONTENIDO

1	CAPÍTULO 1	15
1.1	INTRODUCCIÓN	15
1.2	TEMA	16
1.3	ANTECEDENTES	16
1.4	JUSTIFICACIÓN	17
1.5	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.6	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.6.1	<i>Objetivo general</i>	19
1.6.2	<i>Objetivos específicos</i>	19
1.7	ALCANCE	19
1.8	DELIMITACIONES	20
1.8.1	ESPACIALES, TEMPORALES Y TEÓRICAS	20
1.8.1.1	ENFOQUE NORMATIVO	20
2	CAPÍTULO II	25
2.1	MARCO TEÓRICO.....	25
2.2	MARCO CONTEXTUAL	25
2.2.1	HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN	25
2.2.2	<i>Organigrama</i>	27
2.2.3	<i>Misión</i>	28
2.2.4	<i>Visión</i>	28
2.2.5	<i>Oferta de valor</i>	28
2.2.6	<i>Datos relacionados con la situación</i>	30
2.2.7	<i>Factores del microentorno</i>	39
2.2.7.1	<i>Comisión de Sostenibilidad</i>	39
2.2.7.2	<i>Gobernanza</i>	40
2.2.7.3	<i>Clientes</i>	41
2.2.7.4	<i>Personal</i>	41
2.2.8	<i>Factores del macroentorno</i>	41
2.2.8.1	<i>Factores demográficos</i>	41
2.2.8.2	<i>Factores económicos</i>	42
2.2.8.3	<i>Factores legales</i>	42
2.2.8.3.1	<i>Superintendencia General de Valores</i>	42
2.2.8.4	<i>Factores naturales</i>	42
2.2.8.5	<i>Factores sociales</i>	43
2.3	<i>Marco Conceptual</i>	43
2.3.1	<i>Norma ISO 26000</i>	43

2.3.2	<i>Estrategia</i>	43
2.3.3	<i>Sostenibilidad</i>	44
2.3.4	<i>Proceso de comunicación</i>	44
2.3.5	<i>Responsabilidad social</i>	44
2.3.6	<i>Actividad</i>	44
2.3.7	<i>Mejora continua</i>	44
2.3.8	<i>Proceso de acreditación</i>	44
3	CAPÍTULO III	46
3.1	MARCO METODOLÓGICO	46
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	46
3.2.1	<i>Investigación descriptiva</i>	47
3.2.2	<i>Investigación explicativa</i>	47
3.3	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.4	FUENTES DE INFORMACIÓN	48
3.4.1	<i>Fuentes primarias</i>	49
3.4.2	<i>Fuentes secundarias</i>	49
3.5	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	50
3.6	DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	50
3.6.1	<i>Entrevista</i>	50
3.6.2	<i>Observación</i>	51
3.7	<i>Confiabilidad y validez de los instrumentos</i>	52
3.8	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.9	<i>Población de interés</i>	52
3.10	MARCO MUESTRAL	53
3.11	<i>Unidad informante</i>	54
4	CAPÍTULO IV	58
4.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	58
4.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL DE POPULAR VALORES PUESTO DE BOLSA SOCIEDAD ANÓNIMA RESPECTO AL TEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	59
4.2.1	PARTICIPANTES DE LA ENCUESTA	59
4.2.2	TIEMPO DE LABORAR	61
4.2.3	MEDIO DE COMUNICACIÓN	62
4.2.4	CAPACITACIÓN	62
4.2.5	EVALUACIÓN DE LAS CAPACITACIONES	64
4.2.6	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	65
4.2.7	PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES	66

4.2.8 POLÍTICAS ESTRATÉGICAS DEL CONGLOMERADO.....	67
4.2.9 CONSEJO DE SOSTENIBILIDAD	68
4.2.10 ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	69
4.2.11 MEJORAS EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	70
4.2.12 AVANCES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL	70
4.2.13 SE TRASMITE INFORMACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	71
4.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN REALIZADA AL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA ACTUAL DE SOSTENIBILIDAD EN POPULAR VALORES PUESTO DE BOLSA SOCIEDAD ANÓNIMA.	72
4.3.1 POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	72
4.3.2 PLAN ANUAL DE SOSTENIBILIDAD	72
4.3.3 HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA NORMA ISO 26000.....	72
4.3.4 CONSEJO DE SOSTENIBILIDAD	73
4.3.5 ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD.....	73
4.3.6 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	73
4.3.7 OBJETIVOS SOSTENIBLES	73
4.3.8 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	74
4.3.9 CANTIDAD DE PERSONAL	74
4.3.10 METAS ESPECÍFICAS	74
4.3.11 ACREDITACIÓN INTECO.....	74
4.3.12 GRUPOS DE INTERÉS	74
4.3.13 POLÍTICAS RELACIONADAS CON ISO 26000	75
4.3.14 REUNIONES DEL CONSEJO DE SOSTENIBILIDAD.....	75
4.3.15 ACUERDOS DEL CONSEJO DE SOSTENIBILIDAD.....	75
4.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL ASISTENTE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y SOSTENIBILIDAD EN POPULAR VALORES PUESTO DE BOLSA SOCIEDAD ANÓNIMA.	76
5 CAPÍTULO V	79
5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
5.1.1 Conclusiones	79
5.1.2 Recomendaciones.....	81
6 CAPÍTULO 6	84
6.1 PROPUESTA DE MEJORA.....	84
6.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA	84
6.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	84
6.3.1 Conformación de equipo especializado	85

6.3.2 Campaña de recordación.....	86
6.3.3 Ejecución de auditorias periódicas.....	88
Tabla No 29. Guía para evaluación de cumplimiento del equipo especializado.....	89
6.3.4 Cronograma de implementación	90
Tabla No 30 Cronograma para implementación de propuesta de mejora	90
Referencias Bibliográficas	91
ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1 Análisis de variables.....	55
Tabla No 2 Personal por departamentos que participaron en la encuesta año 2018	59
Tabla No 3 Tiempo de laborar en Popular Valores.....	61
Tabla No 4 Medio de comunicación en Popular Valores.....	62
Tabla No 5 Recibe capacitación sobre responsabilidad social	62
Tabla No 6 Las capacitaciones fueron claras y comprensibles	64
Tabla No 7 Conoce la política de responsabilidad social de Popular Valores	65
Tabla No 8 Ha participado en actividades de responsabilidad social del Puesto	66
Tabla No 9 Conoce las políticas estratégicas de responsabilidad social del Banco	67
Tabla No 10 Conoce quienes son los integrantes del Consejo de Sostenibilidad	68
Tabla No 11 Se integraría en actividades de responsabilidad social en el Puesto.....	69
Tabla No 12 La responsabilidad social se debe mejorar en el Puesto.....	70
Tabla No 13 Ha mejorado la responsabilidad social en el Puesto.....	70
Tabla No 14 Se transmiten oportunidades de mejora sobre responsabilidad social.....	71
Tabla No 15. Guía para evaluación de cumplimiento del equipo especializado	89
Tabla No 16. Cronograma para implementación de propuesta de mejora	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 1. Organigrama de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.....	27
Figura No 2. Evaluación de Popular Valores	87
Figura No 3. Página de Popular Valores	88

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo demostrar mediante un diagnóstico la brecha existente respecto al estándar ISO 26000 responsabilidad social para la definición de la situación actual de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, dentro de la cual se pretenden identificar oportunidades de mejora para brindar recomendaciones pertinentes referentes a la situación en que se encuentra la compañía y lo establecido por esta norma.

Dadas las necesidades de la organización para mantener niveles de responsabilidad social, esta evaluación procura identificar la estrategia actual de sostenibilidad y verificar su validez respecto a la norma ISO 26000. Además se pretende proponer la aplicación de la matriz de autoevaluación de forma semestral con el apoyo de un comité.

Palabras Clave: ISO 26000, estrategia, sostenibilidad, oportunidad de mejora, proceso de comunicación, responsabilidad social, actividades, mejora continua, proceso de acreditación, propuesta.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1 CAPÍTULO 1

1.1 Introducción

En la actualidad, como parte del compromiso con la sostenibilidad, el Conglomerado Financiero Banco Popular asume su responsabilidad, empezando por acciones que generan cambios necesarios para minimizar los impactos que puede generar prácticas que no son adecuadas en esta área.

En Popular Valores se trabaja de forma responsable, con un impacto positivo en los ámbitos económicos, sociales y ambientales en beneficio de la sociedad costarricense. Se cuenta con un compromiso al ser el primer puesto de bolsa público en cumplir con los requisitos del Programa País Carbono Neutralidad, se recibió el galardón "Bandera Azul Ecológica" en la categoría de cambio climático y el compromiso ha sido resaltado por el MINAE con el reconocimiento "Excelencia Ambiental".

En este sentido, Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, representa su posicionamiento en el mercado, luchando por tener prácticas sostenibles.

El presente proyecto pretende conocer cómo se ha trabajado en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima respecto al estándar ISO 26000 Responsabilidad Social y su estructura consta de seis capítulos.

1.2 Tema

Diagnóstico del cumplimiento del estándar ISO 26000 Responsabilidad Social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

1.3 Antecedentes

Con el fin de ofrecer servicios bursátiles a sus clientes, en el año 1993 el Banco Popular y de Desarrollo Comunal adquiere una concesión para operar en el mercado bursátil. Entre el año 1993 y el año 2000, el Banco Popular ofreció servicios bursátiles a sus clientes como parte de su gama de servicios, contando desde entonces con personal 100% capacitado en materia bursátil.

A partir del año 2000, con la reforma a la Ley 7732: Ley Reguladora del Mercado de Valores, nace Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, una sociedad anónima independiente, cuyo capital accionario es, en su totalidad, propiedad del Banco Popular y de Desarrollo Comunal.

El respaldo que brinda pertenecer al Conglomerado Financiero Banco Popular, ha permitido generar importantes volúmenes de negocios, posicionándose entre los primeros lugares en el ranking de operaciones realizadas en el mercado bursátil. Actualmente, ofrece a los clientes una gran variedad de productos innovadores, atención personalizada y servicios de alto valor agregado, buscando siempre satisfacer las necesidades de inversión y superar las expectativas de rentabilidad.

Popular Valores Puesto de Bolsa S.A. (2018). Quienes somos. Recuperado de www.popularvalores.com/index.php/popular-valores/quienes-somos.

1.4 Justificación

Según la Organización de Naciones Unidas en el 2015, los países del mundo adoptaron la agenda 2030 para el desarrollo sostenible y sus 17 Objetivos. En el 2016, entró en vigor el acuerdo de París sobre cambio climático, que responde a la necesidad de limitar el aumento de las temperaturas globales. Más de 150 jefes de Estado y de Gobierno se reunieron en la histórica cumbre del desarrollo sostenible en la que aprobaron la agenda 2030. Esta agenda contiene 17 objetivos de aplicación universal que, desde el 1 de enero de 2016, rigen los esfuerzos de los países para lograr un mundo sostenible en el año 2030.

En la actualidad, se ha presentado la urgencia de implementar mecanismos de sostenibilidad en las empresas que permitan reducir los niveles de riesgo asociados a este tema según ISO 26000.

Por tal razón se necesita mantener controles para realizar un trabajo sostenible en el flujo del negocio.

Es por lo mencionado anteriormente que nace la necesidad por parte de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima de demostrar mediante un diagnóstico la brecha existente respecto al estándar ISO 26000 responsabilidad social para la definición de la situación actual de la organización, para obtener de esta forma una serie de recomendaciones que permitan guiar la implementación de las oportunidades de mejora identificadas como parte de la evaluación. El fin es aumentar la capacidad de gestión con respecto a la sostenibilidad dentro de la organización, pero de forma proactiva y manejando los riesgos asociados. Asimismo; garantizar una correcta utilización de los recursos ambientales, económicos y sociales.

Es interés de este proyecto demostrar lo que no ha implementado la institución en el tema de sostenibilidad a fin de mejorarlo.

1.5 Planteamiento del problema

La responsabilidad social debe permitir a la empresa enfocar sus esfuerzos de gestión para maximizar su contribución y generar valor sostenible en el negocio. Cuando la empresa se orienta a desarrollar una oferta diferenciada de productos y servicios, y una mejora en la eficiencia y la productividad de sus operaciones, se generan ventajas competitivas para su posicionamiento en el mercado tanto nacional como internacional, lo cual puede generar la atracción de inversiones.

De acuerdo con la Norma ISO26000, el punto de partida para alinear la responsabilidad social a la estrategia de una organización es el reconocimiento de la interdependencia que existe entre ésta, la sociedad y las partes interesadas en el marco del desarrollo sostenible; este proceso debería contar con la participación e involucramiento de las partes interesadas para identificar, desde su perspectiva, los impactos reales y potenciales de las decisiones y actividades empresariales, es necesario proponer un plan de mejora que permita optimizar dicho proceso en busca de una mayor satisfacción de los clientes, para lo cual, se traza en una interrogante el planteamiento del problema.

¿Cuáles son los indicadores que permiten medir la brecha de cumplimiento entre el estándar ISO 26000 Responsabilidad Social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima?

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo general

Demostrar mediante un diagnóstico la brecha existente respecto al estándar ISO 26000 responsabilidad social para la definición de la situación actual de la organización.

1.6.2 Objetivos específicos

Identificar la estrategia actual de sostenibilidad y verificar su validez respecto a la norma ISO 26000.

Especificar el proceso de comunicación de las oportunidades de mejora necesarias para el cumplimiento de la normativa responsabilidad social.

Categorizar las actividades requeridas para la mejora continua del proceso de acreditación.

Proponer la aplicación de la matriz de autoevaluación de forma semestral con el apoyo de un comité.

1.7 Alcance

El alcance de este proyecto de investigación radica en lograr analizar el actual proceso de la ISO 26000 sobre responsabilidad social utilizado por el área de Servicios Administrativos y Sostenibilidad de Popular Valores, con el objeto de evaluar las diferentes fases que intervienen de manera que se permita establecer sus puntos de mejora.

