


| | | | | |
|---|---|---------------------|-------------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 10-04-2012 | A |
| Dependencia | Aprobado | | Pág. | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | i(131) | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | |
|--------------------|---|
| AUTORES | YELITZA SANTIAGO GUERRERO YEISON BEALDO CASTILLA ACOSTA |
| FACULTAD | FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS |
| PLAN DE ESTUDIOS | ADMINISTRACION DE EMPRESAS |
| DIRECTOR | Msc. ADRIANA MOSQUERA CARRASCAL |
| TÍTULO DE LA TESIS | DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL ALMACÉN DE REPUESTOS MASONIA, DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER |

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTA TRABAJO PERMITIO LA REALIZACIÓN DE UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL, CON EL FIN DE ESTABLECER LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, IMPLEMENTADAS POR EL ALMACÉN DE REPUESTOS MASONIA. ADEMÁS, SE DETERMINÓ SI EN EL PLANTEAMIENTO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EL ALMACÉN MASONIA, CONTEMPLA PROCESOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON SU GRUPO DE INTERÉS. Y SE DISEÑÓ UN ESQUEMA DE APOORTE AL DESARROLLO SOCIAL, QUE VINCULAN EL QUEHACER DEL ALMACÉN DE REPUESTOS MASONIA, CON EL CONTEXTO POBLACIONAL EN EL QUE ACTÚAN, PERMITIENDO CONTRIBUIR A LA CALIDAD DE VIDA Y EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD.

CARACTERÍSTICAS

| | | | |
|----------|---------|----------------|---------|
| PÁGINAS: | PLANOS: | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: |
|----------|---------|----------------|---------|



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



**DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL (RSE) EN EL ALMACÉN DE REPUESTOS MASONIA, DE LA
CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

Autores:

YELITZA SANTIAGO GUERRERO

YEISON BEALDO CASTILLA ACOSTA

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Director

Msc. ADRIANA MOSQUERA CARRASCAL

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Ocaña, Colombia

Abril de 2017

Índice

| | |
|--|----------|
| Capítulo 1. Diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial (RSE) en el almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander | 1 |
| 1.1 Planteamiento del Problema..... | 1 |
| 1.2 Formulación Del Problema | 3 |
| 1.3 Objetivos | 3 |
| 1.3.1 Objetivo General..... | 3 |
| 1.3.2 Específicos..... | 4 |
| 1.4 Justificación..... | 4 |
| 1.5 Delimitaciones..... | 6 |
| 1.5.1 Conceptual..... | 6 |
| 1.5.2 Operativa. | 7 |
| 1.5.3 Temporal..... | 7 |
| 1.5.4 Geográfica.. | 7 |
| | |
| Capítulo 2. Marco Referencial..... | 8 |
| 2.1 Marco Histórico..... | 8 |
| 2.1.1 Historia a nivel mundial de la responsabilidad social empresarial..... | 8 |
| 2.1.2 Historia a nivel nacional de la responsabilidad social empresarial. | 11 |
| 2.1.3 Historia a nivel local de la responsabilidad social empresarial. | 15 |
| 2.2 Marco Conceptual | 17 |
| 2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial.. | 18 |
| 2.2.2 Prácticas de RSE..... | 21 |
| 2.2.3 Stakeholders..... | 21 |
| 2.2.4 Diagnóstico Situacional..... | 22 |
| 2.3 Marco Teórico..... | 22 |
| 2.3.1 La teoría de los grupos de interés. | 23 |
| 2.3.2 La teoría de la legitimación. | 25 |
| 2.4 Marco Legal | 27 |
| 2.4.1. Constitución Política de Colombia..... | 27 |
| 2.4.2 Ley 1480 de 2011. | 29 |
| 2.4.3 Ley 70 de 2010. Se definen normas sobre la Responsabilidad Social | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4.4. ISO 26000..... | 32 |
| 2.4.5 Norma SA-8000..... | 34 |
| 2.4.6 Norma ISO 14001..... | 35 |
| Capítulo 3. Diseño Metodológico | 37 |
| 3.1 Tipo de Investigación | 37 |
| 3.2 Población..... | 37 |
| 3.3 Muestra..... | 38 |
| 3.4 Técnica e Instrumentos de Recolección de la Información..... | 39 |
| 3.5 Procesamiento y análisis de la información. | 39 |
| Capítulo 4. Presentación de resultados | 40 |
| 4.1 Establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Almacén de Repuestos Masonia, mediante un diagnóstico situacional. | 40 |
| 4.1.1 Análisis de la encuesta dirigida a los clientes del Almacén de Repuestos Masonia. ... | 40 |
| 4.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia | 48 |
| 4.1.3 Análisis de la encuesta dirigida a los proveedores del Almacén de Repuestos Masonia | 57 |
| 4.1.4 Análisis de la encuesta dirigida a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia. | 65 |
| 4.2 Determinar si en el planteamiento de la estructura organizacional el Almacén Masonia, contempla procesos de responsabilidad social con sus grupos de interés. | 74 |
| 4.2.1 Misión propuesta. | 75 |
| 4.2.2 Visión propuesta. | 75 |
| 4.2.3 Principios..... | 75 |
| 4.2.4 Valores..... | 76 |
| 4.2.5 Organigrama..... | 77 |
| 4.3 Diseñar un esquema de aporte al desarrollo social, que vinculan el quehacer del Almacén de Repuestos Masonia, con el contexto poblacional en el que actúan, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad. | 78 |
| 5. Conclusiones..... | 98 |
| 6. Recomendaciones | 99 |

