	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>
	DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(77)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	NELCY AVENDAÑO PRADO ELIZET GUERRERO GUERRERO
FACULTAD	DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIRECTOR	HENRY EMIL TORRES PARADA
TÍTULO DE LA TESIS	DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

La presente investigación tiene por objeto realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del Canal Comunitario TV San Jorge, de la ciudad de Ocaña, en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron: establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, mediante un diagnóstico situacional; determinar la estructura organizacional del Canal Comunitario TV San Jorge, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones y procedimientos.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 77	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 15	CD-ROM: 1
--------------------	----------------	--------------------------	------------------



**DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA
CIUDAD DE OCAÑA**

**NELCY AVENDAÑO PRADO
ELIZET GUERRERO GUERRERO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2014**

**DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA
CIUDAD DE OCAÑA**

**NELCY AVENDAÑO PRADO
ELIZET GUERRERO GUERRERO**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de Administradoras
de Empresas**

**Director
HENRY EMIL TORRES PARADA
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	13
<u>1. DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA</u>	14
1.1 <u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	14
1.2 <u>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	15
1.3 <u>OBJETIVOS</u>	15
1.3.1 General	15
1.3.2 Específicos	15
1.4 <u>JUSTIFICACIÓN</u>	16
1.5 <u>DELIMITACIONES</u>	16
1.5.1 Conceptual	16
1.5.2 Operativa	16
1.5.3 Temporal	16
1.5.4 Geográfica	16
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	17
2.1 <u>MARCO HISTÓRICO</u>	17
2.1.1 Historia de la responsabilidad social empresarial en el mundo	17
2.1.2 La responsabilidad social empresarial en Colombia	19
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local.	22
2.2 <u>MARCO CONTEXTUAL</u>	24
2.3 <u>MARCO CONCEPTUAL</u>	24
2.3.1 Temática sobre Responsabilidad Social Empresarial	24
2.4 <u>MARCO TEÓRICO</u>	29
2.4.1 Teoría de los stakeholders	29
2.4.2 La teoría de la legitimación	32
2.4.3 Teoría de la actuación social de la empresa.	34
2.4.4 Teoría del valor para el accionista o capital fiduciario.	34
2.4.5 La teoría de la dependencia de recursos	34
2.5 <u>MARCO LEGAL</u>	35
2.5.1 Constitución política de Colombia	36
2.5.2 ISO 26000 (RSE)	37
2.5.3 Ley 70 de 2010	38
2.5.4 Norma SA-8000	40
<u>3. DISEÑO METODOLÓGICO</u>	41
3.1 <u>TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>	41
3.2 <u>POBLACIÓN Y MUESTRA</u>	41
3.2.1 Población	41

3.2.2 Muestra	41
3.3 <u>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</u>	41
3.4 <u>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</u>	42
3.4.1 Respuesta dada por los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge.	42
3.4.2 Respuesta a la encuesta aplicada a los trabajadores del Canal Comunitario TV San Jorge.	48
4. <u>RESULTADOS</u>	57
4.1 <u>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</u>	57
4.2 <u>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, PARA CONOCER SU MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, VALORES, ORGANIGRAMA Y MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS.</u>	58
4.2.1 Misión.	58
4.2.2 Visión	58
4.2.3 Objetivos	58
4.2.4 Valores	59
4.2.5 Organigrama	59
4.2.6 Manual de funciones y procedimientos	59
4.3 <u>PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EJECUTADAS POR EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, CON SUS GRUPOS DE INTERÉS.</u>	59
4.3.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados	59
4.3.2 Responsabilidad social empresarial con los accionistas	61
4.3.3 Responsabilidad social empresarial con los proveedores	61
4.3.4 Responsabilidad social empresarial con los usuarios.	61
4.3.5 Responsabilidad social empresarial con la comunidad.	61
4.3.6 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente	62
4.4 <u>ESQUEMA DE APORTE AL DESARROLLO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL</u>	62
4.4.1 Aporte al desarrollo ambiental	63
5. <u>CONCLUSIONES</u>	67
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	68
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	69
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	70
<u>ANEXOS</u>	71

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama.	60
Figura 2. Esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental.	62

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Conoce si el Canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial	42
Tabla 2. El Canal Comunitario TV San Jorge motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?	43
Tabla 3. Considera que el Canal se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?	44
Tabla 4. Se vive dentro del Canal Comunitario TV San Jorge un ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos?	45
Tabla 5. En el Canal se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios?	46
Tabla 6. Cree usted que el trato que le dan los directivos y trabajadores de la empresa a los usuarios es el adecuado?	47
Tabla 7. ¿Cuántos años ha laborado en el Canal Comunitario TV San Jorge?	48
Tabla 8. ¿Qué derechos laborales le brinda la empresa a los empleados?	49
Tabla 9. ¿Considera usted que el Canal Comunitario le brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo?	50
Tabla 10. ¿Le brinda la empresa un trato adecuado en el aspecto personal y profesional?	51
Tabla 11. ¿Le ha brindado el Canal, algún reconocimiento por su desempeño laboral?	52
Tabla 12. ¿Refleja la empresa transparencia y justicia en todas sus actividades?	53
Tabla 13. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial	54
Tabla 14. Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable	55
Tabla 15. Qué necesita el Canal Comunitario para aplicar o perfeccionar la práctica de Responsabilidad Social Empresarial	56

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Conoce si el canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial	42
Gráfico 2. El Canal Comunitario TV San Jorge motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?	42
Gráfico 3. Considera que el Canal se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?	44
Gráfico 4. Se vive dentro del Canal Comunitario TV San Jorge un ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos?	45
Gráfico 5. En el Canal se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios?	46
Gráfico 6. Cree usted que el trato que le dan los directivos y trabajadores de la institución a los usuarios es el adecuado?	47
Gráfico 7. ¿Cuántos años ha laborado en el Canal Comunitario TV San Jorge?	48
Gráfico 8. ¿Qué derechos laborales le brinda la institución a los empleados?	49
Gráfico 9. ¿Considera usted que el Canal Comunitario le brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo?	50
Gráfico 10. ¿Le brinda la empresa un trato adecuado en el aspecto personal y profesional?	51
Gráfico 11. ¿El Canal TV San Jorge le ha brindado algún reconocimiento por su desempeño laboral?	52
Gráfico 12. ¿Refleja la empresa transparencia y justicia en todas sus actividades?	53
Gráfico 13. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial	54
Gráfico 14. Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable	55
Gráfico 15. Qué necesita el Canal Comunitario para aplicar o perfeccionar la práctica de Responsabilidad Social Empresarial	56

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a los usuarios	72
Anexo B. Encuesta dirigida a los trabajadores	74
Anexo C. Encuesta dirigida al Gerente.	76

RESUMEN

La presente investigación tiene por objeto realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del Canal Comunitario TV San Jorge, de la ciudad de Ocaña, en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron: establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, mediante un diagnóstico situacional; determinar la estructura organizacional del Canal Comunitario TV San Jorge, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones y procedimientos; identificar las prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, con sus grupos de interés, y finalmente, proponer el esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer del Canal Comunitario con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

En cuanto a la metodología empleada fue de tipo descriptiva, con la cual será posible conocer la situación actual del Canal Comunitario TV San Jorge.

El trabajo desarrollado es un aporte y orientación al Canal, brindando la oportunidad para conocer la situación actual, evaluando la misma, y de esta manera ejecutar las actividades administrativas que se llevan a cabo en la empresa.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del Canal Comunitario TV San Jorge, de la ciudad de Ocaña. Dicha empresa en la actualidad aún no ha realizado un diagnóstico que determine el grado de responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta su importancia para la provincia de Ocaña en lo relacionado con la oferta de un servicio necesario, así como en lo relacionado con la generación de empleo y demás beneficios de una empresa legalmente establecida, lo cual implica que no haya identificado su incidencia social entre la comunidad del municipio, especialmente si se tiene en cuenta la clase de servicios ofrecidos, que en todo sentido pretenden el bienestar de los usuarios de los mismos.

Teniendo en cuenta el alcance y el impacto de las empresas en la sociedad, se ve la necesidad de realizar un diagnóstico que determine el grado de Responsabilidad Social Empresarial del Canal Comunitario TV San Jorge, que permita fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en relación con sus usuarios.

Para la ejecución del trabajo, se desarrollaron los objetivos específicos planteados, que fueron: establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, mediante un diagnóstico situacional; determinar la estructura organizacional del Canal Comunitario TV San Jorge, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones y procedimientos; identificar las prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, con sus grupos de interés, y finalmente, proponer el esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer del Canal Comunitario con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

El aporte que deja la investigación, se puede hacer desde distintos puntos de vista, como son la fuente de consulta para personas particulares y jurídicas relacionadas o interesadas con la RSE de las empresas de televisión local. Un estudio que deja interrogantes a la empresa Canal Comunitario TV San Jorge, respecto al tema de Responsabilidad Social Empresarial. Igualmente, el grupo de investigación se beneficia debido a que el enfoque de la investigación se estructura en el desarrollo local y regional, contribuyendo a la producción de conocimiento científico como respuesta a las necesidades regionales de las organizaciones para mejorar la productividad y competitividad y en su defecto, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, contribuye al desarrollo económico y social de la región.

1. DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social Empresarial puede ser definida como una visión de negocios en la cual se incorporan valores éticos, políticas y programas diseñados para sustentar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico a la preocupación por el impacto de éstas en su entorno social y natural. A su vez, es una herramienta que aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso de globalización, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa.¹ Las variaciones del medio ambiente, el deterioro de la calidad de vida de la población, los escándalos corporativos, la carencia de ética empresarial y el trabajo de la población infantil, han hecho que la responsabilidad social empresarial, sea un requerimiento del mundo actual. La imposibilidad del gobierno para resolver los problemas, exige la participación de la sociedad en su conjunto, en especial la del sector privado en temas relacionados con la responsabilidad social empresarial. La responsabilidad social empresarial debe asumirse desde un enfoque integral para que permita dimensionar la moral equilibradamente con el criterio económico, logrando la legitimidad o la validez que requieren las empresas como instituciones con proyección social.

En Ocaña, las empresas se han preocupado principalmente por la producción de capital económico, desfavoreciendo y eludiendo su responsabilidad. La preocupación última se ha centrado en el favorecimiento interno y la producción, sin tener en cuenta los efectos en su stakeholder, entendido éste como el recurso humano de la empresa, los clientes, la comunidad y el medio ambiente etc. Es por ello que el Canal Comunitario TV San Jorge ha comenzado a reconocer la importancia de plantear estrategias de crecimiento y desarrollo que le ayuden a fortalecerse en la región, buscando con esto una mayor estabilidad en la ciudad de Ocaña frente a sus competidores. Todo esto ha influido a tener un cambio en la forma de pensar y de llevar su empresa alcanzando una visión competitiva; logrando así, una mente abierta a planteamientos de alternativas y soluciones para las distintas adversidades.

El Canal Comunitario TV San Jorge, se encuentra ubicado en el barrio Buenos Aires de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Se inició el 31 de Agosto 1998 en la Televisión Comunitaria con la emisión de un noticiero llamado informar. El Canal en la actualidad aún no ha realizado un diagnóstico que determine el grado de responsabilidad social, teniendo en cuenta su importancia para la provincia de Ocaña en lo relacionado con la oferta de un servicio

¹ARTÍCULOS CCRE. ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?. [online].[Bogotá, Colombia]: 2009 [cited 15 noviembre 2013]. Disponible en: Available from internet:<URL: http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf>

necesario, así como en lo relacionado con la generación de empleo y demás beneficios de una empresa legalmente establecida, lo cual implica que no haya identificado su incidencia social entre la comunidad del municipio, especialmente si se tiene en cuenta la clase de servicios ofrecidos, que en todo sentido pretenden el bienestar de los usuarios de los mismos.

La falta de un diagnóstico que determine el, ocasionará incertidumbre en cuanto al manejo de la imagen corporativa e impacto social de esta empresa, ocasionando el alejamiento de oportunidades que el medio puede llegar a ofrecer a esta empresa.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es el Canal Comunitario TV San Jorge, socialmente responsable?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General. Realizar un diagnóstico que determine el grado de responsabilidad social empresarial del Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

1.3.2 Específicos. Establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, mediante un diagnóstico situacional.

Determinar la estructura organizacional del Canal Comunitario TV San Jorge, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones y procedimientos.

Identificar las prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, con sus grupos de interés.

Proponer el esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer del Canal Comunitario con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día el concepto de “Responsabilidad Social Empresarial” está de máxima actualidad: “ser socialmente responsable” comienza a ser requisito indispensable para que una empresa sea competitiva en el mercado.

Teniendo en cuenta el alcance y el impacto de las empresas en la sociedad, se ve la necesidad de realizar un diagnóstico que determine el grado de Responsabilidad Social Empresarial del Canal Comunitario TV San Jorge, que permita fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en relación con sus usuarios.

Por todo lo anterior se puede decir que el presente trabajo traerá claros beneficios para el Canal Comunitario TV San Jorge, debido a que con la responsabilidad social empresarial que se determine, conlleva a la creencia en valores éticos, que guiarán la conducta empresarial de ésta y la relación que ella desarrolla con su entorno. Entre estos valores están el bien común, respeto a derechos humanos, la solidaridad, la transparencia, la honestidad y el desarrollo, que no solo se ejecutan cumpliendo las leyes vigentes, sino que debe implicar el desarrollo de iniciativas por parte de quienes pretenden asumir esta responsabilidad, actuando de forma propositiva y proactiva.

La importancia de este proyecto tiene varios puntos de vista, como son la fuente de consulta para personas particulares y jurídicas relacionadas o interesadas con la RSE de las empresas de televisión local. Igualmente, el grupo de investigación se beneficia debido a que el enfoque de la investigación se estructura en el desarrollo local y regional, contribuyendo a la producción de conocimiento científico como respuesta a las necesidades regionales de las organizaciones para mejorar la productividad y competitividad y en su defecto, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, contribuye al desarrollo económico y social de la región.

1.4 DELIMITACION

1.4.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos:

Estructura organizacional
Empresa
Responsabilidad Social Empresarial
Programa de responsabilidad social empresarial.
Factor social
Impacto ambiental
Diagnostico Situacional
Grupos de interés

1.5.2 Operativa. Se prevé que las principales dificultades que se pueden presentar en el logro de los objetivos consiste en la localización de las personas a encuestar, de ocurrir algún cambio será informado al director y en su defecto al Comité Curricular.

1.5.3 Temporal. La realización del proyecto tendrá duración de ocho (8) semanas, como se muestra en el cronograma de actividades.

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en las instalaciones del Canal Comunitario TV San Jorge, ubicado en la Calle 11 No.33-180 Barrio Buenos Aires de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTORICO

2.1.1 Historia de la responsabilidad social empresarial en el mundo. La Responsabilidad Social Empresarial, nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en 50's y 60's y se inicia por la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera este uso se devolver a la sociedad dichos beneficios. Las empresas creen riqueza o no, en el uso o no de un factor productivo, por lo tanto deben ser responsables de ello, por consiguiente deben ir más allá de la generación de trabajo, riqueza para los dueños del recurso financiero, deben velar por el bienestar de la comunidad donde se encuentra enclavada.

La importancia y el interés por la RSE no es nuevo, desde mediados del siglo XX se consideraba que “las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones” Howard Bowen en “Social Responsibilities of the Businessman”. Harper New York. 1953.

De tal forma que la Responsabilidad Social Empresarial ya no es discurso filosófico - en la década de los 60's – sino que es parte de la gestión empresarial en la década de 70, por consiguiente en los 80's lleva a la conformación de un contexto socialmente responsable y a la dirección estratégica por medio de la teoría de los stakeholders o grupos de interés que rodean a la organización en su devenir comercial.²

Uno de los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) vino de manera objetiva de la iniciativa del “Pacto Global” (Global Compact) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso el Secretario General de Naciones Unidas, el Señor Kofi Annan, en el FORO ECONOMICO MUNDIAL, celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999.

La perspectiva teleológica del Pacto Global es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), sobre la base de principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionados con los valores fundamentales en materia de:

Derechos Humanos
Normas Laborales
Medio Ambiente
Lucha contra la corrupción

² CAJIGA CALDERÓN, Juan Felipe. El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Cemefi, 2007. p.7.

En su fase operacional su finalidad es posibilitar a todos los pueblos del mundo compartir y acceder a los beneficios de la globalización de la economía e inyectar en el libre mercado mundial valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas de los humanos.

En tal sentido, éste se constituye en un instrumento de libre adhesión para empresas, Sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, que aplican los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones.

