

República Dominicana
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE



Facultad de Negocios

Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Empresa: Sigma Petroleum

Septiembre- Diciembre 2021

Santo Domingo, República Dominicana

Proyecto Final para optar por el título de Licenciado en
Administración de Empresas

Sustentantes:

Luis Sención 18-0670

Armando Caffaro 15-0254

Asesor (es):

Rosa Rijo

Santo Domingo, D.N. Septiembre del 2021

*Los conceptos expuestos en la presente investigación son de la exclusiva responsabilidad de los sustentantes de la misma”

Tabla de Contenido

Introducción	7
Resumen.....	8
Dedicatoria	9
1.Antecedentes & Referencias.....	10
1.1. Antecedentes.....	10
1.1.1. Plan de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Sigma Petroleum en el periodo Septiembre- Diciembre 2021 en Santo Domingo, República Dominicana.....	10
1.1.2. Planteamiento del problema.....	10
1.1.2.1 Análisis de la situación actual.....	11
1.1.3. Objetivos.....	11
1.1.3.1. Objetivo general.....	11
1.1.3.2. Objetivos específicos.....	11
1.2. Revisión de literatura y estudios previos.....	11
1.2.1- Naturaleza y alcance del problema en el contexto local.....	11
1.1.2.2.1- Literatura profesional y académica.....	12
1.2.2.2- Estudios previos.....	13
1.2.2.3- Herramientas y procesos.....	14
1.2.2.4 Planificación Estratégica.....	15
1.2.3. Design Thinking.....	17
1.2.3.1 Literatura profesional y académica.....	18
1.2.3.2 Herramientas y procesos.....	18
2. Generalidades Empresa.....	19
2.1. Generalidades.....	19
2.1.1. Descripción.....	19
2.1.2. Historia y evolución.....	19
2.1.3. Principales productos.....	20
2.1.4. Naturaleza de los clientes.....	21
2.2. Marco Organizacional.....	21
2.2.1 Estructura Organizacional.....	22
2.2.2 Definición de puestos.....	22
2.2.3. Políticas y Procedimientos.....	23
2.2.3.1 Política de Responsabilidad Social.....	24
2.2.3.2 Código de Ética o Conducta.....	24

2.2.3.3 Manual de Crisis.....	24
2.2.3.4 Informe de sostenibilidad.....	24
2.3. Marco Legal.....	25
2.3.1. Aspectos Legales.....	25
2.3.2. Registro de nombre y actividad.....	25
2.3.3. Constitución.....	26
2.3.4. Reglamentos.....	26
2.4. Marco Estratégico.....	26
2.4.1. Grupos de interés.....	26
2.4.1.1. Internos.....	27
2.4.1.2. Externos.....	27
2.4.2. Visión.....	27
2.4.3. Misión.....	27
2.4.4. Valores.....	27
3. Análisis interno.....	28
3.1. Análisis de la gobernanza de la organización.....	28
3.1.1. Análisis de los Derechos Humanos.....	28
3.1.2. Debida Diligencia.....	28
3.1.3. Situaciones de riesgo para los derechos humanos.....	29
3.1.4. Discriminación y grupos vulnerables.....	29
3.1.5. Derechos civiles y políticos.....	29
3.1.6. Derechos económicos, sociales y culturales.....	29
3.1.7. Principios y derechos fundamentales en el trabajo.....	29
3.1.8. Análisis de las prácticas laborales.....	30
3.1.9. Trabajo y relaciones laborales.....	30
3.1.10. Condiciones de trabajo y protección social.....	31
3.2. Dialogo Social.....	31
3.2.1. Salud y Seguridad.....	31
3.3. Ocupacional.....	31
3.3.1. Desarrollo Humano y formación en el lugar de trabajo.....	32
3.3.2. Análisis del Medio Ambiente.....	32
3.4. Prevención de la contaminación.....	32
3.4.1. Uso sostenible de los recursos.....	32
3.5. Mitigación y adaptación al Cambio Climático.....	33

4. Análisis Externo.....	34
4.1 Análisis Prácticas Justas de Operación.....	34
4.1.1 Anticorrupción.....	34
4.1.2 Participación Política Responsable.....	34
4.1.3 Competencia Justa.....	34
4.1.4 Promover la responsabilidad social en la cadena de valor.....	34
4.1.5 Respeto a los derechos de la propiedad.....	35
4.1.6 Análisis asuntos de consumidores.....	35
4.2 Protección de la salud y la seguridad de los consumidores.....	35
4.2.1 Consumo sostenible.....	35
4.2.2 Servicio y atención al cliente, resolución de quejas.....	35
4.2.3 Protección y privacidad de los datos de los consumidores.....	36
4.2.4 Acceso a servicios esenciales.....	36
4.2.6 Educación y toma de conciencia.....	36
4.2.7 Análisis de la participación con la comunidad.....	36
4.2.8 Participación activa con la comunidad.....	36
4.2.9- Educación y cultura.....	36
4.2.10 Creación de empleo y desarrollo de habilidades.....	37
4.3 Desarrollo y acceso a la tecnología.....	37
4.3.1 Generación de riquezas e ingresos.....	38
4.4 Salud.....	38
4.5 Inversión social.....	38
4.6 Análisis de la acción de Responsabilidad Social de la competencia.....	38
4.7 Empresas referentes en el sector.....	38
4.8 Identificación de las necesidades de la organización.....	39
4.8.1 Elaboración y aplicación de instrumentos de investigación.....	39
4.9 Análisis de la información y evidencias.....	42
4.10 Conclusiones.....	43
5 – Diagnóstico de Responsabilidad Social.....	44
5.1 Diagnóstico de la Situación actual. (DOFA).....	44
5.1.1 Análisis Interno.....	46
5.1.2 Mapa de procesos.....	47
5.1.3 Análisis de sistemas, políticas y prácticas.....	48
5.1.4 Análisis Externo.....	48

5.1.5 Identificación de grupos de interés.....	49
5.1.6 Benchmarking sectorial.....	50
5.2 Retroalimentación de la empresa.....	50
5.3 Validación con el cliente.....	58
6 – Plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	61
6.1 Planificación estratégica.....	61
6.1.1 Misión y visión.....	61
6.1.2 Políticas.....	61
6.1.3 Requisitos legales.....	61
6.1.4 Áreas y ámbitos prioritarios de intervención.....	62
6.2 Planificación Operativa.....	63
6.2.1 Objetivo General.....	63
6.2.3 Objetivos específicos.....	63
6.3 Metas a alcanzar.....	63
6.4 Plan de acción a corto, mediano y largo plazo.....	64
6.5 Responsabilidades. o Implementación.....	64
6.6 Capacitación y formación actores aliados.....	65
6.7 Desarrollo esquema de control para documentar.....	65
6.8 Definición de cronograma de implementación y registro.....	66
6.9 Comunicación.....	66
6.10 Desarrollo de estrategia y plan de comunicación.....	67
6.11 Informe de sostenibilidad.....	67
6.12 Seguimiento y medición.....	67
6.13 Definición de indicadores.....	67
6.14 Desarrollo plan de seguimiento y monitoreo.....	68
6.15 Revisión y mejora.....	68
6.16 Revisión por la dirección.....	68
6.17 Realizar ajustes y mejora.....	68
7. Presupuesto vinculado al plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	69
7.1 Análisis de retorno sobre la inversión (Beneficios).....	70
7.2 Alineación Personal.....	70
7.3 Mapa Estratégico.....	71
8 - Conclusiones y Recomendaciones.....	72
Aspectos concluyentes.....	72

Recomendaciones generales y específicas.....	74
Referencias bibliográficas.....	75
Apéndice.....	76

Introducción

La presente investigación se basa en la planificación y propuesta de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Sigma Petroleum para el periodo Septiembre- Diciembre 2021. Dicho plan parte de una serie de fases que se presentaron como parte del diagnóstico tanto interno como externo de la empresa y la actualidad de la responsabilidad social que esta maneja.

La responsabilidad social empresarial es uno de los elemento más importante para un país en el desarrollo de las comunidades y las empresas manteniendo un ambiente armónico de que la empresa se responsable con su entorno social que lo rodea, la empresas no solo se basan en la producción y sino también la productividad y desarrollo de las comunidad por eso el sector productivo empresarial aporta a los principios constitucionales de desarrollo integral de la sociedad que lo rodea.

En este sentido la empresa Sigma Petroleum presenta una dificultad interna en no presenta un plan de responsabilidad social y las practica de estas están lejos de la realidad de la empresa y de sus objetivos como organización, en este sentido surge un importancia de que esta empresa pueda aportar al desarrollo sostenible de la comunidad donde se encuentra con estrategias mediante un plan de RSE para impulsar los aspecto positivos de la comunidad y de la empresa.

La investigación se trabajó por una serie de fases que permitieron partir del diagnóstico general de la empresa y conocer a estas de forma interna para dar respuesta a las estrategias según los objetivos planteados.

En este sentido se llegaron a aspectos de conclusión y recomendaciones para mejorar y evaluar las acciones del plan de RSE.

Resumen

El Plan de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Sigma Petroleum para el periodo Septiembre- Diciembre 2021. Este arte de la necesidad colectiva entre la empresa y la comunidad de mantener una relación factible y con el propósito de la organización empresarial de aportar a la comunidad un aporte a su desarrollo. En este sentido se planifico una serie de actividades que fueron planteando estrategias para el desarrollo de la propuesta.

Primeramente a través del diagnóstico situación y conociendo las generalidades de la empresa para conocer su desarrollo interno y externos. Las evaluaciones partió de la no aplicación de responsabilidad social empresarial de Sigma Petroleum y las dificultades que esto trae como organización, es decir un desligamiento de la comunidad y su realidad social y económica.

Aunado a lo comentado anteriormente se procedió a planificar una propuesta donde se establecieron estrategias de acción y objetivos específicos para dar respuesta a la planificación y ejecución del plan de responsabilidad social empresarial y aportar al desarrollo educativo, deportivo y económico de la comunidad. Las evaluaciones se aplicarán paulatinamente así como las recomendaciones en cada estrategia a aplicar.

Dedicatoria

1. ANTECEDENTES y REFERENCIAS

1.1. Antecedentes

La responsabilidad social en República Dominicana a nivel general es contemplada por empresas multinacionales y aquellas que están establecidas a nivel nacional. Muchas de estas multinacionales solo la tienen de lujo o apariencia porque no ejecutan acciones en beneficio de la gente o de las comunidades a las que afectan en el sentido ambiental, social, personal y económico.

El país se encuentra rezagado en la adopción de políticas de Responsabilidad Social Empresarial, significando esto desventajas en materia de comercio y de acceso a financiamiento frente al resto de los países de la región, reveló una investigación dada a conocer este miércoles por Alianza (ONG 2008) publicado en diario libre.

En este sentido vemos una identificación de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial y sus objetivos para el beneficio colectivo de la comunidad de la empresa así como la sociedad basados en los aportes de la empresa en el desarrollo de esta. Ahora bien los indicadores en el año 2008 nos presentan que las empresas no cumplen al respecto de esta responsabilidad, y en el año 2018 aún siguen indicadores semejante al de hace diez años.

Las comunidades como entidades sociales representan una importante oportunidad para agregar un valor por parte de la Empresa de SIGMA. Es de su gran interés, tener un mayor acercamiento hacia las mismas, con el fin de evaluar sus necesidades, en referencia a los siguientes aspectos: El Desarrollo Deportivo, el Medio Ambiente, la Higiene y la Educación.

En ocasiones, las comunidades se predisponen hacia la apertura de las Estaciones de Combustibles, o de vivir cerca de estas, por temores relacionados a riesgos, en el orden ambiental, y/o en el ámbito de seguridad. La mayoría de las veces, por carencia de un acercamiento por parte de la entidad comercial hacia la comunidad, lo que provoca que estas carezcan de informaciones necesarias, para que estos se sientan confiados, en cuanto a las acciones e inversiones que estas se toman, en miras de prevenir los riesgos de accidentes, y de impactos ambientales.

Por igual, entendemos que las Empresas de combustibles, pueden alcanzar una gran fidelidad y apoyo por parte de las comunidades, a través de un acercamiento apropiado y una genuina integración con estos, en miras de contribuir con aspectos de precariedad que suelen tener, en uno u varios aspectos.

La empresa como componente del mercado tiene el propósito de maximizar sus ganancias, cada empresa maneja sus estrategias financieras, operativas y sociales, dirigidas a tal fin, sin embargo hoy en día existen otros factores y medios que influyen en la rentabilidad y en el valor de empresa, siendo uno de ellos la Responsabilidad Social Empresarial, entonces, es preciso demostrar que la RSE es necesaria y rentable y que los empresarios pueden obtener beneficios económicos con ella.

1.1.1. Plan de Responsabilidad Social Empresaria de la empresa Sigma Petroleum en el periodo Septiembre- Diciembre 2021 en Santo Domingo, República Dominicana

1.1.2. Planteamiento del problema

Según este estudio (Haslam, 2004) países latino americanos como Argentina, Chile y México (el estudio no aborda el caso de Brasil) se encuentran a la vanguardia del desarrollo de RSE en la región latino americana, mientras países como Cuba, República dominicana, Trinidad , Costa Rica y Nicaragua muestran muy poco avance relativo en el tema (en comparación con el grupo líder), muy a pesar del tamaño y desarrollo relativo de sus economías, destacando el esfuerzo aparente de Costa Rica; por nuestra parte nos sorprende la inclusión de Cuba en este esfuerzo por medir el grado de desarrollo de las iniciativas privadas de RSE, debido al sistema económico que impera en dicho país.

A partir la primera mitad del siglo XX la RSE es un argumento de importancia tanto en el ámbito empresarial como académico, no obstante su globalización acontece a partir de la firma del Pacto Global de las Naciones Unidas, como impulsor en el estudio del mismo.

Según estos argumentos los cuales son evidentes y ciertos en lo que son uno de los elementos de responsabilidades de una empresa, en este caso se hace la interrogante no solo en las empresas que hacen vida en la Republica Dominicana si no en la empresa SIGMA la cual tiene como actividad económica la comercialización distribución, transportación y la venta de combustibles.

Conocer y analizar sus actividades de responsabilidad social empresarial nos llevan a poder comprender situaciones dentro de la empresa con referencia al tema de estudio e identificar a través de resultados. Se considera que la responsabilidad social empresa es un elemento importante no solo para la comunidad o sociedad sino para el crecimiento de la empresa por lo cual nos permite indagar en el proyecto presentado.

En los últimos tiempos ha existido un cambio significativo en la aplicación de política de responsabilidad social empresarial, pasando del patrocinio de actividades socioculturales, deportivas y festivas a la ejecución de dinanismos de mayor impacto en el desarrollo de la economía nacional.

Muchas de las estaciones de la empresa SIGMA se encuentran ubicadas cerca de comunidades, que poseen carencias, tales como falta de empleo, tiempo ocioso en los jóvenes, por no tener una estructura deportiva, u otras actividades que los ocupen, y precariedad en las escuelas, como útiles escolares, vestimentas, estructura física, programas de sanidad y de medio ambiente. Es por ende, nuestro interés en comprender cuáles son las prioridades, en miras de poder recomendar algunas acciones, que puedan contribuir a la solución de algunos de los problemas encontrados.

1.1.2.1 Análisis de la situación actual

1.1.3. Objetivos

1.1.3.1. Objetivo general

Diseñar un plan de Responsabilidad Social Empresarial que propicie el desarrollo profesional de los colaboradores y genere un acercamiento con las comunidades del entorno para desarrollar iniciativas de valor compartido que contribuyan con el bienestar de la comunidad y la concientización sobre la protección del medio ambiente.

1. 2. Revisión de literatura y estudios previos

Se presentarán estudios relacionados a las variables de la investigación para dar soportes teóricos y referencias factibles en la aplicación de proyectos similares al presente.

1. 2.1- Naturaleza y alcance del problema en el contexto local

Según investigaciones realizadas por Alianza ONG (empresa consultora empresarial), de una muestra de 71 empresas a nivel nacional el 25% de estas tienen un alto grado de adopción de RSE y un 28% avanza en esa dirección, lo que significa mejores prácticas e intervenciones sociales relacionadas con programas de desarrollo.

