

Forjando un camino sostenible: Plan de Responsabilidad Social Corporativa para una empresa de servicio de galvanizado

PROBLEMA

Una empresa de servicio de galvanizado en la ciudad de Guayaquil no aplica la responsabilidad social corporativa en sus funciones.

Esto se refleja en factores que afectan su competitividad y percepción en el mercado como:

-  Falta de conciencia ambiental entre sus colaboradores.
-  Manejo ineficiente de residuos.
-  Limitada integración de prácticas sostenibles.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan estratégico de responsabilidad social corporativa que promueva la adopción de prácticas sostenibles en una empresa de servicio de galvanizado en la ciudad de Guayaquil.



PROPUESTA

Investigación de mercados

Se aplicaron técnicas de investigación de mercados para la recopilación de información cuantitativa y cualitativa. Estas fueron realizadas a colaboradores y grupos de interés para la identificación de sus necesidades.



5 entrevistas



58 encuestas



2 clientes fantasma



Empatizar

- Mapa de empatía
- Mapa de actores
- Matriz de stakeholders



Idear

- Entrevista y encuestas
- Lluvia de ideas



Evaluar

- Matriz de feedback



Definir

- Técnica satura y agrupa
- Investigación de mercados



Prototipar

- Plan estratégico de RSC

Design Thinking

Esta metodología fue utilizada para el análisis interno de la empresa y el desarrollo del plan de Responsabilidad Social Corporativa.

RESULTADOS

Plan estratégico de Responsabilidad Social Corporativa

El plan se desarrolló en base a un presupuesto limitado del **5% de la utilidad del ejercicio**, lo que resulta en una disponibilidad de recursos \$11.829,75.

El plan fue realizado en base a tres ejes fundamentales, en las cuales se identificaron las siguientes áreas de mejora:

Eje social

Implementación de estrategias para la mejora de la cultura organizacional.

Eje económico

Aplicación de energía renovable como paneles solares para el edificio administrativo.

Eje ambiental

Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa.

45 %

De los colaboradores de la empresa **desconocen el concepto de responsabilidad social corporativa**. Esto evidencia una necesidad de capacitaciones y sensibilización.

74 %

De los colaboradores **mencionaron su interés en adoptar prácticas sostenible**. Esto representa una oportunidad para alinear las operaciones con estándares socialmente responsables.

CONCLUSIONES



- Se evaluaron los aspectos social, ambiental y económico de la empresa objeto de estudio, donde se identificaron oportunidades de mejora como la enfatización en la gestión de residuos en áreas administrativas y planta productiva.
- El 38.60% de los trabajadores consideró que el eje social debería ser la prioridad, seguido el 33.33% para el eje económico y finalmente el 28.07% atribuible al eje ambiental.
- Se desarrolló el Plan de Responsabilidad Social (RSC) en base a tres ejes: social, económico y ambiental. Para esto, se cumplió con el presupuesto delimitado por el cliente. Esto permitió que se considere la aplicación del plan sin que este afecta la funcionalidad de la empresa.