Los diez principios universales del Pacto Global se derivaron, básicamente, de:

La Declaración Universal de Derechos Humanos;

La Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo;

La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Las iniciativas relacionadas con la Lucha Contra la Corrupción se originó en el Mensaje en la ceremonia inaugural de la Conferencia Política de Alto Nivel para la firma de la Convención de la Naciones Unidas Contra la Corrupción Mérida, México, 9 de diciembre de 2003 Pronunciado por el Sr. Hans Corell, Secretario General Adjunto para Asuntos Legales³

Pacto Global se fundamenta en la búsqueda de manejo y solución de los problemas mundiales identificados en la Cumbre Mundial del Pacto de Naciones Unidas en Ginebra, Suiza, dichos problemas, entre otros, son:

La pobreza y el analfabetismo;

La crisis poblacional;

El conflicto global; y,

Los problemas del medio ambiente.

Para estos problemas es impostergable y esencial el compromiso real de implementarse la Responsabilidad Social Empresarial.

³ ROJAS MUÑOZ, Alfonso Lucas. Responsabilidad Social Empresarial (online). 1 ed. [Universidad Santiago de Cali]: Cali, 2012. [citado 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>

En la actualidad es menester ahondar en el debate recurrente e importantísimo sobre la mentalidad y comportamiento ético de las personas jurídicas y naturales involucradas en proceso económicos: Estado, Empresarios, Gerentes, Sindicatos, Empleados, Consumidores y Grupos de Interés.

La Responsabilidad Social Empresarial debe tener como referente el liderazgo estratégico, la cultura organizacional y el mercado, pero haciendo evidente su sensibilidad social y humana como parte de su esencia. Si el comportamiento empresarial es socialmente responsable es porque se incide, se permeabiliza y se evidencia en la sociedad una mayor equidad, una distribución de riqueza más justa y un mejoramiento de la calidad de vida de todos los humanos presentes en su entorno social.

La Responsabilidad Social y la Ética Empresarial deben mirarse, desde una perspectiva operacional, como la relación que debe existir entre empresas y gobierno en cuanto al cumplimiento de la normatividad internacional sobre los valores fundamentales que se desprenden de los cuatro ejes fundamentales y que posibilitaron que se erigieran los diez principios universales del Pacto Global.

El fundamento ético de una buena gestión empresarial debe atravesar, como mínimo y desde una perspectiva operacional, los siguientes escenarios de actuación de toda empresa socialmente responsable, estos escenarios son:

- El Normativo;
- El Operativo;
- El Económico;
- El Social, y;
- El Medio Ambiente.

2.1.2 La responsabilidad social empresarial en Colombia. El hablar de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es hablar de un tema que se está trabajando en el ámbito público y privado, como eje estratégico que con lleva competitividad, sostenimiento continuo y desarrollo en las organizaciones sin importar el sector productivo ni la actividad comercial a la que se dedique, y en la actualidad es una necesidad en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.⁴

Es tal su importancia que en Colombia, en el primer semestre del 2005 se llevaron a cabo cerca de 15 eventos donde la temática y problemática prioritaria era la Responsabilidad Social Empresarial, de ahí su categoría, eficacia y el beneficio que despierta y genera en todos los actores de la realidad nacional e internacional. Es por ello que día a día se toman decisiones gerenciales enfocadas hacia el desarrollo de la RSE, que están enfocadas hacia el axioma e combinación de prácticas éticas y socialmente responsables a la gestión administrativa en todos sus campos de acción de la organización, que son necesarias en la generación de confianza en los nichos y segmentos de mercados en los cuales la

⁴Ibid., p.8.

organización hace presencia: esta actuación es asumir los resultados por aquello que se ha hecho, conocer el impacto de dichas actitudes, como también identificar los riesgos, debilidades, oportunidades y fortalezas que se presentan a una organización.

Colombia se adhirió al Pacto Global en el 2004 y en ésta materia es uno de los países más destacados en cuanto al número de empresas que se han incorporado a la Red de Actividades de Responsabilidad Social Empresarial; pues, a finales del 2008, 180 empresas colombianas se habían adherido al Pacto y más las compañías multinacionales el número que se registró fue de 450 compañías que integraban la red de responsabilidad social en Colombia. Esta dinámica del auge que ha tenido el Pacto en Colombia, lo corrobora la encuesta sobre Mejores Prácticas Corporativas (MPC) en las empresas colombianas que llevó a cabo y publicó la Superfinanciera en septiembre de 2008 siendo altamente significativo porque “evidencia el positivo trabajo que han hecho en este sentido las compañías inscritas en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC).

El campo de la RSE, no es exclusivo de las organizaciones productivas, también hace parte de la misión, visión de las instituciones educativas, las cuales son motores impulsores de este tema debido que hace parte de una de sus funciones sustantivas como lo es la extensión.

En Colombia se ha venido implementando la Responsabilidad Social Empresarial mediante un proceso que se puede caracterizar en tres momentos que precisan la evolución de la RSE, según James Austin, Gustavo Herrero y Ezequiel Reficco, estos momentos son los siguientes:

Relación filantrópica de naturaleza asistencial

Relación transaccional: cada uno de los socios (empresas y organizaciones de la sociedad civil, OSC) asume tanto un papel de dar como de recibir)

Relación integrativa: alianzas entre empresa y OSC, donde ambas trabajan en forma integrada y las fronteras organizacionales se hacen más porosas.

Acorde a Simón Zadek se podría concebir que las empresas al desarrollar su sentido de responsabilidad corporativa pasa por cinco etapas las cuales son:

Etapas defensivas: las organizaciones niegan prácticas, efectos o responsabilidades, lo hacen para defenderse contra ataques a su reputación que podrían en el corto plazo afectar las ventas, el reclutamiento, la productividad y la marca.⁵

Etapas de cumplimiento: adoptan un enfoque de cumplimiento como un costo de hacer negocios, para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo debido a riesgos continuos de reputación y litigios.

⁵Ibid. p.9.

Etapa de gestión: introducen el tema social dentro de sus procesos centrales de gestión para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo, y obtener ganancias de más largo plazo al integrar prácticas de negocios responsables en sus operaciones diarias.

Etapa de estrategia: integran el tema social en sus estrategias centrales de negocios para mejorar el valor económico a largo plazo y obtener ventajas al ser los primeros en alinear la estrategia y las innovaciones de procesos con el tema social.

Etapa civil: promueven una participación amplia de la industria en la responsabilidad corporativa para mejorar el valor económico en el largo plazo, sobreponiéndose a cualquier desventaja inicial y así obtener ganancias mediante la acción colectiva.

Se deduce de estas etapas que la Responsabilidad Social Empresarial tiene su propia historia de desarrollo y fortalecimiento. Una primera fase la determina la RSE noestratégica que la caracteriza la filantropía. Esta fase predomina en Colombia. Aclarado que la filosofía de la RSE no es filantrópica ni moda. La filosofía de la RSE va más allá.

Sin embargo, se ilustra esta situación con las donaciones que recibió la Fundación Colfuturo por valor de US\$ 30 millones, de parte de la empresa privada, para que a partir del 2010 mil estudiantes puedan realizar maestrías y doctorados en el exterior. El dirigente empresarial Sarmiento Angulo señaló que el interés de los empresarios es "contribuir de manera responsable al desarrollo y crecimiento del país, fomentando la competitividad y productividad a través del aprendizaje y generación de conocimiento para nuestros profesionales, en las mejores universidades del mundo".

La segunda fase histórica de la Responsabilidad Social Empresarial la constituye la RS Estratégica que la caracteriza el "Diálogo con los públicos de interés, auditoría y reportes de sostenibilidad, inversión social".

Las empresas que evidencian su Responsabilidad Social como moda se caracterizan por "salir a mostrar obras sociales en comunidades vulnerables, (dejando), de revisar cómo funcionan las cosas al interior... (de ellas y en su entorno social).

La Responsabilidad Social Empresarial debe ser un compromiso real y efectivo. Por este criterio es pertinente considerar el caso de Sintravidriol-Peldarm (Organización Sindical que agrupa a los trabajadores de la Industria del Vidrio y Afines en Colombia), en esta segunda fase histórica de la RSE.

"El tránsito hacia un modelo cooperativo de relaciones laborales", fue considerado como positivo por gremios como la Andi, Acopi, Asoflores y otras instituciones que buscan establecer relaciones armónicas y duraderas entre empresarios y trabajadores.⁶

⁶Ibid., p.10.

No obstante, el informe referido afirma que dicho proceso no continuo y que por el contrario que Peldar S.A. desarrollo una serie de estrategias diferentes no socializadas por el sindicato, que incluso “puso en duda la buena... (de la empresa por el incumplimiento a los acuerdos pactados)..., faltando (de esta manera) al principio de la transparencia”.⁷

2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local. De acuerdo a la investigación realizada se encontraron antecedentes históricos sobre la responsabilidad social empresarial en algunas empresas como:

Crediservir. Concibe la Responsabilidad Social como el grado de relación y respuesta que tiene la entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona y la desarrolla desde diferentes ángulos como normativo, operacional, económico, social y ambiental, de la mano del ejercicio del objeto social: ahorro y crédito con sus asociados.⁸

Bancolombia. Hemos avanzado en la consolidación de la educación como eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa y en este año implementamos nuestro programa de Educación Financiera dirigido a niños y a jóvenes, que se ampliará y llegará a más públicos con diferentes estrategias de pedagogía.

Durante 2010 también apoyamos el arte y la cultura, nos vinculamos a causas sociales, fortalecimos la identidad de país, buscamos incluir en el ámbito financiero a más personas, generamos empleo a más de 20.000 colaboradores en Colombia y en la región, acompañamos a nuestros empleados y a sus familias a vivir con mayor bienestar, mejoramos nuestra atención y servicio a los clientes, realizamos una gestión ambiental con colaboradores, clientes y proveedores, y contamos con el trabajo de la Fundación Bancolombia, entre otras acciones.⁹

Centrales Eléctricas (EPM). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el vehículo que nos conduce hacia esa meta y se materializa en los programas y actividades que adelantamos a lo largo del año como parte de la estrategia de EPM, inseparable de la dinámica de sus negocios y parte fundamental del lenguaje, de la cultura, del modo de ser de esta organización.

La comunidad y el medio ambiente, los proveedores, los servidores, el dueño, los clientes y todos nuestros grupos de interés se dan cita en estas páginas y es junto a ellos que presentamos esta suma de realizaciones del año 2010, producto del esfuerzo de todo un equipo humano que asume su trabajo con responsabilidad social y ambiental.

⁷Ibid., p.11.

⁸CREDISERVIR. Historia de la cooperativa Crediservir (on line). 2 rev. [Ocaña, Colombia]: Crediservir, mar., 2007 [citado 23 ene., 2013]. Disponible en: www.crediservir.com p.1.

⁹BANCOLOMBIA. Bancolombia (on line). 1 ed. [Bogotá]: Bancolombia, abr., 2008 [citado 20 Nov., 2012]. Disponible en: <http://www.grupobancolombia.com/home/index.asp>

Banco de Bogotá. La responsabilidad del Banco de Bogotá ante la sociedad nace de reconocer el impacto que tienen nuestras operaciones sobre la vida de las personas y el entorno, es por lo anterior que identificamos unos ejes estratégicos que procuran reducir su impacto negativo al mínimo y potenciar el beneficio que podamos generar para la sociedad en general.

Continuamos avanzando en el diseño de la estrategia de responsabilidad social, la cual hemos comenzado a fortalecer gracias a la integración de buenas prácticas y la experiencia de BAC credomatic en asuntos estratégicos como la inclusión y la educación financiera, la responsabilidad con el medio ambiente y la inversión social.¹⁰

Reseña histórica del Canal Comunitario TV San Jorge. El 31 de Agosto 1998 inicia la Televisión Comunitaria en Ocaña con la emisión de un noticiero llamado informar para educar donde se daba a conocer los hechos informativos de la ciudad.

En el 2000 la comisión nacional de televisión (CNTV) da la licencia para que pueda funcionar de manera legal.

El Canal Comunitario TV San Jorge empieza a brindarles a todos los usuarios una televisión con el fin educativo, cultural e informativo; después de que le fue otorgada la licencia, la programación tenía una durabilidad de una hora.

El sistema de televisión fue creciendo y así mismo la demanda de producción de televisión. A partir del año 2004 el canal comienza a brindar tres horas de programación propia agregando además del informativo programa de salud, cultura, ambientales, de opinión y un espacio directo para la comunidad.

Gracias al fortalecimiento de la producción de televisión todos los programas que se hacen con un objetivo comunitario, dándole grandes satisfacciones al sistema con los premios y nominaciones que ha recibido el canal.

Entre ellos cabe mencionar el Premio Nacional al Periodismo Agropecuario (SAC), Segundo lugar en el Premio Nacional Ambiental, Nominación a los Premios India Catalina e innumerables premios y nominaciones en la cooperativa multiactiva de televisión comunitaria (COMUTV).

A la fecha el canal Comunitario Tv San Jorge cuenta con un posicionamiento y reconocimiento en el país, gracias a su excelente producción comunitaria que ha logrado identificar a los Ocañeros.

¹⁰ BANCO DE BOGOTÁ. Banco de Bogotá (online). 1 ed. [Bogotá]: Banco de Bogotá, nov., 2005 [citado 20 Nov., 2012]. Disponible en: www.bancodebogota.com/portal/page?_pageid=1773,163299075&_dad=portal&_schema=PORTAL

2.2 MARCO CONTEXTUAL

IMPORTANCIA DE PROVEEDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES DE ARCOR.

Autor: FALCO, Fernando. 2012.

Resumen: El Grupo Arcor busca establecer relaciones de confianza a largo plazo con sus proveedores, clientes y consumidores, a través de una gestión sustentable en la cadena de valor, que promueva la responsabilidad compartida. Su objetivo es lograr la calidad y excelencia en los productos y servicios, fortaleciendo la relación con los diversos actores de la cadena productiva para maximizar la satisfacción de clientes y consumidores en todo el mundo.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN PARA PYMES.¹¹

Autores: BURT, Victor.

Resumen: Promover la formación integral del empresario y su responsabilidad social, resalta parte de la misión de la ADEC. Es por ello que, desde hace más de diez años, estamos trabajando en la difusión y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Paraguay, junto a otras organizaciones.

Nos impulsa el interés de contribuir al establecimiento de una gestión empresarial con principios éticos, que reconozca los impactos que genera o le pueden generar sus distintos grupos de interés (público interno, clientes, proveedores y comunidad), así como el medio ambiente y el sector gubernamental, y actúe en consecuencia.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Temática sobre Responsabilidad Social Empresarial. Las sociedades deben generar confianza dentro de la comunidad donde operan y establecer propósitos que sirvan al bien común, sin descuidar el fin de maximizar el retorno económico para sus asociados.

Las sociedades adoptarán mecanismos que les permitan responder a las exigencias de los procesos de globalización, las políticas para-arancelarias y las convenciones internacionales con miras a lograr mayor competitividad y promover la inversión extranjera.¹²

¹¹ BURT, Victor. Responsabilidad social empresarial: guía de implementación para pymes (online). 1 ed. [Asunción]: Proyectarse, 2011 [citado 20 sep., 2013]. Disponible en:

¹² MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Responsabilidad Social Empresarial. [online]. 2 ed. [Bogotá]: Mincomercio, 2009 [citado 23 sep., 2013]. Disponible en: http://www.kpmg.com.co/files/documen_corp_gov/release/cm_c5_01.htm>

Las sociedades adoptarán políticas como la Política Ambiental, la sociedad debe generar las estrategias para prevenir y minimizar los impactos y riesgos a los seres humanos y al ambiente, garantizando la protección ambiental de la localidad en la que se encuentra ubicada mediante la optimización en el uso de los recursos naturales, materias primas y energía, prevenir y minimizar la contaminación, los residuos y los impactos ambientales, adoptar tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo, apoyándose en estructuras como promoción de la producción más limpia y promoción de la autogestión y autorregulación ambiental empresarial.¹³

Las sociedades colombianas, sean o no industriales, propiciarán una administración ambiental sana y ayudarán a controlar el impacto de sus actividades, productos y servicios sobre el medio ambiente de acuerdo con las siguientes directrices:

Trabajo de planeación. Las sociedades deberán conocer la normatividad ambiental que les sea aplicable e incorporarán dentro de su plan estratégico o ejercicio de planeación, programas de evaluación y mejoramiento ambiental que permitan dar cumplimiento a las disposiciones legales y cuando los costos resulten razonables frente a los beneficios obtenidos, desarrollar proyectos que vayan más allá de la exigencia normativa.

Trabajo de prevención. Las sociedades asumirán políticas que enfatizen la prevención de la contaminación, a través del uso de tecnologías limpias y un manejo adecuado de los desechos industriales.

Tecnologías limpias. Las sociedades desarrollarán sistemas de administración ambiental en los procesos de producción diarios y propenderán por el manejo de tecnologías limpias en las diferentes etapas productivas con participación activa de los empleados, los proveedores y demás terceros.