Estas empresas realizan actividades sociales desde hace más de 10 años interna y externamente, pero sus prácticas todavía no se corresponden con los conceptos, herramientas y métodos de trabajo de empresas RSE.

El 38% de las empresas que aplican RSE tienen una persona o instancia fija para gestionar las actividades sociales. Un 35% ha involucrado al personal en la toma de decisiones y un 45% realiza reportes de las actividades sociales. A nivel general un 80% de las empresas tienen planes de ampliar sus proyectos sociales.

Lo que ha llevado a cuestionarse si la RSE aplicada a cualquier tipo de empresa podría ser una alternativa de solución a problemas como generar mayor competitividad, incrementar la lealtad del cliente, permanecer en el mercado, alcanzar una imagen respetable y una buena reputación en la sociedad. Los aspectos mencionados son identificados por los autores que estudian la RSE como algunas de las bondades de dicha línea de estrategia empresarial.

En este proyecto, estaremos analizando el cómo el aporte de la empresa en lo que refiere a acciones de Responsabilidad Social, pueden atribuir como beneficios tanto tangibles e intangibles a la compañía, a la vez que el impacto que se generan en las comunidades, como resultado de las acciones realizadas a través de un programa bien elaborado e intencionado.

Así también surge la necesidad de realizar un diagnóstico en las empresas para conocer cuánto se conoce sobre el tema, su nivel de aplicación, las dificultades en la implementación, la importancia que le dan, entre algunos aspectos destacados. Dado que, si bien las estrategias de RSE son aplicadas por empresas grandes, y se verifica en su proceso de rendición de cuentas, no se conoce sobre el caso de las pequeñas y medianas empresas.

1.1.2.2.1- Literatura profesional y académica

En los años 60 Howard Bowen 1953, que es considerado como el padre de la RSC, encontramos en Carrot 1999 que se pasa al desarrollo de teorías relacionadas con los modelos de actuación corporativa o más bien la teoría de los stakeholders o grupos de interés de los años 80 y 90 en la segunda mitad del siglo XX. Bolaños Lobo, D. C. (2014).

El autor Bowen 1953 cita que RSE es “la obligación de los empresarios a seguir aquellas políticas, a tomar aquellas decisiones, o a seguir aquellas líneas de acción que son deseables para nuestra sociedad, en términos de objetivos y valores”. Bolaños Lobo, D. C. (2014).

En base al autor citado las corporaciones son centros de poder y que toman importantes decisiones por ende influyen en la ciudadanía, por lo que deben considerar los ciudadanos asumiendo las responsabilidades que tienen para con ellos. Esto supone una nueva forma de ver la

empresa, es decir, ya no debe ser vista como un ente aislado de la sociedad, sino como un ciudadano corporativo cuyas actuaciones impactan en la sociedad. Bolaños Lobo, D. C. (2014).

Para los años 1960 aunque los primeros conceptos aparecen en los 50, es en los 60 cuando se genera un mayor desarrollo de esta gestión. Diversos autores tales como: McGuire 1963, Frederick 1960, Davis 1960, Blomstrom 1966 y Waiton 1967, entre otros, los mismos presentan que la RSE va más allá de compromisos económicos y la integración empresa sociedad, es decir, buscar el bienestar socio-económico general, base a tener todos los grupos integrados en la gestión de la empresa. Bolaños Lobo, D. C. (2014).

En República Dominicana, el Instituto de Formación Técnico Profesional -INFOTEP- elaboró una guía de Responsabilidad Social Empresarial la cual ofrece pautas sobre la manera que las empresas pueden implementar los planes sobre RSE que contribuyan al desarrollo integral de la sociedad. En esta guía se puede de referencia a empresario como Robert Owen en la Inglaterra del siglo XIX, junto a otros, simbolizaron los hilos conductores del pensamiento sobre el impacto de la Revolución Industrial, logrando demostrar que la producción puede ser eficiente y responsable.

En octubre de 2006 se dio a conocer la Red Dominicana del Pacto Global de las Naciones Unidas, relacionado con la RSE, cuyo comité gestor estuvo conformado por el Banco Popular Dominicano, Brugal & Co., CEMEX Dominicana, Central Romana Corporation, Cervecería Nacional Dominicana y MERCASID.

Aunque es conocido que las empresas son un medio fundamental para la creación de empleo, mediante la inversión de capitales, lo cual tiene un impacto directo en el desarrollo de los países, en la República Dominicana una gran cantidad de empresas ha adoptado el concepto de RSE. Organizaciones como el Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) y la American Chamber (AMCHAM), entre otras, han creado un comité de Responsabilidad Social Empresarial.

1.2.2.2- Estudios previos

Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. Andamios, 17(42), 309-333.

La Responsabilidad Social Empresarial pretende contribuir al desarrollo sostenible y el bienestar social, pero las iniciativas actuales son poco transformadoras de estructuras económicas y

sociales inequitativas e insostenibles. A la raíz filosófica de esta ineficacia, se encuentra la reducción de la responsabilidad social a una responsabilidad moral desocializada y despolitizada, que sólo promueve buenas prácticas por parte de cada organización en forma solitaria, o un abordaje estrictamente jurídico de la responsabilidad que busca imponer nuevas reglas a las empresas. Ambas reducciones fracasan en entender el carácter eminentemente colectivo de una responsabilidad por los impactos sociales, que exigiría amplias asociaciones inter-organizacionales para relevar desafíos sistémicos, en base a comunidades de aprendizaje territorializadas.

Arévalo, J. D. J. C. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿ qué tanto se cumplen las buenas prácticas?. Aibi revista de investigación, administración e ingeniería, 8(1), 107-115.

El comportamiento acelerado de la economía mundial hace que su relación con el sistema natural durante el proceso de transformación de materia prima, coadyuve a la degradación ambiental. De ahí la relevancia del concepto de sostenibilidad y responsabilidad social como factor determinante de buenas prácticas en las organizaciones.

Zorrilla Garay, G. V. (2020). Nuevas Estrategias para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y micro empresas, a través de la implementación de factores de evaluación en las Contrataciones Públicas en el Perú.

La investigación tiene como objetivo evidenciar las causas principales de la falta de promoción de RSE en las pymes proveedoras del estado, la visión rudimentaria del Estado respecto la RSE que se configura en el actual diseño de los factores de sostenibilidad social y ambiental, así como también propondrá no solo el factor RSE sino la forma de verificación de dicho factor a través del Registro de Empresas Socialmente Responsables.

1.2.2.3- Herramientas y procesos

La metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo; mientras que la metodología cualitativa consiste en la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador, para lo cual no es necesario extraer una muestra representativa, sino una muestra teórica conformada por uno o más casos, y es por ello que utiliza el método inductivo, según el cual se debe partir de un estado nulo de teoría.

Las técnicas de recolección de datos, son definidas por Tamayo (1999), como la expresión operativa del diseño de investigación y que específica concretamente como se hizo la investigación (p. 126). Así mismo Bizquera, R. (1990), define las técnicas como aquellos medios técnicos que se utilizan para registrar observaciones y facilitar el tratamiento de las mismas” (p. 28).

Para Balestrini (1997), la muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población” (p.138). Para Hurtado (1998), consiste: “En las poblaciones pequeñas o finitas no se selecciona muestra alguna para no afectar la validez de los resultados”. (p.77).

Debido a que este estudio se realizará a la empresa Sigma Petroleum, la cual abarca gran cantidad de miembros que forman parte de ella, se tomó una muestra representativa tomando por conveniencia a las personas y las situaciones que tenían mayor acceso a la información y a las decisiones sobre intervención social y relacionado con el tema planteado en la investigación.

1.2.2.4 Planificación Estratégica

La administración como método es comparativamente nuevo la historia del pensamiento administrativo es muy antigua ya que esta nace con el hombre pues en todos los tiempos ha habido la necesidad de coordinar actividades. La Administración se inició al mismo tiempo que el hombre, surgió en la época primitiva. Se mostraron fenómenos administrativos en la forma de organizar, recolectar alimentos, la caza, construcción de pirámides. (Zarzar, F. 2015).

Estas son definidas como procesos de la administración, mediante cada paso dentro de sistema de la administración:

5) Planeación

La planeación es la proyección impresa de la acción; toma en cuenta información del pasado de la empresa y de su entorno, lo cual permite organizarla, dirigirla y medir su desempeño

total y el de sus miembros, por medio de controles que comparan lo planeado con lo realizado. (Ramírez 2016)

Otro autor define este aspecto como la estructuración ideal o conceptual de los elementos que componen la organización, tomando en cuenta la misión a cumplir y una visión específica del futuro de la empresa u organización. (M. Raffino.2020)

La planeación es la primera fase del proceso administrativo y consiste básicamente en actividades que se realizarán en el futuro, a partir de decisiones tomadas en el presente y cuyos resultados se verán u obtendrán también en el futuro. (Laris C. 2019).

En este caso la empresa SIGMA debe someterse a este aspecto considerando todos los factores externos e internos que surja para planificar en base a la organización y planeación estratégica en el abordaje de proyectos importante como de responsabilidad social empresarial.

6. Organización

La organización es fase del proceso administrativo en el cual se aplican las técnicas administrativas para estructurar una empresa u organización social, así mismo esta definen las funciones por áreas sustantivas, departamentos y puestos; se establece la autoridad en materia de toma de decisiones y la responsabilidad de los miembros que ocupan dichas unidades, y se definen las líneas de comunicación formal que faciliten la comunicación y la cooperación de los equipos de trabajo, a fin de alcanzar los objetivos de la estrategia. . (Zarzar, F. 2015).

La coordinación y sincronización de los engranajes de la empresa u organización, estableciendo sus tareas y secuencias de realización del mejor modo posible. (M. Raffino.2020).

Otro autor hace mención de la necesidad de organizar para llevar armónicamente los objetivos de la empresa esto debido a que el trabajo tiende a dividirse cada vez más en actividades concretas. (Zarzar, F. 2015).

Si la empresa SIGMA no organiza los elementos claves del diagnóstico para la planificación puede llegar a no encontrar soluciones concretas a las exigencias de la empresa en cuanto a su entorno como las comunidades y sus necesidades.

7. Dirección

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitida. (Falconi J, Luna K., Sarmiento W. & Andrade C. 2019)

Esta también es definida como las labores necesarias para la conducción y el liderazgo de la organización, tomando en cuenta aspectos tácticos, operativos y/o estratégicos. (M. Raffino.2020)

Es importante lograr una comunión de intereses particulares y generales dentro de la organización, para el logro de los objetivos. (Laris C. 2019)

La dirección va a dar a la empresa SIGMA un resultado óptimo si esta se aplica con evaluación y control.

8. Control

El control consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas. (Dávila C. 2016).

Consiste en la posibilidad de diagnosticar el funcionamiento de la organización y de retroalimentar esa información al sistema, para así resolver de la mejor forma sus necesidades de funcionamiento y dirigirla hacia el objetivo. (M. Raffino.2020)

El control es imposible si no se fijan anticipadamente, en forma precisa y cuantitativa, los estándares correspondientes a la operación en turno. (Laris C. 2019).

- ❖ Evaluar y comprender el entorno socioeconómico de las comunidades e identificar a todos los miembros de esta.
- ❖ Hacer un levantamiento de campo de la zona, para los fines de determinar la(s) necesidad(es) puntual(es), así como la recopilación de los datos.
- ❖ Determinar la necesidad puntual y recopilación de datos.

- ❖ Ya contando con todas las informaciones colectadas, hacer una evaluación interna en la empresa SIGMA, para determinar donde destinar el presupuesto definido para estos fines.
- ❖ Realizar un acercamiento con los diferentes organismos de las comunidades (líderes de esta), para bien desarrollar una estrategia en conjunto.

1.2.3. Design Thinking

Design Thinking es una forma de ofrecer respuestas a un problema. Desglosamos un problema, lo dividimos en partes más pequeñas, las analizamos, pensamos mucho, sin límites, todo lo que podamos y todo lo que se nos ocurra, de manera empática y junto a otros miembros del equipo, entonces estaremos mucho más cerca de encontrar la solución que buscamos.

La empresa SIGMA debe de planificar mediante una serie de pasos para tener una efectividad en los resultados, la complejidad de llevar un plan estratégico o de RSE debe de ser por etapa su desarrollo y evaluar cada una de estas.

1.2.3.1 Literatura profesional y académica

Design Thinking es un enfoque basado en el diseño para resolver problemas humanos, es adoptado cada vez más por las empresas para desarrollar innovaciones. Sin embargo, qué es el pensamiento de diseño, cómo funciona, si conduce a nuevos productos y servicios exitosos, y si tales resultados dependen de las turbulencias del mercado, son cuestiones sin resolver. Nakata, C. y Hwang, J. (2020).

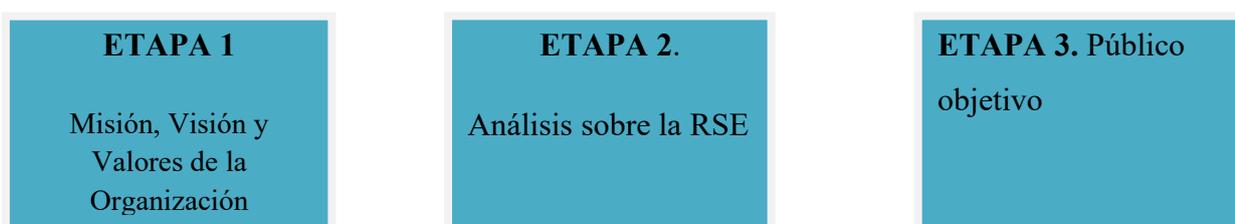
Las etapas o fases en este procesos van desde el análisis interno y desarrollo de la SIGMA hasta la aplicación de cada estrategia de acción para obtener un buen resultado.

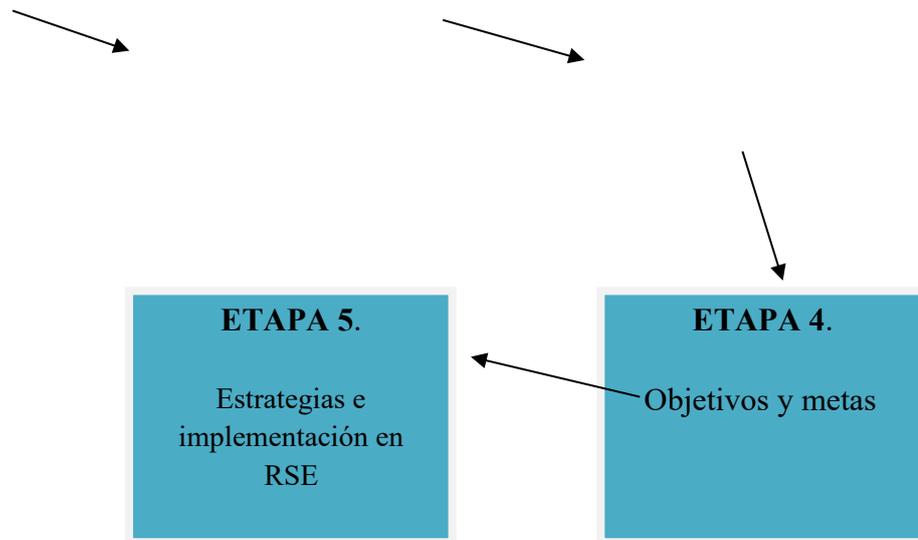
1.2.3.2 Herramientas y procesos

Estas etapas del proceso son:

1. **Etapa 1:** Misión, Visión y Valores de la Organización
2. **Etapa 2.** Análisis sobre la RSE
3. **Etapa 3.** Público objetivo
4. **Etapa 4.** Objetivos y metas
5. **Etapa 5.** Estrategias e implementación en RSE

Etapas de Design Thinking





Fuente: Elaboración de sustentantes

2. GENERALIDADES EMPRESA

2.1. Generalidades

2.1.1. Descripción

SIGMA es una empresa completamente dominicana, con la función de distribución, transportación y la venta de combustibles en la República Dominicana.

Esta cuenta con más de 30 estaciones de servicios, de distribución de combustibles, las cuales ofrecen las mejores facilidades para el cliente. Las estaciones se encuentran distribuidas en todo el territorio nacional, reconocidas por su innovación, en referencia a sus instalaciones, ya que cada una está equipada con tecnología de última generación para ofrecer a sus clientes un servicio de calidad y durabilidad en el tiempo.