Como aspecto relevante se debe mencionar que el Plan Anual de Sostenibilidad que actualmente emplea Popular Valores, es de aplicación diaria debido a que desarrolla acciones buscando el bienestar económico, financiero, social y ambiental, por lo que, con este estudio esta dependencia podrá optimizar su proceso y ofrecer un servicio de calidad a sus clientes.

1.8 Delimitaciones

Delimitar el tema de un proyecto significa poner límites a la investigación y especificar el alcance de esos límites. Es decir, trasladar el problema de investigación de una situación extensa a una realidad concreta y fácil de manejar.

Hernández et al (2010) menciona que: “Antes necesita formular el *problema específico* en términos concretos y explícitos, de manera que sea susceptible de investigarse con procedimientos científicos. (p.36)

La presente investigación posee delimitantes de tipo espacial, temporal y teórica las cuales se describen a continuación.

1.8.1 Espaciales, temporales y teóricas

La investigación se basa en los enfoques normativo, legal y ético, los cuales se detallan seguidamente:

1.8.1.1 Enfoque normativo

En el Código de Buen Gobierno Corporativo del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal y sus subsidiarias se menciona que, el Conglomerado Financiero Banco Popular ha definido una orientación transversal de sostenibilidad de triple línea base (Económico- Financiero, Social y Ambiental) los cuales se integran en las siete materias de la norma ISO 26000 (Gobernanza de la organización, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Medio ambiente, Prácticas justas de operación, Asuntos de consumidores, Participación activa y desarrollo de la comunidad), como orientadores para ser atendidas a través de los diferentes instrumentos de planificación.

Esta política define el enfoque de la sostenibilidad orientada tanto a la creación de valor a largo plazo como a la gestión de los riesgos sociales y ambientales.

El Conglomerado Financiero Banco Popular se compromete a facilitar la adopción de la instrumentalización técnica necesaria para la aplicación de esta política con el fin de que se desarrollen e implementen indicadores de impacto económico-financiero, social y ambiental, procurando satisfacer las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés; considerando como marco de referencia la norma ISO 26000 en sus siete materias fundamentales.

Gobernanza de la organización

Promover la adopción de las mejores prácticas en sostenibilidad para gestionar el conglomerado sobre la base de procesos de rendición de cuentas transparentes de frente a los grupos de interés del conglomerado en apego al cumplimiento del marco jurídico nacional e internacional.

Derechos humanos

Cumplir con el respeto de los derechos humanos evitando la discriminación de grupos vulnerables, implementados procesos de resolución de conflictos, evitando situaciones de riesgos para los clientes y el personal del banco en apego a los derechos civiles y políticos.

Prácticas laborales

Fomentar el dialogo social, crear y mantener relaciones laborales justas mediante el fomento del desarrollo humano y la formación del recurso humano con las mejores condiciones laborales.

Medio ambiente

Prevenir la contaminación y el uso sostenible y responsable de los recursos implementado acciones concretas orientadas a la mitigación del cambio climático y adaptación al mismo. Además financiar proyectos sostenibles y amigables con el ambiente que promuevan el uso de energías limpias y crear productos financieros verdes.

Prácticas justas de operación

Mantener y mejorar acciones efectivas orientadas a evitar la corrupción, el respeto a los derechos de la propiedad y competencia justa, implementando acciones de responsabilidad social en los procesos claves de la cadena valor.

Asuntos de consumidores

Fortalecer los procesos de gestión orientados a mantener y consolidar las prácticas justas de mercadeo, protección de la salud y seguridad de los consumidores, servicios de atención al cliente, protección y privacidad de los datos de los consumidores, todo ello como elementos diferenciadores como parte de los productos y servicios que se brindan a todos los grupos de interés.

Participación activa y desarrollo de la comunidad

Mantener y consolidar la participación social de los diferentes sectores de la economía social solidaria dentro un marco de acciones que fortalezcan la educación y cultura, participación activa y el desarrollo de las diferentes comunidades, la inversión social y la salud.

Esta política se complementa con las políticas de:

- ✓ Respeto a los derechos humanos.
- ✓ Accesibilidad.
- ✓ Ambiental.
- ✓ Equidad e igualdad de género.

1.8.1.2 Enfoque legal

El Conglomerado se compromete a promover aquellas acciones que sean congruentes con el fortalecimiento del control interno, la defensa y promoción de la Ética, la gestión del riesgo y el cumplimiento normativo. Lo anterior, en el marco de lo dispuesto por las Leyes No. 8292 y No. 8204 y su reglamento, así como las “Normas de Control Interno para el Sector Público”, número 2-2009-CODFOE de la Contraloría General de la República y sus

Directrices Generales sobre Principios y Enunciados Éticos, número N° D-2-2004-CO así como los Acuerdos SUGEF 2-10, 16-16 y concordantes.

1.8.1.3 Enfoque ético

El Conglomerado se compromete a promover aquellas acciones que sean congruentes con sus fines y objetivos, el desarrollo de productos y servicios bancarios que faciliten el uso responsable del dinero, tengan un valor añadido para la sociedad, contribuyan a la protección del ambiente, fortalezcan el control interno, la transparencia, así como la defensa y promoción de la Ética, en virtud de lo cual corresponde a la Dirección de Capital Humano la revisión y actualización anual del Código de Conducta del Conglomerado que debe ser aprobado por la Junta Directiva Nacional, en los términos establecidos por los artículos 1, 4, 10 y 11 del acuerdo SUGEF 16-16 “Reglamento de Gobierno Corporativo”, con el fin de ajustarlo, al menos, a las disposiciones que al efecto emita y evalúe anualmente, la Contraloría General de la República como parte del Índice de Gestión Institucional del Sector Público (IGI) elaboradas por esa institución.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2 CAPÍTULO II

2.1 Marco teórico

El marco teórico es el pilar fundamental para cualquier trabajo de investigación, puesto que constituye la base sobre la cual se respalda cualquier lenguaje teórico relacionado con el tema de investigación. El fin que tiene el marco teórico, es el de situar el problema dentro de un conjunto de conocimientos, que permita orientar la búsqueda y ofrezca una definición adecuada de los términos que se utilizarán.

Hernández et al (2014) mencionan que, lo más común para construir el marco teórico es tomar una teoría como base y extraer elementos de otras teorías útiles. (p.72).

2.2 Marco Contextual

Según Hernández et al (2014) “El marco contextual de una investigación en ocasiones se pasa por alto o es considerado no necesario para plantear el problema. Sin embargo, la función del marco contextual es más importante de lo que se pudiera pensar. El marco contextual funciona como una guía para realizar todo el trabajo de investigación”.

2.2.1 Historia de la organización

El Banco Popular nació el 15 de julio de 1969 con el compromiso de dar protección económica y bienestar a las trabajadoras y a los trabajadores, mediante el fomento del ahorro, el otorgamiento de créditos y el financiamiento de proyectos de las organizaciones de desarrollo comunal. El Banco Popular y de Desarrollo Comunal, desde su creación, se ha proyectado como la entidad financiera por excelencia de la clase trabajadora de Costa Rica.

La labor de esta Institución ha permitido satisfacer las necesidades de miles de personas, desde familias que soñaron con tener un techo digno hasta emprendedores, que hoy ven crecer sus negocios a pasos agigantados en un mercado competitivo.

El Banco Popular nació con el compromiso de dar protección económica y bienestar a las trabajadoras y a los trabajadores, mediante el fomento del ahorro, el otorgamiento de

créditos y el financiamiento de proyectos de las organizaciones de desarrollo comunal. La creación del Banco representó un legado importante en la generación de ideas sociales en nuestro país, como producto de las negociaciones entre las diversas fuerzas políticas y sociales.

En 1993 se abren las puertas de la primera sociedad anónima del Grupo Banco Popular: Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima. A partir del año 2000, con la reforma a la Ley 7732: Ley Reguladora del Mercado de Valores, nace Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima como una sociedad anónima independiente, cuyo capital accionario es en su totalidad del Banco Popular y de Desarrollo Comunal.

Hoy el Banco Popular es una entidad financiera sólida, con resultados positivos en los ámbitos financiero, comercial y social, esto le permite seguir esforzándose para convertirse en el conglomerado financiero número uno en la preferencia de los trabajadores (as).

2.2.2 Organigrama

Figura No 1. Organigrama de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima



Figura 1. Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima (2018) Recuperado de: <http://www.popularvalores.com/index.php/nuestro-personal/organigramavalores>

2.2.3 Misión

Brindar servicios de intermediación bursátil, asesoría y gestión profesional de las carteras de inversiones del Conglomerado Financiero y su clientela, para el crecimiento de sus patrimonios.

2.2.4 Visión

Ser la mejor solución bursátil para alcanzar las expectativas de calidad, gestión del riesgo, retorno y crecimiento de las inversiones del Conglomerado Financiero y su clientela.

2.2.5 Oferta de valor

Descripción de valores: constituyen la forma esperada de actuar de las entidades integrantes del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal, las Personas Colaboradoras y proveedores, en concordancia con las Pautas de la Asamblea de Trabajadores y Trabajadoras, y el Plan Estratégico del Conglomerado, que sirven de vínculo entre la conducta y las acciones para lograr la misión, visión, objetivos y propósito estratégico. En este sentido, las personas antes indicadas deben fomentar y cumplir con lo siguiente:

a) Compromiso con el resultado: la cultura debe estar enfocada en el logro de los resultados financieros para impactar de manera positiva y diferenciada, así como en logros en los campos social y ambiental.

Se espera satisfacer las expectativas del cliente interno y externo con un servicio de excelencia, actuando con prudencia y compromiso, aplicando la innovación en los procesos para brindar una mejor experiencia en el servicio al cliente.

b) Equidad Social: Favorecer la búsqueda de instrumentos que aseguren la inclusión y equidad, mediante el impulso de acciones afirmativas que incidan en una distribución más justa de la riqueza, y coadyuve a la disminución de las brechas sociales por razón de etnia, edad, género, procedencia geográfica y condición laboral.

Incorporar en sus procesos y actuaciones los principios de equidad social a través de la accesibilidad y la prevención de prácticas discriminatorias.

c) Solidaridad: Favorecer el incremento en la calidad de vida de las poblaciones y Sectores vulnerables de nuestra sociedad y promover mecanismos de inclusión financiera.

d) Sostenibilidad: Impulsar la sostenibilidad desde una visión integral, a través de un sistema de medición que cuantifique y cualifique la respectiva gestión institucional y su incidencia económica, social y ambiental.

Trabajar con un enfoque de triple utilidad (económico-financiero, social y ambiental) para lograr el mayor impacto positivo en la sociedad.

Fomentar el tejido de redes solidarias entre los actores y organizaciones de la economía social solidaria, así como el establecimiento de alianzas público-público y público-privadas, para dar respuesta a los desafíos del desarrollo humano sostenible.

e) Trabajo: Reconocer en el ejercicio de sus funciones una de las principales actividades humanas, sociales y productivas, asumiendo un compromiso con el bienestar de las personas habitantes del país. Por tal motivo, tanto en el ámbito interno como externo, deben promover el trabajo decente e inclusivo para contribuir con el bienestar integral.

Realizar el trabajo con amor, respeto y compromiso, y de forma inclusiva, debiendo mantener el debido comportamiento ético en las labores desarrolladas y fortalecer la lealtad de la clientela.

f) Transparencia: Realizar su gestión con estricto apego a los alcances normativos de la Ley Orgánica del Banco Popular, las demás Leyes y Reglamentos aplicables al Conglomerado, practicando la rendición de cuentas a los Grupos de Interés, manteniendo canales de participación con ellos.

2.2.6 Datos relacionados con la situación

Actualmente se habla de la responsabilidad social como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad, en el que tienen cabida a un mismo nivel las facetas económica, social y ambiental; de esta manera así también el Conglomerado Financiero Banco Popular y Desarrollo Comunal definió su estrategia, para alcanzar por medio de una adecuada implantación el modelo de empresa socialmente responsable.

Adicionalmente, el ámbito de la responsabilidad social empresarial comprende la contribución de Popular Valores al desarrollo sostenible, el respeto al entorno y al medio ambiente, la acción social, la calidad y la innovación que se materializan en los principios, valores y prácticas definidos en la Política de Responsabilidad Social y en la misión, la visión y los valores del modelo empresarial del Puesto de Bolsa.

En este contexto, la responsabilidad social ha alcanzado un elevado grado de difusión, dando lugar a un gran número de iniciativas para su desarrollo e implantación en las empresas.

El Conglomerado ha definido una orientación transversal de sostenibilidad de triple línea base (Económico- Financiero, Social y Ambiental) los cuales se integran en las siete materias de la norma ISO 26000 (Gobernanza de la organización, derechos Humanos, Prácticas laborales, Medio ambiente, Prácticas justa de operación, asuntos de consumidores, Participación activa y desarrollo de la comunidad), como orientadores para ser atendidas a través de los diferentes instrumentos de planificación del conglomerado.

La Gerencia General Corporativa coordina, por medio de la Unidad de Responsabilidad Social Corporativa, la elaboración de un documento memoria anual denominado “Reporte de Sostenibilidad” preparado con base en la metodología internacional GRI (Global Report Initiative) en el plano del Conglomerado, el cual debe compilar información sobre objetivos, logros, productos y servicios, actividades relevantes, aspectos económicos y cualquier otro asunto que en su criterio satisfaga el interés de su grupo de interés.

Popular Valores trabaja de forma responsable, con un impacto positivo en los ámbitos económicos, sociales y ambientales en beneficio de la sociedad costarricense.

La gestión de negocios según política de responsabilidad social considera los siguientes principios:

1. Respetar los derechos humanos.
2. Cumplir con la normativa y legislación vigente y otros requisitos aplicables.
3. Proporcionar bienestar a los colaboradores y gestionar los riesgos significativos de seguridad y salud ocupacional.
4. Cumplir con los planes ambientales y mejorar el desempeño medioambiental con la optimización de nuestros procesos y actividades.
5. Actuar con transparencia, la gestión ética de los negocios y la adecuada gestión de riesgos.
6. Denunciar la corrupción.
7. Desarrollar propuestas de valor y ventajas competitivas mediante la gestión de nuevas tecnologías y la innovación como factores claves.
8. Rendición de cuentas.

