

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(73)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	EILEN MILDRETH TRIGOS VERGEL PAOLA ANDREA TRUJILLO TARAZONA
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIRECTOR	LUIS ALFREDO JIMÉNEZ RODRÍGUEZ
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PROVEEDORES Y CLIENTES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA DE LA CIUDAD DE OCAÑA

RESUMEN
(70 palabras aproximadamente)

La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un tema importante para las empresas, pues en los últimos años ha resultado rentable ser socialmente responsable. De ahí la necesidad de crear un diseño de un programa de responsabilidad social empresarial para el Diagnostico Centro Ltda., debido a la falta de conocimiento del tema, considerando que existen otros factores relevantes por atender.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 73	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 16	CD-ROM: 1
-------------	---------	-------------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
PARA PROVEEDORES Y CLIENTES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA DE LA
CIUDAD DE OCAÑA**

**EILEN MILDRETH TRIGOS VERGEL
PAOLA ANDREA TRUJILLO TARAZONA**

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

**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
PARA PROVEEDORES Y CLIENTES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA DE LA
CIUDAD DE OCAÑA**

**EILEN MILDRETH TRIGOS VERGEL
PAOLA ANDREA TRUJILLO TARAZONA**

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

**Director
LUIS ALFREDO JIMÉNEZ RODRÍGUEZ
Magíster**

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

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PROVEEDORES Y CLIENTES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA DE LA CIUDAD DE OCAÑA	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 General	16
1.3.2 Específicos	16
1.4 JUSTIFICACIÓN	16
1.5 DELIMITACIONES	17
1.5.1 Conceptual	17
1.5.2 Operativa	17
1.5.3 Temporal	17
1.5.4 Geográfica	17
2. MARCO REFERENCIAL	18
2.1 MARCO HISTÓRICO	18
2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional	18
2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional	18
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local	19
2.1.4 Antecedentes históricos del Diagnosticentro Ltda	19
2.2 MARCO CONTEXTUAL	19
2.3 MARCO CONCEPTUAL	20
2.3.1 Responsabilidad social empresarial	20
2.3.2 Responsabilidad social corporativa	20
2.3.3 Ventajas de la responsabilidad social para la empresa	21
2.3.4 Empresa	21
2.3.5 Proveedores	22
2.3.6 Distribuidores	22
2.3.7 Diagnostico Situacional	22
2.3.8 ¿Cómo se es socialmente responsable?	22
2.4 MARCO TEÓRICO	22
2.4.1 Teoría de los stakeholders	22
2.5 MARCO LEGAL	25
2.5.1 Constitución Política de Colombia	25
2.5.2 ISO 26000	27
2.5.3 Código de Comercio Colombiano.	27

2.5.4 Derechos del Consumidor	27
2.5.5 Ley 70 de 2010	27
2.5.6 Norma SA 8000	29
3. DISEÑO METODOLÓGICO	30
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	30
3.2.1 Población	30
3.2.2 Muestra	30
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	31
3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	31
3.4.1 Análisis de la encuesta realizada a los clientes del Diagnosticentro Ltda	31
3.4.2 Análisis de la encuesta realizada a proveedores del Diagnosticentro Ltda	37
4. RESULTADOS	47
4.1 INVENTARIO DE PROVEEDORES Y CLIENTES POTENCIALES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA.	47
4.1.1 Inventario de proveedores.	47
4.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EN CUANTO A RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA, ESPECIFICANDO SU CAPACIDAD NORMATIVA, OPERACIONAL, ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL	50
4.2.1 Capacidad Normativa	50
4.2.2 Capacidad Operacional	50
4.2.3 Capacidad Económica	51
4.2.3.1 Promedio de ingresos producidos por la actividad económica.	51
4.2.3.2 Sistema de remuneración a trabajadores	51
4.2.4 Capacidad Social	51
4.2.5 Capacidad Ambiental	51
4.3 RELACIONAR LOS GRUPOS DE INTERÉS QUE INTERACTÚAN CON EL DIAGNOSTICENTRO LTDA, PARA FACILITAR EL PROCESO DE TOMA DE DATOS, IDENTIFICANDO LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EJECUTADAS	51
4.4 DISEÑO Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL DIAGNOSTICENTRO LTDA	55
4.4.1 Minimizar el impacto ambiental	56
4.4.2 Asegurar la motivación y la implicación de los Recursos Humanos en la mejora continua de la empresa	57
4.4.3 Mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción.	58
4.4.4 Extender el compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas	58
4.4.5 Implicarse con la comunidad y el tejido social.	59
4.4.6 Fomentar y sistematizar los canales de diálogo.	59
4.4.7 Relación con clientes y proveedores	60

5. CONCLUSIONES	63
6. RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	65
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	66
ANEXOS	67

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Inventario de proveedores	47
Cuadro 2. Inventario de clientes	48
Cuadro 3. Grupos de interés que interactúan con el Diagnosticentro Ltda.	54

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	31
Tabla 2. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	32
Tabla 3.¿Cree usted que puede influir como cliente en la manera como una empresa es socialmente responsable?	33
Tabla 4. Considera que la empresa se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a sus clientes?	34
Tabla 5. En el Diagnosticentro se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los clientes?	34
Tabla 6. ¿Está usted seguro de la Calidad de los servicios que vende el Diagnosticentro?	35
Tabla 7. ¿Está usted informado sobre manejo de desechos y residuos por parte del Diagnosticentro?	36
Tabla 8. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	37
Tabla 9. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	37
Tabla 10.¿Cree usted que puede influir como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable?	38
Tabla 11. ¿Al momento de establecer las condiciones de contratación entre el Diagnosticentro Ltda y sus servicios ven igualdad de condiciones?	39
Tabla 12. ¿Tienen conocimiento acerca de la empresa por medio de información suministrada por la misma?	40
Tabla 13. El Diagnosticentro Ltda los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, clientes así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?	40
Tabla 14. ¿Contribuye usted a la competitividad y sostenibilidad de la empresa?	41
Tabla 15. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales del Diagnosticentro en Respeto y Transparencia?	42
Tabla 16. ¿Contribuye usted a la no contaminación ambiental?	43

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	31
Gráfico 2. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	32
Gráfico 3.¿Cree usted que puede influir como cliente en la manera como una empresa es socialmente responsable?	33
Gráfico 4. Considera que la empresa se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a sus clientes?	34
Gráfico 5. En el Diagnosticentro se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los clientes?	35
Gráfico 6. ¿Está usted seguro de la Calidad de los servicios que vende el Diagnosticentro?	35
Gráfico 7. ¿Está usted informado sobre manejo de desechos y residuos por parte del Diagnosticentro?	36
Gráfico 8. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	37
Gráfico 9. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	38
Gráfico 10.¿Cree usted que puede influir como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable?	38
Gráfico 11. ¿Al momento de establecer las condiciones de contratación entre el Diagnosticentro Ltda y sus servicios ven igualdad de condiciones?	39
Gráfico 12. ¿Tienen conocimiento acerca de la empresa por medio de información suministrada por la misma?	40
Gráfico 13. El Diagnosticentro Ltda los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, clientes así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?	41
Gráfico 14. ¿Contribuye usted a la competitividad y sostenibilidad de la empresa?	42
Gráfico 15. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales del Diagnosticentro en Respeto y Transparencia?	42
Gráfico 16. ¿Contribuye usted a la no contaminación ambiental?	43

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a los clientes del Diagnosticentro Ltda.	68
Anexo B. Encuesta dirigida a los Proveedores del Diagnosticentro Ltda.	70
Anexo C. Entrevista dirigida al Gerente del Diagnosticentro Ltda.	72

RESUMEN

El desarrollo del diseño de un programa de responsabilidad social empresarial para el Diagnostico Centro Ltda, tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en elaborar inventario de proveedores y clientes potenciales del Diagnostico Centro Ltda; realizar un diagnóstico situacional en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial del Diagnostico Centro Ltda, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental; relacionar los grupos de interés que interactúan con el Diagnostico Centro Ltda, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de responsabilidad social ejecutadas, y finalmente, realizar el diseño y propuesta de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para el Diagnostico Centro, buscando mejorar su servicio.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fue el gerente de la empresa, clientes y proveedores, el instrumento utilizado fue la entrevista y la encuesta, el proceso de recolección de información, fue realizada por los autores del proyecto, quienes analizaron los resultados en forma cuantitativa y cualitativa de cada una de las respuestas brindadas.

Los resultados fueron satisfactorios, ya que para la ejecución del proyecto no se presentaron limitaciones, cumpliendo a cabalidad con los objetivos.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un tema importante para las empresas, pues en los últimos años ha resultado rentable ser socialmente responsable. De ahí la necesidad de crear un diseño de un programa de responsabilidad social empresarial para el Diagnosticentro Ltda., dado el desconocimiento que se tiene de su aplicabilidad.

Esta empresa carece de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, debido a la falta de conocimiento del tema, considerando que existen otros factores relevantes por atender. Esto sin tener en cuenta la falencia que se ha venido presentando por no disponer de dicho programa, teniendo en cuenta que es una función básica para las organizaciones que hoy día desean ser competitivas. Es de destacar la importancia que en la actualidad tiene en las empresas este tema, es necesario diseñar un de Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Diagnosticentro Ltda, que ayude a la empresa a fortalecer los vínculos de la misma en relación con sus proveedores y clientes.

Este proyecto define el estado de la empresa en cuanto a RSE con sus proveedores y distribuidores, trayendo beneficios propios a Diagnosticentro Ltda, debido a que dispone de un sistema de información sobre su impacto social en los actores mencionados, acerca del bienestar producido entre trabajadores, clientes y demás personas naturales y/o jurídicas relacionadas con la empresa. Además, 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 o diagnosticentros de la ciudad de Ocaña.

1. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PROVEEDORES Y CLIENTES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA DE LA CIUDAD DE OCAÑA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social Empresarial ha representado en las empresas compromisos de actuación correcta con respecto a su entorno social y medioambiental, que con anterioridad han sido obviados por las entidades e incluso por la sociedad en general, sin embargo, en los últimos años ha adquirido un mayor auge ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más conscientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales. La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un tema importante para las empresas, pues en los últimos años ha resultado rentable ser socialmente responsable.¹ La razón de ser de las compañías no debe centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, sí es necesario que conciban la idea de generar valor social y económico mediante programas socialmente responsables que ayuden a construir ventajas con relación a la competencia y a la negociación con los proveedores, ya que, al ser la empresa reconocida por la comunidad se gana prestigio y esto en algún momento representa más clientes y por ende, mayores ingresos. Estamos en una época en que los consumidores no sólo valoran la calidad de los productos, sino los atributos intangibles de las empresas como el servicio al cliente, prácticas amigables con el medio ambiente, trato justo a los empleados, entre otros.

El Diagnosticentro Ltda, se encuentra ubicado en la Avenida Francisco Fernández de Contreras en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, con matrícula mercantil N° 00024932, teniendo como actividad económica principal el mantenimiento y reparación de vehículos automotores; además del comercio de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.

Esta empresa carece de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, debido a la falta de conocimiento del tema, considerando que existen otros factores relevantes por atender. Esto sin tener en cuenta la falencia que se ha venido presentando por no disponer de dicho programa, teniendo en cuenta que es una función básica para las organizaciones que hoy día desean ser competitivas. Es así como no sea ha realizado el diagnóstico acerca del compromiso de esta empresa tanto con su propietario y trabajadores, así como con la comunidad en la cual ejecuta su actividad económica.

Teniendo en cuenta la importancia de tal empresa para la ciudad de Ocaña en lo relacionado con la prestación de un servicio de mucha importancia, como lo es el mantenimiento y reparación de vehículos automotores, así como en lo relacionado con la generación de empleo y demás beneficios de una empresa legalmente establecida, hasta el momento no ha realizado un estudio que permita identificar la incidencia social de

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

proveedores y clientes en el Diagnosticentro. Teniendo en cuentas esto, se ha motivado a la empresa a incluir dentro de sus estrategias un Programa de RSE, que ayude en lo posible a mejorar la competitividad y posicionamiento de la empresa en su entorno social y económico.

Basados en lo anterior, con este proyecto se busca diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial de forma efectiva y eficiente para el Diagnosticentro Ltda, de manera que le permita a la empresa consolidar el vínculo con sus proveedores, disminuyendo así conflictos; y en relación a sus clientes, logrando mayor lealtad del consumidor, valoración de la imagen institucional y de la marca.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué efecto tendrá el Diseño del Programa de Responsabilidad Social Empresarial para proveedores y clientes del Diagnosticentro Ltda?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general. Diseñar un programa de responsabilidad social empresarial para proveedores y clientes del Diagnosticentro Ltda de la ciudad de Ocaña.