La oferta de sus servicios se complementa con sus populares tiendas Smart Shop, de los pioneros en el concepto de minimarket en el mercado de tiendas de conveniencia de estaciones de combustibles, junto con su ofrecimiento de su Smart Wash, de manera que pueda optimizar el recurso tiempo a sus clientes, al momento de querer aplicarle un lavado a su vehículo.

2.1.2. Historia y evolución

En el año 2009, nacen las estaciones de combustibles Sigma Petroleum Corporation. Una empresa de Distribución Retail y GLP de la República Dominicana con una inversión 100% Dominicana, bajo la firma del Grupo Sención.

Su primera estación se encuentra ubicada en la Av. Monumental de Santo Domingo y ha servido como punta de lanza para el desarrollo y adquisición de otras estaciones, las cuales la han hecho crecer como una de las marcas destacadas en el sector de los combustibles a nivel nacional, que a pesar de ser una de las empresas de servicios de combustibles más jóvenes del país, ha creado un gran impacto a través de los años, en confianza hacia los clientes y ofreciéndoles el mejor servicio posible a través de las mejores facilidades y condiciones.

2.1.3. Principales productos

Como Estación de Servicio, Sus productos, cumplen con todas las exigencias y normativas de calidad, para garantizar un ofrecimiento de última generación.

Los mismos están compuestos por:

ü Gasolina Regular.

ü Gasolina Premium.

ü Diésel Regular.

ü Diésel Óptimo.

ü Fuel Oil.

ü Avtur.

ü Kerosene.

ü Gas Natural

Tiendas de conveniencia:

Sus tiendas de conveniencia tienen como objetivo principal brindar una experiencia más completa al cliente por si desea adquirir algún tipo de alimento, bebidas o productos para su automóvil.

Distribución de combustible:

La empresa cuenta con un plan de distribución de combustible, para los edificios que requieran de combustible para abastecer sus Plantas de Emergencia, así como también para el sector Comercial.

Sigma Gas

Sigma Gas es una rama de la empresa, la cual forma parte del mundo de los combustibles, para así diversificarse en el mercado, a través de la Distribución del GLP Industrial, suplicándole a los restaurantes, lavanderías, hoteles, cocinas escolares, entre otros.

Smart Wash

El Smart Wash es un complemento que brinda la Estación de Servicio, para brindarle una oferta más completa al cliente, facilitando la posibilidad de lavar su automóvil en el mismo lugar donde se sule de combustible.

2.1.4. Naturaleza de los clientes

La naturaleza de los clientes es abierta, ya que está disponible para todo tipo de clientes que cuenten con la necesidad de consumir combustibles, y que se le pueda suplir a las empresas que requieran se le suministre cualquier tipo de combustibles a granel.

2.2. Marco Organizacional

La cultura organizacional se basa en lo que son las normas y los valores por los cuales la empresa se rige. Esto es lo que le da soporte a los principios con los cuales la empresa está formada o estructurada, sus métodos de desempeño en el trabajo y el modo de su desarrollo.

La cultura organizacional es la psicología la cual trata dos aspectos en la empresa de manera interna y externa, la forma interna es como se lleva la compañía con sus colaboradores, el clima laboral que existe entre los mismos y las políticas de comunicación entre estos. La parte externa es la forma en que se relaciona la empresa con la comunidad y como es percibida, en donde entra sus estrategias con la responsabilidad social en lo que es a nivel ecológico, ayudas comunitarias y con el gobierno.

SIGMA es una empresa es una empresa que mantiene una cultura organización de forma clásica con una serie de normas y procedimiento tanto administrativos como de producción que le

permite mantener un ambiente acorde a las exigencia internas de la empresa. Se parte de una organización vertical en su organigrama donde las cadenas de mandos van desde lo gerencial hasta departamentos y otras áreas que le permiten a la empresa identificar las responsabilidades de cada persona en su departamento. Toda esta relación permite mantener un clima laboral eficiente y armónico para la empresa SIGMA.

Análisis de materialidad

La empresa tiene como puntos materiales los siguientes temas:

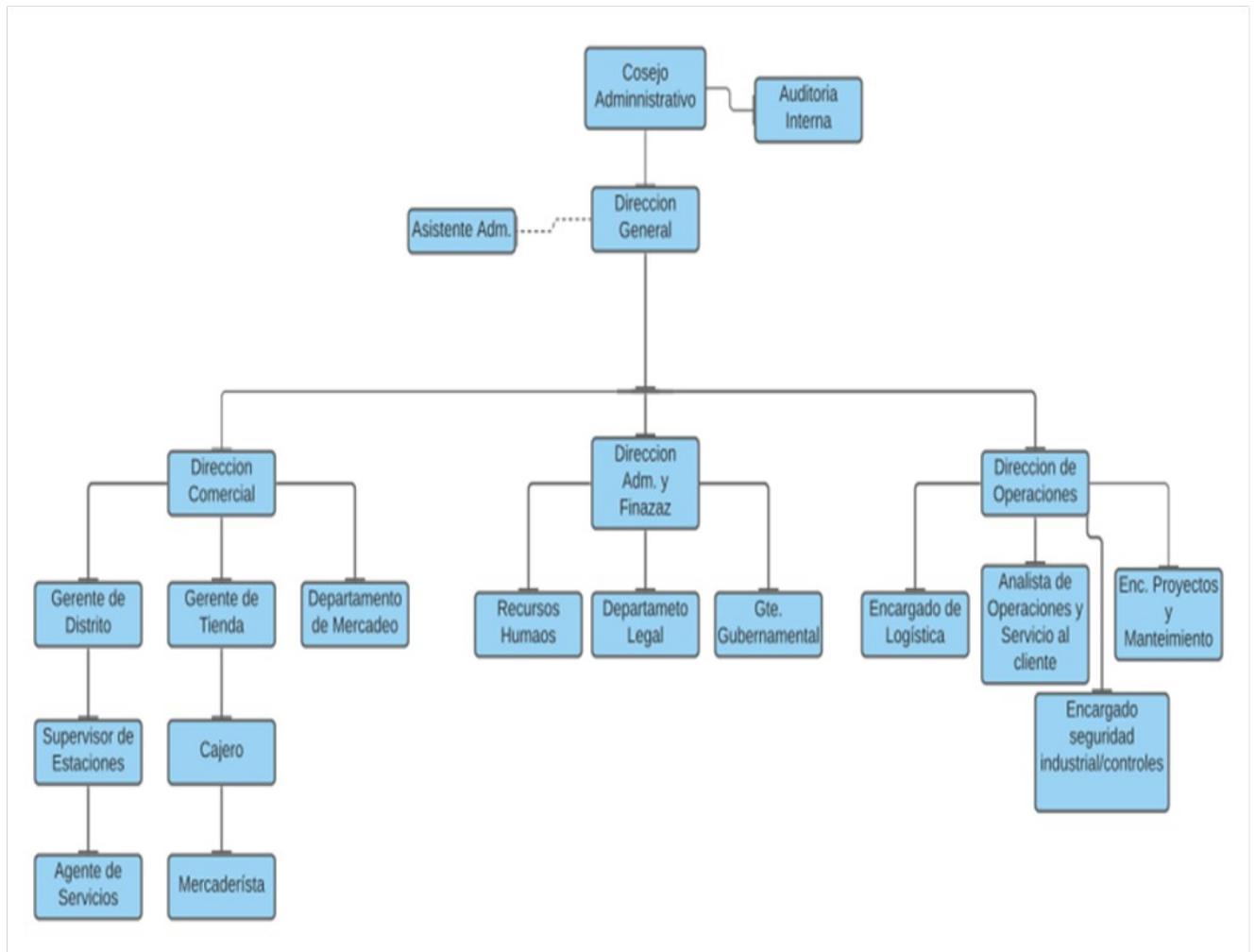
El Ministerio de Industria y Comercio: Ya que los precios del combustible son regulados por una institución gubernamental la cual es el ministerio de industria y comercio el cual semanalmente da reportes indicando si el precio de los combustibles sube, baja o se queda igual.

El Ministerio de Medio Ambiente: Este ministerio le exige a la empresa que cumpla con ciertos estándares de cuidado al medio ambiente donde se va a ubicar una estación de combustible, para así poder otorgarle a la empresa los permisos debidos para su construcción.

Las Comunidades: Las comunidades es un tema material de mucha relevancia ya que por lo general a las personas no les gusta que establezcan estaciones de expendio de combustible próximos los lugares donde residen, debido al temor de que algún día pase alguna catástrofe.

Los colaboradores: El capital humano es un tema material para todas las empresas, ya que de ellos depende el servicio de calidad que se le ofrece a los clientes.

2.2.1 Estructura Organizacional



2.2.2 Definición de puestos

- **Consejo de Administración:**

Representa la máxima autoridad o grupo de gobierno que lidera la empresa, habiendo sido estos seleccionados por la Asamblea General de Accionistas, que los faculta a actuar con lo establecido en los estatutos de la organización. Este grupo se encargará de tomar las decisiones que afectan la empresa y marcan las directrices para el buen funcionamiento de esta.

- **Dirección General:**

Esta es la dirección encargada de velar porque todos los departamentos bajo su mando den su mejor rendimiento y es quien lidera la empresa hacia un objetivo el cual deben de lograr.

- **Dirección Administración y Finanzas:**

La función que caracteriza este departamento es el dirigir, supervisar, registrar y controlar las actividades administrativas, económicas y financieras al igual que suplir los procedimientos y herramientas que garanticen la óptima provisión de recursos para que la empresa tenga un buen desempeño

- **Dirección Comercial:**

Es el máximo responsable de Ventas, encargado de desarrollar un plan de trabajo, con una visión a corto, mediano y largo plazo, que contengan las estrategias (incluyendo las de Marketing) para recomendar al consejo de Administración.

- **Dirección de Operaciones:**

El objetivo de este bloque de la empresa es la planificación de la gestión necesaria que se necesita para siempre tener el producto que la empresa ofrece a sus clientes de la mejor calidad, para así obtener mejores resultados en el desempeño general de la empresa, esto quiere decir que, es sumamente importante tener el departamento de operaciones bien estructurado para que la empresa no se vaya a ver afectada ya que es el departamento el cual tiene el manejo de distribución de los productos.

2.2.3. Políticas y Procedimientos

La Empresa SIGMA cuenta con un manual de políticas y procedimientos en el cual se destaca el clima laboral que se tiene que mantener entre sus colaboradores y donde se especifica cómo actuar en los procedimientos de ventas, compras, distribución, entre otros aspectos. También cuenta con un código de ética, en el cual se encuentra la filosofía de la institución, el alcance que tiene con su estructura y los requisitos que se tienen que cumplir de manera obligatoria para poder ser parte de la empresa y los aspectos están bien claros en el sentido de que la empresa va a querer que siempre sus colaboradores lleguen a su máxima expresión de desenvolvimiento y éxito.

2.2.3.1 Política de Responsabilidad Social

En la actualidad, SIGMA busca en sus Política de Responsabilidad Social, a través de la ayuda hacia las comunidades, en los enfoques le fueron señalados como objetivos específicos y generales.

2.2.3.2 Código de Ética o Conducta

La empresa cuenta con un código de ética el cual protege la integridad de cada uno de los colaboradores los cuales conforman la empresa. En este se ven los puntos del respeto entre cada uno, el cómo deben manejarse sin lastimar a ninguna persona, la prohibición total de la discriminación y acoso entre otros temas que se abordan en este código de ética y conducta.

La debilidad que se observa en este código de ética es que no se menciona en ningún acápite el tema de responsabilidad social empresarial, el cual podría ser de ayuda para que la misma pueda tomar en cuenta el impacto ambiental y social que genera con sus actividades y tener un mayor acercamiento con sus grupos de interés.

Remozar el código de conducta ya existente puede ser una buena iniciativa.

2.2.3.3 Manual de Crisis

Actualmente la empresa se encuentra en pleno desarrollo de creación de sus manuales para los diferentes tipos de eventualidades, con el objetivo de poder responder ante cualquier tipo de crisis, en la cual esté involucrada la empresa o un integrante de esta.

Con esta eventualidad de la Pandemia, la empresa está ampliando su actual manual de crisis, en la que abarque las acciones se deben de llevar a cabo, en momentos como el que pasa nuestro país actualmente que afecta el punto de crisis sanitaria.

2.2.3.4 Informe de sostenibilidad.

Desde el análisis económico, desarrollo y sostenibilidad son los mismos conceptos. Hablar de desarrollo es hablar de sostenibilidad en lo económico, en lo social y en lo medioambiental. Posiblemente desarrollo sea un concepto demasiado tiempo deseado y se necesitan nuevas etiquetas con las que volver a ilusionar al ciudadano que cree en el desarrollo. Vidal, I. (2011).

Dentro del desarrollo de la empresa Sigma Petroleum SRL uno de los aportes más significativos es alcanzar la sostenibilidad, logrando un equilibrio entre la generación de valor y el impacto ambiental y social de sus actividades y decisiones logrando implementar un sistema de gestión ambiental y realizando buenas prácticas.

A través del informe de sostenibilidad se le comunicará a los grupos de interés y aliados estratégicos una recopilación impresa y digital de todas las iniciativas realizadas durante el año, destacando el aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y demostrando que la empresa está comprometida con el desarrollo sostenible.

2.3. Marco Legal

2.3.1. Aspectos Legales

La empresa se encuentra constituida jurídicamente, como S.R.L esta consiste en Una sociedad de responsabilidad limitada (SRL) es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, no se responde con el patrimonio personal de los socios. Se constituye en escritura pública y posterior inscripción en el registro mercantil, momento en el que adquiere personalidad jurídica.

En la República Dominicana, una SRL está limitada a un mínimo de 2 socios y a un máximo de 50 socios.

Algunas de sus características son:

- ❖ La S.R.L es una Sociedad que se forma por 2 o más personas.
- ❖ Los socios de la S.R.L. pueden ser personas físicas o jurídicas.
- ❖ La S.R.L. es siempre comercial.
- ❖ La S.R.L. su administración corresponde al o los Gerentes, quien representa a la S.R.L. judicial y extrajudicialmente, con todas las facultades de administración y disposición.
- ❖ La Sociedad de Responsabilidad Limitada se constituirá mediante la creación de los estatutos sociales y la definición de su Capital Social el cual no podrá ser menor a RD\$100,000.
- ❖ Dichos estatutos sociales deberán ser depositados en el Registro Mercantil, con la declaración pertinente, para la matriculación de la empresa.

2.3.2. Registro de nombre y actividad

SIGMA PETROLEUM SRL. Comercialización y transporte de combustible y sus derivados para satisfacer los requerimientos de combustibles fósiles, como fuentes de energía para el buen desenvolvimiento de la cotidianidad del ser humano y alquiler de inmuebles.

2.3.3. Constitución

Sigma es una empresa constituida de manera empresarial, desde el año 2009.

2.3.4. Reglamentos

La empresa Sigma cuenta con una serie de reglamentos y procesos, que siguen desarrollando de manera continua, los cuales son revisados y mejorados de manera periódica, en busca de seguir fortaleciéndose como una empresa de servicios. Estos reglamentos van dirigidos a la compra de productos, a las operaciones de las estaciones, al respeto e integridad humana y empresarial, entre otros.

2.4. Marco Estratégico

Esta representa todos los elementos de la empresa que fueron formados en la dirección estratégica de la misma para su formación y potencialidad de la organización, estos elementos internos y externos en la empresa.

2.4.1. Grupos de interés

2.4.1.1. Internos

Accionistas:

Se determinan como persona jurídica o física la cual posee acciones de la empresa y esto lo hace ser socio o propietario de esta. Dependiendo de la cantidad de acciones que tenga se medirá su rango de poder de elección y responsabilidad ante la empresa.

Inversionistas:

Son las personas que busca la empresa para que introduzca su capital en la misma y así movilizar la empresa y hacerla crecer para poder llegar a la magnitud que se tenga planteada.

Colaboradores / Empleados:

Es cada persona la cual pertenece a la empresa y que la misma empresa le paga de un salario por devengar un servicio.