Además, Popular Valores incorpora la ética ambiental en todas las actividades que desarrolla para brindar servicios bursátiles de alta calidad a sus socios, clientes, colaboradores y proveedores.

Se ha asumido el compromiso para la prevención de la contaminación y el mejor uso posible de los recursos naturales, cumplir con la normativa legal vigente y la mejora constante en las actividades cotidianas.

Compromiso según política ambiental:

- 1) Cumplir con las leyes y regulaciones en materia del medio ambiente vigentes.
- 2) Desarrollar una cultura ambiental en los colaboradores, que se transmita al entorno laboral, social y a la comunidad en general.
- 3) Hacer uso eficiente y sostenible del agua, la energía, los combustibles e insumos.

- 4) Mantener una relación de diálogo y colaboración con Organismos Ambientales y las empresas del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal.
- 5) Promover el uso de nuevas tecnologías y productos que reduzcan la contaminación y contribuyan a mantener el medio ambiente.
- 6) Establecer y revisar los objetivos y metas ambientales para promover la mejora continua en las actividades y un desarrollo sostenible.

Normas Técnicas

Según el International Trade Centre (ITC) que es un organismo conjunto de la Organización Mundial del Comercio y de las Naciones Unidas; una norma técnica es un documento que establece una serie de especificaciones o requisitos que buscan asegurar de forma constante y consistente que los materiales, productos, procesos y servicios sean aptos para el propósito que deben cumplir. Sólo la ISO (International Organization for Standardization), el mayor desarrollador de estándares voluntarios a nivel global ha publicado más de 19500 normas internacionales. Entre las normas y guía más utilizadas globalmente que tienen relación con temas de responsabilidad social se encuentran:

- ISO 26000 Guía para la Responsabilidad Social.
- ISO 14001 Sistema de gestión ambiental. Requisitos.
- ISO 14041:2002 Gestión ambiental. Evaluación del Ciclo de Vida
- ISO 14020:2001 Etiquetas y declaraciones ambientales. Principios generales
- ISO 14046:2015 Gestión ambiental. Huella de agua. Principios, requisitos y directrices.
- ISO 50001:2011 Sistemas de gestión de la energía. Requisitos con orientación para su uso.
- OHSAS 18001 Sistema de gestión para la Salud y Seguridad Ocupacional En 2018 se convertirá en la ISO 4500.

ISO 26000

De acuerdo con la Guía de Responsabilidad Social Norma ISO 26000, secciones: prólogo e introducción, la ISO 26000 es una norma que proporciona orientación sobre los principios y materias fundamentales que subyacen en la responsabilidad social y hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la misma. Esta norma tiene importancia a escala mundial, debido a que las organizaciones y sus partes interesadas, son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable, el cual a su vez tiene como objetivo contribuir al desarrollo sostenible.

Esta Norma Internacional fue creada por la Organización Internacional de Normalización, ISO por sus siglas en inglés, la cual es una federación mundial de organismos nacionales de normalización. Las normas son creadas por medio del trabajo de comités técnicos, los adelantos se envían a los organismos miembros para votación. Al final para que una norma internacional sea publicada se requiere de la aprobación de al menos el 75% de los organismos miembros.

La ISO 26000 se desarrolló utilizando un enfoque de múltiples partes interesadas, con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales o regionales representativas, que están involucradas en diversos aspectos de la Responsabilidad Social. Los expertos procedían de grupos distintos: consumidores, gobierno, industria, trabajadores, organizaciones no gubernamentales y servicios, apoyo, investigación, academia y otros.

Se tomaron disposiciones específicas para lograr un equilibrio en los grupos de redacción, entre países en desarrollo y desarrollados, así como un equilibrio de género. Esta norma tiene importancia a escala mundial, debido a que las organizaciones y sus partes interesadas, son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable, el cual a su vez tiene como objetivo contribuir al desarrollo sostenible. De ahí que el desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente, se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz. Uno de sus principales

beneficios en la cultura de responsabilidad social, es la homologación del lenguaje, proporcionando un consenso sobre terminología, conceptos y definiciones.

Según la Norma ISO 26000 (2010) define la responsabilidad social de una organización como la responsabilidad por los impactos que sus decisiones y actividades 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; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Global Reporting Initiative (GRI)

Según la guía Global Reporting Initiative (2018) se puede definir el Global Reporting Initiative como una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. GRI produce un completo marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad, cuyo uso está muy extendido en todo el mundo. El marco, que incluye la Guía para la elaboración de memorias, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social. GRI está comprometido con la mejora continua y el incremento del uso de estas Guías, la cuales se encuentran a disposición del público de manera gratuita.

GRI es una organización sin ánimo de lucro con múltiples grupos de interés. Fue fundada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en el año 1997 en Estados Unidos. En el año 2002, GRI trasladó sus oficinas a Ámsterdam, donde actualmente se encuentra su Secretaría. GRI cuenta con oficinas regionales ("Focal Points") en Australia, Brasil, China, India y Estados Unidos, y además, cuenta con una red de más de 30.000 personas en todo el mundo.

Una economía global sostenible debe combinar la rentabilidad a largo plazo con el comportamiento ético, la justicia social y el cuidado del medio ambiente.

Esto significa que cuando las empresas y las organizaciones consideran la sostenibilidad y lo integran en su funcionamiento deben tener en cuenta cuatro áreas clave de su desempeño y los impactos: la gobernanza económica, ambiental, social y ético.

Visión

Una economía global sostenible en la que las organizaciones gestionan su desempeño y los impactos ambientales, sociales y de gobernanza económica con responsabilidad, e informar de forma transparente.

Misión

Para hacer una práctica estándar de informes de sostenibilidad, proporcionando orientación y apoyo a las organizaciones.

El Pacto Global

Según sitio oficial del Pacto Mundial, Costa Rica reafirma su compromiso internacional con el desarrollo sostenible y equilibrado con el ambiente así como, su posición de liderazgo en la definición de iniciativas que permitan la sistematización, eficiencia y resultados en materia de protección ambiental por medio de un instrumento jurídico global como lo es el Pacto Global o el Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU) que fue anunciado por el entonces secretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan en el Foro Económico Mundial (Foro de Davos) en su reunión anual de 1999. Con más 13.000 entidades firmantes en más de 170 países, es la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial en el mundo.

Su fin es transformar el mercado global, potenciando un sector privado sostenible y responsable sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción. El Pacto Mundial de Naciones Unidas persigue dos objetivos principales:

- Incorporar los 10 principios en las actividades empresariales de todo el mundo.
- Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil que se unen a la iniciativa, aceptan estos 10 principios, comprometiéndose a implementarlos a nivel interno y, por lo tanto, a respetar los derechos humanos y normas laborales, a preservar el medioambiente y a actuar con transparencia en sus actividades y operaciones. Además, las entidades que se adhieren al Pacto Mundial deben presentar sus avances en relación a la implementación en sus actividades de los 10 principios cada año, a través de un informe de progreso o memoria de sostenibilidad. En estos informes se pone de manifiesto las acciones y políticas que las empresas llevan a cabo para cumplir con estos principios.

Tras la aprobación, en septiembre de 2015, de los objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas, se otorgó el mandato de Naciones Unidas al Pacto Mundial para sensibilizar y ayudar a las empresas a contribuir a la nueva agenda de desarrollo. Los objetivos de desarrollo sostenible proporcionan a las empresas un marco universal y coherente para guiar sus contribuciones al desarrollo sostenible a nivel local e internacional.

Por lo tanto; las empresas adheridas al Pacto Mundial de Naciones Unidas deben trabajar de forma conjunta ambos marcos; los 10 Principios y los 17 objetivos de desarrollo sostenible; ambos marcos transversales en temáticas y en el fin que persiguen.

El Pacto Mundial se inserta en la lista de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social de la globalización. Al presentarlo Kofi Annan manifestó que la intención del Pacto Mundial es "dar una cara humana al mercado global". El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha tenido una gran acogida entre empresas, sindicatos, entidades educativas y organizaciones no gubernamentales, pero también ha sido criticada por no tener carácter obligatorio.

El Pacto Global o el Pacto Mundial se articula a través de redes locales que impulsan la iniciativa a nivel nacional. Ayudan a las empresas a impulsar negocios responsables en diferentes contextos nacionales, culturales y lingüísticos, y facilitan la divulgación, el aprendizaje, el diálogo sobre políticas, la acción colectiva y las asociaciones.

A través de las redes locales, las empresas pueden establecer conexiones locales con otras empresas y ONG, gobiernos y universidades y recibir orientación para poner en práctica sus compromisos en sostenibilidad.

Los 10 Principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)

Derechos Humanos

- Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos.

Ámbito Laboral

- Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente

- Principio N° 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Principio N° 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio N° 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anti Corrupción

- Principio N° 10. Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

Responsabilidad Social en Costa Rica

Costa Rica, a través de un proceso de consulta y participación inclusiva, en la Administración Solís Rivera se presentó la Política Nacional de responsabilidad social y el decreto N° 40459-MEIC de la Gobernanza para la implementación y seguimiento de la política nacional de responsabilidad social de Costa Rica en junio del 2017.

Así mismo se presentó el plan de acción, buscando que las prácticas socialmente responsables sean parte de la visión de gobierno corporativo, tanto en las empresas, como en

el Estado y en las diversas organizaciones costarricenses. Este esfuerzo fue presentado al país como una iniciativa que busca regular, fomentar y respaldar todo el accionar nacional que atienda temas de responsabilidad social.

Para la elaboración de esta Política se consideraron instrumentos como las líneas Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales sobre Conducta Empresarial Responsable, los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos, los objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, entre otros, con el fin de lograr una implementación de estándares internacionales y mejores prácticas en esta área.

Todo lo anterior, ha sido liderado a través de una Comisión Interinstitucional integrada por funcionarios procedentes de la Presidencia (Despacho Primera Dama y de la Segunda Vicepresidencia), Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Ministerio de Planificación Nacional y de Política Económica y el Instituto Mixto de Ayuda Social, quienes han establecido una hoja de ruta para la implementación de la Política. Sin embargo, esta Política debe ser respaldada con una estrategia de promoción que incentive a los distintos actores sociales a sumarse a este esfuerzo país y a esta visión de desarrollo dentro de los preceptos de la Sostenibilidad.

Normas y certificaciones en Costa Rica

Con el propósito de establecer un marco estructural para impulsar mecanismos de evaluación de la conformidad y estandarización de procesos que mejoren la competitividad del país, en el año 2002, Costa Rica estableció el Sistema Nacional para la Calidad por medio de la ley No. 8279 del 21 de mayo de ese año. El objetivo de esa iniciativa es “Ofrecer un marco estable e integral de confianza que, por medio del fomento de la calidad en la producción y comercialización de bienes y la prestación de servicios, propicie el mejoramiento de la competitividad de las actividades productivas, contribuya a elevar el grado de bienestar general y facilite el cumplimiento efectivo de los compromisos comerciales internacionales suscritos por Costa Rica.”

Es reconocido el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO) como ente nacional de normalización.

En el caso de la INTE 35.01.01 Norma Técnica Nacional de Sistema de Gestión en Responsabilidad Social, únicamente cinco empresas han obtenido la certificación. Sin embargo, hay que notar que entre las empresas que tienen esta certificación hay una empresa multinacional (Bridgestone de Costa Rica), una empresa regional con operación en Centro América (BAC Credomatic), una cooperativa (Coopeservidores), una empresa pública (ESPH) y una Pyme (Etipres). Esto evidencia que la norma puede ser aplicada en empresas de todo tamaño y de distintos sectores de actividad económica.

Software Indicarse

Indicarse es el software en línea para el sistema de indicadores de responsabilidad social para la región Centroamericana, el cuál utiliza Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, para conocer cómo está posicionado a nivel nacional y a nivel regional respecto a este tema, es una guía para acompañar a las organizaciones a incorporar la ISO26000 y otros estándares internacionales como el GRI y Pacto Global en su estrategia de negocio, de manera que se alinee con las demandas del contexto global actual en materia de Sostenibilidad.

2.2.7 Factores del microentorno

Kotler (2012) define el microentorno como: “Participantes cercanos a la empresa que afectan su capacidad para servir a sus clientes. (p.94)

De acuerdo con lo anterior, el microentorno se refiere a aquellos factores que son controlables por parte de la empresa.

Los factores fundamentales que componen el microentorno de esta investigación son; comisión de sostenibilidad, gobernanza, clientes, personal.

2.2.7.1 Comisión de Sostenibilidad

La Comisión de Sostenibilidad estará constituida por un mínimo de 3 integrantes y un máximo de 5, designados por las Gerencias de Popular Valores.

Los miembros de la Comisión de Sostenibilidad podrá ser cualquiera de los puestos definidos en el organigrama del Puesto de Bolsa.

El Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad será el coordinador de la Comisión de Sostenibilidad.

La Comisión de Sostenibilidad tiene carácter de órgano interno, informativo y de consulta, con facultades de propuesta dentro de su ámbito de actuación.

Para tal efecto, serán competencias de la Comisión de Sostenibilidad las siguientes:

- a) Planteamiento de objetivos para el Plan de Sostenibilidad.
- b) Ayudar a la Alta Dirección a impulsar la estrategia de Sostenibilidad del Conglomerado Financiero Banco Popular y Desarrollo Comunal y del Puesto de Bolsa.
- c) Evaluar y revisar los planes y actividades de sostenibilidad en ejecución y realizar el seguimiento de su grado de cumplimiento.
- d) Revisar y discutir, previo a la presentación de las Gerencias, el informe anual de sostenibilidad.
- e) Revisar las políticas de Responsabilidad Social y proponer su modificación y actualización.
- f) Promover el código de ética del Conglomerado Financiero Banco Popular y Desarrollo Comunal, así como cualquier hecho relevante que ayude a la promoción del conocimiento y cumplimiento del Código de Ética.
- g) Analizar iniciativas de voluntariado en materia de responsabilidad social y generación activa del resto de la organización.
- h) Investigar y dar a conocer las nuevas tendencias en innovación responsable.
- i) Desarrollar las actividades que en materia de responsabilidad social le correspondan, o que le sean asignadas por las Gerencias del Puesto de Bolsa.
- j) Emitir los informes de responsabilidad social.