1.3.2 Objetivos específicos. Elaborar inventario de proveedores y clientes potenciales del Diagnosticentro Ltda.

Realizar un diagnóstico situacional en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial del Diagnosticentro Ltda, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental.

Relacionar los grupos de interés que interactúan con el Diagnosticentro Ltda, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de responsabilidad social ejecutadas.

Diseño y propuesta de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para el Diagnosticentro, buscando mejorar su servicio.

1.4 JUSTIFICACION

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.

Es de destacar la importancia que en la actualidad tiene en las empresas este tema, es necesario diseñar un de Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Diagnosticentro Ltda, que ayude a la empresa a fortalecer los vínculos de la misma en relación con sus proveedores y clientes.

Este proyecto definirá el estado de la empresa en cuanto a RSE con sus proveedores y distribuidores, trayendo beneficios propios a Diagnosticentro Ltda, debido a que dispondrán de un sistema de información sobre su impacto social en los actores mencionados, cerca del bienestar producido entre trabajadores, clientes y demás personas naturales y/o jurídicas relacionadas con la empresa. Además, 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 o diagnosticentros de la ciudad de Ocaña.

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.

1.5 DELIMITACION

1.5.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: Proveedores, cliente, grupos de interés, inventario, responsabilidad social empresarial, programa de responsabilidad social empresarial, diagnostico situacional

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 Diagnosticentro Ltda, ubicado en la Calle 7 # 28B-324 Avenida Francisco Fernández de Contreras, de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTORICO

2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional. El concepto de Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa (RSE o RSC respectivamente), surge en Estados Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60. Contrario a que lo se piensa comúnmente, la Responsabilidad Social Empresarial va más allá de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia. Se la considera como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la gama de operaciones corporativas y en los procesos de toma de decisiones, y que significa poner en marcha un sistema de administración con procedimientos, controles y documentos.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes", relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. "Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil.

Muchas empresas del mundo reconocen hoy los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Igualmente, existen estudios empíricos que demuestran los impactos positivos de la RSE en aspectos como el desempeño financiero, los costos operativos, la imagen de marca y la reputación de las empresas. Sin embargo, la incorporación de políticas y prácticas de RSE en Latinoamérica, es aún incipiente y la mayor parte del interés se presenta en las grandes empresas. No obstante, existe una creciente presión sobre las empresas de la región para que incorporen los conceptos de RSE, no sólo con el fin de competir eficientemente, sino incluso, de garantizar acceso a los mercados internacionales, donde gobiernos y consumidores exigen cada vez más este tipo de prácticas.²

2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional. Según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE), las

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

compañías que más han aportado a este hecho son las del Estado, 20%; de servicios públicos, 12%, y de papel y cartón, 11%.

Así lo piensan los colombianos porque, a su juicio, generan empleo, promueven la educación, apoyan a las poblaciones vulnerables, protegen el medio ambiente y promueven el bienestar de la comunidad, explica Javier Torres, directivo del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, que llevó a cabo el sondeo.

Estos son apenas unos ejemplos de una de las áreas más sensibles de la población colombiana, sin olvidar que el tema de la niñez y del medio ambiente están en la agenda como dos grandes planes que deben seguir generando parte de las empresas más inclusión en todos los sentidos.

Eso, y que cada vez más empresas busquen asesoría y que otras creen sus propios proyectos son una muestra de que la bola de nieve de los años 60 ya nadie la detiene. La RSE llegó para quedarse para siempre.

Hacia dónde apunta la RSE. Las agendas empresariales y los departamentos de gestión social o de comunicaciones analizan, en primer lugar, su objeto comercial o el servicio que prestan, para decidir si a partir de ello, pueden generar programas o planes sociales que les sirvan como 'caballito de Batalla' de su función de responsabilidad con la comunidad.

Igualmente, de ese análisis se desprenden otras consideraciones que pueden enfocar acciones hacia ámbitos de índole educativa, de fomento y prevención en salud, nutrición, buenas prácticas, medio ambiente, cultura, recreación, empresa y crecimiento profesional y tecnológico.

Así las cosas, podríamos contemplar una serie de categorías en materia de Responsabilidad Social Empresarial, las cuales responden a lineamientos claros en tres vertientes primordiales: la humana, de formación y desarrollo y la de conservación del medio ambiente.³

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, Espo S:A, Centrales Eléctricas (EPM), Alcaldía Municipal Ocaña, Almacenes Éxito, Sena, Comfaorient, Comfanorte, Hospital Emiro Quintero Cañizares, Banco Colombia, Banco Bogotá, Banco Colombia entre otros.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

IMPORTANCIA DE PROVEEDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES DE ARCOR.

³ Ibid., p.8.

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.⁴

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 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 RSE 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 empresas.⁵

2.3.2. Responsabilidad Social Corporativa. Es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general.⁶

⁴ BURT, Victor. Responsabilidad social empresarial: guía de implementación para pymes (online). 1 ed. [Asunción]: Proyectarse, 2011 [citado 20 sep., 2013]. Disponible en:

⁵ Ibid., p.15.

⁶ Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) Documento N° 1: Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, 2005. p. 29.

2.3.3 Ventajas de la Responsabilidad Social para la Empresa. 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".⁷

2.3.4 Empresa. Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece deberse, por lo menos en parte, que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo.

Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa.⁸

⁷ FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. (on line). [Buenos Aires]: Fundación Cordón del Plata, may., 2010 [citado el 23 de julio de 2013]. Disponible en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

⁸ FREED R. David. Conceptos de Administración estratégica. 3 ed. México: McGraw Hill, 2010. p. 315.

2.3.5 Proveedores. Persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

2.3.6 Cliente. Recibe el producto o servicio del diagnosticentro.

2.3.7 Diagnóstico Situacional. Es la descripción, identificación y análisis de una situación, procesos muy importantes para poder desarrollar estrategias que lleven al cumplimiento de una misión.

2.3.8 Como se es Socialmente Responsable. Las empresas no son entidades aisladas, sino que son una parte más de la sociedad, y tienen gran poder sobre la misma, son generadoras de empleo, desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico, provocan un impacto en las localidades donde desarrollan su actividad.... Este impacto que tiene la empresa sobre su entorno y la sociedad que les rodea es la que cada vez más motiva a las empresas a orientar su estrategia hacia la Responsabilidad Social, cuyo objetivo es integrar en la gestión valores éticos como la calidad de la vida laboral, respeto al medio ambiente, igualdad, solidaridad.... Se trata de un acto voluntario (por encima de lo que establece la legislación) que no ha de entenderse como un coste sino como una inversión que será recuperada y generará beneficios constantes.

2.4 MARCO TEÓRICO

2.4.1 Teoría de los stakeholders⁹. 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 Stanford de 1963 como un uso temprano del término; Otros autores encontraron usos del término incluso antes de los años 30 del siglo XX.

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.

⁹ ARGANDOÑA, Antonio. Teoría de Stakeholder según *Freeman*. Barcelona: Universidad de Navarra, 2008. p.5.

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.

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 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 como 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.¹⁰

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.

¹⁰ Ibid., p.7.

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 siguientes beneficios:¹¹

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

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

¹¹URIBE, Ángela. Ética, responsabilidad social y empresa. Bogotá DC. Centro Editorial Universidad del Rosario. 2005. 138p.

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.

2.5 MARCO LEGAL

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 a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso.¹²

Artículo 53. 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,

¹² MINHACIENDA. Normativa. (online). Publicado el 20 de julio de 2008 (citado el 2 de Diciembre de 2012) Disponible en <http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf> p.58

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.

Artículo 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 40 minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

Artículo 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.

Artículo 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.

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

Artículo 58. De la Constitución, en correspondencia con lo que define la ISO 26000 participación activa y desarrollo de la comunidad, determina el alcance de la propiedad privada y el alcance de sus derechos cuando dicha propiedad se constituye en un bien de utilidad pública o interés social, todas veces que la Constitución determina que la propiedad es una función social que implica obligaciones.

El artículo 333 de la Constitución, contiene varias premisas que se enmarcan dentro de lo que la ISO 26000 desarrolla como materias fundamentales. Cuando determina la libertad de la actividad económica y la iniciativa privada dentro de los límites del bien común y establece que la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades, está impartiendo principios para que las organizaciones mantengan una conducta ética en sus transacciones con otras organizaciones, aspecto que está comprendido en la ISO 26000 denominado prácticas justas de operación.

El artículo 83 determina la presunción de la buena fe en las actuaciones de las autoridades públicas, aspecto que lo contempla la ISO 26000 ofreciendo pautas y mecanismos para su desarrollo en la materia fundamental denominada prácticas justas de operación.¹³

¹³ Ibid., p.62.

2.5.2. ISO 26000. Esta norma intenta que las organizaciones se logren involucrar con sus partes interesadas como lo son los grupos de interés, haciendo énfasis en que su desempeño interno y externamente sea una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz. Se busca mediante un comportamiento ético y transparente contribuir al desarrollo sostenible incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, considerando las expectativas de las partes interesadas, cumpliendo con la legislación aplicable siendo coherente con la normativa internacional de comportamiento.

2.5.3 Código del Comercio Colombiano. Artículo 100. Sociedad Comercial y Ámbito de la aplicación de esta Ley. Se tendrá como Comerciales para todos los efectos legales las sociedades que se formen para la ejecución de actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial, las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles. Sin embargo cualquiera que sea su objeto, las sociedades comerciales y civiles estarán sujetas, para todos los efectos, a la legislación mercantil.¹⁴

2.5.4 Ley 1480 de 2011. Derechos del Consumidor.¹⁵ Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. Los consumidores tienen el derecho a obtener productos con calidad e idoneidad; Obtener información veraz, oportuna, suficiente, precisa e idónea; Derecho a acudir directamente al productor, proveedor o prestador de un servicio y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos; Derecho a ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión; Derecho a decidir libremente los bienes y servicios que requieran; Proteger sus derechos e intereses organizándose, eligiendo a sus representantes; Derecho de representación para reclamar; los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores; los ciudadanos tienen derecho a recibir información y capacitación sobre consumo, derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas; Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; y Derecho a obtener protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces.

2.5.5 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

¹⁴ CODIGO DE COMERCIO (Decreto 410 de 1971). Bogotá: Momo, 2008. p 11.

¹⁵ SUPERINDUSTRIA. Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. [Bogotá]: Superindustria, 2011 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: http://www.sic.gov.co/oldest/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2011/Ley_1480_Estatuto_Consumidor.pdf

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.

2.5.6 Norma SA-8000¹⁶. 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.¹⁷

¹⁶ 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.

¹⁷ Ibid., p.5.

3. DISEÑO METODOLOGICO

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. 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 tuvo un estudio de la situación actual de Diagnosticentro Ltda con relación a sus proveedores y clientes.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población. La población participante en el proyecto estuvo conformada por 10 proveedores y 225 clientes.

3.2.2 Muestra. Por considerarse la población de proveedores demasiado reducida, se estimó conveniente aplicar la muestra a la totalidad de la población y en cuanto a los clientes potenciales se acudirá al muestreo probabilístico aleatorio simple (al azar), dando equilibrada participación a los usuarios de la misma, para lo cual se acudió a una fórmula estadística.

La fórmula a utilizar es:

$$n = \frac{(Zc)^2 N.p.q.}{E^2(N-1) + (Zc)^2 p.q}$$

Donde:

n = Muestra (?)

N = Población (225 clientes)

e = Error de muestreo (5%)

Zc = Constante de muestreo (1,96)

P= Porcentaje de aceptación (50%)

Q= Porcentaje de rechazo (50%)

$$n = \frac{216.09}{1.5204}$$

n = 142.12 ≈ 142 clientes de Diagnosticentro Ltda

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la elaboración de este estudio se utilizó el instrumento de la entrevista dirigida al Gerente y la encuesta para proveedores y clientes del Diagnosticentro, cuya técnica facilitó la recolección de datos primarios los cuales conllevaron al desarrollo del mismo.

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

3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de la información fueron 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.