2.4.1.2. Externos

Clientes:

Los clientes son el principal motor para que la empresa funcione, ya que estos conforman los que diariamente están consumiendo los productos ofrecidos por la empresa, y lo que genera la principal fuente de ingreso para la empresa.

Gobierno:

El gobierno es la organización la cual da a la empresa los permisos necesarios para que funcione y por igual establece las restricciones de las cuales la empresa debe de siempre tener cuidado para no tener inconvenientes y sufrir pérdidas.

Proveedores:

Es muy importante ya que es de donde se adquiere el producto el cual se le brinda el servicio a los clientes.

2.4.2. Visión

Ser la diferencia en el mercado de combustibles, reconocida por nuestra eficiencia, calidad y aportes al desarrollo sostenible del país.

2.4.3. Misión

SIGMA es una empresa que comercializa combustible, innovando siempre en el mercado, comprometidos con el medio ambiente y generando confianza en nuestros clientes.

2.4.4. Valores

- ❖ Trabajo en Equipo
- ❖ Credibilidad.
- ❖ Compromiso.
- ❖ Innovación.
- ❖ Calidad.

3. ANÁLISIS INTERNO

3.1. Análisis de la gobernanza de la organización.

La visión general sobre la Gobernanza cuenta con aspectos que incluyen la responsabilidad social. Lleva casos a los sistemas de incentivos asociados al desempeño en RSE, garantizando con transparencia en sus decisiones y actividades que mecanismos son los correctos. La empresa brinda información adecuada para facilitar la gestión de los mismos. Se realizan regularmente auditorías externas como internas, se cuenta con un código de ética por escrito para no llevar un fraude. La empresa por igual identifica y mapea los grupos de intereses respetando los derechos legales y sus grupos de intereses.

3.1.1. Análisis de los Derechos Humanos

La relación con los colaboradores es de suma importancia. La empresa debe cumplir con los compromisos de declaración universal de los derechos humanos, evaluar de manera en que las actividades no afecten los derechos humanos. En caso de identificar impactos negativos la empresa desarrolla medidas para remediarlo, se contribuye a promover los cumplimientos a los derechos humanos, verifican de manera segura y respetan los derechos humanos coherentes con las normativas nacional o internacional. Capacitar a los empleados sobre sus propios derechos humanos, investigando y con rapidez y prontitud a las quejas de las personas.

3.1.2. Debida Diligencia.

La empresa SIGMA hace mención en sus procesos de toma de decisiones y para cualquier acción de interés general de la empresa es que primero se hace una congregación de sus accionistas para evaluar las acciones en cuanto a riesgos positivos y negativos dependiendo de las propuestas. En la empresa existe el consejo de accionista quienes toman las decisiones generales de la empresa y estas son direccionadas a la gerencia quien se encarga de la ejecución de proyectos y decisiones tomadas en el concejo.

Para aplicación de proyectos de inversión la gerencia es la encargada de la preparación del mismo este plan debe de cumplir con los requisitos de diagnóstico y evaluación para ser

presentado al consejo. De igual forma cada área de la empresa o departamento puede abrir una propuesta bien sea por departamento o colectivo y esta es evaluada por la gerencia para posteriormente ser evaluada por el consejo.

Los planes de responsabilidad social empresarial deben de ser preparados por la gerencia en concordancia con un equipo especializado para que posteriormente sea presentado ante el consejo para su respectiva aprobación.

La empresa cuenta con reglamentos que son internos de trabajo y establece contratos escritos con sus colaboradores. Existen políticas de trabajo / laboral de RRHH y proporciona informaciones oportunas a sus colaboradores. Cuenta con mecanismos de empleos libres de discriminación, protegiendo la privacidad, y datos de colaboradores personales. Se realizan encuestas de clima organizacional de forma periódica, así como conocer las regulaciones nacionales de trabajo. La empresa asegura brindar condiciones de trabajo decentes a sus colaboradores. Se cumplen con el pago de las prestaciones laborales que exige la ley y van desarrollando e implementado la política de seguridad ocupacional. Toman en cuenta la gestión de salud, seguridad y sanitización de la empresa como los espacios.

3.1.3. Situaciones de riesgo para los derechos humanos.

En este sentido los derechos humanos están garantizados en la empresa SIGMA, no se representa riesgo alguno, la empresa garantiza dentro de sus normas de convivencia el resguardo físico, psicológico de los colaboradores como ejes principales de los derechos humanos. La garantía constitucional está dada para los colaboradores de la empresa y la empresa garantiza estos derechos de conformidad a las leyes internacionales y del estado dominicano.

3.1.4. Discriminación y grupos vulnerables.

No existen grupos a discriminar, la empresa garantiza atacar las áreas de las comunidades más vulnerables y con exigencia más amplias para la práctica de la responsabilidad social. A través del diagnóstico y evaluación interna y externa se podrá conocer cuáles serán las áreas para abordar el plan.

3.1.5. Derechos civiles y políticos.

La empresa SIGMA como toda empresa bajo los enfoques del derecho legal, garantiza la armonía y los derechos legales con sus colaboradores en situaciones de esta índole que se presente. La empresa cuenta con un departamento de asuntos legales donde son tratados estos aspectos legales.

3.1.6. Derechos económicos, sociales y culturales.

Al igual que el anterior los derechos están garantizados en el marco constitucional así como desde lo cultural, económico y social. En este sentido la empresa SIGMA garantiza los derechos económicos partiendo del salario ajustado a lo establecido en la ley del trabajo así como también desde lo social y las normas que rigen estas y los aspectos culturales.

3.1.7. Principios y derechos fundamentales en el trabajo.

Los principios que rigen a la empresa SIGMA en el trabajo parten de lo establecido por la constitución de la república en su artículo 75 numeral 7 el cual expresa: Dedicarse a un trabajo digno, de su elección, a fin de proveer el sustento propio y el de su familia para alcanzar el perfeccionamiento de su personalidad y contribuir al bienestar y progreso de la sociedad;

Así también como fundamento al Artículos 37 y siguientes consagra los Derechos Civiles y Políticos: el derecho a la vida, a la dignidad humana, a la igualdad, a la libertad y seguridad personal, prohibición de la esclavitud, derecho a la integridad personal, derecho al libre desarrollo de la personalidad, derecho a la intimidad y el honor personal, a la libertad de conciencia y de cultos, a la libertad de tránsito, a la libertad de asociación, de reunión, y de expresión e información.

De igual forma según lo establecido en las normas de ingreso de la empresa y las normas de convivencia de estas para garantía de la estabilidad integral de sus colaboradores.

3.1.8. Análisis de las prácticas laborales.

La empresa SIGMA presenta una práctica laboral acorde a las exigencias de las normas y leyes del estado, es decir garantiza un trabajo digno y con respecto a sus colaboradores también garantizado una estabilidad laboral ajustadas a los contrato. En este mismo sentido la producción de la empresa armoniza con el medio ambiente donde las prácticas de la organización están basadas en un equilibrio ecológico así como resguardar la salud de quienes laboran en ella.

Los elementos que la empresa SIGMA presenta en las prácticas laborales son: productividad, capacitación, desempeño, entre otras.

3.1.9. Trabajo y relaciones laborales.

La empresa SIGMA como se menciona en apartados anteriores se desarrolla en una organización vertical como fundamento la jerarquía lineal que esta representa. En este sentido desde un consejo de accionistas quien asume las decisiones de la empresa con evaluación gerencial y participación de desarrollo en las propuestas de los diferentes departamentos.

Esta empresa SIGMA mantiene un clima laboral acorde y armónico donde cada colaborador tiene una responsabilidad y es asumida con responsabilidad así como del conocimiento de sus funciones ya que el manual de puesto se los facilita más aún cuando son nuevos ingresos.

Se puede afirmar que la empresa SIGMA mantiene un clima laboral factible y la respuesta de sus colaboradores se resume en motivación a la producción y al trabajo en equipo y colectivo. Así como hay que resaltar las prácticas que la empresa mantiene en exaltar la labor de sus colaboradores y premiarlas.

3.1.10. Condiciones de trabajo y protección social.

Es de suma importancia la relación que existe con una comunidad, con eso dicho, la empresa SIGMA tiene mecanismos que garantizan relaciones transparentes con funcionarios del gobierno local siempre y cuando se cumpla lo realizado. La empresa SIGMA analiza las decisiones de inversión sobre la creación de empleos y que tan importante es esto en nuestro país. Contribuye a las iniciativas que estimulan la diversificación de la actividad económica existente en la comunidad que tienen. Se priorizan los proyectos que sean viables a largo plazo y contribuyan al desarrollo sostenible. Se trabaja bajo la consideración de ayudar a otras organizaciones dentro del marco jurídico.

3.2. Diálogo Social.

La relación con los clientes es la clave del éxito de una empresa. Un trato digno, responsable y que de seguridad al cliente de confiar en la empresa es parte del éxito de esta. Se ha estudiado y la empresa evita tener prácticas de marketing confusas, engañosas y que de una imagen

en no es. Cuenta con un mecanismo de libre acceso a la información que el cliente o consumidor desee a la hora de compra. Mantiene datos del consumidor únicamente para medios legales y justos. Compensan a sus clientes por las pérdidas sufridas debido al uso y consumo de sus productos. Para mantener todo eso bajo un orden y parámetros se posee una política establecida de atención al cliente, quejas o denuncias a los consumidores, y un sistema de apoyo que sí responde ante problemas.

Es de mencionar que la empresa SIGMA tiene un área de seguimiento y comunicación donde se atienden las sugerencias internas y externas con respecto a quejas por servicios o atención al cliente de una forma directa. Principalmente en la atención al cliente la empresa recibe la denuncia o la solicitud del cliente y en un lapso de 5 días hábiles le cita al cliente para ser atendido por unos de los colaboradores del área y evaluar la situación que se esté presentando. Partiendo de la magnitud del problema hay un lapso de 30 días para cerrar ese expediente y la satisfacción tanto del cliente como de la empresa en mejorar sus servicios.

3.2.1. Salud y Seguridad

La empresa SIGMA para asegurar las condiciones laborales y los planes de salud de los trabajadores, la empresa tiene un plan de salud ocupacional en concordancia con las organizaciones laborales internas de la empresa, manejan en el área de salud un seguro básico de salud donde los colaboradores gozan de ajuste económicos para situaciones de emergencia y hospitalización, así también como bonificaciones de fin de año y vacaciones colectivas como elementos de la seguridad social.

3.3. Ocupacional.

La empresa SIGMA mantiene la seguridad a sus colaboradores en sus puestos de trabajo donde estos se les garantizan su desarrollo económico y profesional. Son capaces de conjugar sus experiencias, capacidades y necesidades desarrollando competencias para enfrentar el contexto laboral

3.3.1. Desarrollo Humano y formación en el lugar de trabajo.

Uno de los objetivos estratégicos es el desarrollo personal de quienes participan en la empresa SIGMA es que este como colaborador pueda crecer profesionalmente y humanamente en la empresa como más que una organización de producción sea una escuela para los colaboradores.

En esta empresa el desarrollo humano es una prioridad para el consejo de accionistas así como la capacitación y formación del personal.

Existen planes de capacitaciones y programas de becas para los colaboradores de la empresa SIGMA en las mejores universidades del país.

3.3.2. Análisis del Medio Ambiente

Cuidar del medio ambiente es trabajo de todos, respetarlo y aprender que es un arduo trabajo que no da cambios de un día a otro. La empresa cuenta con mecanismos que hacen conocer, cumplir y seguir las leyes nacionales e internacionales que aplica para cada sector. Como por igual cuenta con mecanismos que identifican los impactos ambientales de sus decisiones y actividades.

Analizar de forma estratégica con otras organizaciones es el objetivo de un impacto positivo. Implementar medidas de eficiencia en los recursos para reducir el uso de energía, agua, y materia prima. Es bastante importante considerar las proyecciones climáticas locales y globales, como tener claro y en objetivo la neutralidad del carbono. Se da a aprobación que en su política ambiental establece protección, restauración, y compensación de ecosistemas. Las prácticas sostenibles se adoptan a la agricultura, pesca y aspectos relacionados con el bienestar de los animales, y contempla la protección de animales salvajes y su hábitat para una gestión sana ambiental.

En la actualidad la empresa SIGMA no aplica ningún proyecto de medio ambiente o ecológico.

3.4. Prevención de la contaminación.

Como se comentó anteriormente la empresa garantiza desde hace años una política interna de prevención y equilibrio ecológico a través de tecnología y producción ecológica para garantizar la armonía ambiental. Así también con los programas ambientales de la empresa en las restituciones de lugares y rescates ambientales.

La empresa por trabajar con un tipo de gas y combustible puede generar contaminación al aire y al suelo directamente, en este caso la empresa cuenta con normas internacionales de manipulación y prevención con estos tipos de materiales para garantizar la no contaminación al medio ambiente.

3.4.1. Uso sostenible de los recursos.

En este caso el equilibrio ecológico es una de las políticas de la empresa más importante, garantizar que el medio ambiente no sufra consecuencia a través de la producción de la empresa. Los equipos y tecnología están garantizados a este servicio al medio ambiente.

3.5. Mitigación y adaptación al Cambio Climático.

El cambio climático impacta enormemente a las empresas, las que se ven expuestas a riesgos físicos, regulatorios, judiciales, reputacionales y financieros. Estos riesgos han obligado a las empresas a reaccionar y a gestionarlos, adaptándose a los efectos del cambio climático, disminuyendo su vulnerabilidad y aumentando su resiliencia. Fernández, M. A., & Ríos, R. C. (2020).

Bajo este sentido la empresa de estudio está fundamentada en este tema del cambio climático y las acciones de la organización están enmarcadas en la sostenibilidad del medio ambiente.

La empresa ha participado en conferencia del medio ambiente pero en la actualidad no aplica ningún proyecto como se mencionó anteriormente. Pero es de destacar que existe un interés por llegar a cierto nivel de compromiso de parte de la empresa con respecto al tema.

4. ANÁLISIS EXTERNO

4.1 Análisis Prácticas Justas de Operación.

La empresa Sigma Petroleum Srl está en el pleno desarrollo de sus operaciones y las evaluaciones en cuanto a la producción y los procesos de contaminación son identificados para evitar las acciones negativas contaminantes. Manteniendo así que las prácticas de la empresa estén en concordancia con el equilibrio ambiental y social.

4.1.1 Anticorrupción.

La empresa Sigma tiene reglas establecidas para evitar los actos de corrupción y la empresa está comprometida a lograr el éxito mediante la ética de cada uno de sus integrantes, así como por la calidad en la presentación de sus servicios, no por medio de tácticas de injusticias e inmoralidad, cada uno de los colaboradores de la empresa tiene como deber acudir a su supervisor al notar alguna práctica o transacción de la cual aparentemente está desviada de las prácticas de la empresa se tendrá en observación y se tomarán las acciones de lugar, una de las medidas que se toman es para la compra de cualquier necesidad que tenga la empresa se cotizan en tres suplidores diferentes y la opción que cumpla con los estándares de calidad y buen precio esa es la que se mostraran para la toma de decisión final.

4.1.2 Participación Política Responsable.

Como se menciona en apartados anteriores la empresa Sigma Petroleum Srl mantiene sus operaciones bajo las políticas del estado y bajo la responsabilidad social en garantizar una armonía ecológica, social dentro de su perímetro como empresa, es decir que la empresa bajo la responsabilidad en lo cual está ajustada a las normas de convivencia de las comunidades sin alterar el orden social comunitario.

4.1.3 Competencia Justa.

La empresa siempre vela por que cada proceso que se haga siempre se haga de una manera ética y justa ya que es uno de sus principales valores es la credibilidad y para lograr tener credibilidad se debe ser justo y claro en todo tipo de operación que la empresa efectúe.

4.1.4 Promover la responsabilidad social en la cadena de valor.

Actualmente la empresa se encuentra en la fase de evaluación y sus capacidades de aplicar responsabilidad social para el desarrollo integral de las comunidades.

4.1.5 Respeto a los derechos de la propiedad.

Se cumplen al 100% con evaluación del equipo jurídico de la empresa garantizando así un desarrollo de la empresa en derecho de todos los aspectos legales.

4.1.6 Análisis de asuntos de consumidores.

Estos son evaluados por nuestro equipo de mercado así como también en la visión de garantizar un producto que defina a la empresa así como la satisfacción del cliente.