2.2.7.2 Gobernanza

Popular Valores promueve la adopción de las mejores prácticas en sostenibilidad, según contexto ISO 26000, gobernanza son los procesos y estructuras en la toma de decisiones, y que deben permitir desarrollar estrategias que reflejen el compromiso con la

responsabilidad social, crear una cultura y sensibilización al respecto e incluso un programa de incentivos, ya sean económicos o no, pero que en cualquier caso alienten al resto de la organización a seguir una ruta responsable socialmente.

2.2.7.3 Clientes

La cartera de clientes es extensa y variada puesto que incluye tanto personas físicas, como jurídica tanto públicas y privadas de todos los sectores económicos del país.

2.2.7.4 Personal

El equipo de trabajo de Popular Valores está conformado por 70 profesionales en diferentes áreas, tales como administración, economía, finanzas, derecho, entre otras.

2.2.8 Factores del macroentorno

El macroentorno está compuesto por todos aquellos factores que representan a todas las fuerzas externas y que no son controlables por la empresa.

Kotler (2012) define el macroentorno como aquellas: “Fuerzas mayores de la sociedad que afectan el microentorno: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales”. (p. 94)

En esta investigación los principales factores del macroentorno que intervienen se detallan a continuación:

2.2.8.1 Factores demográficos

Los factores demográficos están relacionados con la cantidad de la población en términos de magnitud, densidad, ubicación, edad, género, raza, ocupación y otros datos estadísticos, por lo que, para esta investigación se definen los siguientes datos como factores demográficos.

2.2.8.2 Factores económicos

El entorno económico constituye los elementos financieros que influyen en el poder adquisitivo de los clientes activos de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

2.2.8.3 Factores legales

Representa las leyes o instituciones que determinan la legislación que se ejerce sobre el negocio, en este caso de afectación directa para el ejercicio de productos bursátiles.

2.2.8.3.1 Superintendencia General de Valores

La Superintendencia General de Valores de Costa Rica (SUGEVAL) es el ente público responsable de regular y supervisar el funcionamiento de los mercados de valores y de sus participantes. Creada en 1998, uno de los primeros trabajos que acomete fue la puesta en marcha de un sistema de información, ya que como todo organismo regulador tiene, en la gestión de la información que proviene del mercado, el pilar para el desarrollo de sus actividades y competencias.

Por otra parte, como garante de la transparencia informativa, la Institución debe garantizar al público el acceso a la información de los participantes y productos que se ofrecen en el mercado.

2.2.8.4 Factores naturales

Los fenómenos naturales forman parte considerable del macroentorno debido a que los eventos catastróficos y no catastróficos que ocurren en el país.

Tormentas, ondas tropicales, temblores y terremotos son algunos de los eventos de la naturaleza que afectan la operativa normal del negocio debido a que no son controlables por la organización.

2.2.8.5 Factores sociales

Se trabaja en hacer de la sociedad, un entorno más comprometido con la importancia de la responsabilidad social.

2.3 Marco Conceptual

Bernal (2010) explica que en el marco conceptual se presentan los fundamentos teóricos de las variables a ser estudiadas para solucionar el problema, dado que es la base fundamental de cualquier trabajo de investigación; adicionalmente, es donde se desarrollan todos los conceptos teóricos que van a apoyar y sustentar el avance del proyecto, permitiendo que el lector pueda comprender, y analiza el tema que se está investigando.

Hernández et al (2010) menciona que el marco conceptual debe: “Sustentar teóricamente el estudio, una vez que ya se ha planteado el problema de investigación. (p.52).

Por lo anterior, en este capítulo se definirán los conceptos con mayor relevancia para la presente investigación.

2.3.1 Norma ISO 26000

Según la Norma ISO 26000 (2010) menciona que es una guía que define las líneas a seguir en materia de responsabilidad social establecidas por la Organización Internacional para la Normalización.

2.3.2 Estrategia

Porter (2011) menciona que estrategia significa la selección deliberada de un conjunto de actividades distintas para entregar una mezcla única de valor.

2.3.3 Sostenibilidad

El diccionario de la Real Academia Española (2017) define sostenibilidad como: “que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente”.

2.3.4 Proceso de comunicación

Según Fonseca (2000) el proceso de comunicación es un intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.

2.3.5 Responsabilidad social

Buchholz y Rosenthal (2001) explican que el concepto responsabilidad social implica modificar ideas sobre el bienestar humano, y destaca el interés en las dimensiones sociales de la actividad de negocios que se relacionan con el mejoramiento de la calidad de vida.

2.3.6 Actividad

El diccionario de la Real Academia Española (2017) define actividad como: “el conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad”.

2.3.7 Mejora continua:

La ISO 9001 (2013) define la mejora continua como: “la actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos”.

2.3.8 Proceso de acreditación:

La ISO 14001 (2014) define el proceso de acreditación como “un procedimiento por el cual un Organismo Autorizado reconoce que una empresa tiene las competencias necesarias para realizar una determinada actividad de evaluación de la conformidad”.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3 CAPÍTULO III

3.1 Marco metodológico

Seguidamente, se desarrollan los componentes teóricos relativos a una investigación, se destaca su definición y su importancia, además de los tipos de investigación que existen.

Según Hernández et al (2014) “La importancia de la investigación radica en la observación y evaluación de fenómenos, con el fin de establecer hipótesis y así demostrar su validez o no, las cuales son revisadas a través de diversas pruebas o análisis”.

Adicionalmente, se establecen y explican las definiciones de las variables que proceden de los objetivos específicos planteados.

3.2 Tipo de Investigación

Hernández et al (2010) define investigación como: “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. (p.4)

Por lo anterior, de acuerdo al análisis realizado de la metodología que se va a aplicar en este proyecto, la investigación a efectuar para este trabajo es de tipo mixta, en razón de requerir utilizar la cualitativa y cuantitativa.

Según lo indica Hernández et al (2010) en los métodos mixtos: “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (p. 532).

Se considera que esta investigación es cuantitativa de acuerdo a lo requerido que es la forma adecuada de recolectar información, al necesitarse una medición numérica de las variables para realizar una mejor interpretación de la información.

Será además cualitativa al requerirse la observación en las diferentes fases del proceso de sostenibilidad y a partir de la información obtenida mediante este método, lograr tomar conclusiones para en el futuro plantear las recomendaciones necesarias.

Por lo tanto, con la aplicación del método mixto se logrará una perspectiva más amplia y profunda del problema planteado, considerando que “un estudio mixto sólido comienza con un planteamiento del problema contundente y demanda claramente el uso e integración de los enfoques cuantitativo y cualitativo” (Hernández et al. 2010 p, 554)

El enfoque de esta investigación se desarrolla en forma descriptiva y explicativa.

3.2.1 Investigación descriptiva

En primer lugar, se menciona la investigación como descriptiva porque va a referir cuál es la situación actual según ISO 26000 en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, para proceder a determinar posibles mejoras.

El objetivo principal de la investigación descriptiva consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas involucradas en la investigación.

Según Hernández et al (2014) se define la investigación descriptiva como:

“Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”. (p. 92).

3.2.2 Investigación explicativa

Una investigación explicativa de acuerdo con lo mencionado por Hernández et al (2014) es la siguiente:

“Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables”. (p. 95)

De acuerdo con lo analizado, los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. En este proyecto se interpretan cada una de las situaciones que se obtienen en el trascurso de la investigación con respecto al trabajo que ha realizado Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima según la norma ISO 26000.

Con esta interpretación se explican los factores de éxito en relación con los aspectos que determinan la Sostenibilidad en el Puesto de Bolsa.

3.3 Alcance de la investigación

El alcance de esta investigación va dirigido a colaborar con Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima para demostrar mediante un diagnóstico la brecha existente respecto al estándar ISO 26000 responsabilidad social para la definición de la situación actual de la organización.

Se determina el alcance luego de definir los tipos de estudios, que de acuerdo con las necesidades del problema que son de tipo descriptivo, explicativo con un enfoque mixto.

3.4 Fuentes de información

Según Méndez, (2006) una fuente de investigación se define como los “hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten obtener información”. (p. 248) Mientras que para Gómez (2012) una fuente de datos “se entiende el origen de la información utilizada en el estudio o análisis, es decir, de dónde vienen o se tomaron los datos” (p. 37).

Torres (2006) expresa que las fuentes de investigación se clasifican de acuerdo a su origen en fuentes primarias y fuentes secundarias.

3.4.1 Fuentes primarias

En esta investigación las fuentes primarias utilizadas además de los libros, artículos y páginas en internet relacionados con el tema en análisis se utilizan la encuesta y entrevista a expertos en la aplicación del proceso actual de responsabilidad social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

Hernández et al (2014) define el término de fuentes primarias mencionando que:

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, etcétera. (p.61)

3.4.2 Fuentes secundarias

Según lo mencionado por Hernández et al., (2010) la definición de fuentes secundarias corresponde a: “las compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias). Es decir, reprocesan información de primera mano” (p. 261).

Son aquellas que parten de datos pre-elaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación. Las fuentes secundarias para ser utilizadas deben ser analizadas bajo cuatro preguntas básicas que son:

- ¿Es pertinente? cuando la información se adapta a los objetivos
- ¿Es obsoleta? cuando ha perdido actualidad

- ¿Es fidedigna? cuando la veracidad de la fuente de origen no es cuestionada
- ¿Es digna de confianza? si la información ha sido obtenida con la metodología adecuada y honestidad necesaria, con objetividad, naturaleza continuada y exactitud.

3.5 Instrumentos y técnicas de recolección de datos

Se refieren a cualquier tipo de recurso que se utiliza en la investigación para reunir la información y datos relacionados con el tema en estudio.

De acuerdo a lo señalado por Hernández et al. (2010): “Con la finalidad de recolectar datos disponemos de una gran variedad de instrumentos o técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, es por ello que en un mismo estudio podemos utilizar ambos tipos. (p.198)

Por medio de la utilización de estos instrumentos los datos recolectados están relacionados con los objetivos planteados y las variables en estudio. Por lo que, para este proyecto se utilizará la entrevista, encuesta y la observación.

3.6 Descripción de los instrumentos

3.6.1 Entrevista

Para el desarrollo de este proyecto, se realiza entrevista al encargado de responsabilidad social que labora en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima. Esta entrevista es estructurada donde el entrevistador formula las preguntas acerca del tema.

De acuerdo a lo mencionado por Hernández et al (2010): “Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. (p.239)

En adición a lo anterior, Hernández et al (2010) señala que: “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. (p.217)

3.6.2 Observación

Respecto a la observación Hernández et al (2014) señala que: “un buen observador necesita saber escuchar y utilizar todos los sentidos, poner atención a los detalles, poseer habilidades para descifrar y comprender conductas, ser reflexivo y flexible para cambiar el centro de atención, si es necesario. (p.403)

Adicionalmente, menciona que: Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías. (p.252)

De acuerdo a la anterior definición, es posible citar que la observación es el registro visual de lo que ocurre, por lo que, se debe clasificar y consignar los acontecimientos pertinentes de acuerdo al esquema previsto y según el problema planteado.

Como método de recolección de datos debe ser planificado para que reúna los requisitos de validez y confiabilidad; se debe conducir de manera hábil y sistemática diferenciando los aspectos significativos de los que no son relevantes para la investigación.

Al respecto, Hernández et al (2014) menciona que: “la observación investigativa no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos. (p.399).

Para el desarrollo de este trabajo, el método de la observación se aplicó en primera instancia en las condiciones que ha ido mejorando Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima respecto a la responsabilidad social.

Con este método se logra determinar las condiciones que ofrece el Puesto de Bolsa y cómo está inciden directamente en la aplicación o no del proceso de la Norma ISO 26000 que se describe en esta investigación.

También se emplea la observación en la aplicación del actual proceso del diagnóstico del cumplimiento según la norma ISO 26000 las diferentes variables que intervienen en su desarrollo.

3.7 Confiabilidad y validez de los instrumentos

Los instrumentos utilizados en el presente estudio son confiables y válidos, por cuanto el cuestionario se constituye en una técnica confiable para la obtención de información, a partir de los sujetos de información definidos. Asimismo, se han determinado de manera apropiada las fuentes de información donde se pueden obtener datos e información segura, confiable y pertinente.

Con la finalidad de garantizar la confiabilidad del instrumento, y para ser consecuente con lo que señala el autor Roberto Hernández en su libro Metodología de la Investigación (2010:125), se valida los cuestionarios y la entrevista con el apoyo del tutor y el responsable de responsabilidad, como parte de la prueba de validación que se hizo en virtud de determinar si se requería modificar o ampliar alguna de las preguntas, únicamente fue necesario hacer modificaciones en la redacción.

3.8 Procedimientos Metodológicos de la Investigación

El procedimiento metodológico en el que se basa esta investigación está compuesto por los siguientes aspectos:

3.9 Población de interés

Una vez concebida la idea de investigación, y luego de tener claridad sobre el problema que se va a investigar, plantear los objetivos que se espera lograr, contar con una justificación para desarrollar el estudio, tener un fundamento teórico, plantear la hipótesis o las preguntas de investigación, definir el tipo y el diseño de la investigación, el otro aspecto para tener en cuenta es definir la población o muestra con la cual se desarrollará la investigación de interés.

En esta parte de la investigación, el interés consiste en definir quiénes y qué características deberán tener los sujetos (personas, organizaciones o situaciones y factores) objeto de estudio.

Bernal (2010), hace referencias a las siguientes definiciones de población (p. 160):

De acuerdo con Fracica, 1988, población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 36).