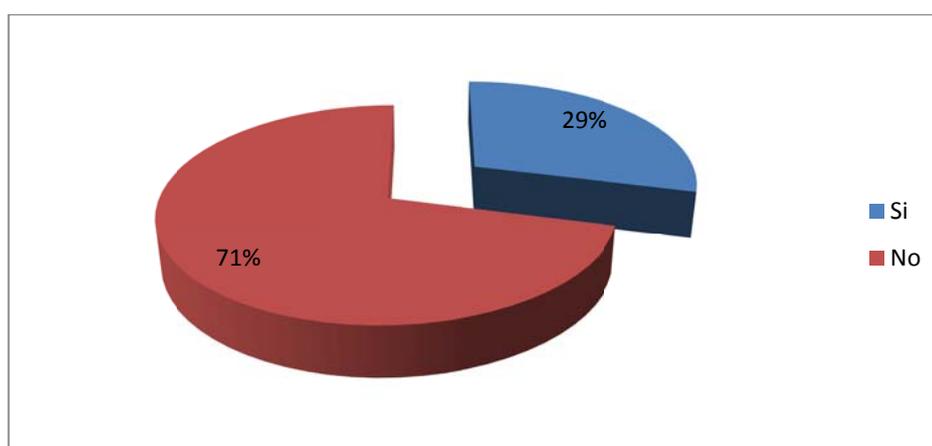
3.4.1 Análisis de la encuesta realizada a los clientes del Diagnosticentro Ltda.

Tabla 1. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	41	29%
No	101	71%
Total	142	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 1. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)



Fuente: Autoras del proyecto.

Se puede observar que más de la mitad de la población encuestada (71%) coincide en que hasta la fecha no tienen conocimiento alguno de lo que es RSE.

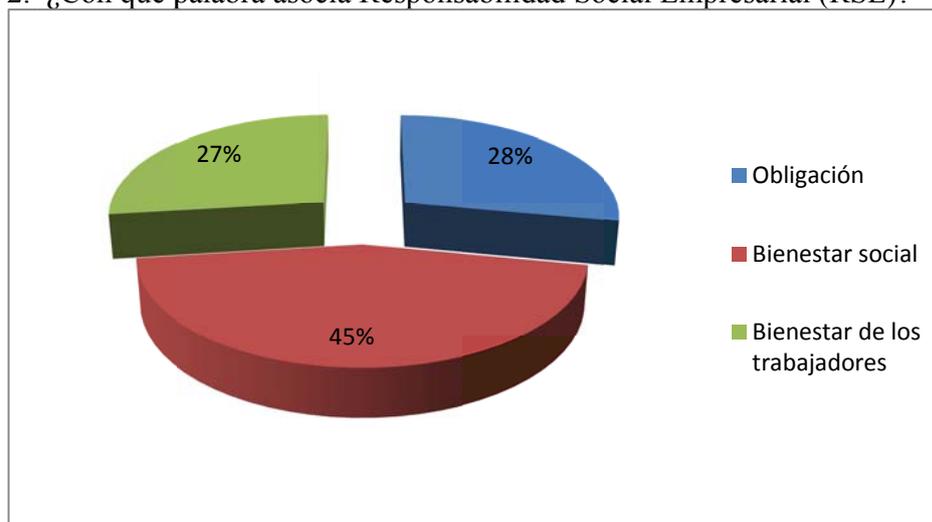
Con este resultado identificamos que si el Diagnosticentro Ltda tiene algún tipo de Responsabilidad Social sólo el 29% de sus clientes tienen conocimiento de que significa; este porcentaje constituye una cifra alarmante respecto a la aplicación de un factor tan importante como lo es la (RSE). Lo anterior se convertirá en un objeto de estudio en el Diseño de un programa de RSE.

Tabla 2. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Obligación	40	28
Bienestar social	64	45
Bienestar de los trabajadores	38	27
Total	142	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 2. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?



Fuente: Autoras del proyecto.

De acuerdo a los resultados arrojados la palabra con la que más se asocia Responsabilidad Social es Bienestar Social con un porcentaje no tan elevado, por ser una respuesta múltiple, los encuestados escogieron también varias opciones.

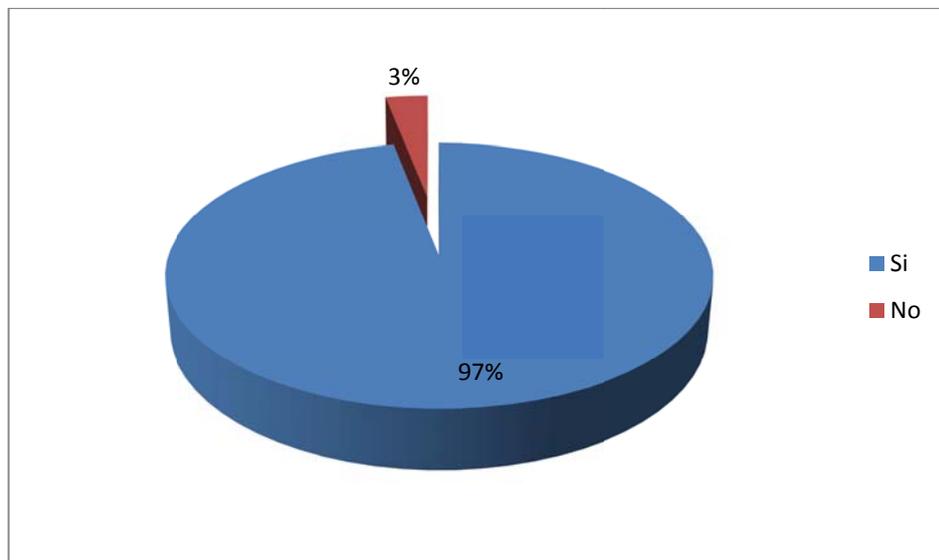
Se identifica que el grupo de clientes encuestados sin conocer el concepto de RSE lo asocian con algunas palabras que la describen, por ende se evidencia la gran importancia de diseñar un programa de RSE para el Diagnosticentro, en donde sus clientes conozcan su significado y los beneficios que traen para la empresa.

Tabla 3. ¿Cree usted que puede influir como cliente en la manera como una empresa es socialmente responsable?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	138	97%
No	4	3%
Total	142	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 3. ¿Cree usted que puede influir como cliente en la manera como una empresa es socialmente responsable?



Fuente: Autoras del proyecto.

En la presente pregunta, se pretendió identificar el grado de conocimiento de los clientes acerca de su influencia en la RSE, encontrando que aunque un gran porcentaje de éstos desconocen en si la definición e importancia de la RS, son conscientes de los grandes beneficios que tiene la RS para el Diagnosticentro Ltda.

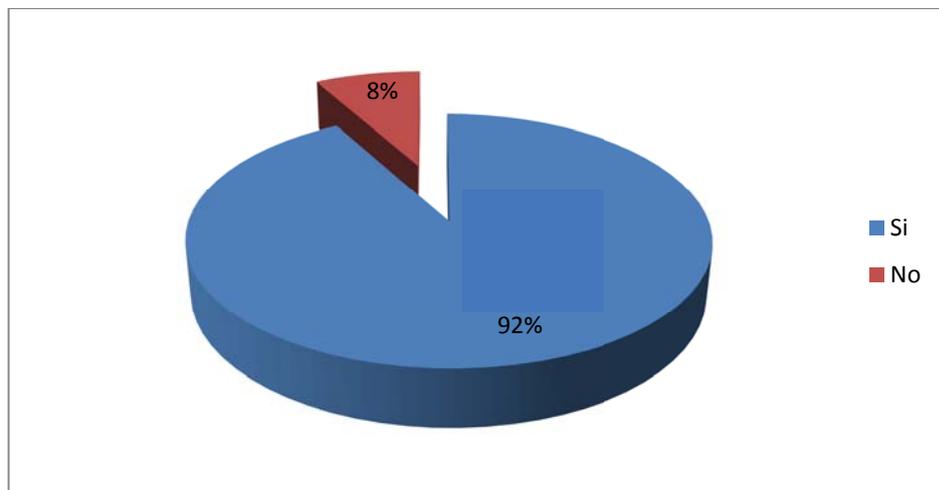
Este punto tiene gran relevancia para observar la necesidad del Diseño de un Programa de RSE en el Diagnosticentro, ya que los clientes aplican muchas veces el concepto de RSE, desconociendo realmente todo lo que tiene que ver el tema y los beneficios para la empresa.

Tabla 4. Considera que la empresa se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a sus clientes?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	130	92%
No	12	8%
Total	142	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 4. Considera que la empresa se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a sus clientes?



Fuente: Autoras del proyecto.

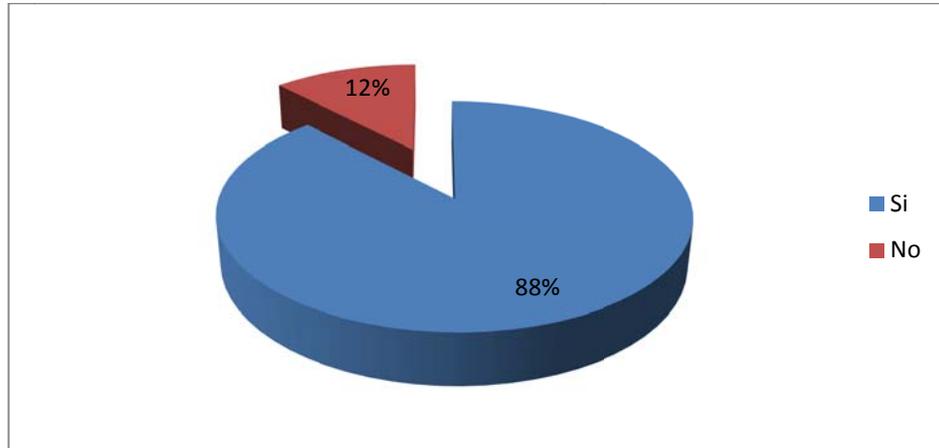
El contar con un personal idóneo en una empresa, es una base para que el servicio sea de excelente calidad, opina el 92% de los clientes encuestados, quienes dicen que el Diagnosticentro Ltda si se preocupa o interesa por ello, teniendo en cuenta que como clientes estamos en todo el derecho de recibir un excelente servicio, de allí que han recibido buenos tratos por parte de éstos y la información que reciben es clara.

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

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	88%
No	17	12%
Total	142	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

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



Fuente: Autoras del proyecto.

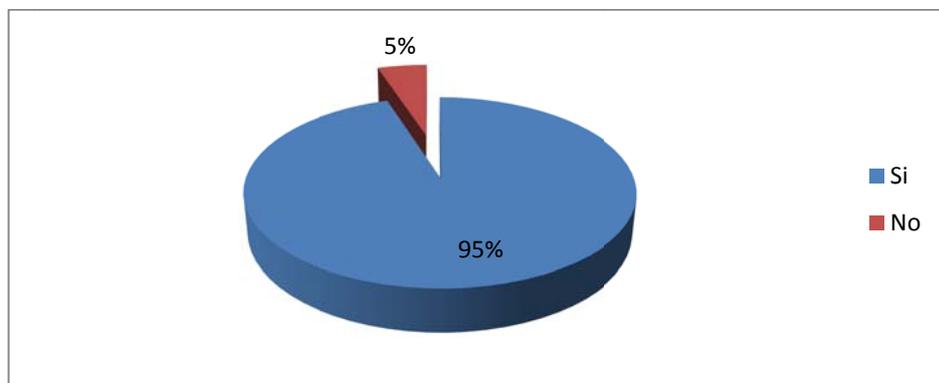
Las necesidades que se presentan por parte de los clientes y son allegadas a la empresa, son en su mayoría resueltas pero otras no, siendo una parte de mucha satisfacción para la gran mayoría de clientes de la empresa, quienes han tenido que recurrir a la misma a solicitar cualquier servicio o que se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

Tabla 6. ¿Está usted seguro de la Calidad de los servicios que vende el Diagnosticentro?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	135	95%
No	7	5%
Total	142	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 6. ¿Está usted seguro de la Calidad de los servicios que vende el Diagnosticentro?



Fuente: Autoras del proyecto.