Desechos industriales. Las sociedades desarrollarán sistemas eficientes de recolección, eliminación, almacenamiento y recirculación segura de desechos industriales. **Uso eficiente de los recursos.** Las sociedades deberán desarrollar, diseñar, operar instalaciones, realizar actividades y proveer productos y servicios considerando el aprovechamiento eficiente de la energía y otros insumos, el uso sostenible de los recursos renovables, y la minimización de los impactos ambientales adversos.

Educación y promoción. Las sociedades adoptarán mecanismos para educar y promover la gestión ambiental, el uso adecuado de los desechos industriales, el desarrollo sostenible, y las tecnologías limpias entre los empleados, proveedores, contratistas y en la comunidad en donde opera la empresa.

Ámbitos de la R.S.E. La Responsabilidad Social Empresarial sólo se comprende reconociendo cuatro líneas o ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa.

¹³Ibid., p.3.

Éstos a su vez incluyen sus respectivos subtemas, que pueden variar de un país, de un sector o de una empresa a otra. Estos son:

Ética y gobernabilidad empresarial.
Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
Cuidado y preservación del medioambiente.

Los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales, y es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa:
Respeto a la dignidad de la persona

Empleo digno.
Solidaridad
Subsidiariedad
Contribución al bien común.
Corresponsabilidad.
Confianza.
Ética en los negocios.
Prevención de negocios ilícitos.
Vinculación con la comunidad.
Transparencia.
Honestidad y legalidad
Justicia y equidad.
Empresarialidad
Desarrollo social

En base a lo anterior, una empresa socialmente responsable es aquella que asume la ciudadanía como parte de sus propósitos, fundamentando su visión y su compromiso social en principios y acciones que benefician a su negocio e impactando positivamente a las comunidades en las que opera. Estableciendo, también, a partir de estos principios, compromisos para minimizar los impactos negativos de sus actividades, basados en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés.¹⁴

La responsabilidad social y sus actividades tienen que ser voluntarias e ir más allá de las obligaciones legales, pero en armonía con la ley. En conclusión, la responsabilidad social exige el respeto de los valores universalmente reconocidos y del marco legal existente.

Con lo que, además, la empresa puede contribuir al desarrollo del país al maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales de sus actividades principales; realizar

¹⁴ CAJIGA CALDERÓN, Juan Felipe. El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Cemefi, 2007. p.7.

inversiones sociales y filantropía estratégica e involucrarse en el debate de políticas públicas a nivel local, nacional e internacional, entre otras muchas acciones.

La responsabilidad social no debe confundirse con prácticas de filantropía, éticas o ambientales exclusivamente, ni con cualquier otra actividad adicional al propósito de la empresa. Su implementación conlleva actividades de medición y reporte de sus impactos y su relación con el desempeño de la organización, por lo que exige de la empresa rendición de cuentas y transparencia.

Podemos decir, entonces, que la Responsabilidad Social Empresarial se refiere también a la actitud y al conocimiento de una empresa encaminada a mantener el equilibrio entre el desarrollo de la sociedad, un entorno sustentable, y la viabilidad comercial y económica de ella misma.

La aspiración de una empresa por la responsabilidad social se fundamenta en el reconocimiento de la mutua interdependencia de todos los actores sociales, económicos y ambientales afectados positiva o negativamente por la actividad de la organización, y por lo tanto en el reconocimiento de que todos ellos cuentan con intereses legítimos sobre estas actividades.¹⁵

Áreas de la R.S.E. Las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden lo relativo a “los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”.

Las siguientes cinco áreas de RSE, son evaluadas como indicadores del grado de desarrollo de la RSE de una empresa. Estas son:

Valores y Principios Éticos.
Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo.
Apoyo a la Comunidad.
Protección del Medio Ambiente.
Marketing Responsable.¹⁶

Valores y Principios Éticos. Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como “enfoque de los negocios basados en los valores” y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa.

Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo. Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera

¹⁵ Ibid, p.8.

¹⁶ FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. Disponible en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.

Apoyo a la Comunidad. Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad. La empresa hoy tiene que comprometerse en áreas de la sociedad, tales como educación, salud, empleo.

Protección del Medio Ambiente. Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal.

Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

Marketing Responsable. Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto/servicio, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.¹⁷

Beneficios de la R.S.E. Los siguientes son los beneficios de practicar la R.S.E.

Gobierno Corporativo: Socios, Familia y Directivos. Disminuyen los riesgos de malos manejos.

Se asegura la transparencia y veracidad de la información.

Se crea un mecanismo para evitar los conflictos de interés.

Se crean los espacios para la resolución de controversias.

Se mejora la reputación de la empresa frente la comunidad porque se genera confianza.

Se asegura la inversión de los socios.

Atracción de otros inversionistas que ven interesante la organización.

Creación de reglas para las empresas de familia.

Derechos Humanos y Laborales – Colaboradores. Se optimizan las competencias laborales.

Se reduce el ausentismo laboral.

Eleva la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

Se disminuye la rotación de personal.

Se reduce el estrés.

Se fortalece la cultura y se mejora el clima organizacional.

Se reducen costos y se incrementan los ingresos.

¹⁷ Ibid, p., 2

Se mejora la eficiencia.

Bienes y Servicios – Clientes y Consumidores. Se mejora la calidad de los bienes y servicios.

Se mejora los niveles de satisfacción de clientes.

Genera lealtad y fidelidad de usuarios.

Se mejora el entendimiento del mercado.

Se incentiva el desarrollo de nuevos productos.

Se incrementa la rentabilidad.

Relaciones Comerciales – Proveedores, Distribuidores y Competencia. Se exigen mejoras en las prácticas de RSE en proveedores.

Se genera la cultura de RSE en la cadena de valor.

Se impulsa hacia las buenas prácticas y hacia el aprendizaje de experiencias exitosas.

Mejor entendimiento de la competencia y posibles alianzas.

Medio Ambiente: Generaciones actuales y futuras (sostenibilidad). Se toma conciencia de los impactos ambientales.

Se reduce los niveles de contaminación de la empresa.

Se promueve la producción limpia.

Se aminora los impactos ambientales.

Se disminuye la intensidad en el consumo de recursos.

Se favorece que el medio ambiente global se mantenga sostenible.

Comunidad – Comunidad, Sector Público y sociedad en general. Se mejora la concepción del mercado en un aspecto más amplio y complejo.

Añade diferenciación a las marcas y productos.

Se Promueve el desarrollo de la innovación.

Se Genera ventajas competitivas.

Se reduce la burocracia estatal.

Se fomenta la eficiencia y probidad del Estado.

2.4 MARCO TEÓRICO

2.4.1 Teoría de los stakeholders¹⁸. La palabra “stakeholder” se ha hecho popular desde que *Freeman* la propuso definiéndola como: “un grupo o individuo que puede afectar o es afectado por la realización de los objetivos de la organización”, pues ha venido creciendo la conciencia de esos efectos, los cuales siempre son, en algún sentido, al menos de doble vía. Aunque se suele citar a *Freeman* como el punto de referencia de la teoría de los stakeholders, el mismo *Freeman* se refirió a un memorando interno del Instituto de investigaciones de Standford de 1963 como un uso temprano del término; Otros autores encontraron usos del término incluso antes de los años 30 del siglo XX.

¹⁸ ARGANDOÑA, Antonio. Teoría de Stakeholder según Freeman. Barcelona: Universidad de Navarra, 2008. p.5.

Stakeholders es una palabra que tiene diversos usos tanto para la gestión estratégica, la ética de los negocios, la contabilidad social y la medición del desempeño; por lo general ha estado asociada a la gestión estratégica de la responsabilidad social de las empresas entendida como proceso de desarrollo y cambio organizacional. En realidad, se trata de una concepción que puede articular la gestión de la Responsabilidad Social desde la planeación hasta la contabilidad social, que podría considerarse como una contabilidad integral de todos los procesos, a través de los cuales la empresa rinde cuentas a la sociedad; en esta perspectiva, la contabilidad financiera sería tan sólo un proceso dentro de la contabilidad social, referido al stakeholder propio de los dueños, socios o inversionistas de la empresa.

A través de la contabilidad social se busca hacer transparentes los procesos de una organización, para que la sociedad esté mejor informada sobre sus operaciones, de manera que se puedan potenciar sus efectos positivos y tomar acciones correctivas cuando se trate de acciones que no beneficien a la sociedad. Se trata entonces, de una forma novedosa de mejorar las interacciones entre las empresas y la sociedad, en el sentido de permitir a la sociedad incidir en la transformación pacífica de las empresas en la línea de construcción de procesos de beneficio social.

Pero el hecho de la persistencia de los grandes problemas sociales y ambientales de nuestra sociedad, nos lleva a pensar que una de las múltiples causas de esos problemas es la manera en que están organizadas nuestras empresas. Estos grandes problemas pueden sintetizarse en una inmensa inequidad, pobreza y violencia, con una degradación ambiental catastrófica y con efectos desiguales: desempleo, inequidad, miseria y conflicto. Para promover la rectitud ética de las empresas, en procesos de cambio social hacia un bienestar de las mayorías y en la búsqueda de sociedades sin exclusiones, se podría asumir una posición que reconozca la complejidad y aborde las transformaciones sociales de modo plural y complementario. La promoción de la responsabilidad social de las empresas es un aspecto del conjunto de cambios que se podría suscitar, en la cual la postura más coherente sería considerar el proceso de reducción de las exclusiones que se generan con los diversos stakeholder, normalmente a favor tan sólo de los dueños o accionistas.¹⁹

La concepción de orientar la ética de las empresas hacia una gestión de responsabilidad con los stakeholders no sólo es coherente con la comprensión de los sistemas sociales como complejos y autoconstituidos, sino también con la comprensión de las empresas como sistemas de interacciones complejas. La pregunta ética de fondo es si se trata de transformar este sistema a través de la violencia, o de si es posible construir otro orden social renunciando a la violencia, pero de manera que ese orden social busque operar sin exclusiones, o al menos, sin las exclusiones que identificamos en el actual orden mundial.

Cuando se trata de la gestión de la responsabilidad social, se debate el asunto de la priorización de los stakeholders, si existen unos primarios y otros secundarios, si hay unos que no importan y otros que tienen derechos efectivos que las empresas reconocen; por

¹⁹YEPES Gustavo, PEÑA Wilmer & SANCHEZ Luis.. Responsabilidad Social Empresarial. Fundamentos y Aplicación en las organizaciones de hoy. Bogotá D.C. Universidad Externado de Colombia. 2007. 220p.

ejemplo, el profesor Mitchel en 1997 propone medir la prominencia de cada stakeholder, que consiste en su poder, urgencia y legitimidad, para proceder a decidir cómo priorizar las necesidades de ese stakeholders; si un grupo presenta estas características, requiere una gran atención y debe ser priorizado en el manejo estratégico de la empresa.

Responsabilidad Social Empresarial. Tiene como fundamento fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés.

Uno de los objetivos de la Responsabilidad Social empresarial es la de fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés implementando procesos de responsabilidad social al interior, generando beneficios para las cooperativas, como para trabajadores y asociados.

Aspectos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial. Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.

Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.

Promueve el desarrollo humano sostenible.

Protege los derechos humanos.

Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.

Propósito de la Responsabilidad Social. Fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders). Implementar procesos de responsabilidad social al interior, generando los Sigüientes beneficios:²⁰

Aumento de la productividad y la rentabilidad

Fidelidad y aprecio de sus clientes

Confianza y transparencia con los proveedores

Compromiso y adhesión de sus empleados

Respaldo de las instancias gubernamentales

²⁰URIBE, Ángela. Ética, responsabilidad social y empresa. Bogotá DC. Centro Editorial Universidad del Rosario. 2005. 138p.

Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad

Oportunidades para nuevos negocios

Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y, medio ambiente)

Incremento en la participación del mercado

Mejoramiento de la cultura organizacional

Capacidad de atraer el mejor talento humano

Incremento del valor de la empresa

Mejoramiento de la comunicación interna y externa

Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

La Responsabilidad Social Empresarial previene los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen y mercado y puede llevar a la desaparición del negocio.

Aplicación de la Responsabilidad Social. La responsabilidad social empresarial se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente con unos principios básicos de gestión.

La forma en cómo cada empresa implementa su responsabilidad social depende del sector al que pertenezca, así como las particularidades e intereses de sus stakeholders, el modelo implementación de responsabilidad social empresarial desarrollado por el CCRE se compone de cinco pasos básicos para orientar las acciones que desarrolla la empresa hacia una gestión socialmente responsable, esos pasos son los siguientes:

Identificación y línea base de sus prácticas y caracterización de la responsabilidad social empresarial. Configuración de la gestión de responsabilidad social empresarial y definición de ejes de trabajo.

Diseño e implementación de un plan estratégico de responsabilidad social empresarial.

Construcción de un programa de seguimiento a la gestión de la responsabilidad social empresarial.

2.4.2 La teoría de la legitimación. Tal hipótesis nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad, y es el resultado de la aplicación del estudio de los negocios éticos. La legitimación en los business ethics subsiste en la organización cuando los

objetivos y modos de operar son acordes con las normas sociales y los baluartes de la comunidad.

La empresa en esta idea se configura y expresa con un enfoque institucional considerada como organización social coordinadora de recursos y con capacidad de influencia, incluso en la legislación, los gustos y preferencias de los consumidores y en la opinión pública, yendo más allá que la stakeholders theory. En esta teoría se dice que, el quehacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores en que una sociedad se ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas autentificando las actuaciones que las organizaciones habrán de considerar entre sus objetivos con identificación total a su entorno. Incluso la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de ésta.

De acuerdo con la idea de Gray et. al., [1996: 48] en la teoría de los partícipes se introduce una segunda variante en la que no sólo se toman en cuenta las necesidades y posibilidades de los stakeholders, sino que va más allá y añade a dicha concepción teórica, conflictos y disonancias. Se argumenta que la empresa puede solamente compenetrarse con la sociedad si su sistema de valores es congruente y acorde con esta última, lo que representa una cantidad importante de amenazas a la legitimidad de la organización, si ésta no las considera en forma idónea y oportuna.

Del respeto a la legislación y los acuerdos que establecen sus propios principios y valores, la empresa se adapta a su entorno social en busca de legitimación, de no hacerlo así, le puede acarrear una serie importante de problemas (legales o de tipo social), que podrían ir desde la pérdida de confianza y credibilidad hasta el pago de multas o sanciones por su falta de lealtad y compromiso para con la sociedad.

La legitimación del sistema de valores en el que la empresa se constituye debe estar muy por encima de las propias tradiciones y expectativas que la sociedad tiene y debe adaptarse constantemente a su dinamismo, requerimientos y preferencias garantizando la atención inmediata de las necesidades de cada uno de los participantes, e incluso excediendo las perspectivas sociales (que quizá sean muy cambiantes) y a las que deberá anticiparse oportunamente con una actuación proactiva adecuada.

Sí en algunos casos es difícil o imposible que la empresa esté en posibilidad de adelantarse a los hechos y no sea posible identificar situaciones críticas, una medida posible es que trate de aminorar o poner remedio definitivo a los problemas y a los efectos de sus debilidades, con el fin de reducir los obstáculos que encuentre en el entorno en el que se desenvuelve.

Es muy importante señalar que, al igual que en la teoría de los partícipes, la organización debe manifestar su legitimación a través de la emisión de resultados que puedan ser por todos conocidos (aun cuando en este caso no son completamente identificables por la empresa cada uno de los stakeholders). Así, las memorias de RSE son estrictamente

esenciales para refrendar su actuación con legitimidad. La contabilidad como la información emitida se ven influidas por conceptos e ideas que imperan en el contexto social en que se desenvuelven, tratando de normalizar los comportamientos de individuos y procesos que sean útiles para legitimar acciones de las firmas para que prevalezcan intereses auténticos y naturales en la empresa.

2.4.3 Teoría de la actuación social de la empresa. “La idea de la responsabilidad social, surge de considerar a la empresa dentro de la sociedad no solo produciendo efectos económicos, sino también sociales; lo cual orienta a producir menos daño y los resultados serán más beneficiosos para la gente y la sociedad”²¹.

Esta teoría sirvió para identificar la contribución de la gestión organizacional al desarrollo de la responsabilidad social corporativa desde los impactos económicos, sociales y ambientales. Igualmente se identificaron las acciones realizadas por la organización frente a los programas de RSE desde el respeto por los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

También permitió analizar el entorno, lo cual implicó comprender la situación actual y perspectivas generales y particulares del sector en el cual se desempeñan las organizaciones. Por otro lado, desde la orientación hacia el desarrollo sostenible el cual busca el equilibrio entre el crecimiento económico, la elevación de la calidad de vida y el bienestar social, protegiendo los recursos naturales en que se sustentan estos procesos y asegurando los derechos de las futuras generaciones en un ambiente sano.