Según Jany (1994), población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (p. 48).

En esta investigación la población de interés la representa la aplicación de la política de responsabilidad social de Popular Valores, para validar la aplicación de los procedimientos según ISO 26000, se tomará como población análisis de datos de las 7 materias fundamentales de esta norma, según entrevista al responsable de responsabilidad social, analizando:

1. Gobernanza de la organización
2. Derechos humanos
3. Prácticas laborales
4. El medio ambiente
5. Prácticas justas de operación
6. Asuntos de consumidores
7. Participación activa y desarrollo de la comunidad

3.10 Marco muestral

Bernal (2010) define “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p. 161).

Los sujetos de investigación se constituyen en una parte importante del desarrollo de una investigación, por lo que a continuación se plantea su definición.

De acuerdo con lo que propone Gómez (2012) los sujetos tienen que ver con “observaciones o valores observados correspondientes a una cierta característica y realizados en lo que se denomina unidades estadísticas elementales o de estudio” (p. 6).

Para Hernández et al (2014) la muestra se define como: “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. (p.173)

Las muestras se dividen en dos grandes ramas, las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas.

Según lo establecido por Hernández et al (2010) están definidas de la siguiente manera:

“Muestra probabilística: Subgrupo de la población en el que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

Muestra no probabilística o dirigida: Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”. (p.176)

De acuerdo con las anteriores definiciones, en este trabajo se aplicará un muestreo no probabilístico debido a que los elementos no dependen de la probabilidad sino de las características de la investigación.

3.11 Unidad informante

La información que se obtiene para desarrollar el tema de investigación proviene de la entrevista realizada al encargado de responsabilidad social de Popular Valores, encuesta al personal del departamento de servicios administrativos, auditoría interna, cumplimiento y riesgo cuestionario donde se aplica la observación.

Tabla No 1 Análisis de variables

Objetivo General: Demostrar mediante un diagnóstico la brecha existente respecto al estándar ISO 26000 responsabilidad social para la definición de la situación actual de la organización.

Objetivo Específico	Variable	Definición Conceptual	Indicador	Definición Instrumental
Identificar la estrategia actual de sostenibilidad y verificar su validez respecto a la norma ISO 26000	Norma ISO 26000	Norma ISO 26000: es una guía que define las líneas a seguir en materia de responsabilidad social. Norma ISO 26000 (2010).	Normas ISO	Encuesta
	Estrategia	Estrategia: significa la selección deliberada de un conjunto de actividades distintas para entregar una mezcla única de valor. Porter (2011)	Instrumentos de Evaluación	Entrevista
	Sostenibilidad.	Sostenibilidad: mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente”. Diccionario de la Real Academia Española (2017).	Informes de gestión.	Observación
Especificar el proceso de comunicación de las oportunidades de mejora necesarias para el cumplimiento de norma ISO 26000.	Proceso de comunicación-	Proceso de comunicación: es un intercambiando de ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. Fonseca (2000).	Normas ISO	Entrevista
	Responsabilidad social.	Responsabilidad social: implica modificar ideas sobre el bienestar humano, y destaca el interés en las dimensiones sociales de la actividad de negocios que se relacionan con el mejoramiento de la calidad de vida. Buchholz y Rosenthal (2001).	Informes	Observación
			Política de comunicación.	

Categorizar las actividades requeridas para la mejora continua del proceso de acreditación.	Mejora continua	La mejora continua es la actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos. Norma ISO 9001 Calidad (2013).	Normas ISO	Encuesta
	Actividades	Actividades: conjunto de operaciones o tareas propias de una Persona o entidad. Diccionario de la Real Academia Española (2017).	Informes.	Entrevista
	Proceso de acreditación.	Proceso de acreditación: un procedimiento por el cual un Organismo Autorizado reconoce que una empresa tiene las competencias necesarias para realizar una determinada actividad de evaluación de la conformidad. Norma ISO 14001 (2014).		Observación
Proponer la aplicación de la matriz de autoevaluación de forma semestral con el apoyo de un comité.	Propuesta	Propuesta: una propuesta es una oferta o invitación que alguien dirige a otro o a otros, persiguiendo algún fin; que puede ser concretar un negocio, una idea, una relación personal, un proyecto laboral o educacional, una actividad lúdica, etcétera.(DeConceptos.com. 2018:1)	Propuesta mejora para la organización.	Informe documento escrito

Fuente: elaboración propia (2018)

**CAPÍTULO IV ANALISIS DE
RESULTADOS Y SITUACION
ACTUAL**

4 CAPÍTULO IV

4.1 Análisis de resultados y diagnóstico de la situación actual

En este capítulo se presenta la interpretación y análisis de los datos recolectados a través de los diferentes instrumentos, con la finalidad de medir las variables establecidas en el capítulo tres y obtener los resultados que permitan sustentar las conclusiones y recomendaciones para elaborar un plan de mejora al actual trabajo que se ha realizado respecto a responsabilidad social.

En este trabajo de investigación se aplicaron los siguientes instrumentos:

- Observación
- Entrevista
- Encuesta

El objetivo principal de la observación, entrevista y encuestas realizadas es obtener información necesaria para determinar el contexto actual de cómo se ha trabajado respecto a la responsabilidad social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

Hernández et al (2014) menciona que: “Con la finalidad de recolectar datos disponemos de una gran variedad de instrumentos o técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, es por ello que en un mismo estudio podemos utilizar ambos tipos. (p.198).

A continuación, se presentan los resultados obtenidos al recolectar la información que resulte de la aplicación de los instrumentos antes mencionados respecto al proceso de responsabilidad social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

4.2 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada al personal de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima respecto al tema de responsabilidad social.

La encuesta se realiza a 17 personas de los distintos departamentos del Puesto de Bolsa para identificar cómo está la estrategia actual de sostenibilidad y verificar su validez respecto a la norma ISO 26000; los resultados son los siguientes:

4.2.1 Participantes de la encuesta

Tabla No 1 Personal por departamentos que participaron en la encuesta año 2018

<u>Personal que realizó la encuesta</u>	<u>Relativos</u>	<u>Absolutos</u>
Negocios	18%	3
Tecnología	18%	3
Auditoría Interna	12%	2
Cumplimiento	12%	2
Riesgo	12%	2
Portafolios	6%	1
Servicios Administrativos	6%	1
Operaciones	6%	1
Gerencia General	6%	1
Contabilidad	6%	1
Total	100%	17

Tabla No 2. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)



Gráfico No 1 Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

De acuerdo con la tabla anterior, el personal que participó en la encuesta corresponde a los departamentos de Negocios 18%, Tecnología 18%, Auditoría Interna 12%, Cumplimiento 12%, Riesgo 12%, Operaciones 6%, Portafolios 6%, Servicios Administrativos 6%, y Contabilidad 6%.

Lo que analiza esta información es la cantidad de colaboradores que se participaron en la encuesta, según la totalidad de departamentos del Puesto de Bolsa.

En lo referente a este proyecto, se analiza la opinión de los colaboradores descritos del Puesto de Bolsa, para indagar sobre qué perspectiva tienen respecto al tema de responsabilidad social.

4.2.2 Tiempo de laborar

Tabla No 3 Tiempo de laborar en Popular Valores

<u>Años de trabajo</u>	<u>Relativos</u>	<u>Absolutos</u>
De 3 a 5 años	47%	8
De 6 a 10 años	24%	4
De 1 a 2 años	18%	3
Más de 10 años	12%	2
Total	100%	17

Tabla No 3. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

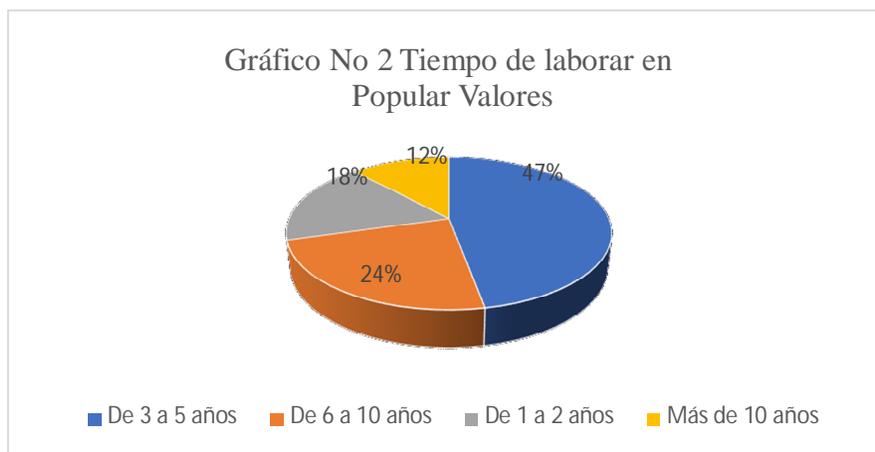


Gráfico No 2. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

De acuerdo con la tabla anterior, el personal que participó en la encuesta trabaja para Popular Valores de 3 a 5 años el 47%, de 6 a 10 años el 24%, de 1 a 2 años el 18% y más de 10 años un 12%.

Lo que analiza esta información es que el personal del Puesto de Bolsa no rota con facilidad, ya que se mantienen por bastantes años en el lugar.

Referente a este proyecto se puede analizar la opinión del personal tanto de colaboradores nuevos y de los que tienen un poco más experiencia.

4.2.3 Medio de comunicación

Tabla No 4 Medio de comunicación en Popular Valores

Medio de comunicación utilizado	Relativos	Absolutos
Correo electrónico	100%	17
Total	100%	17

Tabla No 4. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

Se observa que el correo electrónico es un medio muy importante de comunicación en Popular Valores, ya que, el 100% de las personas encuestadas indican que de esa forma se enteran de temas de responsabilidad social.

4.2.4 Capacitación

Tabla No 5 Recibe capacitación sobre responsabilidad social

Capacitación adecuada	Relativos	Absolutos
No	53%	9
Si	47%	8
Total	100%	17

Tabla No 5. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

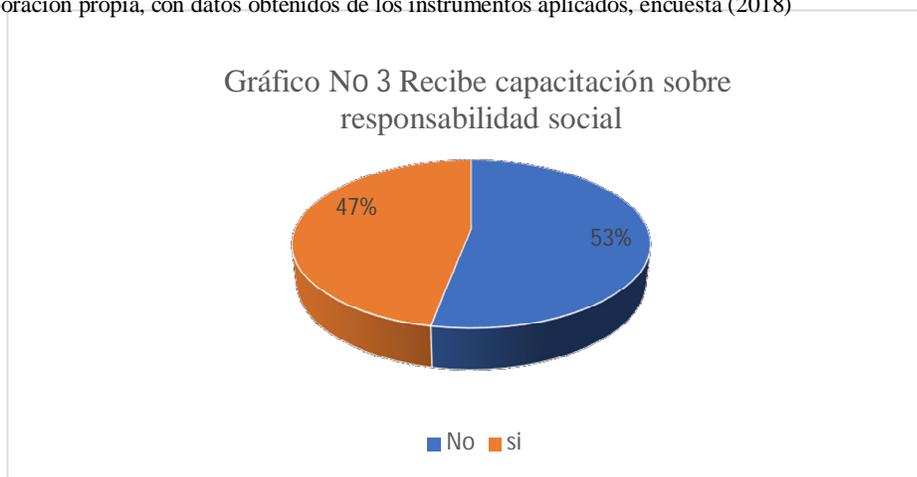


Gráfico No 3. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

De acuerdo con la tabla anterior, el 53% de las personas entrevistadas considera que no ha recibido capacitación adecuada sobre responsabilidad social en Popular Valores, el 47% indica que sí.

Lo que analiza esta información es que el personal del Puesto de Bolsa ha recibido capacitación respecto a la norma ISO 26000 y responsabilidad social, pero la mayoría piensa que no ha sido realmente adecuada.

El gráfico N°3 indica que un 53% no han recibido capacitación mientras que un 47% indica haber recibido capacitación.

De lo anterior se deduce que aunque un 47% de los encuestados indican haber recibido capacitación pareciera que no es suficiente para obtener un conocimiento adecuado de la norma y según los datos más del 50% del personal no ha recibido capacitación adecuada.

4.2.5 Evaluación de las capacitaciones

Tabla No 6 Las capacitaciones fueron claras y comprensibles

Capacitaciones claras y comprensibles	Relativos	Absolutos
Si	59%	10
Regular	29%	5
No recibió	12%	2
Total	100%	17

Tabla No 6. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

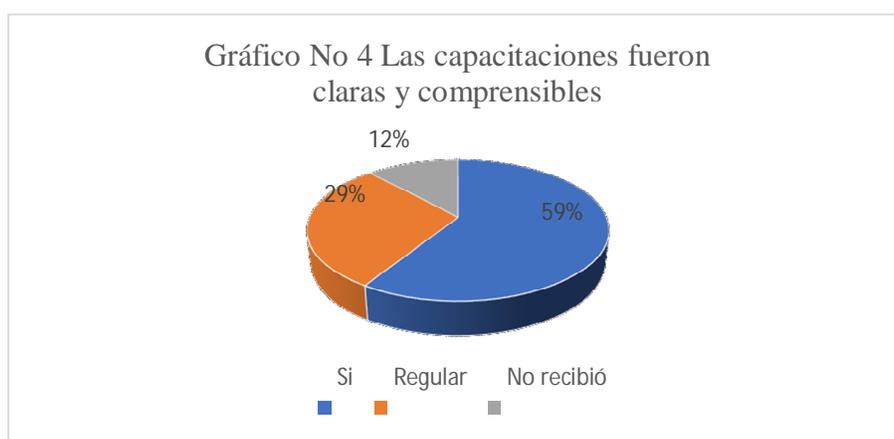


Gráfico No 4. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

De acuerdo con la tabla anterior, el 59% de las personas entrevistadas ha recibido capacitación clara y comprensible sobre responsabilidad social en Popular Valores, el 29% indica que ha sido regular y el 12% nunca ha recibido.