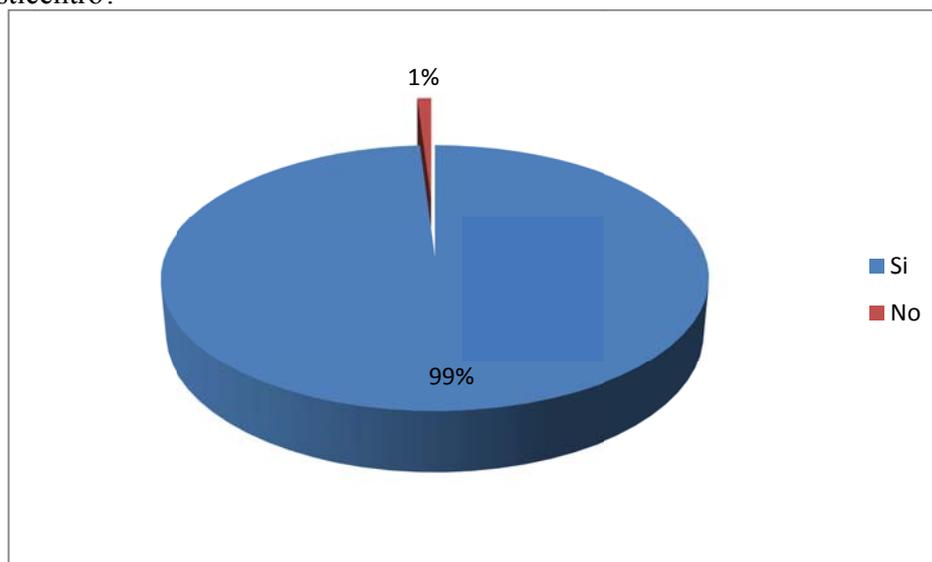
Cuando un servicio se vende en una empresa, debe ser de excelente calidad con el fin que el cliente que llegue se amañe y se atraigan muchos más. Es por ello que el Diagnostico Centro Ltda tiene claro que el servicio al cliente es lo más importante, dentro de él se encuentra la idoneidad y la venta del mismo. Por ello, el 95% de los clientes encuestados están seguros de la calidad de servicios que vende la empresa, proponiendo que se aumente más su portafolio.

Tabla 7. ¿Está usted informado sobre manejo de desechos y residuos por parte del Diagnostico Centro?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	99%
No	2	1%
Total	142	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 7. ¿Está usted informado sobre manejo de desechos y residuos por parte del Diagnostico Centro?



Fuente: Autoras del proyecto.

La información que se recibe por parte del Diagnostico Centro Ltda acerca del manejo de desechos y residuos, comenta el 99%, es la utilización de las canecas de basura que se encuentran en los diferentes puntos de la empresa, como en la oficina y en los puntos intermedios. En ellos se depositan los distintos residuos que tanto el trabajador, cliente o visitante desecha y que no deben ser tirados al piso para evitar contaminación en el medio.

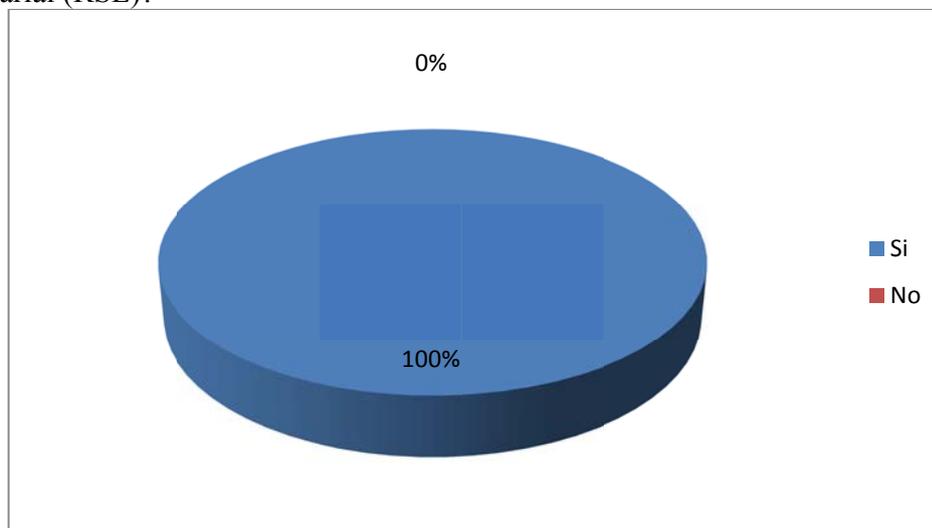
3.4.2 Análisis de la encuesta realizada a los proveedores del Diagnosticentro Ltda.

Tabla 8. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 8. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?



Fuente: Autoras del proyecto.

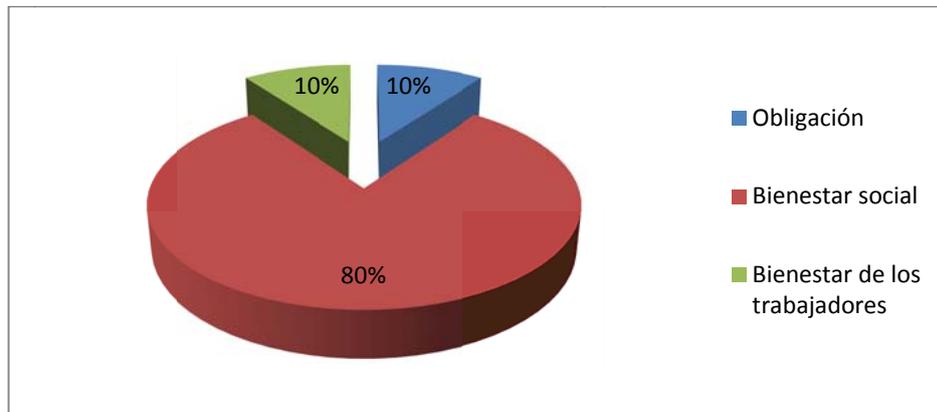
En este punto del conocimiento que tienen los proveedores, es satisfactorio ver que el 100% respondió tener algún conocimiento sobre la RSE. Este resultado es un punto de partida relevante para Diseñar un Programa de RSE en el Diagnosticentro Ltda y la importancia que traería a la empresa, ya que es vital la percepción que tengan los proveedores sobre RS.

Tabla 9. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Obligación	1	10%
Bienestar Social	8	80%
Bienestar de los Trabajadores	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 9. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?



Fuente: Autoras del proyecto.

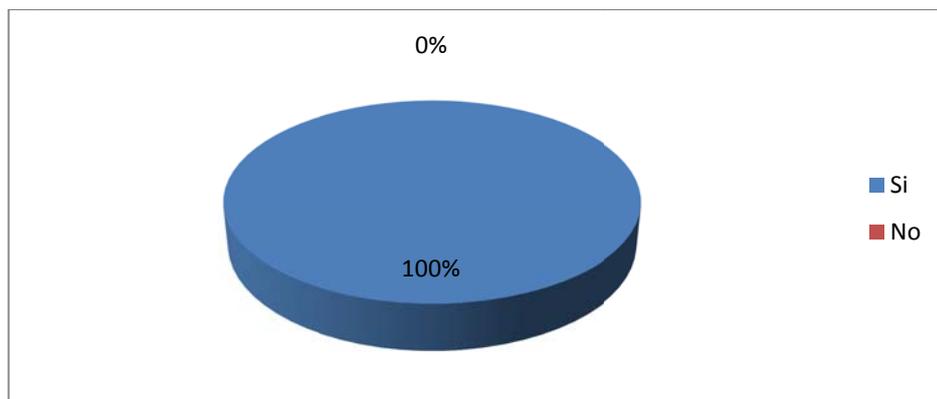
En los resultados analizados en esta pregunta podemos identificar que el 80% de los proveedores asocian la RSE con el bienestar social, siendo para ellos la parte más importante en una responsabilidad de la empresa, ya que es aquí donde se maneja a la comunidad en general y el medio en que se ejecuta.

Tabla 10. ¿Cree usted que puede influir como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 10. ¿Cree usted que puede influir como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable?



Fuente: Autoras del proyecto.

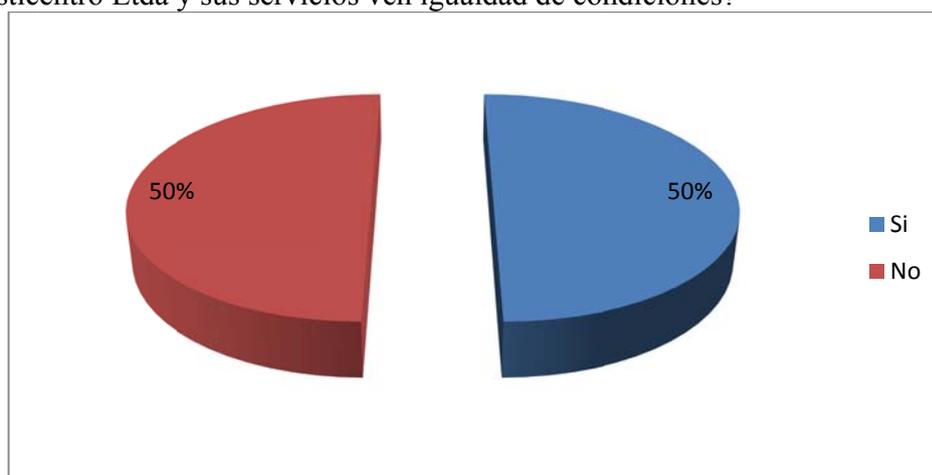
En este punto se puede observar que el 100% de los proveedores dicen conocer la importancia que tienen en la RSE del Diagnostico Centro, pues los proveedores son órganos importantísimos para aumentar la productividad y rentabilidad en la empresa. Además la empresa debe mantener relaciones basadas en la transparencia y cumplimiento de reglas donde exista un beneficio de las dos partes.

Tabla 11. ¿Al momento de establecer las condiciones de contratación entre el Diagnostico Centro Ltda y sus servicios ven igualdad de condiciones?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 11. ¿Al momento de establecer las condiciones de contratación entre el Diagnostico Centro Ltda y sus servicios ven igualdad de condiciones?



Fuente: Autoras del proyecto.

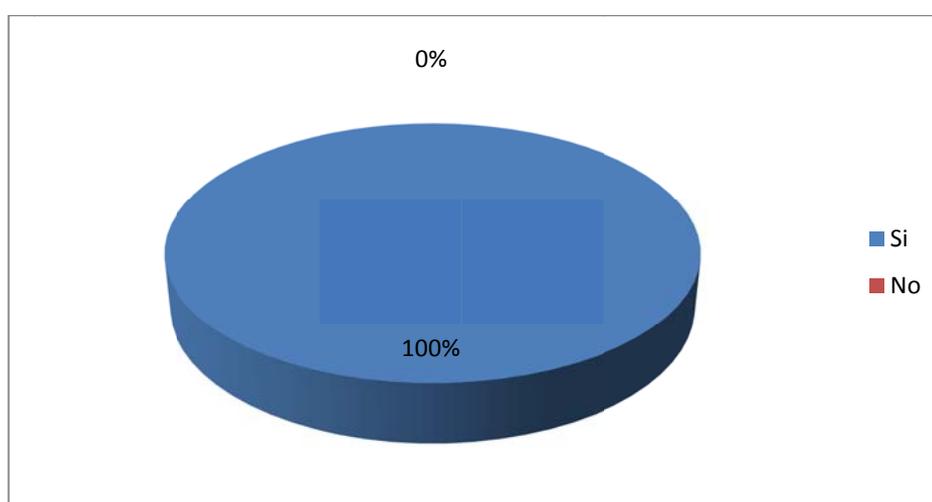
En cuanto a la igualdad de condiciones a la hora de vincular personal a la empresa se puede observar que aunque el 50% de los proveedores piensa que hay igualdad en el proceso, el 50% no piensa lo mismo, cifra importante para el diseño del programa de RSE porque el factor humano es muy importante para la empresa, y si todos los empleados se invierten en prácticas de responsabilidad social empresarial es seguro que el equipo va a responder mejor que nunca porque va a sentir que hace parte no solo del crecimiento de la empresa sino de la región y de la sociedad a la que pertenece.

Tabla 12. ¿Tienen conocimiento acerca de la empresa por medio de información suministrada por la misma?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 12. ¿Tienen conocimiento acerca de la empresa por medio de información suministrada por la misma?



Fuente: Autoras del proyecto.