4.2 Protección de la salud y la seguridad de los consumidores.

La empresa cuenta con un manual de seguridad para la protección los clientes/consumidores y la comunidad, ya que el producto que se maneja es combustible y se debe de tener cuidado. En cada sucursal de la empresa están bien identificadas las medidas de seguridad que se deben de tomar y nuestro personal está entrenado para darle seguimiento a estos reglamentos establecidos.

4.2.1 Consumo sostenible.

La empresa busca a través de sus procesos, hacer un uso adecuado de los recursos y la minimización de desechos y contaminación; El uso de los recursos renovables dentro de su capacidad de renovación; Productos con un amplio ciclo de vida; y Equidad intergeneracional e intergeneracional. De igual manera, es innovador en cuanto a la implementación de energía verde, paneles solares y el ofrecimiento del gas natural, como una fuente de energía más limpia.

4.2.2 Servicio y atención al cliente, resolución de quejas.

Sigma uno de sus principales focos en la empresa es el servicio al cliente y la atención al mismo, ya que está involucrado en el negocio de los combustibles que es algo que todas las empresas del sector tienen el mismo producto que brindar y por esto siempre nos empeñamos en darle el mejor servicio al mismo, y, para lograr esto, tenemos ciertos manuales en caso de que pase

algún inconveniente con el cliente de cómo el colaborador debe de actuar a quien se debe dirigir y que tipo de acción se tomará dependiendo de la situación que se esté manejando.

- ❖ Consumo sostenible.
- ❖ Servicio y atención al cliente, resolución de quejas.

4.2.3 Protección y privacidad de los datos de los consumidores.

De igual forma la empresa mantiene una data sistemática donde son resguardados los datos de los consumidores aun cuando la empresa no comparte por motivos de seguridad datos ni referencias de nuestros clientes.

4.2.4 Acceso a servicios esenciales

La empresa mantiene una política hacia sus colaboradores lo cuales va desde seguridad social, seguridad ocupacional y de salud.

4.2.6 Educación y toma de conciencia.

Existe un programa de educación ambiental en la empresa que está dirigido por el departamento de integración comunitaria, este desarrolla aspectos de educación ambiental entre otros.

4.2.7 Análisis de la participación con la comunidad.

A través de los programas se consolida la participación con la comunidad. Podemos decir que no es tan amplia la comunicación.

4.2.8 Participación activa con la comunidad.

En este sentido, y como bien lo indicamos en el inicio de nuestro tema, proponemos a través de este acercamiento con las comunidades, visualizar nuestros esfuerzos, en miras de contribuir con los siguientes enfoques, que se encuentran alineados con las acciones o trayectorias de la marca.

De no ser así, promover y organizar alguna actividad de integración con estos jóvenes estudiantes, para que se lleven una experiencia de vida, y que a la vez Sigma contribuya como marca, a crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente.

4.2.9- Educación y cultura.

Para la empresa SIGMA es de suma importancia las áreas de educación y cultura tanto que se desarrollen internamente y externamente, es decir que los aspectos de desarrollo educativos y de cultura puedan ser desarrolladas como avances en la formación de nuestros colaboradores así como en las comunidades adyacentes a la empresa. La empresa SIGMA cree en los desarrollo educativos ya que esto construyen al persona íntegra y de buen aporte a su entorno. En este caso existe la posibilidad de que la empresa pueda considerar estas áreas para futuros proyectos tanto internos como externos a la empresa ya que la educación, forma un rol esencial, para el desarrollo de nuestra cultura, y el bienestar presente y futuro de nuestra sociedad.

4.2.10 Creación de empleo y desarrollo de habilidades.

En la actualidad la empresa SIGMA se ha visto afectada para poder ofertar algunos tipos de empleos y desarrollo de habilidades, esto debido a la situaciones que han sucedido a nivel mundial. En los últimos 2 años se le ha hecho de suma dificultad obtener nuevo personal ya que con el tema de la pandemia se ha limitado no solo la empresa Sigma si no la mayoría de las empresas a nivel nacional y mundial lo cual tambien afecta lo que es ell desarrollo de habilidades ya que la movilidad del personal para realizar actividades de mejora grupal e individual se ha tenido una gran dificultad.

Es de mencionar que al ser afectado el método de desarrollo de un área o departamento de trabajo de extensión no permite la conectividad de la empresa con su entorno social.

4.3 Desarrollo y acceso a la tecnología.

La empresa cuenta con ciertos objetivos a cumplir en sus programas, para lograr una mejora en su desarrollo continuo y que la empresa no se quede estancada, y, en la parte del sector tecnológico de la empresa, siempre se ha destacado por tener los equipos con la mejor tecnología para tener un servicio más preciso, al momento de suplir combustible al cliente.

4.3.1 Generación de riquezas e ingresos.

Su principal fuente de ingresos es generada a través de la comercialización de los combustibles, cuyos márgenes son regulados por el Ministerio de Industria y Comercio.

Para los fines de generación de ingresos y riquezas hacia las comunidades, las Estaciones de Combustibles, constituyen una fuente de generación de empleos, a la vez que contribuye con el desarrollo o infraestructura del entorno, dinamizando a la vez su economía.

4.4 Salud.

Programas de salud a los colaboradores en la empresa, a la vez que, con el plan de RSE, se busca colaborar con la salud de los colaboradores de la empresa y jóvenes, motivándolos hacia las actividades deportivas, donde a través del programa, se logre colaborar con la creación de condiciones / estructuras deportivas para estos fines.

4.5 Inversión social.

En años anteriores la inversión era más amplia por parte de la empresa en lo social, la inversión social que se realizó años atrás en la empresa tenía un foco principal en la concientización a las personas sobre el medio ambiente y contribuir con la reforestación, esta iniciativa estaba basada en cada cantidad de galones que la empresa vendiera se sembraría un árbol en una actividad realizada durante cierto tiempo del año. Esta actividad se dejó de hacer.

4.6 Análisis de la acción de Responsabilidad Social de la competencia

- Empresas referentes en el sector.

Por lo que pudimos investigar en el sector del combustible las compañías que tenemos competencia han realizado planes de responsabilidad social en algún punto de su trayectoria y algunas han mantenido ese camino de la colaboración con la responsabilidad social empresarial como hay otras que no.

En el contexto global de las acciones empresariales y bajo la identificación de las dimensiones de desarrollo de la responsabilidad social, las empresas fundamentan su actuación en el compromiso de mantener la coherencia de sus acciones tanto dentro como fuera de ella, entregando a la vez transparencia y certidumbre en sus relaciones.

La manifestación de los principios y valores que mueven a la empresa, bajo los cuales desarrolla sus funciones, una gestión y acción ética que es expuesta para un mejor entendimiento

de los grupos de interés que conforman este entorno empresarial y un reflejo positivo hacia la comunidad externa.

El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil. En el ámbito ambiental la relación se fomenta en el trabajo por el cuidado y preservación de éste.

4.7 Empresas referentes en el sector.

En la actualidad existe una serie de empresas en esta área que se encuentran en el perímetro del estudio. Podemos mencionar que 3 empresas del sector de combustibles han realizado RSE .

4.8 Identificación de las necesidades de la organización

- ❖ Elaboración y aplicación de instrumentos de investigación.
- ❖ Documentación de hechos, situaciones, eventos, problemas, oportunidades, etc.
- ❖ Análisis de la información y evidencias.

4.8.1 Elaboración y aplicación de instrumentos de investigación.

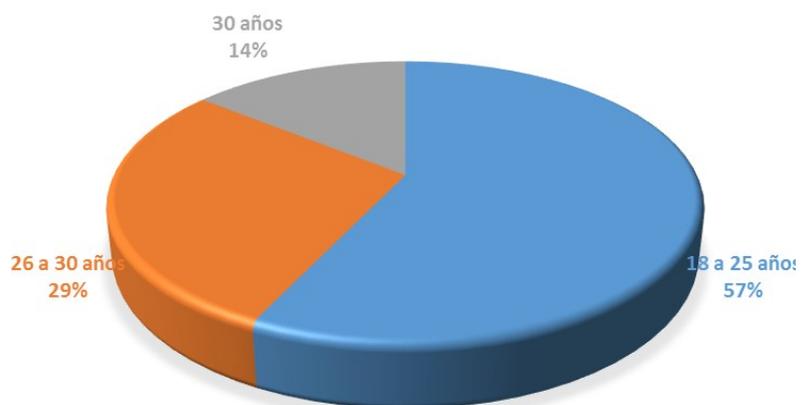
En este apartado presentaremos los datos empíricos del estudio. Los datos fueron recolectados a través de un cuestionario con preguntas cerradas aplicado a 140 personas que laboran en Sigma Petroleum Srl. Por cuanto a la información que arrojará, será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación, por cuanto mostrará cómo se relaciona la Responsabilidad Social empresarial y la empresa en estudio.

Ítems 1

Cuál es tu edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	80	57%
26 a 30 años	40	29%
30 años o mas	20	14%
Total	140	100%

Fuente: Sustentantes de la investigación 2021

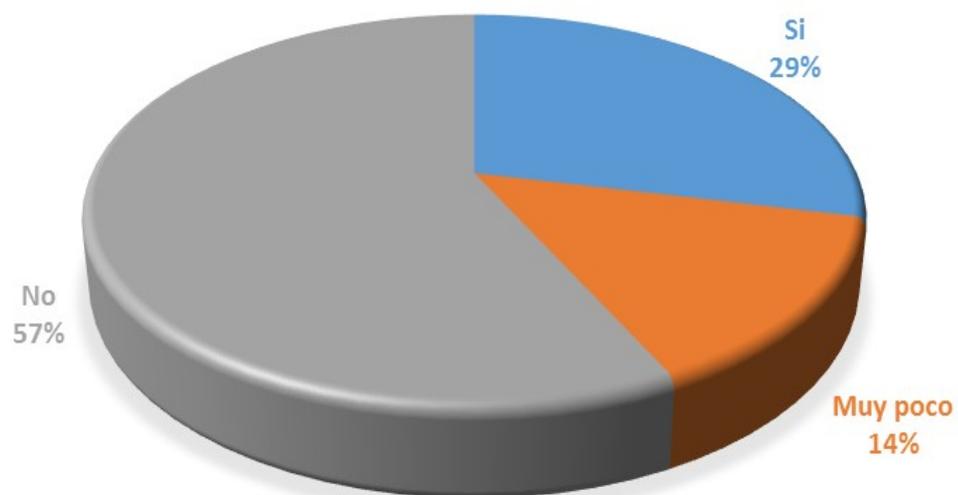


Ítems 2

Conoce de RSE

Ítems	Frecuencia	porcentaje
Si	40	29%
Muy poco	20	14%
No	80	57%
Total	140	100%

Fuente: Sustentantes de la investigación 2021

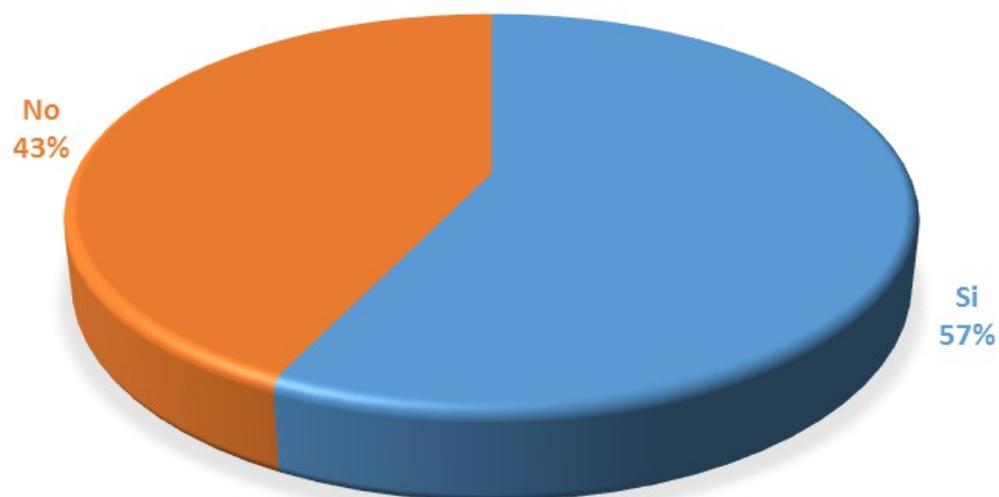


Ítems 3

Considera usted que es importante la RSE en República Dominicana

Ítems	Frecuencia	porcentaje
Si	80	57%
No	60	43%
Total	140	100%

Fuente: Sustentantes de la investigación 2021



Ítems 4

Cree usted que las empresas Dominicanas deben de promover más la RSE

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	140	100%

Fuente: Sustentantes de la investigación 2021



4.9 Análisis de la información y evidencias.

Luego de haber hecho la revisión bibliografía de fuentes secundarias, sobre todo lo que compone el tema del impacto de la Responsabilidad Social Empresarial, se pudieron obtener

similitudes en cuanto a lo hallado en los resultados de las encuestas a los colaboradores. De modo similar, se logró sacar conclusiones que permitieron dar respuesta al objetivo general y los objetivos específicos.

El hecho de que una empresa sea responsable ya sea social o medioambientalmente puede influir.

Por lo tanto debemos reconocer que el hecho de invertir en RSE es complejo, ya que las estrategias aparentemente sin conexión alguna, interactúan para influenciar significativamente las respuestas de los consumidores. Finalmente, el objetivo de la empresa es generar una ventaja.

La RSE tiene diversas limitaciones. En principio es necesario un cambio en los esquemas de pensamiento de los empresarios para poder implementar integralmente las estrategias de responsabilidad social, realizar las inversiones necesarias para implementar un buen programas y políticas que apoyen el comportamiento responsable.

4.10 Conclusiones

Los valores sostienen a una empresa. La misión y visión de las empresas contienen estos principios. El respeto a las leyes, el cuidado del medio ambiente, la atención a los trabajadores y la preocupación por la situación de la comunidad son cuatro pilares fundamentales que comparten las empresas socialmente responsables a nivel mundial. Y estos valores son los elementos fundamentales de la misión y visión que tienen las empresas en el país. Las empresas son hoy más conscientes del fortalecimiento y desarrollo de proyectos y planes corporativos con responsabilidad ética, social y ambiental.

El comportamiento responsable se debe adoptar desde una perspectiva estratégica e integrada para destinar recursos a programas de RSE en favor de lograr un desempeño superior de mercado.

En los estudios presentados, se evalúa como factor común la responsabilidad social y su impacto favorecedor en la productividad, desempeño empresarial, ahorro financiero, rentabilidad, confianza del cliente, y sostenibilidad, posición de marca e impacto medioambiental.