Lo que analiza esta información es que el personal del Puesto de Bolsa ha recibido capacitación donde la mayoría indica que es clara y comprensible.

4.2.6 Política de responsabilidad social

Tabla No 7 Conoce la política de responsabilidad social de Popular Valores

Conoce la política	Relativos	Absolutos
Si	65%	11
No	35%	6
Total	100%	17

Tabla No 7. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

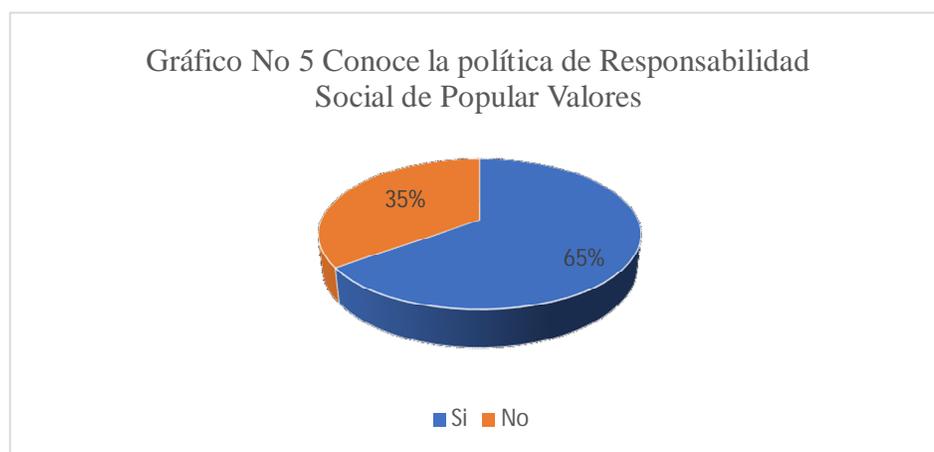


Gráfico No 5. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

De acuerdo con la tabla anterior, el 65% de las personas entrevistadas conocen la política de responsabilidad social del Puesto y el 35% indica que no la conoce.

De los entrevistados no todos conocen sobre la política de responsabilidad social del Puesto de Bolsa, pese a que está publicada en la página web del Puesto.

4.2.7 Participación en actividades

Tabla No 8 Ha participado en actividades de responsabilidad social del Puesto

Ha participado en actividades	Relativos	Absolutos
No	59%	10
Si	41%	7
Total	100%	17

Tabla No 8. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

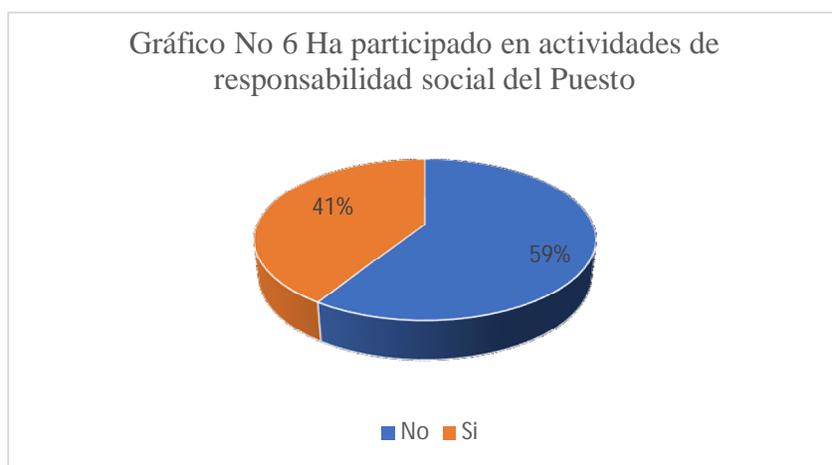


Gráfico No 6. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

El 59% de las personas entrevistadas no ha participado en actividades que tengan relación con la responsabilidad social en Popular Valores el 41% si ha participado.

No todos han tenido la oportunidad de participar y conocer de actividades de responsabilidad social en el Puesto de Bolsa.

4.2.8 Políticas estratégicas del Conglomerado

Tabla No 9 Conoce las políticas estratégicas de responsabilidad social del Banco

Conoce las políticas estratégicas	Relativos	Absolutos
No	53%	9
Si	47%	8
Total	100%	17

Tabla No 9. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

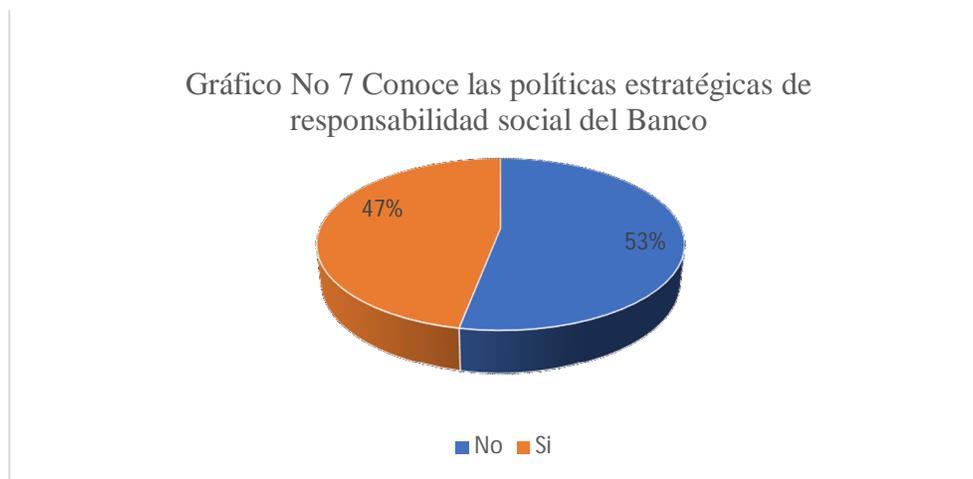


Gráfico No 7 Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

El 53% de las personas entrevistadas no conoce sobre las políticas del Conglomerado Banco Popular relacionadas con responsabilidad social, el 47% si tiene conocimiento al respecto.

No todos conocen que los temas de responsabilidad social se trabajan con políticas del Conglomerado.

4.2.9 Consejo de Sostenibilidad

Tabla No 10 Conoce quienes son los integrantes del Consejo de Sostenibilidad

Conoce quienes son los integrantes del Consejo	Relativos	Absolutos
Si	71%	12
No	29%	5
Total	100%	17

Tabla No 9. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

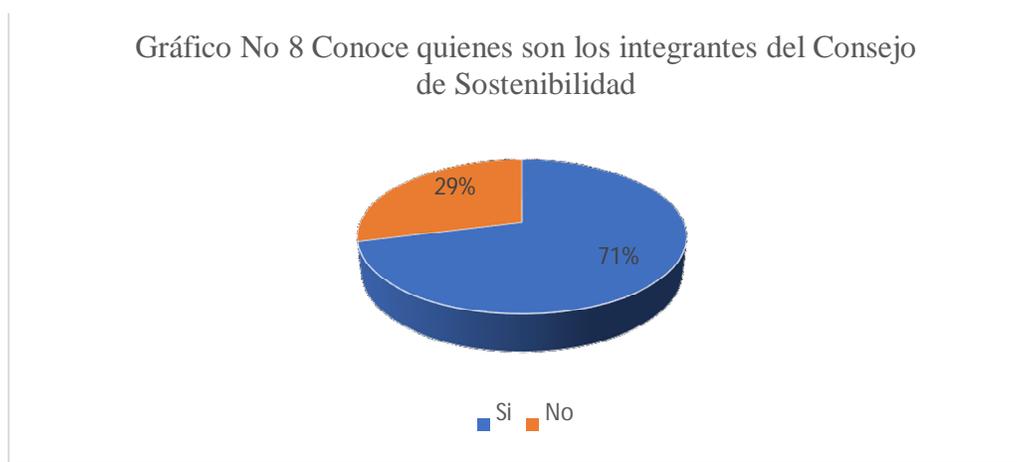


Gráfico No 8 Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

El 71% de las personas entrevistadas conoce quienes son los integrantes del consejo de sostenibilidad de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, mientras que el 29% indica que no sabe quiénes lo integran.

Pese a que todos deberían conocer al respecto, se determina que no hay desconocimiento.

4.2.10 Actividades de responsabilidad social

Tabla No 11 Se integraría en actividades de responsabilidad social en el Puesto

Se integraría en actividades	Relativos	Absolutos
De acuerdo	53%	9
En desacuerdo	24%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24%	4
Total	100%	17

Tabla No 10. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

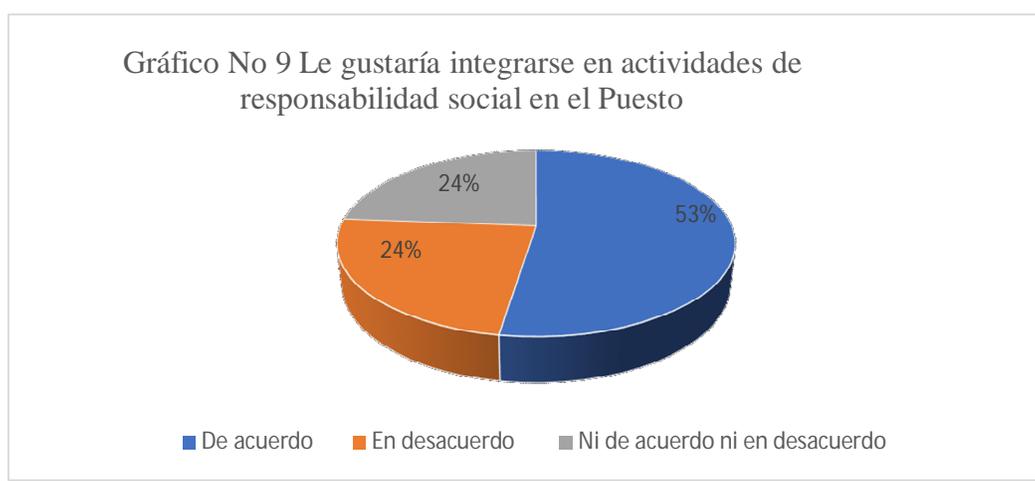


Gráfico No 9 Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

El 53% de las personas entrevistadas están de acuerdo en participar en actividades de responsabilidad social de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, el 24% indica que están en desacuerdo y el otro 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

No todos se comprometerían en participar en este tipo de actividades, pero la mayoría está de acuerdo en integrarse.

4.2.11 Mejoras en la responsabilidad social

Tabla No 12 La responsabilidad social se debe mejorar en el Puesto

La responsabilidad social se debe mejorar	Relativos	Absolutos
De acuerdo	100%	17
Total	100%	17

Tabla No 12. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

Se observa que en Popular Valores el 100% de las personas encuestadas indican que la responsabilidad social se debe mejorar lo que refleja que es un tema importante y hay conciencia sobre ello.

4.2.12 Avances en responsabilidad social

Tabla No 13 Ha mejorado la responsabilidad social en el Puesto

Se ha mejorado el trabajo de responsabilidad social	Relativos	Absolutos
De acuerdo	100%	17
Total	100%	17

Tabla No 13. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

El 100% de las personas encuestadas indican que el Puesto de Bolsa se preocupa por mejorar el trabajo que se realiza sobre responsabilidad social.

4.2.13 Se transmite información sobre responsabilidad social

Tabla No 14 Se transmiten oportunidades de mejora sobre responsabilidad social

Las oportunidades de mejora se transmiten	Relativos	Absolutos
De acuerdo	59%	10
En desacuerdo	41%	7
Total	100%	17

Tabla No 14. Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)



Gráfico No 9 Elaboración propia, con datos obtenidos de los instrumentos aplicados, encuesta (2018)

El 59% de las personas entrevistadas están de acuerdo en que las oportunidades de mejora de responsabilidad social de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima se transmiten al personal mientras que el 41% indica que están en desacuerdo.

Lo que representa que no todos se enteran de cómo se está avanzando en estos temas.

4.3 Análisis e interpretación de resultados de la observación realizada al cumplimiento de la estrategia actual de sostenibilidad en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

Se utiliza la hoja de cotejo para observar el cumplimiento de la estrategia de sostenibilidad que tiene Popular Valores; los resultados son los siguientes:

4.3.1 Política de responsabilidad social

Popular Valores cuenta con la política de responsabilidad social donde explica que se plantea que la actividad comercial se realiza de forma responsable, con un impacto positivo en los ámbitos económicos, sociales y ambientales en beneficio de la sociedad Costarricense. La cual está publicada en la página web del Puesto.

4.3.2 Plan anual de sostenibilidad

Se cuenta con el plan anual de sostenibilidad que es una herramienta generadora de valor que es complementaria al plan anual operativo de Popular Valores, aportando al cumplimiento de metas del plan estratégico del Conglomerado, se basa en el desarrollo de acciones que son afín de la triple línea base de la sostenibilidad, se hace relevante para atender aspectos del plan estratégico 2017-2020 del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal, que tienen como horizonte fomentar el acceso a productos y servicios financieros para garantizar el bienestar económico, financiero, social y ambiental de la población trabajadora y demás habitantes del país.

4.3.3 Herramienta para evaluar la Norma ISO 26000

A partir del año 2015, Popular Valores se somete a la herramienta de autoevaluación INDICARSE, que mide la gestión de una organización de acuerdo a los lineamientos internacionales sobre la implementación de una estrategia basada en la triple línea base, específicamente los requisitos de la Norma ISO 26000.

4.3.4 Consejo de Sostenibilidad

Existe una participación activa en el Consejo de Sostenibilidad del Banco Popular y de Desarrollo Comunal, con el fin de desarrollar proyectos en conjunto con todas las empresas que conforman el Conglomerado; ejemplo de esto son los convenios que se firmaron con el Ministerio de Educación Pública, el primero vinculado con introducir la educación financiera dentro del currículo escolar.

4.3.5 Actualización del Plan de Sostenibilidad

El Plan Anual de Sostenibilidad de Popular Valores, Puesto de Bolsa S.A, fue formulado como complemento al Plan Anual Operativo de Popular Valores. Su período de vigencia es de un año (2019) según verificación. La aprobación del documento se hará por medio del Comité Gerencial o Junta Directa de Popular Valores.