Y por último sirvió para detectar dentro de las consideraciones legales que son los acuerdos básicos que la sociedad pide a sus ciudadanos, establecer unos principios éticos como son la justicia, la equidad, la confianza y el bien común.

2.4.4 Teoría del valor para el accionista o capital fiduciario. Es el concepto presentado por Friedman, M. (1.962, 1.970) y más recientemente por Michael Jensen (Jensen y Mecling, 1.976; Jensen 2.000), entre otros. “Estos autores no ven más responsabilidad social en la empresa que maximizar el valor para el accionista. Cualquier otra actuación social será aceptable si, y solo si, contribuye a este objetivo económico, ya que, para los defensores de esta teoría éste es el único fin de la empresa”²².

Esta teoría permitió identificar si las organizaciones únicamente se preocupan por maximizar el valor para el accionista y obtener beneficios económicos dejando a un lado a los grupos de interés.

2.4.5 La teoría de la dependencia de recursos. Con respecto a la Resource Dependency Theory, ésta busca maximizar el poder de las organizaciones basada en el intercambio de

²¹RODRIGUEZ. José Miguel. “Responsabilidad Social de la empresa”. Una revisión crítica a las principales teorías. 2.007. p. 52

²²Ibid., p. 57

recursos. En las corporaciones se propicia la búsqueda de relaciones entre los distintos grupos de una sociedad, y de sus partícipes, y se origina una relación de sumisión de unos a otros para cumplir su fin: para obtener los recursos necesarios.

Dentro de dichas relaciones, las empresas intentan cambiar dichas inferioridades a su propio beneficio, creando dependencia a otros a su vez. Dentro de esta perspectiva, las corporaciones están a la expectativa posicionando su estructura en patrones de conducta que conllevan la consecución y aseguramiento de recursos externos que puedan controlar y mantener para reducir paulatinamente, en lo posible, la subordinación a otros agentes por los recursos que son necesarios para llevar a cabo sus fines.

Por lo que la RDT, descansa en la asunción de que la empresa asume estar comprendida por partes internas y externas que resultan del intercambio social, formado por la influencia de sus conductas; así, el medioambiente se considera escaso y esencial para la supervivencia de la compañía, la cual depende del mismo y actúa en un medio incierto si no cuenta con los recursos necesarios, o le es difícil la adquisición de los bienes que incluye en sus procesos.

Una firma con gran variedad de recursos posee una importante fuente de poder, incluso si sólo tiene forma de asegurarse de que los obtendrá fácilmente, pero si únicamente depende de un reducido número de proveedores, esto la deja en desventaja frente a sus competidores.

De ahí que los objetivos de las firmas de cara a tener un control sobre los recursos, las llevan a minimizar su dependencia en otras empresas o a maximizar la dependencia que otras organizaciones tienen en ella. Consiguiendo también que, de alguna manera, se pueda someter a los grupos de interés al poder de la empresa, para afectar su influencia en éstos de manera significativa en su favor.

2.5 MARCO LEGAL

Los temas de RSE, en particular los relacionados con la protección del medioambiente, las mejores prácticas laborales, la salud y la seguridad, así como las relaciones con la partes interesadas, no solo ha sido una iniciativa de las organizaciones; los Estados han encontrado necesario regular algunas de estas materias y en todo caso con la visión de desarrollo sostenible de la sociedad y especialmente de su economía.

En este sentido a continuación se presentan algunas de las normas y proyectos de ley colombianos que han desarrollado estos temas y se constituyen, al menos en el caso de la constitución política, en imperativos. En otros casos como el proyecto de ley 70 de 2010 son normas que tienen un fin similar a la norma técnica, el cual es servir de guía para las organizaciones y por lo tanto son voluntarios. No obstante, es de resaltar que con esta Ley se pretende conformar organizaciones de carácter estatal que midan la evolución de los programas y las tendencias en la materia, para que recojan, suministren información y promuevan la adopción de programas de RSE.

2.5.1 Constitución política de Colombia. Los siguientes artículos de la Constitución política determinan cursos de acción y/o principios de comportamiento relativos a los temas de la RSE, los cuales se explican a continuación.

Los artículos 53, 54, 55, 56 y 57, determinan las relaciones con los trabajadores bajo el amparo de un estatuto del trabajo que considere, en concordancia con lo que la ISO 26000 define como prácticas laborales, la igualdad de oportunidades para los trabajadores, remuneración, estabilidad, irrenunciabilidad (sic) a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso.

ARTICULO 53. El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

ARTICULO 54. Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los Minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

ARTICULO 55. Se garantiza el derecho de negociación colectiva para regular las relaciones laborales, con las excepciones que señale la ley. Es deber del Estado promover la concertación y los demás medios para la solución pacífica de los conflictos colectivos de trabajo.

ARTICULO 56. Se garantiza el derecho de huelga, salvo en los servicios públicos esenciales definidos por el legislador. La ley reglamentará este derecho. Una comisión permanente integrada por el Gobierno, por representantes de los empleadores y de los trabajadores, fomentará las buenas relaciones laborales, contribuirá a la solución de los conflictos Colectivos de trabajo y concertará las políticas salariales y laborales. La ley reglamentará su composición y funcionamiento.

ARTICULO 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.

ARTICULO 58. Modificado por el artículo 1 del Acto Legislativo 1 de 1999. Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social. La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica. El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad. Por motivos de utilidad pública o de interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Esta se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa administrativa, incluso respecto del precio.

ARTICULO 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo.

Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines

ARTICULO 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

2.5.2 ISO 26000 (RSE). Será una guía que emitirá lineamientos en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés).

Se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) que publicará la certificación en el 2010.

No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

Propósito de la Norma ISO 26000 – RSE. El objetivo que se plantea es el de: Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS., refiere Boletín IRAM²³.

²³ BOLETÍN IRAM. Norma ISO 26000 – RSE. [online]. Actualizado en el 2006. Citado el 18 de Enero de 2010. Disponible en Internet En: <http://www.rlc.fao.org/iniciativa/pdf/iso26000.pdf> p. 1 de 8.

Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.

Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.

Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.

Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores);

Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;

Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

2.5.3 Ley 70 de 2010. Se definen normas sobre la Responsabilidad Social

Artículo 1. Promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, proyectos y operaciones.

Artículo 2. Se aplica a las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 del 2000 (podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial).

Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo 3. Las Empresas micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley tendrán incentivos como: Puntajes adicionales en licitaciones públicas, Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto, Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas, Fomento de innovación tecnológica y otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno nacional.

Artículo 4. Las normas deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades.

Artículo 5. Es obligación de cada persona que se acoja a la presente ley preparar y publicar un informe anual en el mes de diciembre de cada año, donde especifique. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económico o financiero de sus actividades durante el año que termina, valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año siguiente, políticas de empleo y prácticas laborales particulares de la empresa y políticas, planes programas, proyectos y operaciones adelantados por la Empresa para cumplir la Responsabilidad Social empresarial.

Artículo 6. Las empresas deberán tener en cuenta en el giro de sus negocios una valoración del impacto ambiental, social, económico, y financiero en cada una de sus actividades.

Artículo 7. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE), será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, o su delegado; El Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda, y Desarrollo Rural o su delegado; Ministerio de la Protección Social o su delegado; Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado; Director del Sena; Dos representantes de Universidades del País; Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores; Dos Representantes DE los gremios de la Industria y Comercio y Tres Representantes de las ONG.

Por último se rescata la intención de conformar un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial, que incremente el liderazgo por parte del Estado, promueva iniciativas y mida el estado del modelo en el país, lo que permite fomentar las prácticas y asegurar, como lo pretende la ISO 26000, un desarrollo sostenible en bien de la sociedad y de la economía.

2.5.4 Norma SA-8000²⁴. SA8000 es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. La norma SA8000 provee los requisitos y la metodología para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y la responsabilidad de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo.

La norma SA8000 fue creada en 1998 por un grupo internacional encabezado por el Consejo de Prioridades Económicas (CEP) y acreditado por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA). La SA8000 es vista como la norma referente a lugares de trabajo más aplicable y auditable globalmente y puede ser auditada en instalaciones de cualquier tamaño, en cualquier ubicación geográfica y sector industrial. La CEPAA ha creado requisitos muy rigurosos para la certificación de terceros, a fin de asegurar que los auditores estén perfectamente calificados y que se implementen y estén en vigencia los procedimientos de certificación, manteniéndose la confianza pública.

La norma fue creada por Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI). SAI es una organización sin fines de lucro dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables y voluntarias. El sistema de la norma SA 8000 ha sido diseñado según el modelo de las normas ya establecidas ISO 9001 e ISO 14001 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental. La norma fue desarrollada y probada en campo por el Consejo de Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities - CEP), entidad sin fines de lucro, con la ayuda de un Consejo Asesor internacional entre cuyos miembros se cuentan representantes de importantes corporaciones, organizaciones de derechos humanos, profesionales de certificación, académicos y del trabajo.²⁵

²⁴ SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. Norma SA-8000. (on line) Publicado en 2001 (citado el 6 de Diciembre de 2012). Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf> p.3.

²⁵ Ibid., p.5.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.²⁶ Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

El proyecto desarrollado se realizó teniendo en cuenta este tipo de investigación, pues se va a hacer un estudio de la situación actual del Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población. La población para este estudio estuvo conformada en la parte interna por el Gerente y 23 empleados; en la parte externa por los 8750 usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge.

3.2.2 Muestra. Por ser reducida y manejable la población interna, fue tomada en su totalidad, eliminando así el uso del muestreo.

En cuanto a la población externa, se recurrió al tipo de muestra aleatoria, en la cual se tomarán 100 usuarios escogidos al azar para ser encuestados.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la elaboración de este estudio se utilizó el instrumento de la entrevista dirigida al Gerente y la encuesta para empleados y usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge, cuya técnica facilitó la recolección de datos primarios los cuales conllevará al desarrollo del mismo.

Las técnicas de recolección secundarias utilizadas, fueron las consultas realizadas a textos relacionados con la responsabilidad social empresarial y a los asesores, docentes o personas conocedoras del tema.

²⁶ VAN DALEN, Deobold B. y MEYER, William J. Manual de técnica de la investigación educacional (online). 2 rev. [México]: Noemágico, 2011 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de la información serán analizados cuantitativamente a través de tablas y gráficas, mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

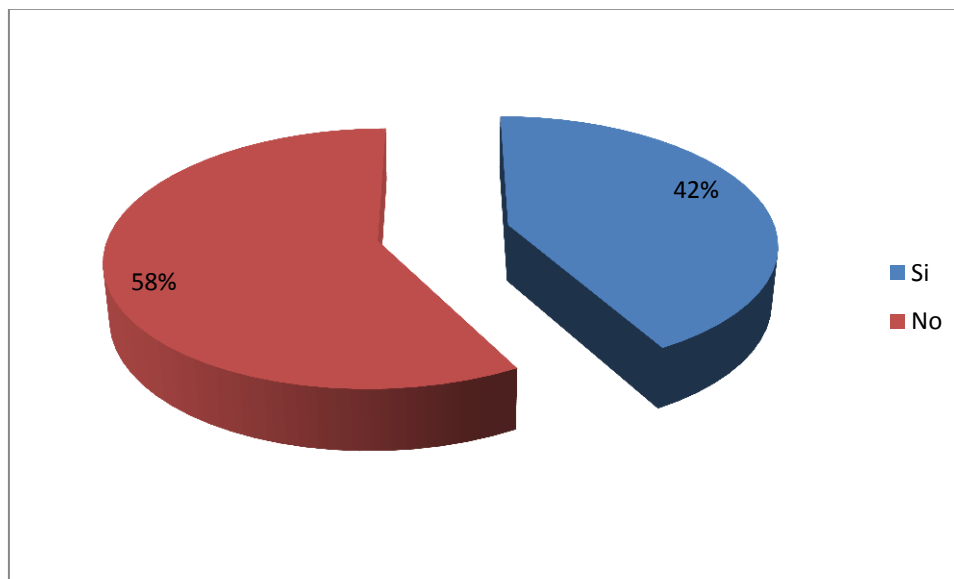
3.4.1 Respuesta dada por los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge.

Tabla 1. Conoce si el Canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	42%
No	58	58%
Total	100	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 1. Conoce si el canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Autores de la investigación.

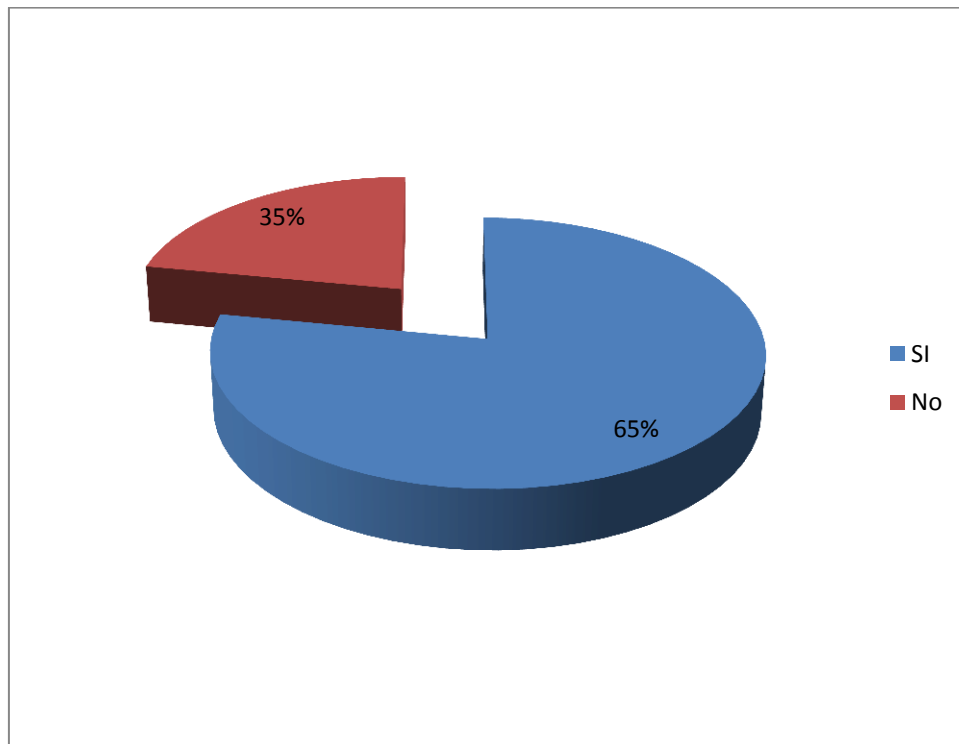
La Responsabilidad Social Empresarial, es el boom en las empresas de Ocaña, por tanto muchas personas aún no conocen del mismo, como lo es el 58% de los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge que fueron encuestados. El restante conoce del mismo,, manifestando que es el compromiso que adquiere una empresa con los trabajadores, la comunidad, proveedores en las diferentes actuaciones que el canal efectúa.

Tabla 2. El Canal Comunitario TV San Jorge motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	65%
No	35	35%
Total	100	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 2. El Canal Comunitario TV San Jorge motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?



Fuente: Autores de la investigación.

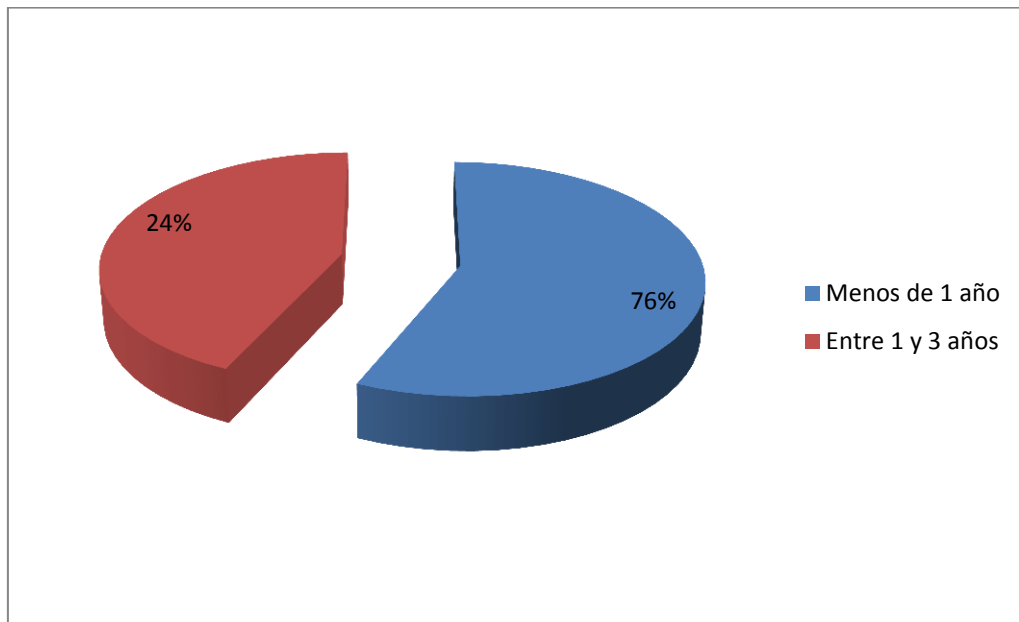
Toda empresa está en la obligación de dar a conocer a sus clientes o usuarios, los deberes y derechos que rigen en la misma. Es por ello que el Canal Comunitario TV San Jorge motiva a sus usuarios en el cumplimiento de los mismos, teniendo en cuenta que éstos son el pilar de la empresa, y que deben cumplir con los deberes sugeridos y reclamar a qué tienen derecho; por ello el 65% lo reconocen, además de ser conscientes de que deben hacerlo, ya que necesitan de la empresa.