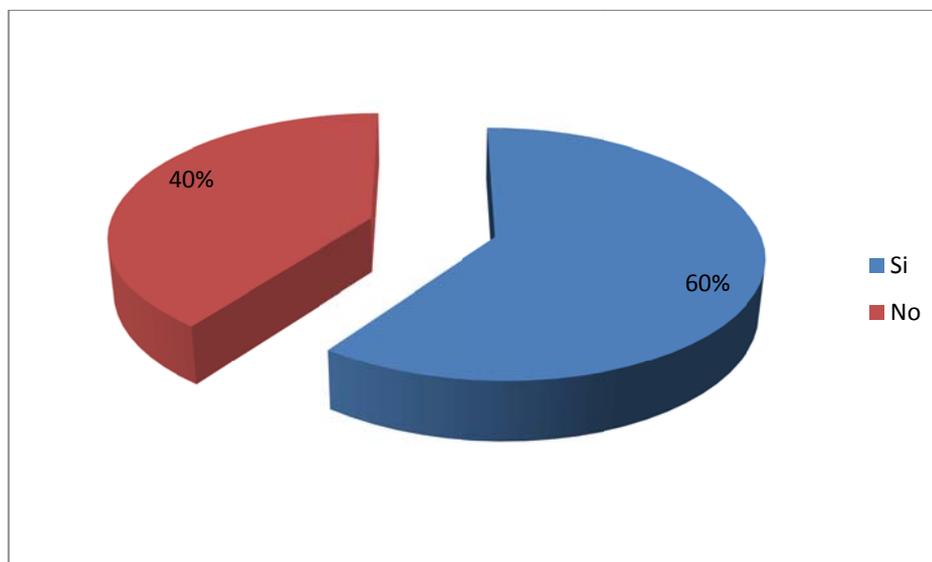
La totalidad de los proveedores coinciden en que el Diagnosticentro Ltda si se encarga de que ellos dispongan de información sobre la Empresa, demostrando confianza hacia los mismos.

Tabla 13. El Diagnosticentro Ltda los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, clientes así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 13. El Diagnostico Ltda los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, clientes así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?



Fuente: Autoras del proyecto.

Como en la mayoría de las preguntas, más de la mitad el 60% coincide en que el Diagnostico si se encuentra comprometido con su bienestar y el de sus empleados, aunque no se puede descuidar que el 40% de los proveedores piensa que no existe compromiso por parte de la empresa con sus empleados, cifra importante por la cual se debe identificar en que radica el hecho de que este porcentaje sea indiferente ante las políticas de la Empresa.

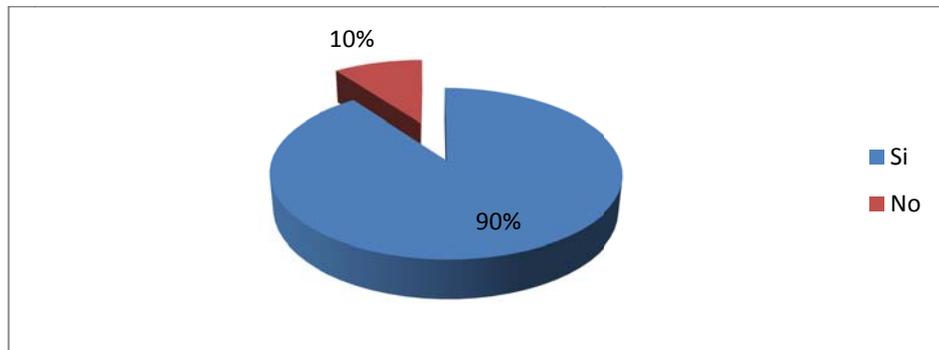
Para que los empleados de la empresa generen resultados, es importante motivarlos, incentivarlos, evaluar competencias por vía de conocimiento, habilidades y actividades, generando a su vez una buena cultura organizacional y un excelente bienestar. En pocas palabras, satisfacer las necesidades de este grupo de interés interno para generar excelentes resultados dentro del Diagnostico.

Tabla 14. ¿Contribuye usted a la competitividad y sostenibilidad de la empresa?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 14. ¿Contribuye usted a la competitividad y sostenibilidad de la empresa?



Fuente: Autoras del proyecto.

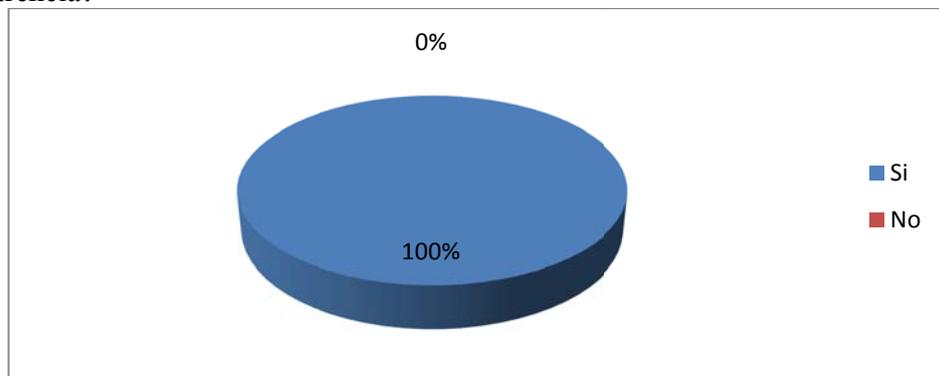
Se puede observar que el 90% de los proveedores saben de su participación en la contribución con la competitividad y sostenibilidad de la empresa, pero no se puede dejar a un lado que el 10% de los proveedores desconocen su importancia como miembros en la empresa y en el mejoramiento de la misma y esto se debe al desconocimiento que tienen sobre que es RSE. Si todos los proveedores conocieran su importancia en la competitividad y el sostenimiento del Diagnosticentro se podría lograr mayor eficiencia en la empresa, ya que cuando dentro de la estrategia de la empresa está el de crecer de manera competitiva y sostenible, la organización alinea sus operaciones y su equipo humano hacia tal fin.

Tabla 15. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales del Diagnosticentro en Respeto y Transparencia?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 15. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales del Diagnosticentro en Respeto y Transparencia?



Fuente: Autoras del proyecto.

Igual que en las anteriores gráficas los resultados representan los mismos porcentajes siendo la totalidad una afirmación pero en este caso firmando su contribución en las relaciones basadas en el respeto y la tolerancia.

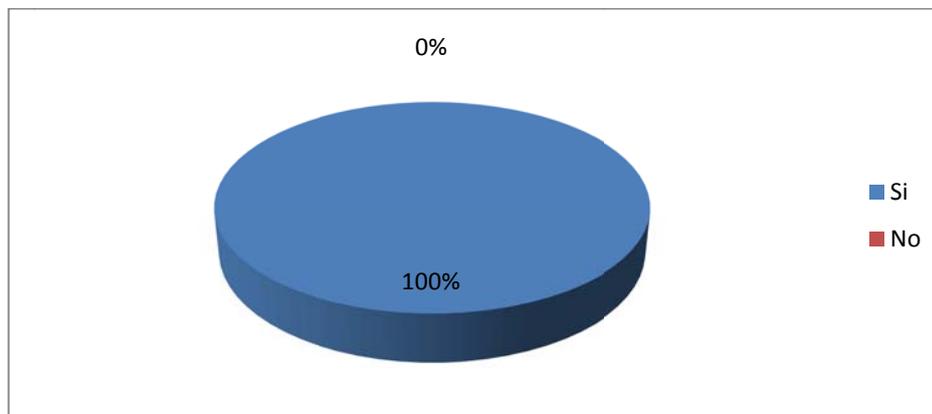
Vale destacar, que el Diagnostico Centro Ltda tiene un grupo de trabajo excepcional, gente que tiene a la empresa en el corazón y que es capaz de dar lo mejor de sí para contribuir al crecimiento y la expansión. Si parte de este flujo constante de energía laboral se invierte en prácticas de responsabilidad social empresarial es seguro que el equipo va a responder mejor que nunca porque va a sentir que hace parte no solo del crecimiento de la empresa sino de la región y de la sociedad a la que pertenece.

Tabla 16. ¿Contribuye usted a la no contaminación ambiental?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfico 16. ¿Contribuye usted a la no contaminación ambiental?



Fuente: Autoras del proyecto.

La totalidad del personal encuestado considera que sí contribuye con la no contaminación ambiental.

En este punto, los proveedores ven al Diagnostico Centro Ltda como una empresa que si contribuye a la no contaminación ambiental y que es responsable socialmente, logrando un compromiso serio hacia la comunidad buscando siempre satisfacer las necesidades de la misma.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

La responsabilidad social empresarial, es un tema imprescindible dentro de una empresa puesto que es a través de esta que una compañía debe generar valores a través de proyectos sociales responsables que enfatizan en la competencia y la negociación con los proveedores, partiendo de que en la actualidad los clientes toman en cuenta las buenas atenciones por parte de múltiples entidades prestadoras de un servicio, la atención al cliente, un ambiente de trabajo amigable y el trato cordial interna y externamente.

Después de aplicar las encuestas a clientes y proveedores del Diagnosticentro Ltda, como una de las empresas líderes en esta área; se quiere que ésta a su vez sea también líder y reconocida en este sector como una empresa socialmente responsable. Para ello se realizó un diagnóstico situacional al grupo de interés seleccionado por las autoras teniendo en cuenta las necesidades del Diagnosticentro, el cual se encamina a Clientes y Proveedores para conocer su participación, ya que las personas son la esencia de la organización y su completo desarrollo, permite que sus habilidades, sus conocimientos y actitudes sean usados en beneficio de la empresa. Además, si la empresa espera que su talento humano genere resultados, es importante motivarlos, incentivarlos, evaluar competencias por vía de conocimientos, habilidades y actividades, generando a su vez un buen clima organizacional. En pocas palabras, satisfacer sus expectativas a través de prácticas socialmente responsables generando así excelentes resultados y un beneficio para las partes.

El resultado de este diagnóstico nos llevó a concluir que el Diagnosticentro Ltda, es una empresa que realiza actos filantrópicos pero que aún le falta reforzar en actos socialmente responsables, teniendo en cuenta que la RSE va más allá de la filantropía porque debe llegar a hechos concretos de bienestar social colectivo que ayuden al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad en asocio con el estado.

Aunque el Diagnosticentro Ltda en muchas de sus actuaciones diarias aplican la RSE desconociendo el tema como tal, se quiere aportar a la empresa los beneficios que trae el Diseño de una Propuesta de RSE. La motivación por el tema, surgió a raíz de la desconcertante situación en que se encuentran muchos trabajadores (poca calidad de vida, desmotivación, pocos beneficios, falta de capacitación, falta de sostenibilidad del empleo, entre otros) donde la empresa no pone el interés necesario hacia su talento humano, sino que solo se dedican a obtener ganancias dejando de lado la responsabilidad social que les compete, teniendo en cuenta que la RSE es una de las prioridades de la gerencia de hoy, donde no basta solo con producir utilidades para los accionistas; sino que también se debe contribuir a prácticas sociales para ser sostenible en el tiempo. Además, el respeto por la misma será una condición no sólo para el éxito, sino también para la supervivencia empresarial en el ambiente de negocios globalizado que viviremos para el nuevo milenio.

La situación actual muestra que la RSE en el Diagnosticentro Ltda no se encuentra aplicada, a pesar de la importancia que representa en la comunidad, por tanto es vital que actúe de inmediato y en mayor medida, para que reconozcan el impacto que sus prácticas empresariales están causando en la sociedad y en el medio ambiente como consecuencia de

su actividad, del manejo de sus residuos, y en la influencia que tienen sus planes y decisiones para la comunidad.

La empresa no puede limitarse a ser una mera explotación económica en el sentido tradicional del concepto, debe adquirir un mayor protagonismo en la sociedad en tanto que sea socialmente responsable, lo cual debe incorporar aspectos como que sus productos sean aceptados por los ciudadanos, cumpla estrictamente la normatividad vigente, sus directivos tengan un comportamiento ético intachable, conceda una importancia adecuada a la relación con sus empleados, sea respetuosa con el medio ambiente o apoye a las personas más desfavorecidas de las comunidades de Ocaña.

En términos generales y de acuerdo con los resultados arrojados en la encuesta que se realizó a los clientes del Diagnosticentro Ltda, el conocimiento que estos tienen en este momento de lo que es Responsabilidad Social Empresarial, es aun muy superficial, faltan factores de reconocimiento de la Empresa, compromiso con la misma, confianza, al mismo tiempo que no se percibe un sentido de empoderamiento que permita generar desarrollo en esta Empresa Ocañera.

Todo lo anterior, llevó a proponer el Diseño de un Programa de RSE para el Diagnosticentro Ltda basado en responsabilidad social empresarial aplicado a esta empresa, con el cual se busca generar un proceso fácilmente aplicable para su recurso humano y crecimiento de la organización, a través de actos socialmente responsables, los cuales se vean aportados por su grupo de interés mediante buenos actos generadores de valor donde se logre una retribución sinérgica entre las partes.

Entrevista realizada al gerente. Luego de realizada la entrevista al gerente de la empresa Diagnosticentro Ltda., se tienen los siguientes resultados:

Se le interroga acerca de qué entiende por Responsabilidad social empresarial, a lo cual responde que: Es una contribución activa y voluntaria para el mejoramiento social, económico y ambiental de una organización.