Referencias..... 100

Apéndice..... 104

Lista de tablas

| | |
|-----------------------|----|
| Tabla 1 | 40 |
| Tabla 2 | 41 |
| Tabla 3 | 42 |
| Tabla 4 | 43 |
| Tabla 5 | 44 |
| Tabla 6 | 45 |
| Tabla 7 | 46 |
| Tabla 8 | 47 |
| Tabla 9 | 48 |
| Tabla 10 | 49 |
| Tabla 11 | 50 |
| Tabla 12 | 51 |
| Tabla 13 | 52 |
| Tabla 14 | 53 |
| Tabla 15 | 54 |
| Tabla 16 | 55 |
| Tabla 17 | 56 |
| Tabla 18 | 57 |
| Tabla 19 | 58 |
| Tabla 20 | 59 |
| Tabla 21 | 60 |
| Tabla 22 | 61 |
| Tabla 23 | 62 |
| Tabla 24 | 63 |
| Tabla 25 | 64 |
| Tabla 26 | 65 |
| Tabla 27 | 66 |
| Tabla 28 | 67 |
| Tabla 29 | 68 |
| Tabla 30 | 80 |

| | |
|-----------------------|----|
| Tabla 31 | 81 |
| Tabla 32 | 82 |
| Tabla 33 | 86 |
| Tabla 34 | 92 |
| Tabla 35 | 93 |
| Tabla 36 | 94 |
| Tabla 37 | 96 |
| Tabla 38 | 97 |

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Acciones de Responsabilidad Social Empresarial en el almacén Masonia,..... | 40 |
| Figura 2. Motivación a participar en el cumplimiento de deberes y derechos | 41 |
| Figura 3. Preocupación del almacén por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los clientes | 42 |
| Figura 4. Ambiente de respeto entre cliente, trabajadores y administrativos, dentro del almacén. | 43 |
| Figura 5. Solución a las necesidades o quejas presentadas, en busca de prestar un servicio eficaz y oportuno a los clientes. | 44 |
| Figura 6. Trato adecuado por parte de los directivos del Almacén de Repuestos Masonia. | 45 |
| Figura 7. Instalaciones seguras, información suministrada por los clientes del almacén..... | 46 |
| Figura 8. Aspectos que debe mejorar la empresa | 47 |
| Figura 9. Acciones de Responsabilidad Social Empresarial por parte del almacén | 48 |
| Figura 10. Capacidad de la planta de personal de la empresa | 49 |
| Figura 11. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial..... | 50 |
| Figura 12. Retos sociales y económicos para el establecimiento comercial | 51 |
| Figura 13. Satisfacción respecto a la oportunidad laboral dada por la empresa..... | 52 |
| Figura 14. Alcance de logros a través de la oportunidad laboral..... | 53 |
| Figura 15. Aporte al desarrollo empresarial de la ciudad de Ocaña, por parte de la empresa. | 54 |
| Figura 16. Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley | 55 |
| Figura 17. Capacitación por parte de la empresa, relacionada con la conservación del medio ambiente..... | 56 |
| Figura 18. Conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial. | 57 |
| Figura 19. Palabra que se asocia a la Responsabilidad Social Empresarial. | 58 |
| Figura 20. Incluye como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable. | 59 |
| Figura 21. Trato recibido por parte de los empleados de Almacén de Repuestos Masonia. | 60 |
| Figura 22. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa. | 61 |
| Figura 23. Participación como proveedor en acciones de responsabilidad social del Almacén de Repuestos Masonia. | 62 |