Tabla 3. Considera que el Canal se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	76%
No	24	24%
Total	100	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 3. Considera que el Canal se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?



Fuente: Autores de la investigación.

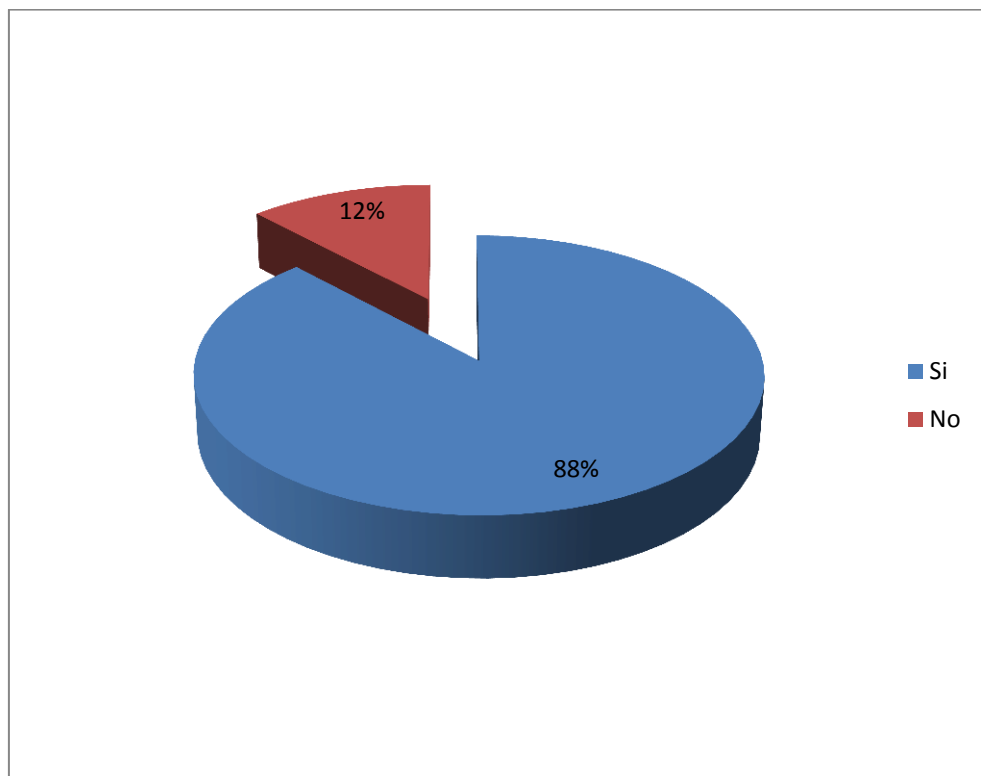
El contar con un personal idóneo en una empresa, es una base para que el servicio sea de excelente calidad, opina el 76% de los usuarios encuestados, quienes dicen que el Canal Comunitario si se preocupa o interesa por ello, teniendo en cuenta que como usuarios estamos en todo el derecho de recibir un excelente servicio, de allí que han recibido buenos tratos por parte de éstos y la información que reciben es clara.

Tabla 4. Se vive dentro del Canal Comunitario TV San Jorge un ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	88%
No	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 4. Se vive dentro del Canal Comunitario TV San Jorge un ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos?



Fuente: Autores de la investigación.

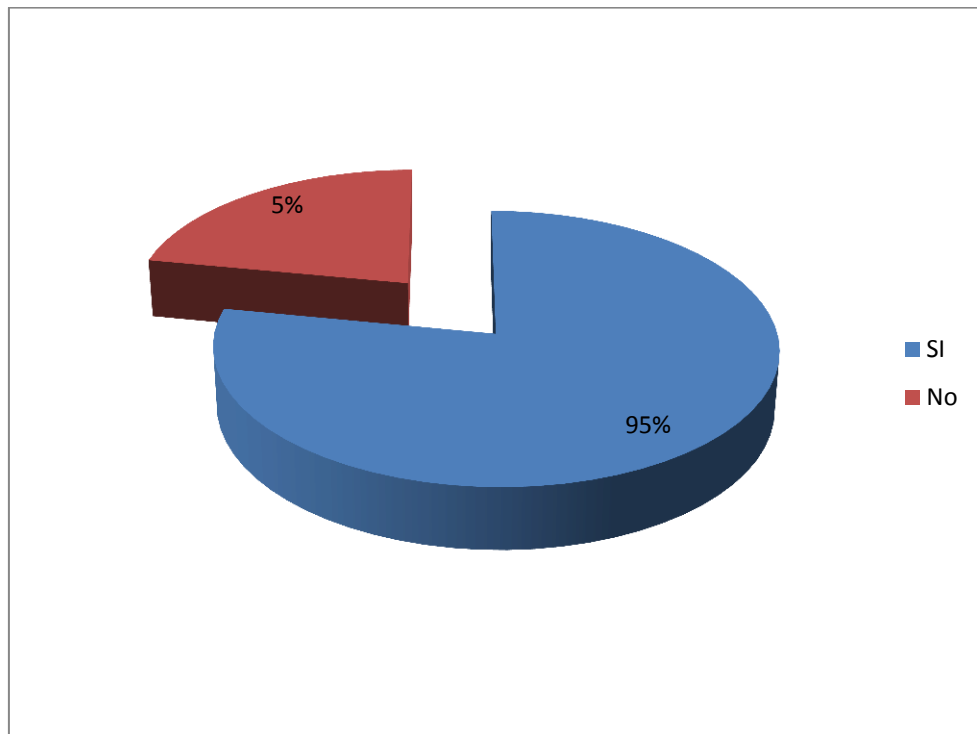
El ambiente laboral es una pieza clave en la prestación del servicio, además del trato que se reciba por parte de superiores en una empresa, teniendo en cuenta que la falta de respeto entre administrativos, usuarios y trabajadores dejaría en velo una empresa, pues este canal nunca puede romperse para que el canal se mantenga vivo. Según el 88% de los usuarios encuestados, el ambiente que se vive en el Canal Comunitario es calidoso, se siente respeto entre éstos y trabajadores o administrativos.

Tabla 5. En el Canal se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	95%
No	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 5. En el Canal se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios?



Fuente: Autores de la investigación.

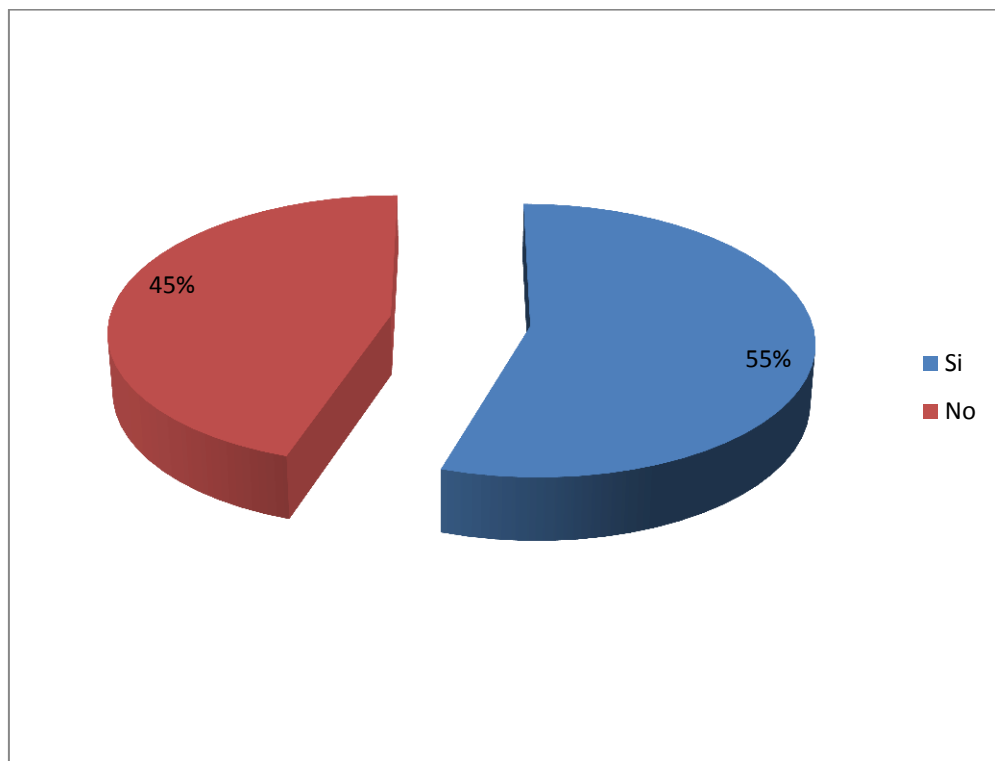
Las necesidades que se presentan por parte de los usuarios y son allegadas al Canal, son en su mayoría resueltas pero otras no, siendo un parte de mucha satisfacción para la gran mayoría de usuarios de la empresa, quienes han tenido que recurrir a la misma a solicitar cualquier servicio o que se encuentren en dificultad con el mismo, los cuales han recibido por su parte solución a éstas.

Tabla 6. Cree usted que el trato que le dan los directivos y trabajadores de la empresa a los usuarios es el adecuado?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	55%
No	45	45%
Total	100	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 6. Cree usted que el trato que le dan los directivos y trabajadores de la institución a los usuarios es el adecuado?



Fuente: Autores de la investigación.

El trato dado a los usuarios si es el adecuado, comenta el 55% de éstos que fueron encuestados, diciendo que responden a sus exigencias, a la hora de solicitar cualquier servicio se le es suministrado sin tener problema alguno, y se les ha tratado, no como un usuario, sino como un integrante más de la empresa, sintiéndose halagado por ello. Pero el 45% dice que no ha recibido un trato adecuado por parte de los directivos y trabajadores, cuando los usuarios se dirigen a la empresa, aclarando que esto solo es en las instalaciones, ya que el servicio cuando es solicitado por alguna razón, se responde a tiempo.

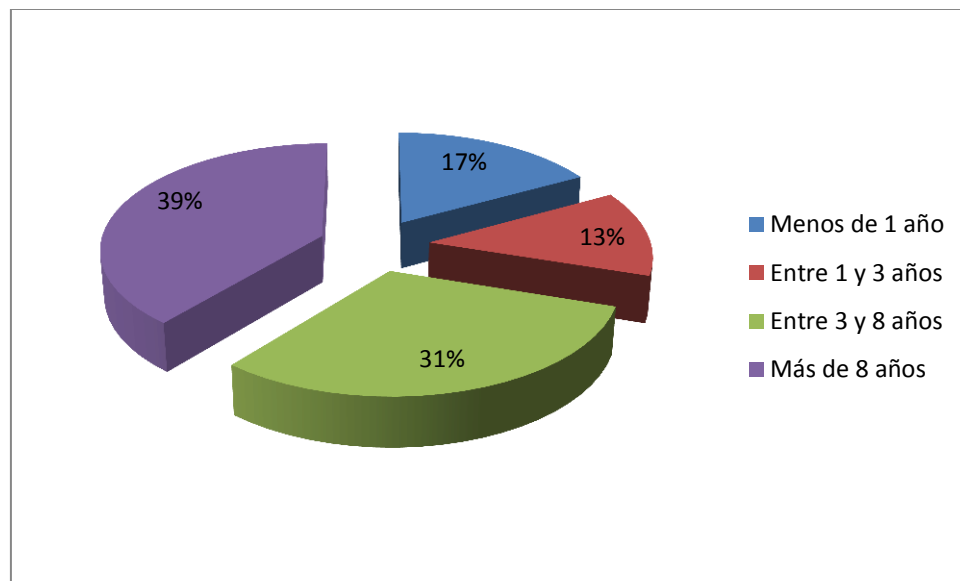
3.4.2 Respuesta a la encuesta aplicada a los trabajadores del Canal Comunitario TV San Jorge.

Tabla 7. ¿Cuántos años ha laborado en el Canal Comunitario TV San Jorge?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	4	17%
Entre 1 y 3 años	3	13%
Entre 3 y 8 años	7	31%
Más de 8 años	9	39%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 10. ¿Cuántos años ha laborado en el Canal Comunitario TV San Jorge?



Fuente: Autores de la investigación.

Teniendo en cuenta la antigüedad del Canal Comunitario, el cual cuenta con 15 años de funcionamiento, muchos de sus trabajadores cuentan con el mismo tiempo de labores, ya que algunos fueron sus fundadores (39%).

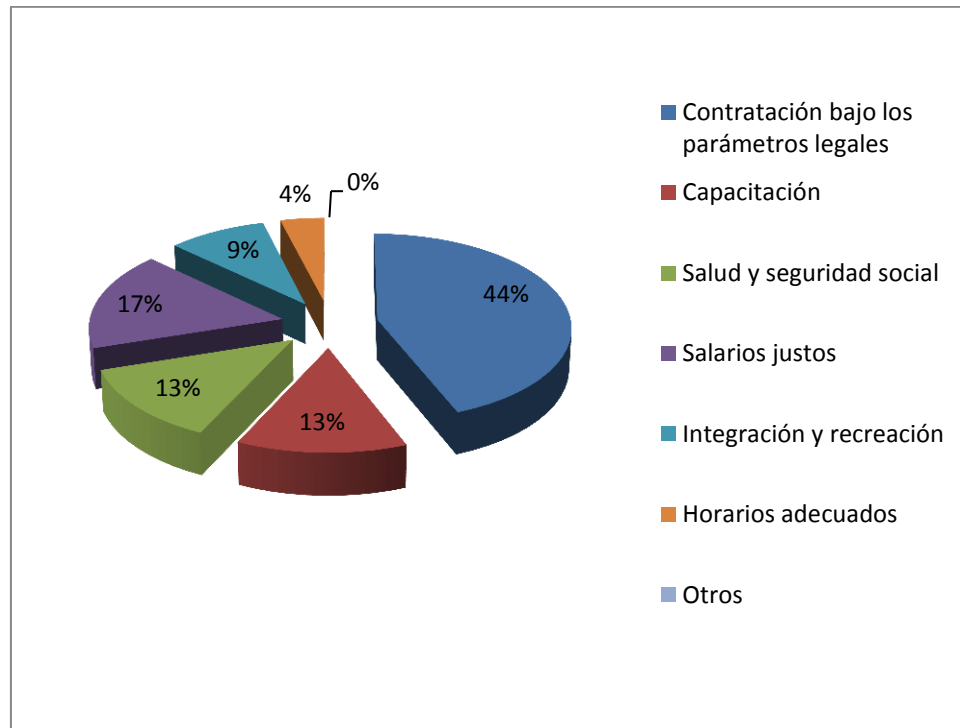
Es notorio que el laborar en una empresa de éstas, con un ambiente laboral apropiado, salarios justos, es entre otros, aspectos que mantienen a un trabajador en la empresa y de ésta manera se incentiva a que preste un buen servicio en beneficio de la empresa y propio. Por eso, los porcentajes mostrados hablan de lo que se han mantenido sus trabajadores en la prestación de sus servicios para el Canal Comunitario. Como es de notar, la antigüedad de estos trabajadores es bastante notoria, por lo que se cree que ya esta empresa es totalmente conocida por ellos, ya que en ella transcurre casi el gran parte de sus vidas.

Tabla 8. ¿Qué derechos laborales le brinda la empresa a los empleados?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Contratación bajo los parámetros legales	10	44%
Capacitación	3	13%
Salud y seguridad social	3	13%
Salarios justos	4	17%
Integración y recreación	2	9%
Horarios adecuados	1	4%
Otros	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 8. ¿Qué derechos laborales le brinda la institución a los empleados?



Fuente: Autores de la investigación.