El gerente dice que en el momento se está implementando la responsabilidad social en la empresa. Sumado a ello comenta acerca de las proyecciones que tiene el Diagnosticentro que son las de Mejorar competitividad, la oferta de nuevos servicios, mayor lealtad del consumidor, consolidar vínculo con proveedores y abarcar nuevos mercados.

El gerente responde que si compromete a los proveedores y clientes en la creación de una cultura que garantice seguridad, salud y bienestar a cualquier persona que esté relacionada directa e indirectamente con la actividad del Diagnosticentro.

En cuanto a que la existencia de un Sistema de Gestión de Calidad, el gerente dice que el Diagnosticentro Ltda, si cuenta con éste, el cual es aplicado para poder brindar un servicio de calidad.

Aunque el gerente comenta que si tiene definidas algunas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para cada uno de su público de interés, en el momento no están del todo planteadas, lo cual indica que no hay claridad en las mismas.

La empresa implementa la Responsabilidad Social Empresarial, con el medio ambiente, mediante la disposición de los desechos en el lugar correspondiente. Además dice que si cree que los proveedores y clientes de la empresa, contribuyen a la sostenibilidad y competitividad de la empresa.

4. RESULTADOS

4.1 INVENTARIO DE PROVEEDORES Y CLIENTES POTENCIALES DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA.

4.1.1 Inventario de proveedores.

Cuadro 1. Inventario de proveedores.

EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCIÓN – TEL.	CONTACTO	CIUDAD
CENTRAL DE RODAMIENTOS	Llantas	Calle 40a N° 53-40 Tel:4444808	Luis Eduardo Carreño	Medellín
INVERSIONES PEGAR S.A	Repuestos para automotores	Calle 10 N° D15-39 tel:6088300	Edwuar Ortiz	Yumbo
CHANEME COMERCIAL S.A	Repuestos y accesorios para autos	Av. De las Américas N° 50-51 Tel: 4470798	Juan Manuel Higuita	Bogotá
MOTOREPUESTOS AMAYA	Repuestos para automotores	Calle 8 n°19-12 la Rotina Tel: 3168266975	Julian Amaya	Ocaña
LUBRIXEL S.A.S	Lubricantes y aceites	Carrera 11 N°6-20 tel:654281	Luisa López	Aguachica
CONDIR OIL COLOMBIA	Aceites	Cra 13 N° 17-13 tel:6715967	Carlos Flórez	Bucaramanga
DISTRIHERRAMIENTAS	Repuestos	Calle 7 N°43-274 tel:5611974	Reinaldo Celeita	Ocaña
FILTROS & FILTROS	Filtros para autos	: Calle 21 N°20-35 Tel:6716707	Alexis Carrillo	Bucaramanga
LUBRIREPUESTOS	Aceites y lubricantes	Avenida 8 N°1-43 tel:5730014	Gilberto Cinfuentes	Cúcuta
GILBERTO CINFUENTES HERNANDEZ	Accesorios para automotores	Carrera 31#8-54 3168241408	Gilberto Cinfuentes Hernández	Aguachica

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 2. Inventario de clientes.

CLIENTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD
MIGUEL PALACIO	La Primavera	3157915637	Ocaña
JAVIER TORRADO	Buenos Aires	3158447002	Ocaña
ALBEIRO PÁEZ	El Llano	3186664882	Ocaña
WILSON CASTRO	Centro	3153717807	Ocaña
FERNANDO TORRADO	Buenos Aires	3126846502	Ocaña
FERNANDO ALVAREZ	Las Llanadas	3167420873	Ocaña
FRANCY RIOS	La Primavera	3167489184	Ocaña
GUSTAVO JÁCOME	Tamaco	3005719144	Ocaña
HELI MENESES	Centro		Ocaña
GUSTAVO NORIEGA	Río de Oro		Río de Oro
ALEJANDRO ROPERO	Llanadas	3177271238	Ocaña
EDWIN ANGARITA	La Popa	3218090746	Ocaña
LUIS EDUARDO CARRASCAL	El Llano	3157928028	Ocaña
ANA RODRIGUEZ	Llanadas	3156101723	Ocaña
LEONARDO ALVAREZ	Marabel	3176736209	Ocaña
FERNANDO ALVAREZ	El Lago	3157338628	Ocaña
JOSE LUIS PALACIO	El Peñon	3174505151	Ocaña
LEDY PACHECO	San Agustín	3163543712	Ocaña
LYDA RODRIGUEZ	Llanadas	3163548718	Ocaña
LUIS EDUARDO SOLANO	La Popa	3157941172	Ocaña
LIBARDO BAYONA	Abrego	6427482	Abrego
CARLOS ROPERO	Tacaloa	5624073	Ocaña
CESAR BARRIENTOS	Aguachica	3175192122	Aguachica
YEIDER RODRIGUEZ	Barrancabermeja		Barrancabermeja
ORIELSO VARGAS	Totumalito	56253333	Ocaña
VOLMAR BLANCO	Carrera 13 # 9-14	5610004	Ocaña
JHON JAIRO AREVALO	Calle 2 # 16B-52		Ocaña
WILLIAM SANCHEZ	Carrera 49 # 51-19	3142264641	Ocaña
RUBEN QUINTERO	KDX 409- 100		Ocaña
VIRGILIO RINCON	Carrera 14 # 7-50	5622096	Ocaña
OLIVERIO JOYA	Carrera 17 · 7-67	5622780	Ocaña

Cuadro 2. (continuación)

CLIENTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD
LIBARDO TORRADO	Carrera 26B 4-54		Ocaña
JORGE LANZZIANO	González		González (Cesar)
PEDRO ASCANIO G.	Carretera Central	3157255578	Ocaña
HUMBERTO JAIME	Calle 12 24-12		Ocaña
RODOLFO GARCIA	Carrera 23 # 26-06	5690165	Ocaña
FERNANDO AREVALO	Calle 4 # 23-46	5693962	Ocaña
LUIS GÓMEZ	Calle 4 # 24-35	5693279	Ocaña
GERMAN BAYONA	Santa Bárbara	3123864615	Abrego N.S.
HUMBERTO PEÑARANDA	Carretero	3157313111	Ocaña
HECTOR PEREZ	Carrera 28 # 7-38	3158043014	Ocaña
HECTOR ROLDAN		3182006471	Ocaña
OLGER PAEZ		3167046575	Ocaña
JOHANA PACHECO	Llanadas	3214281921	Ocaña
JUAN CARLOS DELGADO	Juan XXIII		Ocaña
JHON CESAR RODRIGUEZ		3152894202	Ocaña
CARLOS ECHAVEZ	Calle 12 El Retiro	3187946789	Ocaña
LEONARDO TORRADO		3178804517	Ocaña
ALIRIO PEÑARANDA		5696175	Ocaña
MAURICIO RODRIGUEZ	El Llano	3185621091	Ocaña
VICTOR ROJAS	Convención		Convención
ANDRÉS ESCALANTE	Carrera 20 # 13A-12		Ocaña
FABIO A. BAYONA	Urb. Villas de Antón		Ocaña
LEONARDO F. ZARATE	Betania	5613458	Ocaña
CARLOS FERNANDO PÉREZ	La Rotina		Ocaña
SAMIR BOHORQUEZ	La Popa		Ocaña
ALBEIRO SEPULVEDA	Llanadas		Ocaña
DIOMAR PACHECO		3153021969	Ocaña
TALLER DE LATONERIA	Av. Fernández de Contreras	3157777442	Ocaña
ALMACÉN DE REPUESTOS LA ROTINA	La Rotina		Ocaña
EDWIN CABELLOS	Cañaveral		Ocaña

Fuente: Autoras del proyecto.

4.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EN CUANTO A RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL DIAGNOSTICENTRO LTDA, ESPECIFICANDO SU CAPACIDAD NORMATIVA, OPERACIONAL, ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL

En la ciudad de Ocaña, existe una total satisfacción acerca de los servicios prestados por parte del Diagnosticentro Ltda, lo cual opinan los clientes, quienes consideran que la calidad de los servicios ofrecidos es excelente o buena, siendo éste importante en lo que a competitividad se refiere. Esto tiene que ver con la óptima calidad de los mismos.

4.2.1 Capacidad Normativa. La Responsabilidad Social Corporativa en su marco normativo debe optar por la creencia en valores éticos, que guíen la conducta empresarial de cada empresa y la relación que ella desarrolla con su entorno. La Responsabilidad Social Corporativa parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o a prestar servicios para obtener ganancias, sino que debe nutrirse de su entorno para el alcance de objetivos comunes que busquen el bienestar de una comunidad en general.

Para el caso del Diagnosticentro Ltda, es una empresa que se define como una colectividad integrada por uno o varios grupos sociales que unen sus recursos (producción, tierra, mano de obra y capital), en una base común para producir bienes y servicios, mediante un orden normativo, organizativo y bien administrado, señalando rangos de autoridad, sistemas de planeación, comunicación, información y control coordinados, con eficiencia, modernidad, productividad, con una existencia relativamente continua en un medio y cuyas actividades se encuentran encaminadas hacia el logro de un fin o misión determinada.

Las empresas pueden ser clasificadas con base en: Su actividad (industrial, comercial, de servicios); origen de capitales (públicas, privadas, de economía mixta); magnitud o tamaño (pequeñas, medianas, grandes); duración (temporales o permanentes); régimen jurídico (sociedad anónima, responsabilidad limitada, sociedad de capital variable, sociedad en comandita simple, en comandita por acciones, sociedad en nombre colectivo). Para el caso del Diagnosticentro Ltda, su actividad es de servicios, como su nombre lo indica, son aquellas que brindan servicios a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Se caracterizan por ofrecer productos intangibles.

4.2.2 Capacidad Operacional. En cuanto a la capacidad operacional que se muestra en el Diagnosticentro Ltda, se muestra que en la actualidad y luego de realizarle unas mejoras a su estructura física, se encuentra también un adelanto tecnológico, debido a que es una empresa de prestación de servicios, por lo cual el material humano es el más importante en estos casos; lo que conllevó a que se debe actualizar en tecnología para poder brindar un mejor servicio a los clientes y comunidad en general. Todo ello teniendo en cuenta que, aunque se utilicen algunos equipos de alta tecnología, no son tan necesarios como la capacidad operacional del ser humano, teniendo en cuenta que sus empleados son capacitados para brindar un mejor servicio y el buen uso a la maquinaria que allí se utiliza.

4.2.3 Capacidad Económica

4.2.3.1 Promedio de ingresos producidos por la actividad económica. De acuerdo con la información dada por la administradora del Diagnosticentro Ltda, los ingresos operacionales de la empresa difieren en gran medida respecto al servicio solicitado. Es así como se encuentran ingresos mensuales aproximados a los \$30.000.000, como pueden existir ingresos de hasta \$70.000.000; esto puede variar de acuerdo a la época o a la temporada en que se encuentre. Por lo tanto, no hay una tarifa mensual establecida.

4.2.3.2 Sistema de remuneración a trabajadores. En cuanto a la remuneración dada a los trabajadores del Diagnosticentro Ltda, y según información suministrada, ésta va de acuerdo al cargo que vienen desempeñando, ya que las personas que se encuentran laborando directamente con la empresa, como lo son: administradora y representante de ventas, cuentan con un salario mínimo legal vigente, mientras que los empleados que se encuentran por fuera del almacén, como lo son mecánicos y montallantas, reciben un salario de acuerdo al trabajo realizado.

4.2.4 Capacidad Social. La capacidad social del Diagnosticentro Ltda, es notable y de mejoramiento, ya que su objetivo es el brindar un excelente servicio de mantenimiento y arreglo de automotores, además de la venta de repuestos y accesorios para los mismos. Esta empresa es reconocida por la importancia de sus servicios, haciendo que su relación social y la integración con sus clientes y proveedores, creen un ambiente ameno y agradable.

Uno de los beneficios principales de la empresa hacia la sociedad, es la fuente de empleo ofrecida por el diagnosticentro, con cuyos ingresos vienen dando respuesta a necesidades básicas de índole familiar y/o personal a sus trabajadores, así mismo la realización de donaciones a sectores necesitados.

4.2.5 Capacidad Ambiental. En cuanto a la capacidad ambiental, es de destacar que el Diagnosticentro Ltda, no realiza programas concernientes a este factor, la manera en que se integra es en la protección y promoción del ecosistema de la zona de Ocaña, mediante la recolección de basuras y el aseo a los alrededores de la empresa.