| | |
|---|----|
| Figura 24. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia. | 63 |
| Figura 25. Cumplimiento de las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra. | 64 |
| Figura 26. Conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial. | 65 |
| Figura 27. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial. | 66 |
| Figura 28. Colaboración por parte del almacén para obras sociales en bien de la comunidad.... | 67 |
| Figura 29. Aspectos en los que debe mejorar la empresa. | 68 |
| Figura 30. Organigrama. | 78 |

Lista de apéndices

| | |
|---|-----|
| Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los clientes del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S. | 105 |
| Apéndice B. Formato de encuesta dirigido a los trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S. | 107 |
| Apéndice C. Formato de encuesta dirigida al administrador del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S. | 109 |
| Apéndice D. Formato de encuesta dirigida a los proveedores del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S. | 112 |
| Apéndice E. Formato de encuesta dirigida a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S. | 114 |

Resumen

El presente es el informe final del trabajo de grado titulado: Diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Para la ejecución del estudio, se desarrollaron los objetivos propuestos, que consistieron en la realización de un diagnóstico situacional, con el fin de establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Almacén de Repuestos Masonia. Además, se determinó si en el planteamiento de la estructura organizacional el Almacén Masonia, contempla procesos de responsabilidad social con su grupo de interés. Y, finalmente, se diseñó un esquema de aporte al desarrollo social, que vinculan el quehacer del Almacén de Repuestos Masonia, con el contexto poblacional en el que actúan, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

El esquema metodológico estuvo enmarcado dentro de la investigación descriptiva, permitiendo con ella analizar la situación actual de responsabilidad social empresarial del Almacén de Repuestos Masonia, utilizando como técnica de recolección la encuesta, dirigida a los empleados, clientes, proveedores y comunidad en general. Otra de las herramientas fue la entrevista, dirigida al administrador. Los resultados de éstas determinaron el punto de partida del estudio, ya que permitió identificar la responsabilidad social empresarial en la empresa en mención.

Los resultados fueron satisfactorios, en cuanto que se desarrolló a cabalidad el estudio, obteniéndose que la empresa no cuenta con un compromiso de responsabilidad social con sus grupos de interés, mostrando así su preocupación por llegar a dar cumplimiento a la misma. Igualmente, se debe resaltar que el trabajo desarrollado es un aporte y orientación al almacén, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un compromiso continuo de actuar éticamente y contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo, conservar la fidelidad y aprecio con los clientes, confianza y transparencia en la comunidad. Para los autores del proyecto de investigación, la realización del estudio es una oportunidad para aplicar un importante compendio de conocimientos adquiridos durante la formación como Administradores de Empresas, y así ponerlos al servicio de la comunidad.

Introducción

El presente trabajo de investigación, tuvo como fin la realización de un proyecto de grado titulado Diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander; basando su importancia en la entrega de un documento que ayude a la empresa a conocer el valor social que tiene éste en su práctica dentro del marco comercial en donde se desempeña.

Para su elaboración, se desarrolló dentro del tiempo previsto para el mismo, un documento, el cual se basó en un marco referencial, que contiene un marco histórico que muestra una aproximación del nacimiento y evolución de la responsabilidad social empresarial, un marco teórico con el cual se basan los conocimientos para realizar el proyecto y un marco legal en el que se identifica la normatividad en que está inmersa la empresa.

Por otra parte, en los capítulos siguientes se identifica la metodología que se utilizó para realizar el proyecto en mención, definiendo el tipo de investigación a utilizar como fue el descriptivo, la población objeto de estudio y los instrumentos de recolección de información utilizada.