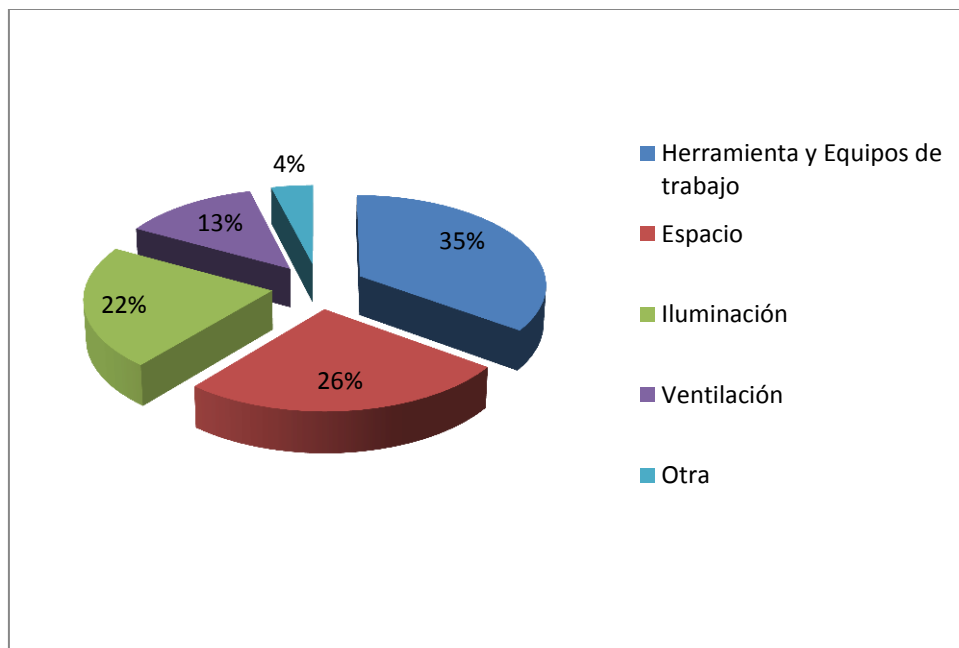
Una empresa legalmente constituida, como lo es el Canal Comunitario TV San Jorge, debe reconocer cuáles son los derechos laborales que debe cumplir con los empleados de la misma. Por tanto, el canal cumple con todos ellos, teniendo en cuenta como primera medida el contratar bajo los parámetros legales, ya que con ello se resume como debe ejecutar sus derechos con los trabajadores: salarios justos, capacitación, salud y seguridad social.

Tabla 9. ¿Considera usted que el Canal Comunitario le brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Herramienta y Equipos de trabajo	8	35%
Espacio	6	26%
Iluminación	5	22%
Ventilación	3	13%
Otra	1	4%
Total	40	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 9. ¿Considera usted que el Canal Comunitario le brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo?



Fuente: Autores de la investigación.

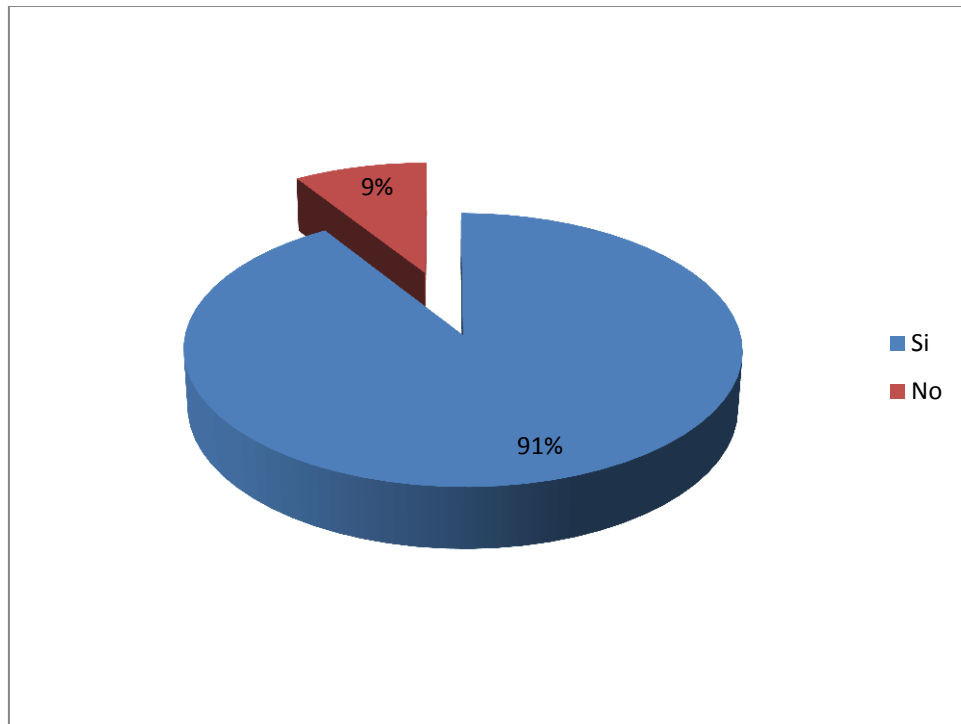
Dentro de las condiciones que le brinda la empresa a los trabajadores para el desarrollo de su trabajo, se encuentra la herramienta y equipos de trabajo, lo cual es primordial para poder cumplir con un servicio de excelente calidad interna y externamente, sin dejar de lado el espacio en que labora, siendo éstas unas instalaciones bastante amplias, ya que se encuentra dividida por áreas como: en el primer piso se encuentran las oficinas, para atención al cliente y administración; en los pisos siguientes se tienen las diferentes salas de grabación. En ellas se cuenta con buena iluminación y ventilación.

Tabla 10. ¿Le brinda la empresa un trato adecuado en el aspecto personal y profesional?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	91%
No	2	9%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 10. ¿Le brinda la empresa un trato adecuado en el aspecto personal y profesional?



Fuente: Autores de la investigación.

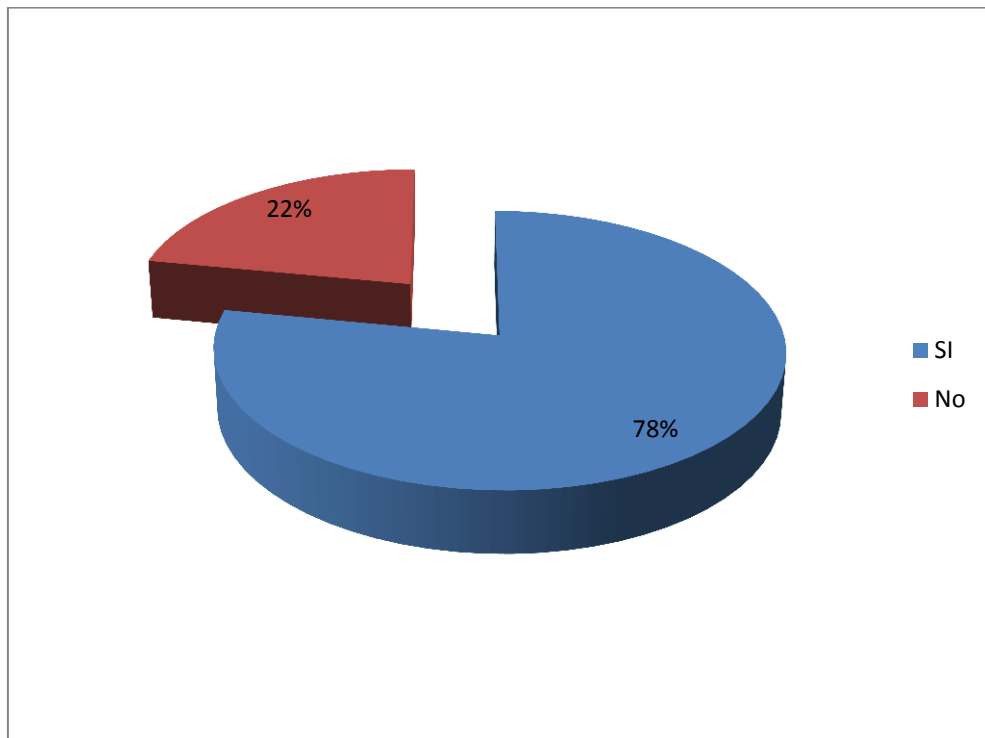
Como se vió en la tabla 6, el trato que se da a las personas que de una u otra forma se encuentran vinculadas a la empresa es adecuado en el aspecto personal y profesional, en este caso a sus empleados, respetando su integridad y su espacio; es lo que comenta el 91% de trabajadores encuestados, sintiendo satisfacción por sus superiores, indicando que en el tiempo de servicio que han venido prestando a la empresa, se nota que se les ha respetado su vida en lo personal y profesional.

Tabla 11. ¿Le ha brindado el Canal, algún reconocimiento por su desempeño laboral?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	78%
No	5	22%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 11. ¿El Canal TV San Jorge le ha brindado algún reconocimiento por su desempeño laboral?



Fuente: Autores de la investigación.

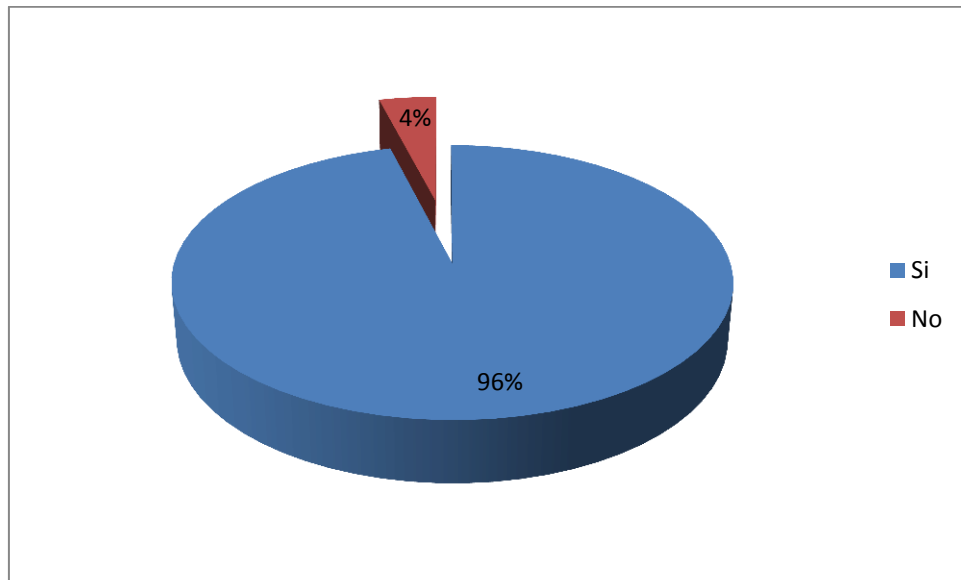
Según indagación directa con el personal trabajador del Canal Comunitario, el 78% opina que la empresa les ha brindado reconocimiento por su desempeño laboral, mediante ascenso de puesto o llevados a archivo de hoja de vida. Ellos comentan que los incentivos hacen falta en las empresas, ya que ello los lleva a hacer las cosas cada vez mejor para así ser incentivados día a día. Un 22% dicen no recibir dicho reconocimiento, algunos por el poco tiempo que llevan de servicio al canal y otros por falta de igualdad.

Tabla 12. ¿Refleja la empresa transparencia y justicia en todas sus actividades?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	96%
No	1	4%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 12. ¿Refleja la empresa transparencia y justicia en todas sus actividades?



Fuente: Autores de la investigación.

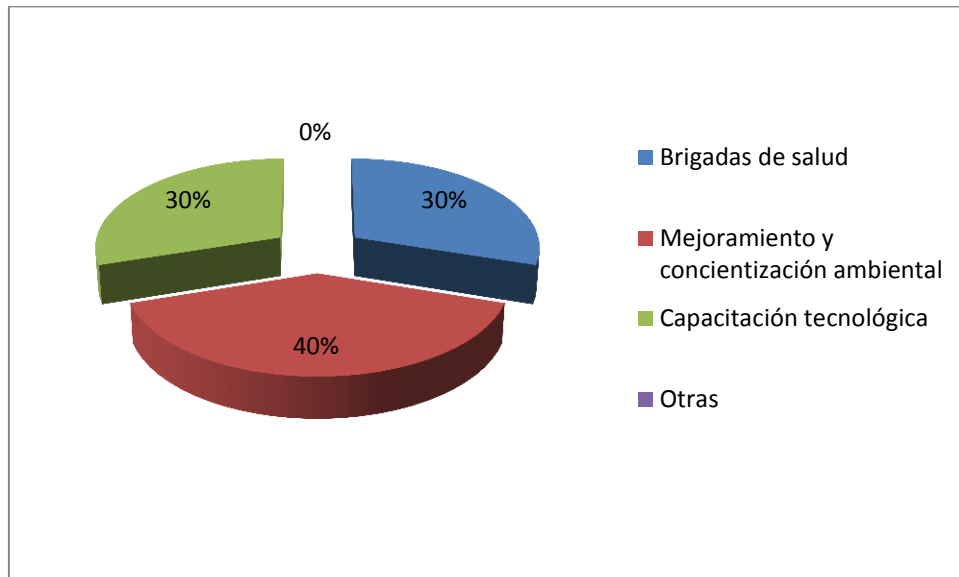
El Canal Comunitario TV San Jorge, ha venido reflejando transparencia y justicia todo de acuerdo a sus funciones y el servicio que presta a la comunidad, ya que en ella no se tienen preferencias de ningún sentido, pues siempre se ha tenido claro que es una empresa comunitaria, y como tal debe prestarse un servicio a la comunidad excelente y transparente, mostrado en los canales que emite.

Tabla 13. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Brigadas de salud	7	30%
Mejoramiento y concientización ambiental	9	40%
Capacitación tecnológica	7	30%
Otras	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 13. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Autores de la investigación.

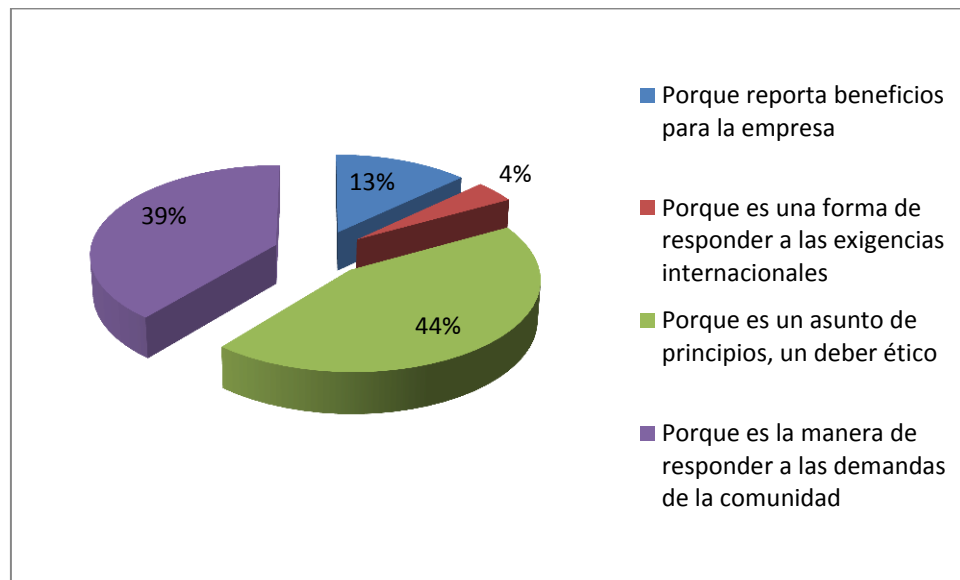
Teniendo en cuenta lo importante que es la responsabilidad social en las empresas, en el cumplimiento de actividades que redunde en beneficio propio y de sus grupos de interés, el Canal Comunitario TV San Jorge realiza dentro de sus programas televisivos y campañas externas, mejoramiento y concientización ambiental y brigadas de salud, realizando a sus trabajadores capacitación en lo que refiere a la tecnología, siendo éste el aspecto más importante de la empresa en cuanto al servicio que presta.

Tabla 14. Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Porque reporta beneficios para la empresa	3	13%
Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales	1	4%
Porque es un asunto de principios, un deber ético	10	44%
Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad	9	39%
Total	23	100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 14. Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable



Fuente: Autores de la investigación.