4.3 RELACIONAR LOS GRUPOS DE INTERÉS QUE INTERACTÚAN CON EL DIAGNOSTICENTRO LTDA, PARA FACILITAR EL PROCESO DE TOMA DE DATOS, IDENTIFICANDO LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EJECUTADAS

Las empresas que hacen parte de la venta de servicios relacionados con automotores en la ciudad de Ocaña, ofrecen diversidad de programas que demuestran su interés por el bienestar de sus grupos de referencia o stakeholders, en algunas con mayor profundidad que en otras, con un mayor o menor grado de conocimiento en cuanto a su significado dentro del tema de Responsabilidad social Empresarial.

Las áreas básicas en que generalmente se enfocan los programas de Responsabilidad Social Empresarial, son:

Gobierno Corporativo (socios, accionistas, familia, directivos)
Empleados
Bienes de Servicios (clientes y consumidores)
Relaciones comerciales (Proveedores, distribuidores y competencia)
Medio Ambiente (Generaciones actuales y futuras – sostenibilidad)
Comunidad (Comunidad, sector público y sociedad en general)

Es importante tener en cuenta, que en Colombia, el 70% de las empresas son familiares, por lo que los programas de Responsabilidad Social Empresarial requieren mayor atención, pues de acuerdo a la Superintendencia de sociedades, existen diferentes puntos de conflictos en este tipo de empresas, como son:

Trato discriminatorio
Apropiación de dineros de la compañía
Conformación de otras sociedades
Disolución y liquidación de la sociedad conyugal
Perpetuidad de los administradores en el cargo
No distribución de utilidades
Incumplimiento de obligaciones labores

Beneficios de tener prácticas de Responsabilidad Social Empresarial¹⁸

Con Gobierno Corporativo (socios, accionistas, familia, directivos)

Disminuye los riesgos de malos manejos
Se asegura la transparencia y la veracidad de la información
Se crea un mecanismo para evitar los conflictos de interés
Se crean los espacios para la solución de controversias
Se mejora la reputación de la empresa ante la comunidad, porque se genera confianza
Atracción de otros inversionistas que ven interesante la organización
Creación de reglas para las empresas de familia

Con Empleados

Se optimizan las competencias laborales
Se reduce el ausentismo laboral
Eleva la calidad de vida de los trabajadores y sus familias
Reduce el estrés
Mejora el clima laboral
Mejora la productividad

¹⁸ <http://www.jccconta.gov.co/conferencia2009/responsabilidadsocial.pdf>

Con Bienes de Servicios

- Mejora la calidad
- Aumenta los niveles de satisfacción del cliente
- Genera lealtad del cliente
- Incentiva el desarrollo de nuevos productos
- Aumenta la penetración a nuevos mercados
- Incrementa la rentabilidad

Con Relaciones comerciales (Proveedores, distribuidores y competencia)

- Se genera cultura en la RSE en la cadena de valor
- Se impulsa hacia nuevas 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 reducen los niveles de contaminación de la empresa
- Se promueve la producción limpia
- Se aminoran 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 limpio y complejo
- Añade diferenciación a las marcas y productos
- Promueve el desarrollo de la innovación
- Se generan ventajas competitivas
- Se reduce la burocracia Estatal
- Se fomenta la eficiencia del Estado

A continuación se relacionan las empresas que tienen la misma actividad económica que el Diagnosticentro Ltda, en cuanto al mantenimiento y reparación de vehículos automotores; además del comercio de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, frente a los distintos grupos de referencia.

Es importante aclarar, que las casillas en blanco indican que la empresa no presenta ningún programa de Responsabilidad Social Empresarial, lo que la pone en desventaja con aquellas que sí lo tienen:

Cuadro 3. Grupos de interés que interactúan con el Diagnosticentro Ltda.

No.	EMPRESA	GRUPOS DE INTERÉS						
		Colaboradores	Estado	Sociedad	Proveedores	Accionistas	Clientes	Medio Ambiente
1	Diagnosticentro Ltda	- Salario justo - Prestaciones Sociales	Pago de tributos o impuestos.	Donación a sectores necesitados.	- Pago oportuno de pedidos. - Excelente relación		- Productos de óptima calidad. - Precios justos.	- Tratamiento adecuado de desechos.
2	Diagnosticentro Avenida	- Salario justo	Pago de tributos o impuestos.		- Pago oportuno de pedidos.		- Precios justos	
3	CRT Ocaña	- Salario justo - Prestaciones sociales	Pago de tributos o impuestos		- Pago oportuno de pedidos.	Empresa con una administración eficiente y compartida.	- Precios justos - Calidad en los productos.	- Tratamiento adecuado de desechos.
4	Centro de Diagnóstico Automotor	- Salario justo	Pago de tributos o impuestos	Aportes a causas comunes.	- Pago oportuno de pedidos.		- Precios justos prestación de servicios ágiles y oportunos, con información confiable, clara y oportuna, personal competente e innovación permanente	- Tratamiento adecuado de desechos.

Fuente: Autoras del proyecto.

4.4 DISEÑO Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL DIAGNOSTICENTRO LTDA

La responsabilidad Social Empresarial (RSE), no sólo se traduce en beneficios para la sociedad y el medio ambiente, sino que también aporta beneficios económicos a las empresas que aplican este tipo de medidas por lo que el coste inicial que pueda ocasionar su implantación, se considera realmente una inversión empresarial para obtener beneficios a corto/mediano plazo.

Los siguientes valores son compromisos éticos de la empresa y constituyen la base de nuestra política de Responsabilidad Social Empresarial, debido a que hacen parte de la cultura de la compañía.

Solidaridad: promover la colaboración de talentos personales y experiencia profesional, para apoyar el crecimiento de la empresa y sus integrantes.

Respeto: reconocer y aceptar las diferencias para lograr un intercambio de ideas y convivencia en un ambiente de armonía.

Honestidad: lograr el ejercicio de la verdad en cada uno de nuestros actos y práctica profesional, mostrando coherencia y respeto a la comunidad.

Responsabilidad: tomar decisiones morales o racionales que respondan por el comportamiento propio.

Integridad: ser congruentes entre lo que hacemos y pensamos.

Transparencia: actuar de manera visible, clara y abierta.

Lealtad: ser fieles a los principios que nos unen como grupo.

Compromiso: ser colaboradores y tener actitud de servicio y cooperación.

La meta principal del Programa de Responsabilidad Social Empresarial para el Diagnosticentro Ltda, es establecer unas directrices de gestión con el fin de garantizar unos principios éticos y de respeto a las personas, a la sociedad y al medio ambiente. Los objetivos específicos establecidos en el Programa de Responsabilidad Social coinciden con las siguientes líneas estratégicas:

Minimizar el impacto ambiental

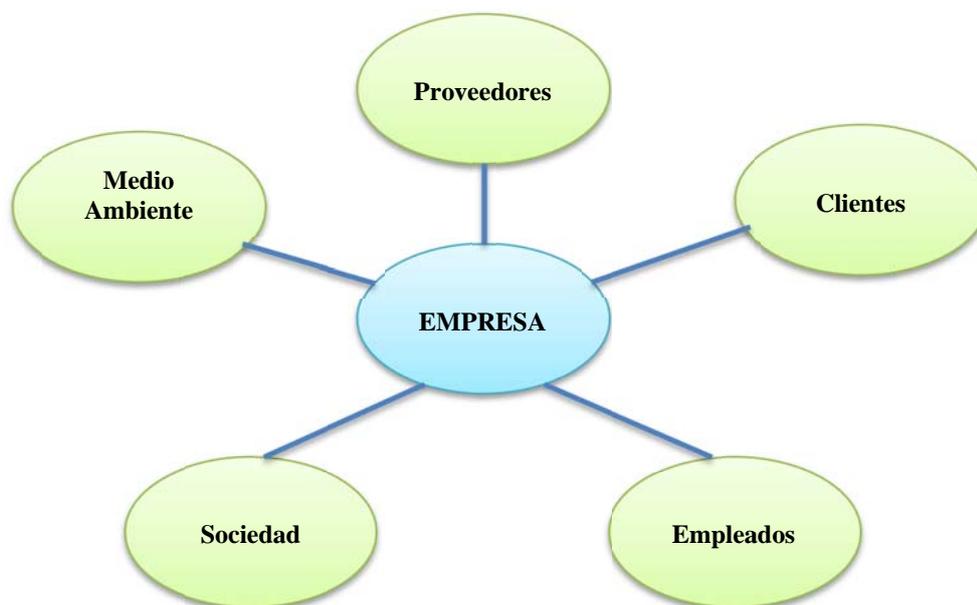
Asegurar la motivación y la implicación de los Recursos Humanos en la mejora continua de la empresa

Mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción

Extender el compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas

Implicarse con la comunidad y el tejido social

Fomentar y sistematizar los canales de diálogo



Fuente: Autoras del proyecto.

4.4.1 Minimizar el impacto ambiental. Un aspecto primordial incluido en el concepto de responsabilidad social es el respeto por el medio ambiente. De hecho, es una de las principales premisas del desarrollo sostenible.

Cualquier actividad empresarial tiene un impacto, en mayor o menor medida, sobre el medio ambiente. Para minimizar este impacto, el Diagnostico Ltda, debe realizar como primer paso, identificar y evaluar el grado del mismo, para establecer posteriormente las medidas necesarias.

Tanto la identificación y evaluación, como la posterior implantación de mejoras, son acciones que contempla esta línea estratégica.

Acciones. Identificar y evaluar los principales impactos ambientales de la actividad.

Establecer objetivos de mejora para reducir los impactos ambientales de la actividad.

Disponer de un registro de legislación ambiental que afecte a la actividad y garantizar su cumplimiento y actualización.

Llevar el control sistemático del consumo de energía, papel y producción de residuos.

Gestionar los residuos adecuadamente.

Optimizar el consumo de energía.

Implantar un plan de eficiencia energética para planificar un ahorro en el consumo energético.

4.4.2 Asegurar la motivación y la implicación de los Recursos Humanos en la mejora continua de la empresa. El objetivo del Diagnosticentro Ltda para el equipo profesional que conforma la empresa, es ofrecer un centro de trabajo para el desarrollo profesional y personal. Por este motivo, se incluyen en este punto aspectos como la no discriminación; la formación continua; la gestión participativa; el equilibrio entre trabajo, familia y ocio; la salud y la seguridad en el trabajo, y la ética empresarial, entre otros.

Dar a conocer a los empleados el programa de Responsabilidad Social Empresarial y sus distintas actividades, líneas y acciones; así como promover la participación de los empleados en actividades de Responsabilidad, de forma que contribuyan a lograr el objetivo propuesto.

Impulsar iniciativas de voluntariado empresarial.

Acciones. Garantizar la igualdad de oportunidades y la no discriminación, incrementando la presencia femenina en puestos directivos en igualdad de condiciones

Asegurar la contratación de personal discapacitado

Valorar las necesidades formativas de todo el personal y elaborar un plan de formación anual que incluya aspectos de Responsabilidad Social Empresarial en las sesiones formativas.

Impartir formación a las nuevas incorporaciones en relación a los compromisos con la RSE

Desarrollar un sistema de gestión del cumplimiento de objetivos. Implicación del personal en los proyectos de mejora.

Desarrollar un sistema para incentivar la participación del trabajador con sugerencias

Adoptar medidas para la conciliación de la vida laboral y familiar

Velar por la estabilidad de la plantilla y por la retención de ‘talentos’

Evaluar el grado de satisfacción del trabajador. Incrementarla

Aplicar las medidas (ergonómicas, de espacio, de material, de equipamiento, etc.) necesarias para garantizar un buen clima de trabajo

Asegurar las medidas básicas de salud, seguridad y prevención de riesgos laborales

Fomentar las buenas prácticas ambientales en el hogar entre los trabajadores

Código de conducta

Publicar vacantes en la intranet para fomentar el desarrollo profesional y la rotación interna

Trabajar para cumplir los requisitos que establece la norma SA 8000

4.4.3 Mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción.

Ofrecer excelencia en la calidad de los servicios a los clientes como uno de los objetivos básicos y esenciales de la actividad de la empresa. Por ello, una de las líneas estratégicas en este programa de RSE, hace referencia específicamente a la relación con los clientes, para garantizar el diálogo, la transparencia y su satisfacción.

La mejor estrategia, las ofertas y la comunicación no tienen valor si no ponemos a nuestros clientes en el centro de todas nuestras actividades.

Acciones. Profundizar en el conocimiento del cliente

Evaluar periódicamente el grado de satisfacción del cliente

Comunicar de manera clara y transparente toda la información relativa al producto o servicio que se ofrece

Fomentar las buenas prácticas ambientales entre los clientes

Mantener y potenciar el “Compromiso con el cliente”.