En el cuarto capítulo se encuentran los resultados de los objetivos planteados, que, mediante las distintas actividades, fueron desarrollados brindando al Almacén de Repuestos Masonia, conocimientos acerca de la importancia de la responsabilidad social para la empresa.

Finalmente, se realizaron algunas recomendaciones, con la finalidad de que esta empresa tenga en cuenta el compromiso que tiene con el medio en temas de RSE, particularmente con los grupos de interés con los que se interrelaciona.

Capítulo 1. Diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial (RSE) en el almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del Problema

El término responsabilidad social empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) hace referencia al buen gobierno de la empresa, a una gestión ética y sostenible y, más ampliamente, al conjunto de compromisos de carácter voluntario que una empresa adquiere para gestionar su impacto en el ámbito laboral, social, ambiental y económico, tratando de hacer compatibles el objetivo financiero tradicional de obtención del máximo rendimiento con la generación de beneficios para el conjunto de la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa básicamente todas aquellas necesidades y obligaciones que tienen las organizaciones de atender los requisitos cada día más exigentes de los grupos de interés o stakeholder. (González Sanz, 2014, pág. 85)

Dentro de este marco de conceptos, se puede decir además que, la RSE consiste en que las empresas públicas o privadas de carácter voluntario se ofrecen para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local o global, con el propósito de mejorar su situación competitiva, valorativa y agregar un valor añadido a la misma. Igualmente, ésta alude a la responsabilidad de la empresa con respecto a la sociedad y con los grupos sociales, especialmente aquellos en los que tiene más interés, tales como: empleados, clientes, proveedores, acreedores, otras empresas, el gobierno y la comunidad. (Velasquez Oliva, 2014)

De hecho, la búsqueda de resultados económicos positivos, mayor rentabilidad y la mejorar de la competitividad, son los objetivos de cualquier organización. En este sentido, hay que considerar que la implantación de buenas prácticas en materia de RSE puede traer consigo un mejor servicio, aumento de la innovación, posicionamiento positivo de la identidad, una ética empresarial transparente y dos conceptos claves confianza y credibilidad antes sus grupos de interés. (Saez Gallego, 2011, pág. 25)

Igualmente comenta Saez, que el problema de las organizaciones es saber coordinar los planes estratégicos, la comunicación y la puesta en marcha de las políticas en materia de RSE. La mayoría de las empresas, buscan en normas certificadas al instrumento ideal para avanzar en política de RS, pero antes de poner en marcha cualquier iniciativa en relación a la implantación de normativa certificada se debe realizar una evaluación previa para conocer las amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades que ofrece la RSE en la empresa.

A esta referencia es preciso resaltar el Almacén de Repuestos Masonia, ubicado en la Calle 7 N° 42-80 del barrio La Gloria, en Ocaña Norte de Santander, el cual es concurrido por su actividad comercial en cuanto a la compra y venta de repuestos para carros. En esta empresa se desconoce la importancia que tiene la responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta que es una función básica para tener mayor valor agregado en las organizaciones que hoy día desean ser competitivas. Es así como no se ha realizado el diagnóstico acerca del compromiso de la misma tanto con su propietario, colaboradores, comunidad, medio ambiente, proveedores, clientes y gobierno en la cual ejecuta su actividad económica.

Teniendo en cuenta la importancia de estos negocios para la ciudad de Ocaña en lo relacionado con la prestación de servicios, venta de repuestos para carros, entre otros, así como en lo relacionado con la generación de empleo y demás beneficios de una empresa legalmente establecida, hasta el momento no se ha realizado un estudio que permita identificar la incidencia social entre la comunidad de la ciudad de Ocaña, especialmente si se tiene en cuenta la clase de servicios ofrecidos, que en todo sentido pretenden el bienestar de los usuarios; de esta manera, existe incertidumbre en cuanto a lo normativo, operacional, económico, social y ambiental.

Además, la falta de un estudio que mida el grado de responsabilidad social del Almacén de Repuestos Masonia, ocasionará incertidumbre en cuanto al manejo de la imagen corporativa e impacto social de esta empresa, ocasionando el alejamiento de oportunidades que el medio puede llegar a ofrecer a la misma, especialmente cuando la responsabilidad social empresarial (RSE) es un asunto que le atañe a todas las empresas en la actualidad.