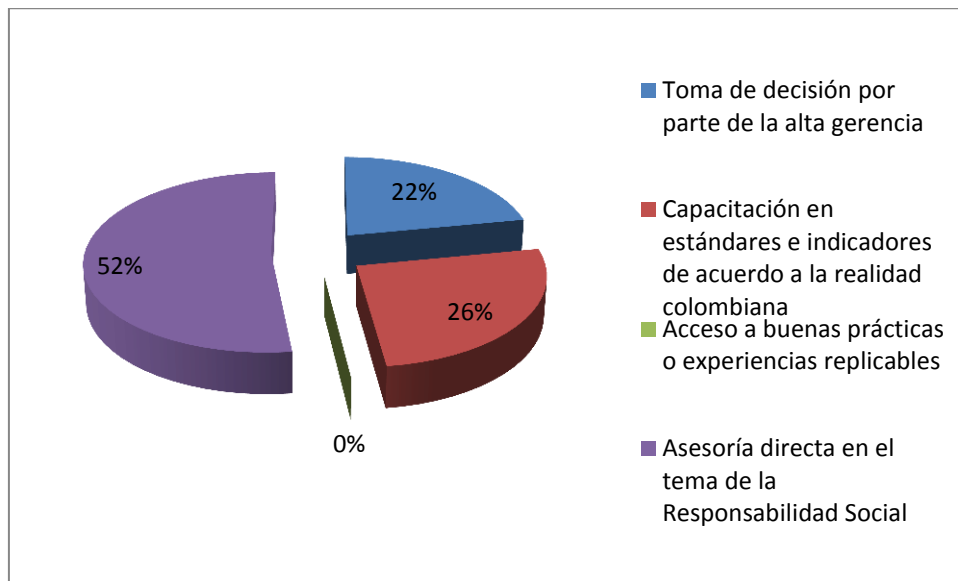
Para los trabajadores del Canal Comunitario, los principios y la ética es primordial para que la empresa sea socialmente responsable, teniendo en cuenta que si en ésta se da cumplimiento a los principios, se está cumpliendo con su obligación, brindando seguridad a sus empleados, siendo honesto con ellos y consigo mismo; además, el canal deberá cumplir con las demandas de la comunidad, ya que en este aspecto es donde se mide la calidad del servicio prestado.

Tabla 15. Qué necesita el Canal Comunitario para aplicar o perfeccionar la práctica de Responsabilidad Social Empresarial

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Toma de decisión por parte de la alta gerencia	5	22%
Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad colombiana	6	26%
Acceso a buenas prácticas o experiencias replicables	0	0%
Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social	12	52%
Total		100%

Fuente: Autores de la investigación.

Gráfico 15. Qué necesita el Canal Comunitario para aplicar o perfeccionar la práctica de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Autores de la investigación.

La Responsabilidad Social Empresarial, es un tema del que muchos hablan pero pocos conocen su verdadero significado. Lo extenso del mismo, hace que el Canal Comunitario TV San Jorge, requiera de asesoría directa en el tema, con el fin de afianzar conocimientos y profundizar en el mismo, para de esta manera, cumplir con la sociedad, el usuario, el trabajador, el Estado y el medio ambiente, llegando a ser una empresa socialmente responsable.

4. RESULTADOS

4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Luego de realizado el trabajo de campo, aplicado de manera interna y externa en el Canal Comunitario TV San Jorge, se obtuvieron resultados que la empresa deberá tener en cuenta, ya que en éstos se determinó la falta de responsabilidad social en algunos aspectos por parte de la empresa.

Al dar inicio al instrumento aplicado, la encuesta, se tiene a los usuarios, quienes desde la parte externa del Canal, observan aspectos que, en ocasiones, opacan la empresa pero en otras la hacen mejor que otras. Al comienzo se quiso tener indagar acerca del conocimiento que éstos tenían sobre la responsabilidad social empresarial en el Canal Comunitario TV San Jorge, pregunta a la cual la mayoría (58%) dice no conocer acerca de ello, tal vez por visitar poco el canal, por no conocer lo que significa o por el servicio que han recibido. Seguidamente se encuentra con que si reciben motivación por parte de la empresa para participar en el cumplimiento de deberes y derechos, comenta el 65%; el restante dice no sabe cuáles son sus derechos y deberes.

En cuanto al personal que labora en el Canal, a los usuarios les parece idóneo en un 76%, ya que su parte han recibido buenos tratos, excelente servicio e información clara; lo cual ha llevado a que se les resuelvan sus necesidades, obteniendo un servicio eficaz y oportuno (95%). Cabe destacar que en cuanto a la pregunta ubicada en la tabla 6, a los usuarios les parece que el trato que le dan los directivos y trabajadores a los usuarios es el adecuado, en un 55%, con lo que no están de acuerdo el 45%, quizás por haber tenido en alguna ocasión, inconvenientes con el personal.

Al dirigirse a la parte interna del Canal Comunitario TV San Jorge, se da respuesta al instrumento de la encuesta por parte de los trabajadores, de los cuales el 39% cuenta con más de 8 años de estar vinculados a la empresa, seguidos de un 31%, que tienen entre 3 y 8 años, el 13% de 1 a 3 años y, finalmente, un 17% cuenta con menos de 1 año de estar laborando en el Canal.

Es gratificante encontrar una empresa que le brinde a sus empleados una contratación bajo los parámetros legales, lo que sucede con el Canal, en donde el 44% recalca que es uno de los derechos que recibe de la empresa, un 17% se interesa por los salarios que son justos. También entre sus derechos se tienen en cuenta: capacitación, salud y seguridad social, integración y recreación y horarios adecuados.

En cuanto a las condiciones en que se labora en la empresa, se desarrollan con las herramientas y equipos de trabajo necesarios (35%), un espacio (26%), iluminación (22%) y ventilación adecuada (13%), para el correcto desarrollo de las actividades. Sumado a esto, el trato que se recibe en la empresa en el aspecto personal y profesional, es el adecuado, comenta el 91% de trabajadores encuestados, encontrando respeto y un trabajo digno.

El Canal Comunitario, hace reconocimiento por el desempeño laboral mediante ascensos de puestos o notificación a la hoja de vida, dice el 78% de encuestados. El 22% dice no haber recibido hasta la presente ningún incentivo, algunos por el poco tiempo que tienen de laborar en la empresa. Aun así, el 96% de todos, están de acuerdo con que el Canal refleja transparencia y justicia en todas las actividades, lo cual se demuestra en la solicitud de servicio por parte de la comunidad y la calidad de televisión que se transmite.

Un aspecto muy importante en la encuesta es conocer las actividades que realiza la empresa, con respecto a la responsabilidad social empresarial, la cual según sus trabajadores, en un 40% de ellos, tiene en cuenta el mejoramiento y concientización ambiental, un 30% comenta acerca de las brigadas de salud y capacitación tecnológica. Para ellos, el que una empresa sea socialmente responsable, debe ser un deber ético (44%), ó, porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad (39%). En menor proporción (13%) cree porque reporta beneficios para la empresa.

Finalmente, los trabajadores del canal opinan que para que éste aplique o perfeccione la práctica de responsabilidad social empresarial, deberá tener en cuenta la asesoría directa en el tema de responsabilidad social (52%), para poder continuar con el mismo. Otros creen que una capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad colombiana, sería otra opción para perfeccionar la RSE en la empresa.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, PARA CONOCER SU MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, VALORES, ORGANIGRAMA Y MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS.

4.2.1 Misión. Prestar un servicio de excelencia en cuanto a provisión de señal y producción de televisión e internet utilizando tecnología de punta y personal idóneo; así como, satisfacer las necesidades sociales, culturales y ambientales de los asociados.

4.2.2 Visión. Ser en el 2017 una empresa asociativa de telecomunicaciones, líder, competitiva y reconocida por proveer señales análoga y digital de televisión, además de producción propia de alta calidad a través del canal comunitario e internet a sus asociados. De igual forma, fortalecer la estructura organizacional con el fin de consolidarse en una empresa autónoma, solidaria y comprometida con el desarrollo de la región en el campo de las nuevas tecnologías, la información y las comunicaciones.

4.2.3 Objetivos. Fomentar y estimular la participación de la comunidad en aspectos culturales, laborales, deportivos y recreativos, con el fin de ser medio eficaz de comunicación en el cual se puedan concentrar aspectos de interés común.

Ser reconocida como la mejor empresa en Ocaña en cuanto a compromiso empresarial, responsabilidad social, apropiación de tecnología, eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios.

Garantizar el crecimiento y sostenimiento de la empresa mediante el suministro de publicidad para el sector comercial de Ocaña.

Incentivar el desarrollo económico, comercial y cultural a través de espacios para la industria y el comercio regional, mediante la difusión de sus estrategias comerciales y esfuerzos de mercadeo.

Desarrollar contenidos y programación a partir de la opinión de los televidentes para alcanzar los niveles de rating requeridos.

Generar un clima laboral basado en el buen servicio donde el bienestar y el valor del talento humano que nos permita lograr las metas propuestas por la empresa.

4.2.4 Valores. Responsabilidad Social

Honestidad

Calidad humana

Puntualidad

Eficiencia y eficacia

Transparencia

Imparcialidad

4.2.5 Organigrama. Ver página siguiente

4.2.6 Manual de funciones y procedimientos. En la actualidad el Canal Comunitario TV San Jorge, no cuenta con un manual de funciones y procedimientos estipulado.

4.3 PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EJECUTADAS POR EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, CON SUS GRUPOS DE INTERÉS.

4.3.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados. Con respecto a estas prácticas encontramos las siguientes:

Mantienen la equidad de géneros en la organización, con la vinculación constante tanto de hombres como mujeres según los cargos que se requieren cumplir

Garantizan un ambiente de seguro y saludable

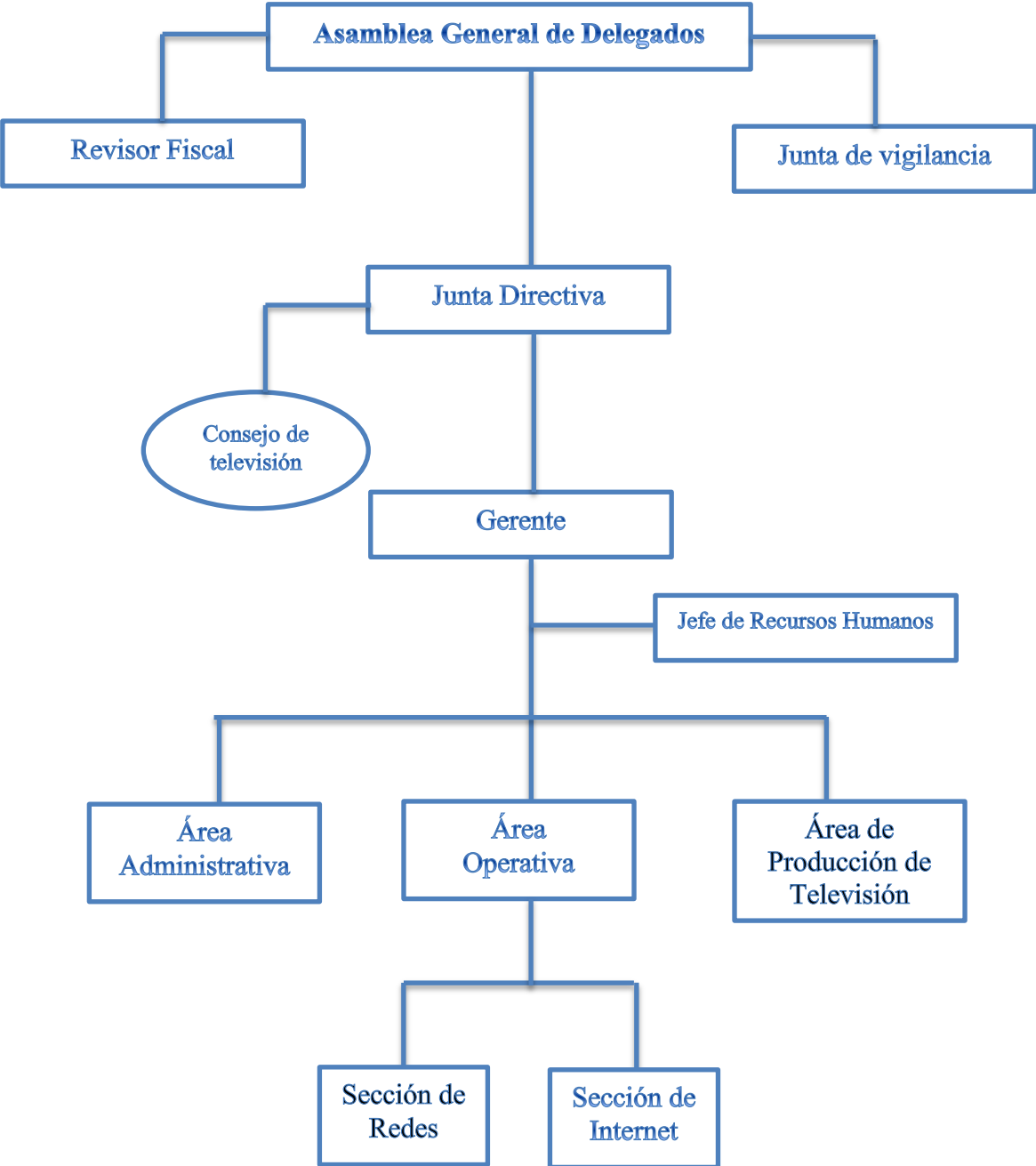
Mantienen la equidad en los procesos de selección con respecto a los sitios de trabajo

Existe comunicación de código de principios y valores de la empresa.

Se aplican políticas de no contratación de menores de edad.

Existe libertad de acción en cuanto a comunicación y participación a los que éstos consideren con niveles superiores.

Figura 1. Organigrama.



Cualquier tipo de inconformidad es tratada y atendida en el momento en que surge y los canales de comunicación y negociación están siempre abiertos.

4.3.2 Responsabilidad social empresarial con los accionistas. Recuperación de su inversión con rentabilidad

Información transparente y periódica de los movimientos financieros

4.3.3 Responsabilidad social empresarial con los proveedores. Transparencia y calidad en los suministros del Canal.

Cumplimiento de los contratos establecidos.

Establecen plazos de pagos razonables.

Políticas de precios justos.

4.3.4 Responsabilidad social empresarial con los usuarios. Vela por el cumplimiento de los derechos que tienen los usuarios al recibir servicio de televisión comunitaria con calidad.

Garantizan la calidad de los servicios ofrecidos.

Fijan precios razonables que facilitan la accesibilidad de los usuarios a los servicios de la empresa.

Ofrecen información veraz y relevante sobre los servicios prestados.

Atienden quejas, reclamos y sugerencias por parte de los usuarios acerca del servicio prestado.

Promueve el cumplimiento de los deberes y derechos por parte del usuario en el proceso de atención.

Participa en los procesos de identificación de necesidades, expectativa y la percepción relacionada con la prestación del servicio.

4.3.5 Responsabilidad social empresarial con la comunidad. Promueve la humanización no solo al interior de la empresa, sino que apoya a que la comunidad se involucre.

Genera empleo y desde ahí apoyo a la familia y desarrollo social

Se orientan las acciones y las políticas del Canal Comunitario, identificando las necesidades y expectativas de los usuarios para satisfacción de los mismos.

Tiene una responsabilidad con el sistema de televisión, buscando la eficiencia y aporte al equilibrio del mismo.

4.3.6 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente. Adaptan prácticas para reducir la generación de residuos.

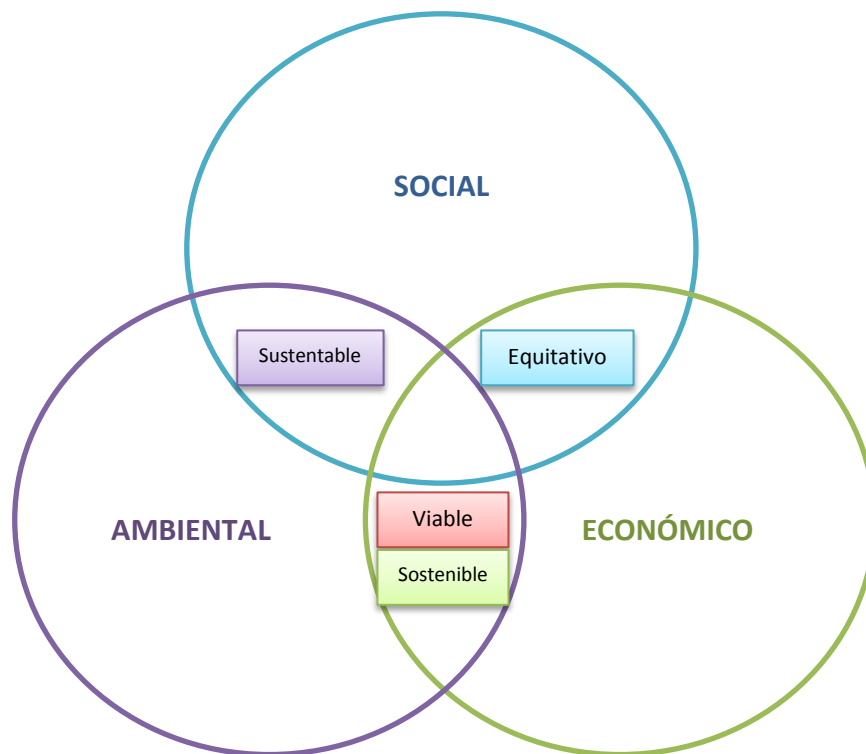
Campañas en los diferentes programas transmitidos en el canal, promocionando el compromiso de cuidar el medio ambiente a través de implementación de mecanismos de educación para el buen manejo de los desechos sólidos; además, la no contaminación de las calles con basuras.