4.3.6 Política de Comunicación

En Popular Valores no existe una política de comunicación interna, se observa que el Conglomerado cuenta con la Política de Comunicación y Mercadeo Social donde explica que El Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal, se compromete a implementar acciones de comunicación y mercadeo social, en articulación con las acciones de la política de mercadotecnia de productos y servicios, que lo posiciona como la organización financiera de naturaleza especial que aporta al desarrollo económico-financiero, social y ambiental de las distintas poblaciones, sectores productivos y regiones geográficas; considerando el enfoque de género.

4.3.7 Objetivos Sostenibles

En el Plan Anual de Sostenibilidad de Popular Valores, se establecen las actividades que se deben realizar conforme a los objetivos sostenibles.

4.3.8 Capacitación del personal

El Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad por medio de charlas presenciales o boletines informativos que se envían por correo electrónico capacita a la totalidad del personal en temas sobre ISO 26000.

4.3.9 Cantidad de personal

El Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad es el responsable de este tema, el cual maneja apropiadamente. Lo que se observa es que se debe trabajar para que el personal se identifique más con esta temática y participe activamente.

4.3.10 Metas específicas

Se establecen metas en el Plan Anual de Sostenibilidad que representa una herramienta generadora de valor que es complementaria al Plan Anual Operativo de Popular Valores, aportando al cumplimiento del Plan Estratégico del Conglomerado.

4.3.11 Acreditación INTECO

Popular Valores no ha considerado por el momento la certificación INTE 35-01-01 ya que; se ha enfocado con el Conglomerado Banco Popular para trabajar en la triple línea base definido en el plan estratégico.

4.3.12 Grupos de interés

Las necesidades y expectativas son afín de la triple línea base de la sostenibilidad, se hace relevante para atender aspectos del plan estratégico 2017-2020 del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal, que tienen como horizonte fomentar el acceso a productos y servicios financieros para garantizar el bienestar económico, financiero, social y ambiental de la población trabajadora y demás habitantes del país.

4.3.13 Políticas relacionadas con ISO 26000

Existe la política de responsabilidad social donde se recalca que se trabaja con un impacto positivo en los ámbitos económicos, sociales y ambientales en beneficio de la sociedad costarricense.

4.3.14 Reuniones del Consejo de Sostenibilidad

Popular Valores mantiene una participación activa en el Consejo de Sostenibilidad del Banco Popular y de Desarrollo Comunal, con el fin de desarrollar proyectos en conjunto con todas las empresas que conforman el Conglomerado, donde se reúnen mínimo de forma trimestral.

4.3.15 Acuerdos del Consejo de Sostenibilidad

Posterior a las reuniones del Consejo de Sostenibilidad del Banco Popular y de Desarrollo Comunal, se realizan actas donde se toman acuerdos que permanecen archivados en el Banco Popular.

4.4 Análisis e interpretación de resultados de la entrevista realizada al Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

Según la entrevista realizada al Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad, que es la persona encargada en Popular Valores de representar y dirigir temas respecto ISO 26000 se analiza que: considerando como marco de referencia la norma ISO 26000 en sus siete materias fundamentales respecto a lo que se ha trabajado en Popular Valores se considera que se cumple en el tema de Gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores.

En participación activa y desarrollo de la comunidad se cumple parcialmente ya que; se han desarrollado proyectos que impactan positivamente comunidades a nivel nacional, pero aún no se ha trabajado proyectos sociales o ambientales donde se vincule directamente la comunidad cercana al Puesto de Bolsa.

Esto se debe a que Popular Valores está ubicado en San José, Paseo Colón, que es un espacio donde se han ubicado muchas empresas y negocios, por tanto; no hay muchos ciudadanos viviendo en los alrededores para integrarlos.

Popular Valores ha trabajado fuertemente en temas de gobernanza, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, medio ambiente, así por ejemplo se cuenta con el reconocimiento de excelencia ambiental, carbono neutral, bandera azul ecológica, marca país somos esencial Costa Rica, los cuales se deben mantener y tratar de mejorar cada día.

Por el momento no se está trabajando en la acreditación INTE 35-01 Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, debido a que el enfoque actual se basa en el plan estratégico y la triple línea base donde se han marcado objetivos, y no se visualiza esta certificación.

Las oportunidades de mejora son transmitidas al personal en su totalidad por medio de reuniones con todo el personal en conjunto con el Plan Anual de Sostenibilidad. También por medio de charlas presenciales o boletines informativos por medio de correo electrónico

y por último, el Conglomerado Financiero Banco Popular publica anualmente una memoria de Sostenibilidad por los estándares GRI. Popular Valores la tiene publicada en su página WEB.

Se destaca que la responsabilidad social debe ser un eje transversal en el giro del negocio, donde el involucramiento de todos los colaboradores es primordial para el desarrollo de una estrategia enfocada en la triple línea base (económico financiero, social y ambiental) y además para desarrollar una cultura en la empresa basada en la sostenibilidad, para que las decisiones en la organización sean tomadas considerando los principios y mejores prácticas que existen en responsabilidad social.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES

5 CAPÍTULO V

5.1 Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo se procede, con base en los resultados obtenidos y presentados en el análisis de datos, a mencionar las conclusiones con las que se formularán recomendaciones, en función de los objetivos específicos, variables e indicadores sustentados en los mismos objetivos definidos para este proyecto.

5.1.1 Conclusiones

De acuerdo con los objetivos planteados para el proyecto, con la investigación realizada se obtiene las siguientes conclusiones:

- ✓ El personal del Puesto de Bolsa ha recibido capacitación respecto a la norma ISO 26000 y responsabilidad social, pero al parecer no ha sido efectiva, por lo que es importante mejorar esta área.
- ✓ Las capacitaciones de la norma ISO 26000 que se han recibido en el Puesto de Bolsa han sido comprensibles.
- ✓ Falta conocimiento sobre la política de responsabilidad social del Puesto de Bolsa, pese a que está publicada en la página web del Puesto.
- ✓ El Puesto de Bolsa se preocupa por mejorar el trabajo que se realiza sobre responsabilidad social, dado que se evidencian esfuerzos para fortalecer el sistema.
- ✓ Existe desconocimiento por parte del personal sobre el manejo del tema de responsabilidad social y la forma en que se trabaja a nivel del Conglomerado.
- ✓ La estrategia con la que se trabaja en Popular Valores es afín de la triple línea base de la sostenibilidad, se hace relevante para atender aspectos del plan estratégico 2017-2020 del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal, que tienen como horizonte fomentar el acceso a productos y servicios financieros para garantizar el bienestar económico,

financiero, social y ambiental de la población trabajadora y demás habitantes del país.

- ✓ La sostenibilidad debe ser un eje transversal en el giro del negocio, para desarrollar una cultura en la empresa basada en este tema.
- ✓ En las decisiones de la organización se está considerando los principios y las mejores prácticas que existen respecto a sostenibilidad.
- ✓ El medio de comunicación donde el personal de Popular Valores recibe información respecto responsabilidad social, es el correo electrónico.
- ✓ No existe una política de comunicación establecida en el Popular Valores.
- ✓ Los temas de responsabilidad social deberían comunicarse con mayor frecuencia, ya que algunos de los trabajadores indican que desconocen al respecto.
- ✓ El plan anual de sostenibilidad no está publicado para los colaboradores de Popular Valores.
- ✓ La información no llega a todos los colaboradores por lo que no se enteran de como se está avanzando en temas de mejora continua respecto a la responsabilidad social.
- ✓ En el aspecto de la participación activa y desarrollo de la comunidad aún no se ha trabajado en proyectos sociales o ambientales donde se vincule directamente la comunidad cercana al Puesto de Bolsa.
- ✓ La mayoría de los entrevistados está de acuerdo en integrarse en actividades de responsabilidad social.
- ✓ Los colaboradores indican que la responsabilidad social es importante y se debe mejorar por medio de actividades.
- ✓ No todo el personal de Popular Valores ha tenido la oportunidad de participar en actividades relacionadas con responsabilidad social.
- ✓ Por el momento no se está trabajando en la acreditación INTE 35-01 Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, debido a que el enfoque actual del Conglomerado se basa en el plan estratégico y la triple línea base.

5.1.2 Recomendaciones

Con las conclusiones obtenidas en el desarrollo de esta investigación es factible proponer recomendaciones que permitan brindar oportunidades de mejora con la finalidad de ejecutar acciones para así optimizar la responsabilidad social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima, se proponen las siguientes:

- Realizar una campaña para recordarle al personal sobre temas relacionados a la norma ISO 26000 y que se envíen periódicamente por correo electrónico.
- Con el personal, formar un equipo especializado en temas de responsabilidad social que colaboren directamente con el Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad.
- Realizar una política de comunicación para Popular Valores, con el fin de dar fluidez y comunicar oportunamente.
- Publicar el plan anual de sostenibilidad y capacitar a todo el personal; posteriormente realizar pruebas periódicas a los funcionarios que permitan determinar si manejan en forma correcta el tema.
- Tratar de integrar al menos un compañero por departamento en las actividades sobre responsabilidad social y que sea rotativo con el fin de que poco a poco participen la mayoría.
- Establecer un calendario de actividades donde indique quienes participarán; para que con tiempo el personal se pueda organizar.
- Motivar al personal para que ingresen constantemente al sitio web de Popular Valores y revisen el contenido.
- Actualizar el reporte de sostenibilidad en la página web de Popular Valores, ya que el que está publicado es del año 2016.
- Como tema de capacitación se recomienda abordar la forma en que se está laborando en temas de sostenibilidad a nivel de conglomerado.
- Dar a conocer al personal la estrategia de la triple línea base de la sostenibilidad y su importancia en el giro de negocios del Puesto de Bolsa.

- Analizar qué valor agregado puede darse si se trabaja en la acreditación INTE-35-01.
- Fomentar el trabajo en equipo y la participación activa del personal en actividades de responsabilidad social para dar mayor soporte en esta área.

CAPITULO VI

Propuesta de mejora

6 CAPÍTULO 6

6.1 Propuesta de mejora

A continuación, se expone una propuesta de mejora para integrar al personal de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima en actividades de Responsabilidad Social, en el cual se detallan las acciones necesarias que se deba implementar, con el propósito de optimizar el proceso de trabajo que se ha realizado respecto al ISO 26000.

La propuesta parte de los resultados obtenidos en la investigación anteriormente desarrollada, además de los datos recolectados por medio de entrevista, observación con la aplicación de una hoja de cotejo y encuesta. Con esta información se presentan las acciones necesarias para llevar a cabo el plan.

6.2 Objetivo de la propuesta

Objetivo general

- Diseñar una propuesta de mejora en el proceso de integración del personal de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima en temas y actividades de responsabilidad social mediante los resultados obtenidos en la investigación realizada que permita mejorar la calidad del trabajo que se realiza respecto al ISO 26000.

6.3 Desarrollo de la propuesta

- Establecer un equipo de trabajo que se comprometa en mejorar la labor que se ha realizado respecto a la responsabilidad social en Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

Se debe formar un equipo que se encargue de dar soporte al Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad que permitan mejorar la calidad del trabajo que se ha

realizado respecto al ISO 26000. El personal que integre este equipo de trabajo debe cumplir y comprometerse con las actividades que conlleva.

De conformidad con los requerimientos de la propuesta esta comisión deberá estar compuesta de la siguiente forma:

- Un representante por departamento de trabajo en Popular Valores.
- Interés en el tema de responsabilidad social.
- Profesional comunicativo y con liderazgo.
- Reuniones cada 15 días.

Cuando el equipo de trabajo lo considere necesario, se podrá requerir la participación de otros funcionarios del Puesto de Bolsa.

Los funcionarios que formen parte de este equipo de trabajo deben tener pleno conocimiento del tema de responsabilidad social, por lo que se deben capacitar en este ámbito.

Será la Jefatura del departamento, quien se encargue de seleccionar a los participantes, considerando su experiencia en el tema.

Es importante mencionar, que la selección del personal de este equipo de trabajo es voluntaria, ya que, esta labor no representa un ascenso para los funcionarios, sino una función más a ejecutar dentro de sus labores habituales.

6.3.1 Conformación de equipo especializado

Se debe conformar un equipo de trabajo de diez funcionarios que se encargue específicamente de:

- Elaborar y coordinar junto con el Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad un cronograma de actividades donde participe activamente el personal.
- Confeccionar la política de comunicación de Popular Valores y dar a conocer sobre temas ISO 26000 a la totalidad del personal.

- Ser comunicadores respecto a temas de sostenibilidad en sus departamentos y analizar los medios para transmitirlos.
- Coordinar y delegar la participación de los colaboradores de Popular Valores en actividades de responsabilidad social.

Con la conformación de este equipo se pretende garantizar que el 100% de los colaboradores de Popular Valores sean conocedores del tema de responsabilidad social, mejorando la calidad del trabajo que se ha realizado. Eventualmente, la jefatura del Departamento valorará el aumento de la cantidad de colaboradores que desempeñen las funciones de este equipo especializado dependiendo de la cuantía y el tipo de actividades que se desarrollen.

Adicionalmente, se elige un representante por departamento que se dedique a comunicar y trate de integrar a su departamento para la ejecución de labores, logrando esparcir el conocimiento adquirido.

El personal que conforme este equipo será parte de la unidad encargada de la aplicación del procedimiento de responsabilidad social, considerando que actualmente cuenta con un encargado de área, no es necesaria la selección de otro líder que supervise esta labor.

6.3.2 Campaña de recordación

Debido a la importancia que tiene la responsabilidad social se debe buscar la divulgación y promoción de las mejores prácticas en materia social y ambiental a todos los colaboradores.