4.4.4 Extender el compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas. Para que el compromiso con la responsabilidad social sea efectivo hay que involucrar a las empresas proveedoras y subcontratados, ya que desarrollan una parte importante de la actividad de la empresa. Por este motivo se plantea como objetivo extender el compromiso con la Responsabilidad Social a la cadena de suministro, logística, proveedores, etc.

Para ello, podrían establecerse unos criterios ambientales y sociales de selección de productos y servicios que permitan priorizar productos y proveedores y establecer requisitos, tanto en el ámbito de la gestión ambiental, como en la relación con el trabajador.

Acciones. Homologar los productos de compra según los criterios ambientales y sociales establecidos

Implantar requisitos, según los criterios establecidos, en las cláusulas de contratación

Establecer un sistema de evaluación de proveedores y empresas subcontratadas, según los criterios establecidos en el punto anterior

Código de compras éticas de proveedores.

4.4.5 Implicarse con la comunidad y el tejido social. Esta línea incluye lo que se conoce como “acción social”, que hace referencia a una amplia gama de acciones, como pueden ser el diálogo con la comunidad, la inversión monetaria o en especies (tiempo, servicios, productos, etc.), donaciones, patrocinio y mecenazgo, entre otras muchas. La acción social se intensificará con acciones concretas durante el período en que se lleve a cabo este Programa de RSE.

En esta línea se incluirán todas aquellas acciones desarrolladas como “marketing social” o “marketing con causa”.

Acciones. Desarrollar un sistema de comunicación para mejorar el diálogo con la comunidad local

Ser miembro activo de las asociaciones y colectivos próximos.

Además de las asociaciones a las que ya se pueda pertenecer, podría ser interesante asociarse en algunas más

Elaborar un Plan de Acción Social específico, con acciones concretas a desarrollar durante el año (donaciones de material, alguna acción exclusiva de recogida de dinero en la que se asocia la empresa o sus productos con algún proyecto importante de ONG's, etc.)

Utilizar, desde nuestra posición de operador, el potencial de Internet y nuevos servicios, como la telefonía móvil, para ampliar la accesibilidad a éstos por parte de colectivos desfavorecidos

Se podría analizar la posibilidad de desarrollar algún producto o servicio con alto valor social para permitir el acceso a nuestros servicios a colectivos con necesidades especiales.

Desarrollar proyecto de accesibilidad social o diseño para todos (web accesible, etc.)

4.4.6 Fomentar y sistematizar los canales de diálogo. La Responsabilidad Social Empresarial, lleva inherente el concepto de implicación y diálogo con las partes interesadas (stakeholders).

Las líneas estratégicas anteriores tratan específicamente de las diferentes partes interesadas identificadas por la empresa (medio ambiente, trabajadores, clientes, proveedores y empresas subcontratadas, y comunidad).

Pero el diálogo con estos interlocutores se considera suficientemente importante como para definir una línea estratégica específica en el Plan que englobe todos los aspectos relativos a implicación de las partes interesadas.

Es importante destacar las connotaciones de la palabra “diálogo”, que expresa comunicación bidireccional. Por lo tanto, el objetivo final es establecer los canales que permitan no sólo comunicar, sino también y, esencialmente, recibir información y obtener un retorno de los diferentes interlocutores.

Acciones. Dar a conocer el Programa de Responsabilidad Social Empresarial a todas las partes interesadas y potencialmente interesadas a través de acciones de comunicación que contribuyan a su implantación

Garantizar que cada uno de los departamentos tenga su interlocutor de comunicación

Sistematizar las relaciones internas de comunicación

Incrementar los contenidos de información relativa a Responsabilidad Social Empresarial, en los canales de comunicación existentes y crear nuevos canales de comunicación bidireccionales específicos con los trabajadores

Establecer un programa de actividades extralaborales para aquéllos trabajadores que estén interesados

Crear un grupo de trabajo para fomentar el diálogo con los trabajadores

Asegurar un sistema formalmente establecido de recogida de consultas y sugerencias de los clientes, así como mecanismos de respuesta, seguimiento y registro de éstos

Crear incentivos para fomentar el diálogo con las partes interesadas (proveedores, clientes, etc.)

4.4.7 Relación con clientes y proveedores. Las relaciones que la empresa mantiene con sus clientes y proveedores están enmarcadas dentro de una cultura de respeto e información.

Ofrecer servicios de alta calidad, con excelente atención al público y manejos totalmente transparentes y abiertos.

Los beneficios de tener prácticas de RSE para los clientes y proveedores se resumen en los siguientes:

Se mejora la calidad de los bienes y servicios.

Se mejoran los niveles de satisfacción.

Genera lealtad y fidelidad de los usuarios.

Costos para la elaboración de la propuesta de RSE. La propuesta de Responsabilidad Social Empresarial, para el Diagnosticentro Ltda, tendrá unos costos en lo que refiere a su estudio e implementación. Para ello se tendrá a la persona responsable de su ejecución, que será un Administrador de Empresas, y un Ingeniero Ambiental, que será el encargado de la realización del Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS).

Honorarios

Ítem	Valor Total
Administrador	1.200.000
Ingeniero Ambiental	1.500.000
Total	2.700.000

Fuente: Autoras del proyecto

Los honorarios serán cancelados en forma global, ya que para las personas responsables de la propuesta, solo estarán vinculadas a la empresa durante el tiempo que dure la ejecución e implementación de la misma, para lo cual se ha estipulado un período de un mes.

Para la realización del PGIRS, se deberán adquirir una serie de implementos y herramientas para poder ser implementado en la empresa.

Requerimiento físico

Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Canecas	10	3.000	30.000
Bolsas para basura	10	2.500	25.000
Señales de rutas	5	12.000	60.000
Total		17.500	115.000

Fuente: Autoras del proyecto

Cabe aclarar, que los costos del requerimiento físico se plantean para el inicio de la propuesta.

Estimativos de costos anuales de manejo integral de residuos sólidos

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Servicio de aseo planta general	Mensual	12	300.000	3.600.000
Materiales y equipos de aseo	Gl	1	500.000	500.000
Servicio de recolección	Mensual	12	15.000	180.000
Total			815.000	4.280.000

Fuente: Autoras del proyecto.

El total de costos anuales con los que debe disponer la empresa para el manejo de los residuos sólidos, es de \$4.280.000.

5. CONCLUSIONES

Luego de dar cumplimiento a los objetivos propuestos, se puede concluir que:

Primeramente, se realizó un inventario de los proveedores y clientes del Diagnostico Centro Ltda. Para ello se tuvo en cuenta nombre/empresa, dirección, teléfono, producto, ciudad de procedencia. Cabe resaltar que el Diagnostico Centro maneja algunos clientes de manera empírica, por lo tanto no se tiene información de muchos de ellos, lo cual afectó en el inventario realizado, obteniendo solo información de aquellos clientes que han sido más constantes y con los que se ha tenido más vínculo comercial.

Mediante el diseño del diagnóstico situacional acerca de la responsabilidad social empresarial del Diagnostico Centro Ltda, se especificó su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental. Para ello se tuvieron en cuenta aspectos generales tomados desde el desarrollo de las encuestas.

En cuanto a los grupos de interés que interactúan con el Diagnostico Centro Ltda, se tiene que son muy pocos, teniendo que la competencia en este sentido es escasa. En estos casos es cuando una empresa como lo es el Diagnostico Centro Ltda, debe realizar programas que atraigan más clientela, teniendo en cuenta que un eficiente y eficaz servicio al cliente, es la imagen que una persona vende, además de un atrayente ambiente laboral.

Finalmente, se propuso un programa de responsabilidad social empresarial, con el fin que el Diagnostico Centro Ltda, conozca la importancia de su aplicabilidad en conjunto con sus proveedores y clientes, teniendo en cuenta puntos como: Minimizar el impacto ambiental, asegurar la motivación y la implicación de los Recursos Humanos en la mejora continua de la empresa, mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción, extender el compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas, implicarse con la comunidad y el tejido social, fomentar y sistematizar los canales de diálogo y la relación con clientes y proveedores.

6. RECOMENDACIONES

Como autoras del proyecto de grado, se recomienda:

Mantener información clara y precisa de los proveedores y clientes del Diagnostico Centro Ltda, con el fin de evitar cualquier impase que se pueda presentar cuando sea requerida ésta por algún motivo. Para ello se recomienda implementar una base de datos para la misma.

Ampliar la capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental de la empresa, la cual, aunque se cumpla, debe ser más profunda.

Tener en cuenta la desventaja que se tiene con los grupos de interés en cuanto ya que ninguno de éstos cumple con la responsabilidad social empresarial, y de esta manera poner en práctica el el programa de RSE que genere una ventaja competitiva, para así darle valor agregado a su talento humano.

Implementar el programa de Responsabilidad Social Empresarial para el Diagnostico Centro Ltda, con el fin de minimizar el impacto ambiental asegurando la motivación y la implicación de los recursos humanos en la mejora continua de la empresa.

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.

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

YEPES 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.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. (on line). Publicado el 26 de mayo de 2010 (citado el 23 de Noviembre de 2012). Disponible en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf> 23p.

MINHACIENDA. Normativa. (online). Publicado el 20 de julio de 2008 (citado el 2 de Diciembre de 2012) Disponible en <http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf> 58p.

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> 8p.

SUPERINDUSTRIA. Ley 1480, por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. [Bogotá]: Superindustria, 2012 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: http://www.sic.gov.co/oldest/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2011/Ley_1480_Estatuto_Consumidor.pdf

ANEXOS

Anexo A. Encuesta dirigida a los clientes del Diagnosticentro Ltda.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Realizar un estudio para conocer la participación de los clientes en la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa.

1. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Si _____
No _____

2. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Obligación ()
Bienestar Social ()
Bienestar de los Trabajadores ()

3. ¿Cree usted que puede influir como cliente en la manera como una empresa es socialmente responsable?

Si _____
No _____
Porque? _____

3) Considera que la empresa se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a sus clientes?

Si _____
No _____
Porque? _____

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

Si _____
No _____
Por qué? _____

5. ¿Está usted seguro de la Calidad de los servicios que vende el Diagnosticentro?

Si _____

No _____

6. ¿Está usted informado sobre manejo de desechos y residuos por parte del Diagnosticentro?

Si _____

No _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo B. Encuesta dirigida a los Proveedores del Diagnosticentro Ltda.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Realizar un estudio para conocer la participación de los proveedores en la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa.

1. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Si _____
No _____

2. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Obligación ()
Bienestar Social ()
Bienestar de los Trabajadores ()

3. ¿Cree usted que puede influir como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable?

Si _____
No _____

4. ¿Al momento de establecer las condiciones de contratación entre el Diagnosticentro Ltda y sus servicios ven igualdad de condiciones?

Si _____
No _____

¿Por qué? _____

5. ¿Tienen conocimiento acerca de la empresa por medio de información suministrada por la misma?

Si _____
No _____

6. El Diagnosticentro Ltda los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, clientes así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?

Si _____

No _____

¿De qué manera? _____

7. ¿Contribuye usted a la competitividad y sostenibilidad de la empresa?

Si _____

No _____

8. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales del Diagnosticentro en Respeto y Transparencia?

Si _____

No _____

9. ¿Contribuye usted a la no contaminación ambiental?

Si _____

No _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !!!

Anexo C. Entrevista dirigida al Gerente del Diagnosticentro Ltda.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Realizar un estudio para conocer la participación del Diagnosticentro en relación a sus proveedores y clientes en la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa.

1. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad social empresarial?

2. ¿Implementa la responsabilidad social en su empresa?

SI ____ NO ____ ¿Cómo? _____

3. ¿Qué proyecciones tiene el Diagnosticentro Ltda?

Mejorar competitividad _____
Oferta de nuevos servicios _____
Mayor lealtad del consumidor _____
Consolidar vínculo con proveedores _____
Abarcar nuevos mercados _____

Otras ____ ¿Cuáles? _____

4. ¿Compromete usted a sus proveedores y clientes en la creación de una cultura que garantice seguridad, salud y bienestar a cualquier persona que esté relacionada directa e indirectamente con la actividad del Diagnosticentro?

Si ____
No ____

5. ¿La empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad?

SI ____ NO ____

6. ¿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? _____ |

7. ¿Cómo implementa la empresa la Responsabilidad Social Empresarial, con el medio ambiente?

8. ¿Cree usted que los proveedores y clientes del Diagnosticentro Ltda contribuyen a la sostenibilidad y competitividad de la empresa?

Si _____
No _____

¿Por Qué? _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !!!