5 – DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

5.1 Diagnóstico de la Situación actual. (DOFA).

Diagnóstico de la Situación actual. (DOFA).			
Factores internos claves.	Ponderación.	Clasificación.	Peso ponderado.
DEBILIDADES			
SIGMA posee personas talentos y una sobrada estructura para el buen desarrollo de un Plan de Responsabilidad Social, pero hasta el momento se ha ejecutado a medias, pudiendo sacarle un mayor potencial, en la medida como se formalice el mismo.	0.06	4	0.24
SIGMA no ha sacado el máximo en su acercamiento con las comunidades cercanas a sus estaciones, lo que no le ha permitido poder captar sus necesidades reales, en miras de poder ejecutar un plan, acorde a objetivos específicos, para el beneficio de estos.	0.04	3	0.12
SIGMA podría no estar al tanto de críticas o sentimientos negativos, por no tener hasta el momento, una óptima relación social con dichas comunidades.	0.07	4	0.28
SIGMA podría verse un tanto vulnerable, hasta tanto no alcanzar una relación idónea con las comunidades, como resultado de no concretizar sus aportes, tanto tangibles, como intangibles, a estos,	0.05	4	0.20

como sociedad cercana a la marca.			
OPORTUNIDADES			
A través de la ejecución de su Plan de Responsabilidad Social, lograría obtener mayor aceptación o fidelidad de la marca en la Sociedad Dominicana, en especial en las comunidades.	0.05	3	0.15
SIGMA obtendrá con el buen desarrollo y ejecución de este plan, la oportunidad de bien seguir retribuyéndole a la sociedad, para el buen desarrollo de nuestro país.	0.04	3	0.12
Como empresa, reconoce, que existen muchas informaciones en cuanto a amenazas del sector, en torno al medio ambiente, y la seguridad. Por consiguiente, es una oportunidad de bien contribuir a la concientización de la comunidad, de los esfuerzos e inversiones que ésta hace en beneficio de mitigar y/o prevenir riesgos.	0.05	4	0.20
FORTALEZAS			
Como marca, SIGMA ha tenido una activa participación en los aportes hacia el deporte, como actividad que cree bien podría contribuir en beneficio de estas comunidades.	0.06	3	0.18
Esta marca, realiza grandes inversiones, en cuanto a operar de una manera segura, en miras de mitigar accidentes y proteger el medio ambiente.	0.07	5	0.35

Sigma es una marca nacional, que ha ido creciendo rápidamente en el mercado, logrando su éxito como resultado de un equipo de alto nivel profesional, y de valores éticos.	0.05	5	0.25
Sigma goza del respeto en la industria, por su buena trayectoria en favor del cumplimiento de las leyes que regularizan el sector de los combustibles.	0.04	5	0.20
Sigma sigue avanzando, y cree en combustibles y energía alternativa, dejándolo en evidencia, con sus instalaciones y ofrecimiento del gas natural y los paneles solares en sus estaciones.	0.05	4	0.20
AMENAZAS			
Puede verse impactado su liderazgo, si la competencia realiza Programas de Responsabilidad Social más activos que el de SIGMA.	0. 0 6	4	0.24
Una pobre relación con la comunidad puede traer resistencia en la apertura de nuevos proyectos, o, poca fidelidad hacia la marca.	0. 0 6	4	0.24

Fuente:elaboración sustentantes 2021

5.1.1 Análisis Interno.

En el seguimiento de las necesidades de la empresa Sigma Petroleum SRL para fortalecer su RSE hacia las comunidades y como parte del desarrollo interno de la empresa es importante señalar que se realizó un determinado análisis interno donde a través de una matriz DOFA donde se evidencio cada una de las oportunidades, amanezcas, fortalezas y debilidades de la empresa aportando a ellas una ponderación que permita identificar cada balance y jerarquizar cada una de estas según sea su localidad.

A través de este análisis interno podemos considerar una serie de estrategias que permiten el desarrollo de la planificación estratégica a lo que será el plan de responsabilidad social empresarial de la empresa basada en todo lo analizado anteriormente.

Como factor elemental es se mencionar que Sigma Petroleum SRL posee personas talentos y una sobrada estructura para el buen desarrollo de un Plan de Responsabilidad Social, pero hasta el momento se ha ejecutado a medias, pudiendo sacarle un mayor potencial, en la medida como se formalice el mismo. Es decir manejar a través del análisis se puede mejorar y llegar a puntos clave de desarrollo en el plan de responsabilidad social para la empresa con elemento que involucre a las comunidades según sean las necesidades de esta.

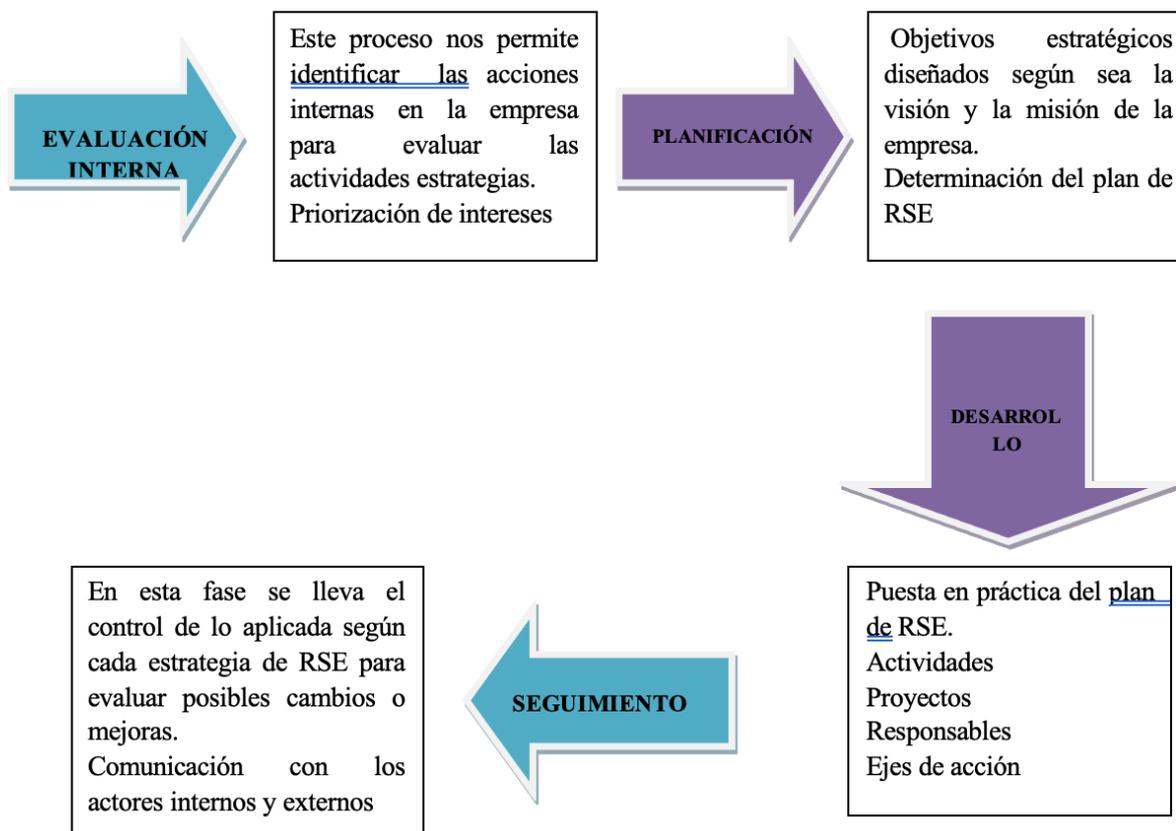
A través de la ejecución de su Plan de Responsabilidad Social, lograría obtener mayor aceptación o fidelidad de la marca en la Sociedad Dominicana, en especial en las comunidades. Sigma Petroleum SRL puede tener una posición ms clara en el mercado a través del reconocimiento de las acciones de responsabilidad social si se logra la conectividad de la empresa con las comunidades que la rodean.

Como marca, Sigma Petroleum SRL ha tenido una activa participación en los aportes hacia el deporte, como actividad que cree bien podría contribuir en beneficio de estas comunidades. Factores como educación y deporte son las oportunidades que la empresa maneja para continuar a través de un plan de responsabilidad social empresarial para que estas áreas sean de potencia en las comunidades a través de becas educativas y deportivas.

Puede verse impactado su liderazgo, si la competencia realiza Programas de Responsabilidad Social más activos que el de Sigma Petroleum SRL, la empresa requiere de fortalecimiento de liderazgo general en la comunidad a los que la oportunidad de un plan de responsabilidad social es el eje fundamenta en esta estrategias que permita forma ese liderazgo importante que como empresa se debe de mantener en la sociedad dominicana y la articulación empresa comunidad.

5.1.2 Mapa de procesos.

Un mapa de procesos nos permite direccionar a través de una planificación graficada hacia dónde vamos a llegar desde nuestro punto de partida, es decir analizar las situaciones interna de la empresa en su disponibilidad de alcance hacia la RSE para determinar que elemento se incluyen para desarrollar cada actividad y llegar a los objetivos planteados.



Fu

ente: elaboración sustentantes 2021

5.1.3 Análisis de sistemas, políticas y prácticas.

La Responsabilidad Social Empresarial no ha tenido el impacto importante que requiere en República Dominicana. Su práctica por parte de las empresas ha avanzado en los últimos años, a través de esfuerzos desplegados por las principales instituciones empresariales del país, y organizaciones no gubernamentales y de carácter internacional.

Para Sigma Petroleum Srl se analiza internamente la funcionalidad de esta a través de indicadores de gestión dados los resultados de la DOFA donde la evaluación de todas la áreas

pueden permite diseñar un plan de RSE acordes a las exigencia de la empresa y las necesidades de la comunidad, esto sin duda logra una posición más amplia de la empresa no solo en la comunidad sino en el mercado local donde estás emerge.

Las políticas y prácticas van desde las respectivas acciones legales y la práctica de estas RSE bajo los estándares de la legalidad del país.

5.1.4 Análisis Externo.

Político:

De los avances políticos en el país la República Dominicana, organizaciones como el Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) y la American Chamber (AMCHAM), entre otras organizaciones, han creado un comité de Responsabilidad Social Empresarial, pero aún no se ha visto importantes movimientos relativos a este comité, excepto el diplomado promocionado por la Amcham avalado por UNIBE, quien mencionó que le parece una excelente y oportuna iniciativa, esperamos atentamente por los resultados.

Las nuevas políticas del estado dominicano está abriendo puertas a la responsabilidad social de las empresas hacia las comunidades no solo en el aporte del desarrollo de la localidad sino en áreas más internas como la de educación y el deporte de igual forma como avances científicos y aportes a producción emprendedoras. Con el nuevo gobierno de Luis Abinader el sector empresarial ha estado dispuesto a fortalecer las políticas de RSE en la comunidad y sociedad dominicana.

Ambiental:

Otro aporte a este proceso de RSE en que las instituciones empresariales han visualizado la forma en cómo las empresas han ido mejorando sus compromisos éticos para alcanzar un equilibrio entre los aspectos económicos, medioambientales y sociales, y esto se debe a la Responsabilidad Social empresarial que reflejan los socios y clientes de las mismas, frente a las preocupaciones por el Medio Ambiente y su accionar en la comunidad los nuevos planes también van direccionado al rescate ecológico y a mantener un equilibrio más aún el país caribeño que

mantiene una gran reserva de faunas y floras únicas en especie y una de las islas de América Latina con más diversidad ecológica.

Tecnológico:

Para la empresa Sigma Petroleum Srl los avances tecnológicos internos de la empresa están basados en su desarrollo logístico, la magnitud de producción de la empresa hace que el desarrollo tecnológico y la adquisición de estos equipos sean cada vez más exigentes, estas pueden ser unas de las principales acciones del plan de RSE en la enseñanza de profesionales en áreas de producción y áreas afines como fortalecimiento de la educación y área de tecnología para las jóvenes de las comunidades en la especialización de área de trabajo y producción.

5.1.5 Identificación de grupos de interés.

Internos

Estos están orientados en la administración de la empresa Sigma Petroleum Srl, colaboradores, junta directiva, gerente etc.

La participación de todos los involucrados en la empresa será de gran ayuda para la puesta en marcha del plan de RSE y el logro de sus objetivos. Puede de igual forma la empresa crear el área de responsabilidad social exclusiva para la planificación estratégica de proyectos y evaluaciones de los mismos.

Externos

Estos están determinados por las comunidades, quienes como factor elemental son los responsables de la participación completa de sus integrantes así como la evaluación de la empresa en la práctica de su responsabilidad social.

Comunidad, organizaciones sociales, ayuntamientos, entes gubernamentales, representantes de gobiernos etc.

5.1.6 Benchmarking sectorial

En este sentido y área importante para la empresa Sigma Petroleum Srl El benchmarking es una herramienta de los negocios en su lucha para conseguir un conjunto de elevados estándares de desempeño en cualquier área de la empresa, es decir se requiere de hacer una evaluación de los

principales competidores y aplicar estrategias que surjan de la experiencia de los competidores así como de la recolección de información de clientes y comunidad en general que permita llegar a los puntos clave en el mercado.

En este caso lo más importante de Benchmarking sectorial para la empresa Sigma Petroleum Srl es determinar las acciones de los competidores en comparación con los servicios y productos que tienen en el mercado así como sus estrategias de RSE, funcionalidad, acción, estrategias, tiempo, evaluación etc.

6.1 Retroalimentación de la empresa

Integración de la Sostenibilidad en la empresa

Este cuestionario permite conocer el nivel de actual de integración de la sostenibilidad en la empresa, la agrupación de las preguntas fue basada en las siete materias de la ISO 26000: a) Gobernanza de la Organización b) Derechos Humanos c) Prácticas Laborales d) Medio Ambiente e) Prácticas justas de Operación f) Asuntos de Consumidores g) Participación y Desarrollo de la Comunidad.

Gobernanza de la Organización

Visión general sobre la Gobernanza

Pregunta o Situación	S i	No	A veces	No se / No aplica
1. ¿Cuenta con un sistema de gobernanza que permita supervisar y poner en práctica los principios de RSE incorporándolo en la Estrategia de la organización?				X
2. ¿Su visión y misión cuenta con aspectos que Incluyan la responsabilidad social?	X			
3. ¿Divulga el concepto de Responsabilidad social		X		

Empresarial en los diferentes niveles?				
4. ¿En su estructura organizacional cuenta con un Comité, área o encargado de RSE?		X		
5. ¿Incorpora en su cultura organizacional aspecto De RSE a todos los niveles?		X		
6. ¿Desarrolla, estrategias, objetivos, metas que Reflejen su compromiso con la RSE?			X	

7. ¿La alta dirección tiene mecanismos para rendir cuenta en el desempeño: económico, Ambiental y social?				X
8. ¿Cuenta con un sistema de incentivos Asociados al desempeño en RSE?		X		
9. ¿Promueve oportunidades para que los grupos Minoritarios puedan ocupar cargos directivos?				X
10. ¿Cuenta con un sistema de medición y evaluación de los impactos de la empresa en lo Económico, social y ambiental?				X
11. ¿Publica un reporte de sostenibilidad?		X		
12. ¿Cuenta con mecanismos para garantizar la Transparencia en sus decisiones y actividades?	X			
13. ¿La información que brinda la empresa sobre Su gestión esta fácilmente disponible y entendible?	x			
14. ¿Realiza regularmente auditorías externas e Internas (financiera, sociales o ambientales)?	X			
15. ¿Cuenta con un código de ética por escrito?	X			
16. ¿Incluye el condigo de ética temas de derechos Humanos y anticorrupción?	X			
17. ¿Sus normas de comportamiento ético son Coherentes con los principios de RSE?				X
18. ¿Implementan estrategias que promuevan Comportamiento ético?	X			
19. ¿Comunica sus normas de comportamiento Ético externo e interno?	X			

20. ¿Cuenta con una persona responsable de la Implementación del código de ética?	X			
21. ¿Comunica sus normas de comportamiento Ético externo e interno?	X			
22. ¿Identifican y mapean sus grupos de interés?			X	
23. ¿Respetan los derechos legales e intereses de los Grupos de interés?	X			
24. ¿Conoce las leyes y regulaciones de su Actividad económica?	X			
25. ¿Cuentan con mecanismos para asegurar que Sus actividades cumplen con el marco legal?	X			

- **25 preguntas / Puntuación: 14.5**
- **Sí: 1 punto // No: 0 punto // A veces: 0.5 punto**

Derechos Humanos

Relación con los colaboradores

Pregunta o Situación	Si	No	A veces	No se / No aplica
1. ¿Tiene una política que incluya el compromiso de cumplir con la declaración universal de los derechos humanos?		x		
2. ¿Cuenta con mecanismos para evaluar la manera en que las actividades afectan los derechos humanos?	X			
3. ¿Cuenta con mecanismos para integrar la política de los derechos humanos en toda la organización?	X			

4. ¿En caso de identificar impactos negativos, desarrolla medidas para remediarlo?	X			
5. ¿Contribuye a promover el cumplimiento a los derechos humanos?	X			
6. ¿Verifica que sus medidas de seguridad respetan los derechos humanos y son coherente con las normativas nacional o internacional?	X			
7. ¿Capacita a sus colaboradores sobre los derechos humanos?	X			
8. ¿Trata o investiga con prontitud las quejas sobre los procedimientos o el personal de seguridad?	X			
9. ¿Evita proveer servicios a empresas que no respeten los derechos humanos?				X
10. ¿Evitas hacer alianzas formales o informales con contraparte que abusen de los derechos humanos?	X			

- **10 preguntas / Puntuación: 8**
- **Sí: 1 punto // No: 0 punto // A veces: 0.5 punto**