A continuación, se ejemplifica los resultados del avance obtenido en aspectos que contemplan las siete materias fundamentales de la Responsabilidad Social

Figura No 2. Evaluación de Popular Valores

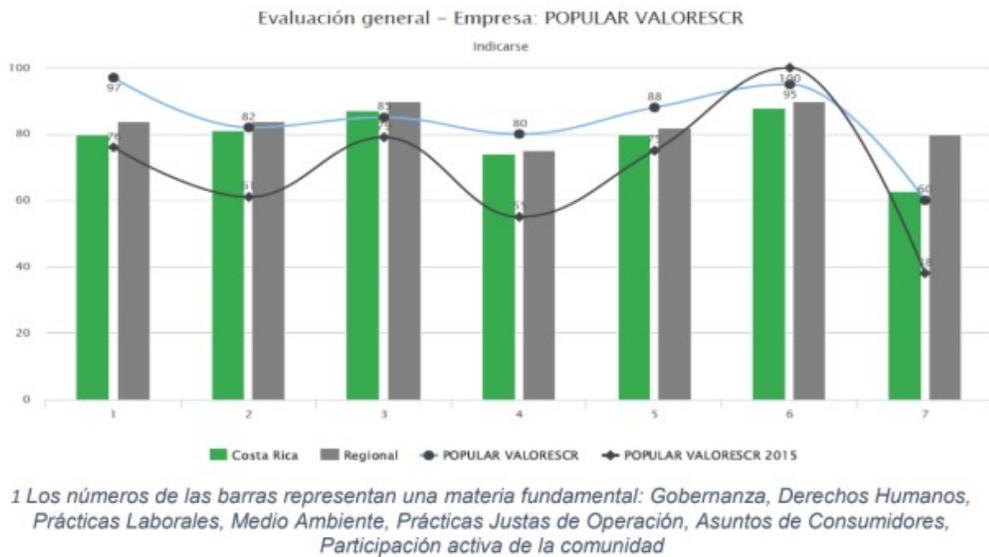


Figura No 2. Evaluación Popular Valores (2018).

Se pueden destacar logros como la excelente calificación obtenida en el cumplimiento del Programa de Gestión Ambiental Institucional, por lo que se otorga por segundo año consecutivo el reconocimiento de Excelencia Ambiental por parte del Ministerio de Ambiente de Costa Rica, también la certificación Carbono Neutral bajo las exigencias de la norma nacional INTE 12-01-06:2016 y el galardón Bandera Azul Ecológica en la categoría de Cambio Climático. Destacando también que se cuenta con el licenciamiento de la marca país esencial COSTA RICA, la cual se otorga mediante cumplimiento de aspectos de calidad, buenas prácticas y mejora continua; se tiene una muy buena calificación de la evaluación del clima organizacional, lo que demuestra el compromiso del Puesto de Bolsa de contar con capital humano motivado, eficiente y capacitado.

Una vez al mes el equipo especializado debe comunicar el aporte de esos alcances que se han logrado en responsabilidad social, ya sea por correo electrónico o verbalmente a su área o por medio de la página web de Popular Valores para que sea del conocimiento de todos.

La siguiente es una muestra del tipo de contenido de los temas publicados en la página de Popular Valores.

Figura No 3. Página de Popular Valores



Figura No 3 página de Popular Valores (2018) Recuperado de: <http://www.popularvalores.com>

6.3.3 Ejecución de auditoria periódicas

Como método para verificar que el equipo especializado esté cumpliendo con el proceso de colaboración al Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad se ejecutarán auditorias periódicas para determinar su acatamiento.

Las auditorias serán aplicadas por el representante de la auditoría interna que participa en el equipo especializado. Se realizarán en forma periódica al menos de forma trimestral.

La siguiente figura representa la guía a utilizar para lograr verificar el cumplimiento de las obligaciones del equipo especializado.

Tabla No 15. Guía para evaluación de cumplimiento del equipo especializado

Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima

Evaluación de cumplimiento de equipo especializado en responsabilidad Social

Fecha de aplicación:

Actividad a evaluar	Cumple	No cumple
Se analiza la conformación adecuada del equipo especializado		
Se verifica la cantidad de reuniones del equipo		
Se revisa las actas de reuniones		
Se verifica la participación en actividades		
Se revisa si se ha comunicado temas de responsabilidad social		
Se verifica el apoyo al responsable del área		
Se verifica avances en cada reunión		
El personal se ha capacitado en el área		
Los departamentos están informados de los avances		
Se ha trabajado en la política de comunicación		
Se realiza el cronograma de actividades		
El tiempo que se ha dedicado en reuniones es suficiente		
Se observa la mejora continua		
Se revisan todas las evidencias del trabajo realizado		

Observaciones:

Realizado por:

Tabla No 29. Guía para evaluación de cumplimiento del equipo especializado. Elaboración propia (2018).

6.3.4 Cronograma de implementación

Tabla No 16 Cronograma para implementación de propuesta de mejora

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunión inicial	■																							
Conformación de equipo especializado	■																							
Capacitación			■																					
Reunión con el Asistente de Servicios Administrativos y Sostenibilidad				■																				
Cronograma de actividades							■																	
Reunión para analizar política de comunicación								■																
Analizar temas para difundir sobre responsabilidad social											■													
Participar en actividades de responsabilidad social												■												
Dividir el equipo de trabajo según áreas de trabajo														■										
Analizar propuestas de mejora															■									
Planificar campañas de recordación de información																■								
Coordinar que se puede publicar en página web sobre responsabilidad social																			■					
Analizar y coordinar temas para capacitar al personal																						■		
Capacitar al personal																							■	
Auditoría para verificar el cumplimiento																								■

Tabla No 30. Cronograma para implementación de propuesta de mejora. Elaboración propia (2018).

Referencias Bibliográficas

Banco Popular y de Desarrollo Comunal (2018). *Nosotros*. Recuperado de <https://www.bancopopular.fi.cr/Nosotros/Paginas/default.aspx>.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson Educación.

Buchholz, R. y Rosenthal, S. (2001). *Responsabilidad social y ética en los negocios*. México: Oxford.

Centro de noticias de la ONU. (2015). *La asamblea general adopta la agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>.

Concepto y Definición. (2014). *Definición de proceso*. Recuperado de <http://conceptodefinicion.de/proceso/>.

Diccionario de la Real Academia Española. (2017). *Definición de actividad*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>.

Diccionario de la Real Academia Española. (2017). *Definición de sostenibilidad*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>.

Fonseca, Y. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Prácticas Estratégicas*. México: Pearson Educación.

Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. México: Red Tercer Milenio S.C. Guía

Global Reporting Initiative (2018). *GRI*. Recuperado de globalreporting.org. Hernández, R.,

Fernández, C., Baptista, P (2010). *Metodología de la Investigación* México: McGraw Hill.

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

Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (2018). *Norma INTE 35.01.01*. Recuperado de https://www.inteco.org/page/inteco.certifications_list.

ISO 14001(2014). *Normalización, certificación y acreditación*. Recuperado de <https://www.nueva-iso-14001.com/2014/12/iso-14001-normalizacion-certificacion-y-acreditacion/>

ISO 26000 (2010). *Guía de responsabilidad Social*. Recuperado de: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ISO 9001 (2013). *Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Recuperado de <http://iso9001calidad.com/definicion-de-terminos-586.html>

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.

Méndez, M. (2006). *Introducción a las fuentes de información*. México: Mc Graw Hill.

Norma ISO 26000. (2017). *Sistemas de Gestión de Responsabilidad Social*. Recuperado de <http://www.lrqe.es/certificaciones/iso-26000-norma-responsabilidad-social/>.

Pacto Mundial Red Española (2018). *Pacto Mundial*. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/>.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (2018). *Plan de Incentivos para la Responsabilidad Social en Costa Rica*. Recuperado de https://www.meic.go.cr/meic/documentos/8qt7vsn4p/Plan_IncentivosRS_040418.pdf

Popular Valores Puesto de Bolsa S.A. (2018). *Quienes somos*. Recuperado de www.popularvalores.com/index.php/popular-valores/quienes-somos.

Porter, P. (2011). *¿Qué es la estrategia?* Recuperado de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf>

Superintendencia General de Entidades Financieras (2018). *Normativa*. Recuperado de <https://www.sugef.fi.cr/>.

Torres, I. (2006). *Las fuentes de información*. Madrid: Pirámide.

ANEXOS

ANEXO I

Instrumento N°1 Cuestionario

Encuesta del personal de Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.

Fecha: _____

Hora: _____ Departamento _____

Puesto en la organización: _____

() Masculino () Femenino Edad: _____

El presente instrumento forma parte del proyecto final de graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas. Las siguientes preguntas son para fines académicos; sus respuestas serán de carácter confidencial, por lo que se le solicita responder con la mayor sinceridad posible.

Se agradece su aporte y el tiempo brindado.

Marque con X la respuesta correcta.

1. Indique su formación académica:
 - a) Secundaria completa
 - b) Universidad incompleta
 - c) Universidad completa Especifique grado académico _____

2. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para Popular Valores Puesto de Bolsa Sociedad Anónima?
 - a) De 1 a 2 años
 - b) De 3 a 5 años c)
 - De 6 a 10 años
 - d) Más de 10 años

3. ¿Por qué medios se entera de temas de responsabilidad social en el trabajo?
 - a) Anuncios publicitarios
 - b) Correos electrónicos

- c) Iniciativa propia
- d) Carteles expuestos por parte de la empresa
- e) Otros ¿Cuál? _____

5. ¿Se le ha brindado capacitación adecuada respecto al ISO 26000 temas de responsabilidad social en el trabajo?

(Si)

(No)

6. ¿Las capacitaciones que recibió respecto a responsabilidad social fueron claras y comprensibles?

() Si

() No

() Regular

() No recibió

7. ¿Conoce la política de responsabilidad social de Popular Valores?

() Si

() No

8. ¿Ha participado en actividades de responsabilidad social en Popular Valores?

() Si

() No

9. ¿Tiene conocimiento de las políticas estratégicas del BPDC relacionadas con la Norma ISO 26000?

() Si

() No

10. ¿Conoce quienes son los integrantes de la Comisión de Sostenibilidad?

() Si

() No

11. Le gustaría integrarse en actividades de responsabilidad social en Popular Valores

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

12. Considera que la responsabilidad social es un tema importante que se debe mejorar en Popular Valores

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

13. Popular Valores se preocupa por mejorar el trabajo que se realiza en temas de responsabilidad social

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

14. Las oportunidades de mejora respecto responsabilidad social son transmitidas al personal de Popular Valores

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¡Muchas Gracias por su información!

ANEXO II

Instrumento N°2 Hoja de cotejo para realizar la observación

Fecha	
Hora de inicio	
Hora de finalización	

Objetivos	Variables	N	Ítems	Cumple	No Cumple	Parcial
Identificar la estrategia actual de sostenibilidad y verificar su validez respecto a la norma ISO 26000.	Norma ISO 26000- estrategia- sostenibilidad.	1	Se verifica la existencia de política de responsabilidad social.			
		2	Se verifica la existencia de un plan anual de sostenibilidad.			
		3	Se verifica la existencia de un programa que evalúa la norma ISO 26000.			
		4	Se verifica la existencia del Consejo de responsabilidad social activo.			
		5	Se verifica si se ha actualizado el Marco de actuación del Consejo de Sostenibilidad.			
Especificar el proceso de comunicación de las oportunidades de mejora necesarias para el cumplimiento de normativa responsabilidad social	Oportunidad de mejora- proceso de comunicación- responsabilidad social.	1	Se identifica que existe una política de comunicación.			
		2	Se enumeran las actividades que el Consejo de responsabilidad social debe realizar.			
		3	El total del personal que participa en temas de responsabilidad social recibe capacitación.			
		4	El personal encargado en temas de responsabilidad social es adecuado para la cantidad de trabajo que debe implementar.			
		5	Se analizan las oportunidades de mejora con metas específicas para cumplir objetivos.			

Objetivos	Variables	N	Ítems	Cumple	No Cumple	Parcial
Categorizar las actividades requeridas para la mejora continua del proceso de acreditación.	Actividades, mejora continua, proceso de acreditación.	1	Se verifica si se ha trabajado en el proceso de acreditación INTECO ISO 26000.			
		2	Se verifica si se ha procurado satisfacer las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés; considerando como marco de referencia la norma ISO 26000 en sus siete materias fundamentales.			
		3	Se verifica la existencia de políticas relacionadas con ISO 26000.			
		4	Se verifica si el Consejo de Sostenibilidad se reúne como mínimo una vez cada tres meses para realizar revisiones.			
		5	Se verifica si existen los acuerdos de cada reunión del Consejo de Sostenibilidad firmada por los miembros de la Comisión.			

Entrevista

Fecha: _____

Hora: _____ Departamento _____

Puesto en la organización: _____

El presente instrumento forma parte del proyecto final de graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas. Las siguientes preguntas son para fines académicos; sus respuestas serán de carácter confidencial, por lo que se le solicita responder con la mayor sinceridad posible.

1. Considerando como marco de referencia la norma ISO 26000 en sus siete materias fundamentales respecto a lo que se ha trabajado en Popular Valores considera que:
Gobernanza de la organización

A. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

Derechos humanos

B. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

Prácticas laborales

C. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

Medio ambiente

D. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

Prácticas justas de operación

E. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

Asuntos de consumidores

F. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

Participación activa y desarrollo de la comunidad

G. Cumple B. Cumple parcialmente C. No cumple

2. Según su criterio en cuáles de en las siete materias fundamentales según ISO 26000 debe trabajar aún más Popular Valores y por qué.

3. Según su criterio en cuáles de en las siete materias fundamentales según ISO 26000 Popular Valores ha trabajado y avanzado más, cite ejemplos.

4. ¿Popular Valores está trabajando para obtener la acreditación INTE 35-01-01 Sistema de Gestión de Responsabilidad Social certificable? Justifique su respuesta.

5. Considera que las oportunidades de mejora respecto responsabilidad social son transmitidas al personal de Popular Valores, ¿cuáles son los medios que se utilizan?

6. ¿Es necesario que más personal de Popular Valores participe activamente en temas de responsabilidad social? Justifique.

¡Muchas Gracias por su información!