1.2 Formulación Del Problema

¿Cuál es el programa de responsabilidad que más se ajusta a las necesidades del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña, N de S.?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General. Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, N de S.

1.3.2 Específicos. Establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Almacén de Repuestos Masonia, mediante un diagnóstico situacional.

Determinar si en el planteamiento de la estructura organizacional el Almacén Masonia, contempla procesos de responsabilidad social con su grupo de interés.

Diseñar un esquema de aporte al desarrollo social, que vinculan el quehacer del Almacén de Repuestos Masonia, con el contexto poblacional en el que actúan, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

1.4 Justificación

Hoy en día 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 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. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización. (Velasquez Oliva, 2014, pág. 12)

La conciencia de una Responsabilidad Social Empresarial parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender servicios para obtener ganancias,

sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, ella influye necesariamente sobre éste. La empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran espíritu de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no solo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo. (Escobar Castaño, 2010)

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta que, según la (Guía Técnica Colombiana, 2008):

“La Responsabilidad Social ha pasado a ser una exigencia de la sociedad contemporánea y de la economía global, además de un factor cada vez más importante en las decisiones sobre inversión, producción y comercialización”

Además del interés por parte de las empresas por adaptarse a estas nuevas tendencias, se evidenció la necesidad de hacer un aporte en el tema, buscando vincular los intereses del Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, con el bienestar de la comunidad en general.

La propuesta como tal de este trabajo, será de gran utilidad para la empresa objeto de estudio, además de servir como guía para la elaboración de planes de RSE en otras empresas con similares características, ya que, por medio del tipo de investigación descriptiva, se realizarán

encuestas para conocer los distintos puntos de vista de las personas vinculadas a los grupos de interés del Almacén de Repuestos Masonia.

También es necesario el proyecto para que los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, tengan una fuente de investigación que enfatice en la importancia de la RSE en la actualidad, y puedan visualizar un modelo empresarial de intervención social en Colombia, para que, en el futuro, cuando estén presentes en una organización conozcan el tema, y puedan contribuir a la implementación de prácticas comprometidas con la comunidad.

Igualmente, el presente estudio tiene como finalidad reafirmar la formación como profesional, brindando una guía para la formación como líder responsable con respecto a la sociedad y como agente de cambio social. Adicionalmente aporta a los lectores conocimientos acerca de cómo se lleva a cabo una adecuada intervención social, y cómo las empresas pueden hacer mucho por la sociedad, no solo usufructuando de ella, sino también siendo responsables y generando bienestar a la comunidad y al medio ambiente, con ello pueden reflexionar acerca del tema de buen ciudadano, de la solidaridad y de la ética, y de esta forma podrán promover y vincularse a actividades socialmente responsables que fomenten el desarrollo de la sociedad y generen propuestas más éticas en su vida cotidiana.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: Empresa, responsabilidad social empresarial, stakeholders, prácticas de responsabilidad social, diagnóstico situacional, temática sobre repuestos para carros.

1.5.2 Operativa. Este trabajo se realizará de acuerdo a la información suministrada por las personas encuestadas y por la disposición de los mismos.

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

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en las instalaciones del Almacén de Repuestos Masonia, ubicado en la calle 7 N° 42-80 del barrio La Gloria, de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Historia a nivel mundial de la responsabilidad social empresarial. Los autores proponen un rastreo en el tiempo del concepto de RSE y cómo ha ido evolucionando en esta categoría de temporalidad; por lo general, este tipo de indagación se detiene en un análisis evolutivo del concepto por década, hasta llegar a lo que se entiende hoy en día por RSE. Por ejemplo, algunos proponen que en la década de los cincuenta el concepto se entendía como filantropía que aparece totalmente desligada de la razón de ser de la empresa y como caridad amparada o dirigida en diversos casos por la Iglesia (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, 2012). Sin embargo, algunos investigadores proponen que en esta década el concepto de RSE tiene su origen en el libro de Howard Bowen, *Social responsibilities of the businessman* de 1953, en el que se cuestionan cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben asumir con la sociedad; de acuerdo con (Crespo, 2010), es este cambio de perspectiva lo que desplaza la reflexión desde la filantropía o la caridad, ligada a causas religiosas, hacia el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y, de acuerdo con (Garriga & Melé, 2004), desde entonces ha habido un cambio significativo en la terminología de la responsabilidad social de la empresa hasta la enorme proliferación de conceptos y teorías actuales.