Prácticas Laborales

Relación con la comunidad

Pregunta o Situación	SI	NO	A veces
1. ¿Cuenta con reglamento interno de trabajo?	X		
2. ¿Establece contrato escrito con sus colaboradores?	X		
3. ¿Tiene una política de trabajo/ Laboral de RRHH?	X		
4. ¿Proporciona aviso e informaciones oportunas a sus colaboradores?	X		

5. ¿Cuenta con mecanismos de empleos libres d discriminación?	X		
6. ¿Protege la privacidad y los datos de carácter personal de los colaboradores?	X		
7. ¿Realiza encuestas de clima organizacional de forma periódica?	X		
8. ¿Cuenta con mecanismos para conocer e implementar sugerencia u opiniones de los colaboradores?	X		
9. ¿Se asegura de que las condiciones de trabajo cumplan con las regulaciones nacionales?			X
10. ¿Asegura brindar condiciones de trabajo decente a sus colaboradores?	X		
11. ¿Cumple con el pago de las prestaciones laborales que exige la ley?	X		
12. ¿Desarrolla, implementa y mantiene una política de seguridad ocupacional?	X		
13. ¿Implementa los principios de la gestión de salud y la seguridad?	X		
14. ¿Analiza y controla los riesgos derivados de sus actividades?	X		
15. ¿Tiene mecanismos para exigir a sus colaboradores las medidas de seguridad todo el tiempo?	X		
16. ¿Incluye en su programa de capacitación temas de salud, higiene y seguridad ocupacional?	X		
17. ¿Registra en investiga todos los incidentes y problemas en materia de salud y seguridad?	X		
18. ¿Proporciona protección equitativa de salud y seguridad para todos sus colaboradores	X		
19. ¿Posee planes de contingencia y señalización en todas sus instalaciones?	X		
20. ¿Posee un programa de inducción para sus colaboradores?	X		
21. ¿Posee un programa de evaluación de desempeño para los colaboradores?	X		

22. ¿Existe un programa de desarrollo personal para los colaboradores?	X		
23. ¿Cuentan con un programa de detención de capacitación?	X		
24. ¿Establecen programas que promuevan la salud y bienestar para todos los niveles?	X		
25. ¿Cuenta con un programa de voluntariado estratégico en la organización?	X		

- **25 preguntas / Puntuación: 23**
- **Sí: 1 punto // No: 0 punto // A veces: 0.5 punto**

Medio Ambiente

Respeto y Cuidado del Medio Ambiente

Pregunta o Situación	Si	No	A veces	No se / No aplica
1. ¿Cuenta con un mecanismo para conocer y cumplir las leyes nacionales e internacionales que apliquen a su sector?	X			
2. ¿Cuenta con política de Gestión Ambiental?				

3. ¿Cuenta con un mecanismo para la identificación de los impactos ambientales de sus decisiones y actividades?	X			
4. ¿Tiene alianzas estratégicas con otras organizaciones con el objetivo de crear proyectos de impacto positivo?		X		
5. ¿Cuenta con mecanismos para reducir la contaminación directa o indirecta?	X			
6. ¿Incluye en este programa la identificación de peligro y prevención de riesgo?	X			
7. ¿Cuenta con mecanismos para capacitar y comunicar constantemente a la parte interesada sobre el plan de emergencia?	X			
8. ¿Cuenta con mecanismos para identificar las fuentes de energía, de agua y otros recursos?		X		
9. ¿Mide, registra e informa sobre los usos significativos de energía, agua, materia prima y otros recursos?		X		
10. ¿Implementa, medidas de eficiencia en los recursos para reducir el uso de energía, agua, materia prima y otros recursos?	x			
11. ¿Complementa o reemplaza con fuentes alternativas, sostenibles, renovables y de bajo impacto el uso de energía no renovable?	X			
12. ¿Utiliza materiales reciclados?		X		
13. ¿Reutiliza sus aguas residuales?		X		
14. ¿Envía sus residuos a destinos finales adecuados?	X			
15. ¿Ha establecido alianzas estratégicas para la gestión de residuos?		X		
16. ¿Promueve las compras sostenibles?	X			
17. ¿Considera la adopción de la responsabilidad extendida del productor?				X
18. ¿Promueve el consumo sostenible?	X			
19. ¿Cuenta con mecanismo para identificar directa e indirecta de acumulación de emisiones de GEI?		X		
20. ¿Implementa acciones para reducir las emisiones de GEI directas e indirectas?	X			
21. ¿Implementa programas para mejorar la eficiencia y eficacia en el uso de combustible?	X			
22. ¿Tiene como objetivo la neutralidad de carbono?	X			
23. ¿En su estrategia considera las proyecciones climáticas locales y globales?	X			
24. ¿Cuenta con mecanismos para evitar o minimizar daños asociados al cambio climático?				X
25. ¿En su estrategia considera las proyecciones climáticas locales y globales?	X			

26. ¿Identifica impactos negativos potenciales de todas sus actividades sobre la biodiversidad y ecosistema?	X			
27. ¿En su política ambiental establece la protección, restauración, y compensación de ecosistemas?	X			
28. ¿Adopta practicas sostenibles en agricultura, pesca y aspectos relacionados con el bienestar de animales?		X		
29. ¿En su política de gestión ambiental tiene contemplada la protección de animales salvajes y sus hábitats?		X		
30. ¿En su estrategia considera las proyecciones climáticas locales y globales?	X			

30 preguntas / Puntuación: 18

Sí: 1 punto // No: 0 punto // A veces: 0.5 punto

6.2 Validación con el cliente

Asuntos de consumidores

Relación con los clientes

Pregunta o Situación	Si	No	A veces	No se / No aplica
1. ¿Cuenta con un mecanismo para evitar prácticas de marketing confusas, engañosas o fraudulentas?	X			
2. ¿Cuenta con un mecanismo de libre acceso a la información que permite al cliente y/o consumidor la decisión de compra?	X			
3. ¿Basa su estrategia de marketing y publicidad en la política de los derechos humanos?				X
4. ¿Proporciona productos y/o servicios que sean seguro para los usuarios, su propiedad y el medio ambiente?	X			
5. ¿Cuenta con un mecanismo para retirar los productos que puedan ser peligrosos, tienen un defecto o información falsa?		X		
6. ¿Compensa a sus clientes por las pérdidas sufridas debido al uso y consumo de sus productos y/o servicios?	X			
7. ¿Minimiza riesgos en el diseño de procesos, productos o servicios?		X		

8. ¿En el desarrollo del producto evita el uso de sustancias químicas dañinas?				X
9. ¿Posee un mecanismo para la promoción de consumo sostenible de sus productos y/o servicios?				X
10. ¿Tiene una política establecida de atención al cliente?	X			
11. ¿Cuenta con mecanismo para recibir quejas y denuncias de los consumidores?	X			
12. ¿Ofrece sistema adecuado de apoyo y asesoramiento postventa?	X			
13. ¿Ofrece mantenimiento y reparación a un precio razonable?	X			
14. ¿Obtiene datos del consumido únicamente por medios legales y justos?	X			
15. ¿Adopta políticas y prácticas relacionadas con el manejo responsable de los datos de carácter personal?				X

15 preguntas / Puntuación: 10.5

Sí: 1 punto // No: 0 punto // A veces: 0.5 punto

Participación activa de la comunidad

Relación con la comunidad

Pregunta o Situación	Si	No	A veces	No se / No aplica
1. ¿Consulta a grupos representativos antes de realizar inversión social y actividades de desarrollo de la comunidad?		X		
2. ¿Participa en asociaciones locales con el fin de contribuir al bien público y los objetivos de desarrollo de las comunidades?			X	
3. ¿Cuenta con un mecanismo para garantizar relaciones transparentes con funcionarios del gobierno local?	x			
4. ¿Cuenta con un programa de voluntariado para servicio de la comunidad?		X		
5. ¿Lleva un registro de las horas invertidas por los colaboradores en programa de voluntariado?		X		
6. ¿Promueve y apoya la educación en todos los niveles y se involucra en acciones que mejoran la calidad de la educación?			X	

7. ¿Reconoce, valora y promueve actividades culturales y tradiciones locales que sean coherentes con el respeto a los derechos humanos?			X	
8. ¿Analiza el impacto de sus decisiones de inversión sobre la creación de empleo?	X			
9. ¿Cuenta con un programa de inclusión laboral para grupos vulnerables?		X		
10. ¿Cuenta con prácticas que permitan la transferencia y difusión tecnológica?				X
11. ¿Contribuye con iniciativas que estimulen la diversificación de la actividad económica existente en la comunidad?	X			
12. ¿Considera ayudar a otras organizaciones a operar dentro del marco jurídico apropiado?	X			
13. ¿Contribuye con programa y alianzas duraderas que apoyen a los miembros de la comunidad?				X
14. ¿Apoya el desarrollo de asociaciones de emprendedores establecidas en la comunidad?			X	
15. ¿Prioriza proyectos que sean viables en el largo plazo y contribuyan al desarrollo sostenible?	X			

15 preguntas / Puntuación: 6

Sí: 1 punto // No: 0 punto // A veces: 0.5 punto

6 – PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

6.1 Planificación estratégica

Es importante destacar que la planificación estratégica es el elemento fundamental del desarrollo de plan de RSE para la empresa Sigma Petroleum Srl la cual estará representada por cada elemento que requiera y de acción estratégica según los resultados obtenidos en los estudios internos y externos.

Para esto se dispone de una serie de factores que se van a definir de manera estratégica para detallar cada fase del plan de RSE.

Los fundamentos del plan de RSE se enfocarán en los aspectos educativos, deportivos satisfaciendo las necesidades de la comunidad y de nuestros colaboradores.

6.1.1 Misión y visión

Misión

Establecer políticas estratégicas a través del plan de Responsabilidad social empresarial para articular las relaciones empresa comunidad en el marco de la cooperación y desarrollo social.

Visión

Mantener el desarrollo continuo del plan de Responsabilidad Social Empresarial por parte de Sigma Petroleum Srl y evaluar los objetivos estratégicos para su mejor aplicación cada periodo establecido.

6.1.2 Políticas

Las políticas de la empresa Sigma Petroleum Srl. se basan en equilibrio organizacional, es decir mantener un clima laboral estable, otra política es de la motivación al trabajo y el compromiso de sus colaboradores con la empresa, profesionalización y ética.

6.1.3 Requisitos legales.

- Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08.

Considerando primero que las normas que sustancialmente organizan y rigen la vida de las sociedades comerciales dominicanas datan de principios del siglo XIX, siendo escasas las modificaciones operadas desde entonces.

- Ley No. 488-08 Establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)

Considerando primero que las Micro, Pequeña y Mediana Empresa (mipymes), constituyen un soporte importante de la economía dominicana, toda vez que representan una de las principales fuentes de generación de empleos en el país, que aportan un significativo porcentaje al crecimiento anual del Producto Interno Bruto, y que contribuyen a la creación de un ambiente favorable a la gobernabilidad y la estabilidad social de la Nación.

6.1.4 Áreas y ámbitos prioritarios de intervención.

Educación.

Dados los factores encontrados el área de educación es una de lo más importante en el desarrollo del plan de RSE, esta se planificará en un programa de becas de estudios en todas las área de y niveles de la educación Dominicana dando prioridad a los más vulnerables en su desarrollo intelectual y profesional. Las definiciones del programa serán detalladas más adelante con respecto a los estándares de requerimiento para la obtención del beneficio. De igual forma esta área se trabajará con organizaciones sociales así como la inclusión del ministerio de educación del país.

Deporte.

En el área deportiva será también un área estratégica ya que la formación deportiva y el descubrimiento del talento a través de clubes, academias deportivas serán los factores de inicio

para articular la empresa con la comunidad dando también énfasis a los jóvenes y niños de nuestros colaboradores.

Tecnología.

Se impulsará un desarrollo de formación tecnológica para articular la participación de los colaboradores así como profesionales que deseen incursionar en nuestra empresa a través de conocimiento de control de equipos y aparatos tecnológicos para la producción de la planta.

6.2 Planificación Operativa

Es importante señalar que la planificación estratégica va a permitir la toma de decisiones en base a las realidades de la empresa y de su entorno para desarrollar cada estrategia. En este sentido la planificación estará enmarcada por fases y áreas importantes como los objetivos, la misión y visión estratégica así también como los indicadores de gestión.

6.2.1 Objetivo General

Lograr un acercamiento con las comunidades ubicadas en los entornos de las estaciones de combustibles con el fin de conocer sus necesidades y desarrollar iniciativas de valor compartido que contribuyan con el bienestar de la comunidad y la concientización sobre la protección del medio ambiente.

6.2.3 Objetivos específicos

- ❖ Crear puestos de trabajo en las estaciones, para los habitantes de las comunidades vulnerables del entorno para contribuir con su desarrollo económico.
- ❖ Donar la Energía Eléctrica de parques o áreas comunes de las comunidades vulnerables del entorno para contribuir con la seguridad y la mejora de calidad de vida
- ❖ Colocar contenedores de basuras en lugares estratégicos de las comunidades vulnerables del entorno para contribuir con la higiene y la vida saludable de la comunidad.
- ❖ Colaborar con los clubes deportivos de las comunidades vulnerables del entorno dándole uniforme a los equipos de basquetbol.
- ❖ Colaborar a través de la junta de vecinos de las comunidades vulnerables del sector con la donación de mochilas y cuadernos para el inicio del año escolar.

6.3 Metas a alcanzar.

- Propiciar el desarrollo integral comunidad y empresa.
- Participación activa de la empresa en la comunidad
- Aportes a la sociedad dominicana en su desarrollo integral basados en los planes estratégicos de gobierno.
- Posicionamiento de la empresa en la sociedad
- Vinculación de la empresa a través de sus colaboradores en la comunidad

6.4 Plan de acción a corto, mediano y largo plazo.

Objetivo	Actividad	Periodo
Diagnosticar las necesidades existentes dentro del entorno social de la empresa Sigma Petroleum Srl.	<ul style="list-style-type: none">· Observación de campo· Formación de equipos de trabajo· Departamento de RSE	Mediano plazo
Diseñar estrategias que permitan desarrollar el plan de responsabilidad social	<ul style="list-style-type: none">· Resultados de diagnostico· Diseños de estrategias· Aplicación· Evaluación	Largo plazo

<p>Aplicar el plan de responsabilidad social de la empresa Sigma Petroleum Srl para lograr el desarrollo de articulación de la empresa con la sociedad dominicana.</p>	<p>· Aplicación del plan de RSE</p>	<p>Largo plazo</p>
--	-------------------------------------	---------------------------

Fuente: Sustentante

6.5 Responsabilidades.

Las responsabilidades van desde la aplicación y el control exhaustivo para llevar a desarrollar cada aspecto del plan de RSE.

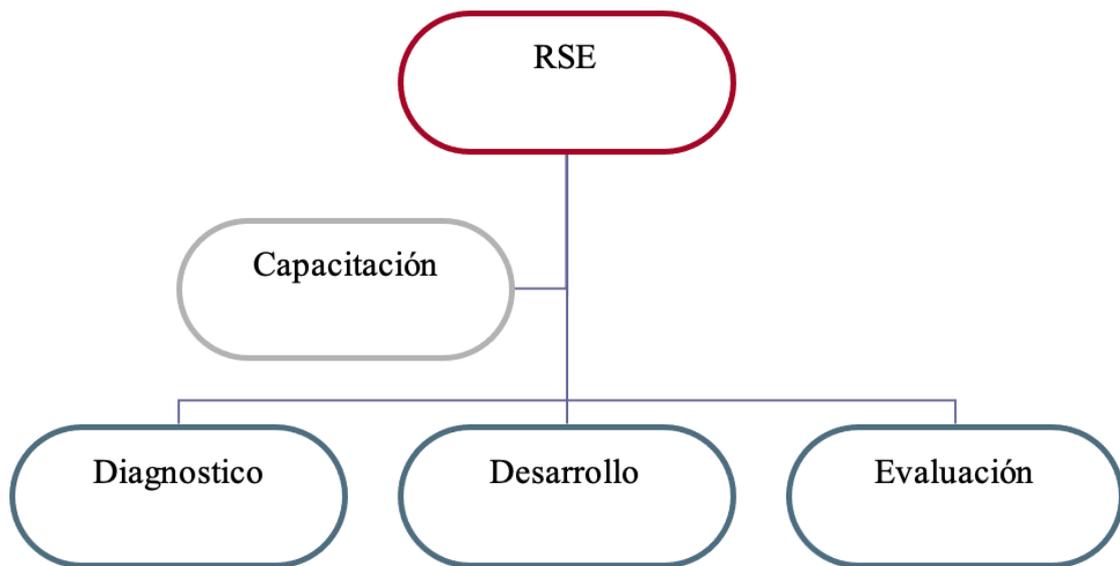
6.6 Capacitación y formación actores aliados.