Uso eficiente de los residuos sólidos y similares.

4.4 ESQUEMA DE APOORTE AL DESARROLLO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, es el aporte consciente y voluntario de la organización hacia el entorno en el que se desempeña, con el fin de promover su desarrollo social, económico y ambiental. Una empresa socialmente responsable es aquella que dentro de su plan estratégico asume una posición activa en la búsqueda por el bienestar de todos los involucrados con su actividad económica y de la sociedad en general.

Figura 2. Esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental.



Con el fin de ejecutar el esquema expuesto, se debe tener en cuenta las siguientes etapas:

ETAPA 1: RECONOCIMIENTO SITUACIONAL

Ésta consiste en hacer un recordatorio a la historia estratégica del Canal Comunitario TV San Jorge, donde se tenga en cuenta el tiempo de funcionamiento del mismo. De éste se realizará un análisis de la situación actual y la evolución de la empresa.

ETAPA 2: RECONOCIMIENTO DE VALORES ÉTICOS Y SOCIALES

En esta etapa se hará una revisión y reconocimiento de los valores que mediante la práctica, se han plasmado en los servicios del Canal Comunitario TV San Jorge, ellos son:

VALORES ÉTICOS

Honestidad, responsabilidad, lealtad, justicia social, transparencia, compromiso, equidad.

VALORES SOCIALES

Cooperación, solidaridad, confianza, amistad, respeto a la dignidad humana, ayuda mutua, trabajo en equipo, integración y compromiso con la comunidad.

Luego de analizados los valores, se llevarán a la práctica desde su medio interno al externo.

ETAPA 3: RECONOCIMIENTO DE VALORES ECONÓMICOS Y POLÍTICOS

En cuanto a los valores económicos y políticos del Canal Comunitario TV San Jorge, se tendrán en cuenta los siguientes:

VALORES ECONÓMICOS

Servicio, trabajo, eficiencia, calidad, rentabilidad.

VALORES POLÍTICOS

Autonomía, pluralidad, participación, democracia y espíritu comunitario. Esto teniendo en cuenta que en ningún momento se mezclarán con el interés político impartido por la democracia del país.

Todos estos valores importantes en la rentabilidad del Canal Comunitario TV San Jorge.

4.4.1 Aporte al desarrollo ambiental. A pesar de operar en un medio cuya huella ambiental es menor que en otras, el Canal Comunitario TV San Jorge, reconoce el impacto ambiental de sus operaciones, y lo traduce en un compromiso permanente de identificar

mejores prácticas para prevenir, eliminar, disminuir o compensar los impactos que se derivan de todas las áreas del negocio.

Sistema de gestión ambiental. Identificar aquellas actividades que se llevan a cabo y que de una u otra forma inciden en el medio ambiente, ya sea por el consumo de recursos o por la generación de desechos. En esta etapa será muy útil la creación de indicadores que permiten medir el impacto de cada programa, como es el caso de los indicadores de consumo de recursos (agua, electricidad, papel) y los de desechos (ordinarios, de reciclaje, especiales, tecnológicos).

Ahorro en electricidad, agua y papel. Reducción del consumo de papel: prioridad para todas las empresas por su doble impacto económico y ambiental.

Uso de papel reciclado: tiene implícitos beneficios ambientales y potenciales beneficios económicos a la comunidad.

Monitoreo del consumo de agua y electricidad: Se propone un programa de sensibilización y educación hacia lo interno de la empresa, el cual utiliza una serie de canales de comunicación permanente, como fondos de pantallas, charlas, noticias, talleres, entre otros. El pilar del sistema será el establecimiento de los Gestores o Promotores Ambientales que se incorporarán al programa como voluntarios, en todos los programas emitidos por el Canal Comunitario TV San Jorge.

Para el Canal Comunitario TV San Jorge, el compromiso ético y los valores empresariales como la transparencia, la integridad y el respeto son los pilares fundamentales bajo los cuales se relaciona, construyendo una empresa responsable y sustentable en el largo plazo. Pero, para ello no es suficiente solo preocuparse de ser rentables, sino que se ha vuelto relevante y necesario generar valor económico poniendo énfasis en cómo administra y gestiona el servicio, tomando en consideración las tres dimensiones del desarrollo sustentable: la social, económica y ambiental.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge, en primera instancia, del reconocimiento que el quehacer empresarial genera impactos positivos y negativos con quienes se relaciona el Canal Comunitario ya sean los colaboradores, proveedores, clientes, autoridades, comunidades y el ambiente. Desde esta perspectiva, se entiende la gestión socialmente responsable como la administración de riesgos sociales y ambientales que definen un nuevo valor, donde el acento está puesto no solo en la riqueza que se genera, sino también en el bienestar y la calidad de vida de todos los stakeholders que impactan con el canal, o bien que impactan donde se opera.

Gestión Social. Dentro de la filosofía y estilo de vida del Canal Comunitario TV San Jorge, la RSE constituye un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas que, integrados en la operación, se enfocan en construir una relación ética y transparente con todos sus stakeholders o grupos de interés.

Medio Ambiente. El Canal Comunitario TV San Jorge previene, mitiga y compensa los impactos ambientales que esta empresa demanda, conservando la biodiversidad.

La responsabilidad social de la empresa supone, en sentido general, además del logro de los objetivos económicos; la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, cívicos y la normatividad legal; la capacitación de los empleados, no solo en asuntos relacionados con su desempeño laboral, sino también en aspectos relacionados con el mejoramiento personal, familiar y social; el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud de las personas; así como la consideración de las decisiones en función de cuestiones éticas y ambientales.

Las acciones que se pueden realizar en la empresa, en los esfuerzos por desarrollar una verdadera responsabilidad social empresarial y contribuir con ello al desarrollo sostenible, deben orientarse hacia:

Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche, minimiza los problemas de basura e impacto ambiental por esta causa.

Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.

Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.

El manejo ético de la imagen de los productos en los diferentes medios publicitarios.

Crear sistemas de aislamiento de la contaminación, del ruido, de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.

Encargarse de algunas zonas verdes de la comunidad.

Apoyar actividades de servicio comunitario del sector, escuelas, parques, deportes y otros, en la medida de sus capacidades.

Mejorar procesos productivos no contaminantes.

Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas u otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas.

Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.

Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares.

Invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de los empleados.

En procesos de retiro o desvinculación, invertir en la preparación del grupo de personas afectadas, para que se preparen en un nuevo estilo de vida, ayudando a abrir la visión y enseñando a manejar el poco capital con que cuentan.

Indudablemente son muchas las acciones que pueden realizar las empresas como parte de sus estrategias y programas de responsabilidad social empresarial; dirigidas hacia el respeto por los derechos humanos, la libertad de asociación, el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, la compensación adecuada, la no discriminación, el respeto a la dignidad de las personas, el apoyo programas de salud pública y el control de los impactos ambientales.

Además de contribuir a la sociedad, a la conservación y protección de los recursos naturales y al medio ambiente en general; la responsabilidad social empresarial resulta con frecuencia también favorable para la empresa en términos económicos; representando una inversión que repercute en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo.

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también con miras al futuro. La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas.

5. CONCLUSIONES

La RSE es la búsqueda del equilibrio entre el interés económico y el interés social. De ahí la importancia en la aplicación de la misma en empresas como el Canal Comunitario TV San Jorge, en el cual para conocer qué acciones de responsabilidad social implementaba, se realizó un diagnóstico situacional, el cual da como resultado la existencia de una política de RSE en la empresa, mediante el apoyo al tema ambiental, deportes y cultural.

Se conoció la estructura organizacional del Canal Comunitario TV San Jorge, el cual cuenta con una organización, en la que se encuentra: misión, visión, objetivos, principios, valores y organigrama. Cabe anotar la falta de un manual de funciones y procedimientos en la empresa, lo cual crea el desconocimiento por parte de sus trabajadores en las funciones a ejecutar.

En cuanto a las prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, con sus grupos de interés, éstas fueron analizadas de acuerdo a la empresa, en la cual deben ser relacionadas con los empleados, accionistas, proveedores, usuarios, comunidad y el medio ambiente.

Al proponer el esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental referente al conjunto de factores que vinculan el quehacer del Canal Comunitario con el medio poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad; se tuvieron en cuenta los diferentes valores con los que cuenta o debe contar la empresa, lo que muestra que gestionar los impactos económicos, sociales y ambientales y la relación con los grupos de interés optimiza el desempeño de la empresa. Cabe destacar que la aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas

6. RECOMENDACIONES

Aplicar estrategias en busca del desarrollo de las acciones que aún no son implementadas en el Canal Comunitario, para que se considere socialmente responsable.

Dentro de la estructura organizacional, el Canal Comunitario no cuenta con un manual de funciones y procedimientos, por ello se recomienda a la empresa su implementación, dada la importancia que éstos tienen para la misma en la asignación y dirección de sus actividades.

Considerando la importancia que tiene la responsabilidad social empresarial en la actualidad, el Canal Comunitario TV San Jorge debe implementar estrategias para su público de interés, lo que genere un mejor ambiente social, económico y ambiental.

Finalmente se recomienda poner en práctica el programa de RSE que genere una ventaja competitiva, para así darle valor agregado a su talento humano. Además se caracterizará como una empresa que está sensibilizada y comprometida con el entorno social, económico y ambiental que la rodea, sintiendo la necesidad que estas acciones vayan de la mano con la satisfacción de las partes.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE CAMPO, María Claudia. Mercadeo y ventas. Bogotá: Editorial Andina Ltda., 2009. 223p.

ARGANDOÑA, Antonio. Teoría de Stakeholder según Freeman. Barcelona: Universidad de Navarra, 2008. 15p.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA) Documento N° 1: Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, 2005. 80p.

CAJIGA CALDERÓN, Juan Felipe. El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Cemefi, 2007. 120p.

CHIAVENATO, Idalberto. Iniciación a la Teoría de la Administración. Teorías Administrativas. 2 Edición. Editorial Mc-Graw-Hill. México, 2007. 242p.

CODIGO DE COMERCIO (Decreto 410 de 1971). Editorial Momo. Bogotá, D.C, 2008. 52p.

FREED R. David. Conceptos de Administración estratégica. 3 ed Mc Graw Hill. 2006. 110p.

RODRIGUEZ. José Miguel. “Responsabilidad Social de la empresa”. Una revisión crítica a las principales teorías. 2.007. p. 52

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

ARTÍCULOS CCRE. ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?. [online]. [Bogotá, Colombia]: 2009 [cited 15 noviembre 2013]. Disponible en: Available from internet: <URL: http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf>

FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. (on line). 1 ed. [Buenos Aires: Fundación Cordon del Plata, may., 2010 (citado el 23 de Septiembre de 2013). Disponible en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf> 23p.

MINHACIENDA. Normativa. (online). 2 rev. [Bogotá]: Minhacienda, jul., 2008 (citado 2 de oct., 2013) Disponible en: <http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf> 58p.

ROJAS MUÑOZ, Alfonso Lucas. Responsabilidad Social Empresarial (online). 1 ed. [Universidad Santiago de Cali]: Cali, 2012. [citado 23 nov., 2013}. Disponible en: <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresaria%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. Norma SA-8000. (on line) 1 rev. [México]: SAI, 2001 (citado 6 oct., 2013). Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf> 8p.

VAN DALEN, Deobold B. y MEYER, William J. Manual de técnica de la investigación educacional (online). 2 rev. [México]: Noemágico, 2011 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta dirigida a los usuarios

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar la responsabilidad social del Canal Comunitario TV San Jorge.

1) Conoce usted si el Canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial

Si___ No___

2) El Canal Comunitario TV San Jorge, motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?

Si___ No___

3) Considera que el Canal se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?

Si _____ No _____ Porque?_____

4) Se vive dentro del Canal Comunitario TV San Jorge un ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos?

Si ___ No ___ Por qué?_____

5) En el Canal se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios?

Si _____ No _____ Por qué?_____

6) Cree usted que el trato que le dan los directivos y trabajadores de la empresa a los usuarios es el adecuado?

Si _____ No _____ Por qué?_____

10) Las instalaciones del Canal Comunitario TV San Jorge son seguras?

Si ____ No ____, cuentan con:

Extintores ____

Salidas de emergencia ____

Rutas de evacuación ____

Normas de seguridad ____

¡Gracias por su Colaboración!

Anexo B. Encuesta dirigida a los trabajadores

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar la responsabilidad social del Canal Comunitario TV San Jorge.

1. ¿Cuántos años ha laborado en el Canal Comunitario TV San Jorge?

- a) Menos de 1 año_____
- b) Entre 1 y 3 años_____
- c) Entre 3 y 8 años_____
- d) Más de 8 años_____

2. ¿Qué derechos laborales le brinda la empresa a los empleados?

- a) Contratación bajo los parámetros legales_____
- b) Capacitación_____
- c) Salud y seguridad social_____
- d) Salarios justos_____
- e) Integración y recreación_____
- f) Horarios adecuados_____
- g) Otros___ Cuáles? _____

3. ¿Considera usted que el Canal Comunitario TV San Jorge le brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo respecto a?

- a) Herramienta y Equipos de trabajo_____
- b) Espacio_____
- c) Iluminación_____
- d) Ventilación_____
- e) Otra_____ ¿Cuál?_____

4. ¿Le brinda la empresa un trato adecuado en el aspecto personal y profesional?

SI_____ NO_____ ¿Por qué?_____

5. ¿El Canal Comunitario TV San Jorge le ha brindado algún reconocimiento por su desempeño laboral?

SI_____ NO_____ ¿Cuál?_____

6. ¿Refleja la empresa transparencia y justicia en todas sus actividades?

SI_____ NO_____ ¿Por qué?_____

7. ¿Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial referente a:

- a) Brigadas de salud_____
- b) Mejoramiento y concientización ambiental_____
- c) Capacitación tecnológica_____
- d) Otras_____ ¿Cuál (es)?_____

8. A su juicio, ¿Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable?

- a) Porque reporta beneficios para la empresa _____
- b) Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales _____
- c) Porque es un asunto de principios, un deber ético _____
- d) Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad _____

9) Según su criterio ¿Qué necesita el Canal Comunitario TV San Jorge para aplicar o perfeccionar la práctica de Responsabilidad Social Empresarial?

- a) Toma de decisión por parte de la alta gerencia_____
- b) Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad colombiana_____
- c) Acceso a buenas prácticas o experiencias replicables_____
- d) Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social_____

¡Gracias por su Colaboración!

Anexo C. Encuesta dirigida al Gerente.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA DIRIGIDA AL GERENTE DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN
JORGE**

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar la responsabilidad social para el Canal Comunitario TV San Jorge

1. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad social empresarial?

2. ¿Implementa la responsabilidad social en la empresa?

SI ____ NO ____ ¿Cómo? _____

3. ¿Cómo está integrada la Responsabilidad social empresarial en el Canal Comunitario TV San Jorge?

- a) Existe una política de RSE ____
- b) Está considerada en la misión y visión ____
- c) Está incluida dentro de los valores ____
- d) Es uno de los objetivos estratégicos ____
- e) Se incluye en el Código de ética, Manual de convivencia, Reglamento interno ____
- f) Existen indicadores de gestión definidos ____
- g) No está integrada ____

4. ¿Cuenta el Canal Comunitario TV San Jorge con un Sistema de Gestión de Calidad?

SI ____ NO ____

5. ¿Tiene usted definida estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para cada uno de su público de interés?

- a) Usuario SI ____ NO ____ ¿Cuáles? _____
- b) Trabajadores SI ____ NO ____ ¿Cuáles? _____
- c) Proveedores SI ____ NO ____ ¿Cuáles? _____
- d) Sociedad SI ____ NO ____ ¿Cuáles? _____
- e) Competencia SI ____ NO ____ ¿Cuáles? _____
- f) Gobierno SI ____ NO ____ ¿Cuáles? _____

6. ¿Cómo implementa el Canal la Responsabilidad Social Empresarial, con el medio ambiente?

7. ¿Existe un cargo o área específica para el desarrollo y la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el Canal Comunitario TV San Jorge?

SI_____ NO_____

8. ¿Qué dificultades ha tenido la empresa en la aplicabilidad de la Responsabilidad Social Empresarial?

a) Dificultad en el entendimiento de la RSE _____

b) Falta de Dirección estratégica _____

c) Falta de aliados y cooperación _____

d) Costos asociados _____

e) Ninguna _____

f) Otros _____ ¿Cuáles?_____

9. ¿Qué proyecciones sociales tiene el Canal Comunitario TV San Jorge para los próximos años, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial?

¡Gracias por su Colaboración!