Capacitación a colaboradores.

Se presenta dentro del plan aplicar un programa de capacitación para colaboradores donde se desarrollen adiestramiento sobre lo que son los fundamentos de la Responsabilidad social empresarial así como también la conectividad con la comunidad y las necesidades de estas.

Otro tema será la exigencia sobre la RSE en el estado dominicano y cuáles son los avances en la actualidad, esto permitirá al equipo de trabajo encargado comprender los avances de RSE en el país así como las acciones de la empresa en esta área.

6.7 Desarrollo esquema de control para documentar.



Fuente: Sustentantes

6.8 Definición de cronograma de implementación y registro.

Estrategias	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Investigación diagnóstica						
Evaluación y diseño de estrategias						
Aprobación por el consejo						
Reunión con colaboradores asignados al área de RSE						
Primera visita a comunidades						
Presentación de propuesta en educación, deporte y medio						

ambiente						
Puesta en marcha del plan						

Sustentantes

6.9 Comunicación

Las áreas de comunicación estarán diseñadas a través de contacto directo con los agentes seleccionados para el trabajo en equipo así como los entes gubernamentales y sociales ya definidos.

6.10 Desarrollo de estrategia y plan de comunicación.

Las estrategias de comunicación se basarán en lo siguiente;

- Ø Encuentro con los entes sociales y gubernamentales
- Ø Reuniones y mesas de trabajo
- Ø Aplicación de actividad según sean los casos
- Ø Apertura de un equipo de comunicación digital para informar
- Ø Crear un equipo de trabajo de contacto con la comunidad

6.11 Informe de sostenibilidad.

Se realizará un reporte de sostenibilidad impreso y en versión digital con la recopilación de todas las iniciativas realizadas (Fotos, descripción, datos estadísticos, indicadores y Objetivo de Desarrollo Sostenible impactados) que permita mantener informado de las iniciativas más relevante a los grupos de interés y aliados estratégicos

6.12 Seguimiento y medición

Esta área de seguimiento y control se abordara por un equipo formado exclusivamente para la evaluación de la programación aplicada.

Cumplimiento	Interpretación o criterios	Nota de evaluación
%	No lleva a cabo la RSE en los aspecto sociales, económicos y ambientales	
%	La participación de la RSE es buena, cumple con lo exigido.	
%	Aporta la RSE los beneficios a la comunidad y a la empresa	
%	Se aplican satisfactoriamente todos los requisitos exigido en el plan de RSE	

6.13 Definición de indicadores.

- Aplicación
- Desarrollo estratégica
- Avances en programas educativos y deportivos
- Control
- Integración comunidad empresa

6.14 Desarrollo plan de seguimiento y monitoreo.

- Asegurar la motivación, el compromiso y el apoyo de la alta gerencia, en la implementación de proyectos de RSE.

- Identificar la importancia que tiene la RSE en Sigma Petroleum Srl.
- Difundir a través de medios digitales información básica de RSE para nuestros colaboradores y público en general.
- Diseñar y poner en marcha planes de capacitación.

6.15 Revisión y mejora

Esta área se desarrollará por parte de un equipo de especialización en RSE que permita evaluar e impulsar las estrategias.

6.16 Revisión por la dirección.

Esta se dará en periodos cortos para dar seguimiento a las actividades, programas y capacitaciones que contemplen el plan de RSE.

6.17 Realizar ajustes y mejoras.

Esto dependerá de las actividades en desarrollo a los cuales serán evaluadas para su mejoría según sea el caso, en este sentido esta área es la más importante ya que la evaluación dará a mejorar los resultados planteados por los objetivos desde el general a los específicos.

7. PRESUPUESTO VINCULADO AL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

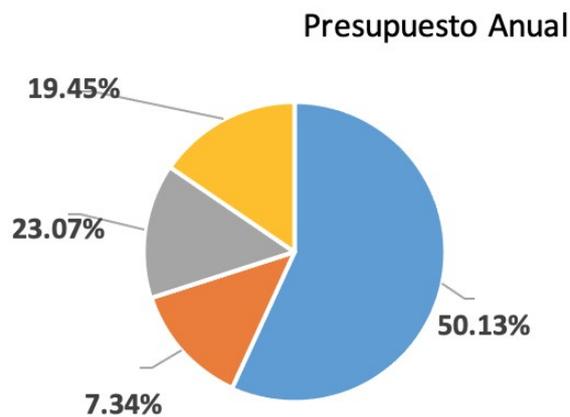
Para fines de evaluar la viabilidad de las propuestas anteriormente realizadas divididas en los objetivos, se llevó a cabo la realización de un presupuesto que contempla todos los desembolsos de efectivo en los que debe incurrir la empresa Sigma Petroleum Srl. para implementar ciertas estrategias. Dicho presupuesto, contempla un período de 4 años y los precios presentados son estimados que servirán como referencia a la empresa para valorar el plan de RSE. La moneda es en DOP (Pesos Dominicanos). Por último, contempla el total que se debe invertir tanto por perspectiva como por año.

PRESUPUESTO PLAN RSE SIGMA PETROLEUM SRL		
Ob jeti vos	Valor Total x 4 años	Ponder ación
Diagnosticar las necesidades existentes dentro del entorno social de la empresa Sigma Petroleum Srl.	\$ 1,866,360.63	50.13%
Diseñar estrategias que permitan desarrollar el plan de responsabilidad social	\$ 273,387.50	7.34%
Aplicar el plan de responsabilidad social de la empresa Sigma Petroleum Srl para lograr el desarrollo de	\$ 724,103.13	19.45%

articulación de la empresa con la sociedad dominicana.		
Otros	\$ 859,020.47	23.07%
TO TA L	\$ 3,722,871.72	100.00%

Fuente: Sustentantes

Así también, se ha graficado el presupuesto para el desarrollo del plan, de manera tal que se pueda visualizar aquellas áreas en las cuales la empresa debe incurrir un mayor gasto y las áreas que no poseen un alto nivel de desembolso de efectivo



Presupuesto Anual

Fuente: Elaboración de los sustentantes

7.1 Análisis de retorno sobre la inversión (Beneficios).

El retorno de la inversión se medirá a partir del 2 año de aplicación del plan responsabilidad social empresarial para determinar los ajustes en el presupuesto ya que la inversión

está sujeta a cambio según sean las prioridades de la empresa hacia la dirección de la estrategias de los recursos y la necesidad de la comunidad y colaboradores como actores beneficiario de la RSE de la empresa Sigma Petroleum Srl

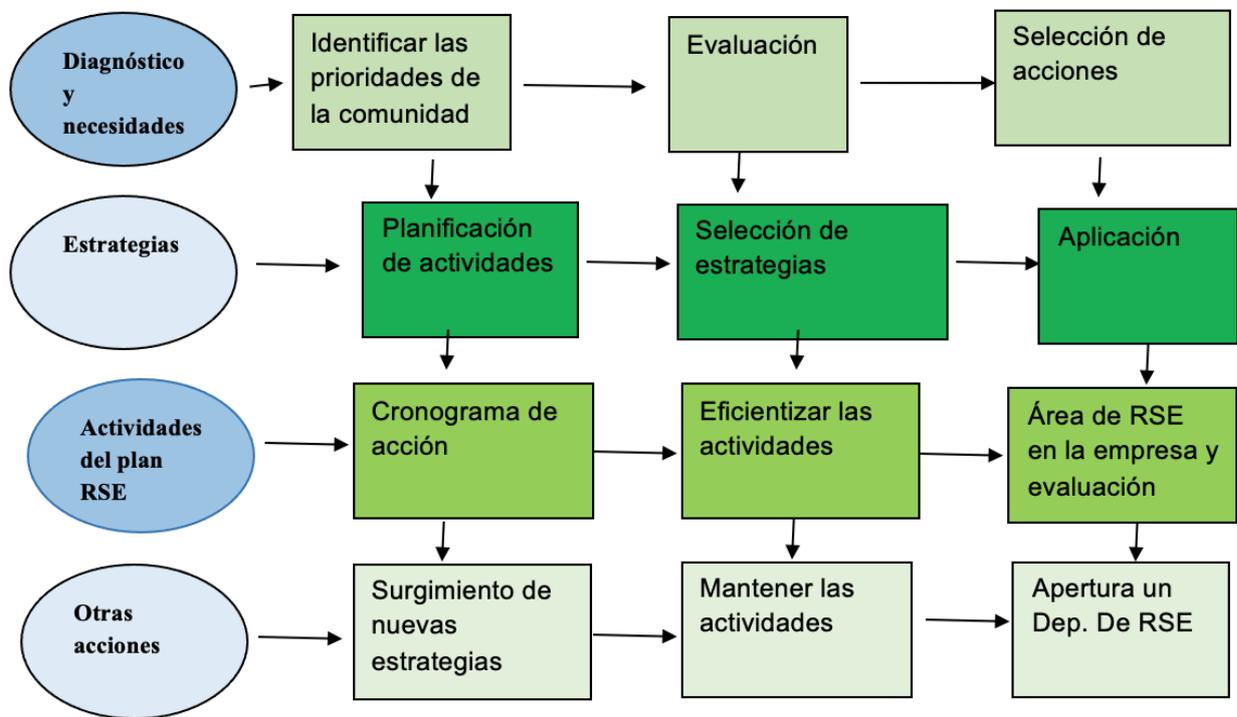
7.2 Alineación Personal.

En cuanto a la alineación del personal con el plan de RSE, podemos relacionar directamente los objetivos de cada estrategia con las responsabilidades de ciertos colaboradores, quienes se encargan de los proyectos según la finalidad de cada uno.

La alineación de todo el equipo de la empresa hacia los propósitos, valores y objetivos comunes es lo que determinará el porcentaje (%) de cumplimiento de los mismos y qué tan eficiente sean las tareas.

7.3 Mapa Estratégico.

Objetivos



8 - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Aspectos concluyentes

La investigación se basó en la realización del esquema del Plan de Responsabilidad Social Empresaria de la empresa Sigma Petroleum en el periodo Septiembre- Diciembre 2021 en Santo Domingo, República Dominicana.

En este sentido podemos mencionar que el principal objetivo fue alcanzado ya que los elementos fundamentales de la empresa fueron expuestos para identificar los alcances que tendrán el plan de RSE y las posibles estrategias para alcanzar cada objetivo planteado en el plan de RSE.

Así también como el diagnóstico en la comunidad y el entorno de la empresa como un elemento principal en la dirección de las estrategias y hacia donde las podemos identificar para la efectividad en la aplicación del plan, de RSE.

Con respecto a los objetivos específicos podemos concluir lo siguiente:

ü Considerar puestos de trabajo en las estaciones, para los habitantes de dichas comunidades, de esta manera, se contribuirá con el desarrollo de empleos.

En base a las estaciones de servicio de la empresa se aplicara una evaluación de cada sector para conectar a cada una de ella con el plan de RSE, teniendo en énfasis las fases del plan y los ejes de acción bien sea en medio ambiente, educación, deporte u otro eje.

ü Considerar donar la Energía Eléctrica, de algún semáforo de la comunidad, en caso de ser necesario, para los fines de prevenir accidentes.

Dentro de los ejes de acción están estrategias de vulnerabilidad hacia las comunidades donde se encuentra la empresa, en este sentido el diagnóstico y la evaluación darán los resultados en los aportes como lo mencionado en el objetivo planteado.

ü Colocación de un límite de contenedores de basuras, estratégicos para contribuir con la higiene de la comunidad.

Uno de os elemento encontrados dentro de la responsabilidad social es el medio ambiente y la contaminación que se genera en la actualidad, en este sentido la parte ambiental será prioridad para el plan de RSE en la empresa y aportar según lo requerido aporte para reguardar el medio ambiente a lo cual puede enfocarse a lo planteado en el objetivo.

ü Colaborar con la donación de una cantidad de uniformes a los equipos de deportes de la comunidad.

Las estrategias deportivas están dentro de los ejes de acción y la participación de la empresa en el desarrollo deportivo de las comunidades así como el aporte de becas deportivas a jóvenes será un factor fundamental en el desarrollo integral.

ü Colaborar con la donación de entrega de una cantidad de mochilas, zapatos y uniformes.

De igual forma el área de educación está dentro de las prioridades de la empresa en el plan de RSE, en este sentido becas educativas así como capacitaciones educativas al personal colaborador y a la comunidad. Esta área es la más representativa en la invención del plan.

ü Contribuir con el bienestar de una o dos comunidades que se encuentren en el entorno cercano a una Estación de Servicio existente SIGMA, o como proyecto a mediano plazo

La integración hacia la comunidad y lograr el desarrollo de estas en lo social y otros factores es la responsabilidad no solo del estado sino también de la empresa, por eso las estrategias de acción en el plan estas diseñadas para garantizar para contribuir al bienestar de las comunidades.

Recomendaciones generales y específicas.

Los resultados de esta investigación son una aproximación empírica para comprender cuáles son las posiciones de las empresas que carecen de responsabilidad social. Los hallazgos presentados pueden ser un referente para continuar investigando sobre la conjugación de estas variables: comunidad, responsabilidad social y desarrollo. Estos temas, si bien han sido poco explorados en la literatura, resultan ser estratégicos para el desarrollo de la RSE.

ü Se recomienda aplicar investigación que permitan conocer más a profundidad científica los factores de las RSE en Dominicana.

ü Permitir por parte de los entes gubernamentales dar a conocer los procesos de responsabilidad social empresarial a las empresas y establecer foros para el conocimiento de la población.

ü Los valores personales y dimensiones culturales inciden en la percepción de la RSE por ende deben de ser más estudiados a profundidad para tener más claros dichos temas.

ü Comprender por parte de las empresas que perciban la RSE en su triple dimensión (económica, social y medioambiental), mientras que los orientados al bienestar únicamente perciben la vertiente social como prácticas socialmente responsables.

ü Las futuras investigaciones deberán analizar la influencia de la RSE en las comunidades, al tiempo que se identifican las potenciales categorías estrategias donde mayor relevancia adquiera la RSE.

Referencia bibliográfica

Bolaños Lobo, D. C. (2014). La comunicación de la responsabilidad social de empresas privadas a través de memorias de sostenibilidad realizadas en base a la herramienta del Global Reporting Initiative, 2010-2011: caso Ecuador, Mutualista Pichincha.

- Vallaey, F. (2020). ¿ Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios*, 17(42), 309-333.
- Arévalo, J. D. J. C. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas:¿ qué tanto se cumplen las buenas prácticas?. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 8(1), 107-115.
- Zorrilla Garay, G. V. (2020). Nuevas Estrategias para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y micro empresas, a través de la implementación de factores de evaluación en las Contrataciones Públicas en el Perú.
- Ramírez, C.; y, Ramírez, M. (2016). *Fundamentos de Administración*.
- María Estela Raffino.2020; que es la administración; recuperado de <https://concepto.de/administracion/>
- Falconi J, Luna K., Sarmiento W. & Andrade C. 2019. Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa de motocicletas y ensamblajes.
- Zarzar, F. 2015; *Principios de administración*. México
- Nakata, C. y Hwang, J. (2020). Design thinking para la innovación: composición, consecuencia y contingencia. *Revista de investigación empresarial* , 118 , 117-128.
- Vidal, I. (2011). *Sostenibilidad y Responsabilidad Social en la empresa*. Barcelona– España: Informe especial de d* i Llorente & Cuenta, 7.
- Fernández, M. A., & Ríos, R. C. (2020). Desafíos para las empresas en un escenario de cambio climático:¿ El fin del business as usual?. *Revista de Derecho Ambiental*, (13), 7-37.
- http://www.diariolibre.com/noticias/2008/10/31/i175467_estudio-revela-que-esta-rezagada-responsabilidad-social-empresarial.html

<http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/>