En los sesenta, persiste este enfoque de Responsabilidad social ligada a la conducta o responsabilidades del hombre de negocios o del empresario y, con ello, a la gestión de hechos sociales que van más allá del interés económico, es decir, se propone que el uso de los beneficios

económicos de la organización debe redundar en el beneficio de la sociedad, por lo que el concepto de RSE aparece ligado al impacto de las decisiones del empresario en el entorno social.

En los setenta, es célebre la apreciación de (Friedman, 1970), quien hace una fuerte crítica al concepto de RSE como teoría subversiva, ya que la única responsabilidad de la empresa es maximizar los beneficios de los accionistas. Esta crítica de Friedman, objeción que aún es discutida, será analizada en el capítulo tercero. Por otra parte, en esta misma década, se enfatiza la necesidad de precisar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial ya que se reconoce el estrecho vínculo entre la sociedad y la empresa, es más, es justamente la sociedad la que válida el desempeño y funcionamiento de la empresa, por lo que le exige una serie de obligaciones; de esta forma (Carroll, 1979) propuso una definición con cuatro componentes: responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidades éticas y responsabilidades filantrópicas (Paladino, 2004). Es claro que en esta época las indagaciones se esmeran por evidenciar los diversos componentes del concepto de RSE, es decir, en las diversas concepciones se manifiesta el carácter plural del concepto, no se habla de una entidad única sino de un concepto conformado por diversos elementos constitutivos, por ejemplo (Johnson, 1971) enuncia cuatro visiones del concepto: conocimiento del entorno, programas sociales con el fin de obtener ganancias, interés de optimizar los beneficios económicos y sociales, y, por último, la generación de riqueza.

En los ochenta, la RSE es entendida como capacidad de Respuesta Empresarial, de esta forma (Drucker, 1978) propone la RSE como una oportunidad de negocio para la organización al ver las externalidades no solo como gastos sino como una enorme posibilidad de crecimiento

económico, y al concebir el impacto de la empresa no solo como un efecto no deseado sino como oportunidad de negocio; por su parte (Freeman, 1984) propone su conocidísima teoría de los grupos de interés o stakeholders, teoría que permea todos los discursos actuales sobre responsabilidad social al concebir la empresa como una red de relaciones con diversos grupos tales como accionistas, inversores, empleados, clientes y proveedores, con los cuales la empresa adquiere una responsabilidad, esta propuesta contradice la concepción de la empresa como maximizadora de beneficios exclusivos de los accionistas. Por esto, la denominación stakeholders incluye a todos los miembros que contribuyen o son afectados por las operaciones de la empresa y, además, fundamenta las diversas definiciones de RSE, puesto que lo común a todas ellas es tener presente el impacto que la actuación de la empresa genera en las partes interesadas o stakeholders con el fin de incrementarles sus beneficios y minimizarles sus posibles daños (Ortiz-Martinez & Crowter, 2004). De acuerdo con (Crespo, 2010), en esta década se hacen las primeras investigaciones empíricas en el campo de la RSE ya que se concibe que la teoría administrativa no se puede desligar de la práctica empresarial.

En los noventa, la teoría de los grupos de interés o stakeholders se consolida como una teoría que subyace en los diversos discursos, como fundamento a la teoría de la RSE; de esta forma, va ganando terreno que la RSE es una manera de gestionar la relación de las empresas con sus grupos de interés. Asociado a esta preocupación por la ética de los negocios, se propone el concepto de Bien común como horizonte y fin ético de las actividades de las empresas en la sociedad. En esta misma década, se fortalece el concepto de Ciudadanía Corporativa entendida como la conducta responsable de la compañía en los negocios y en las relaciones con sus grupos de interés, con el medio ambiente y con la comunidad con la que está relacionada (Crespo, 2010)

(Paladino, 2004). Según (Garriga & Melé, 2004), el término no es nuevo, ya en los años ochenta el término fue introducido en el ámbito empresarial y a finales de los noventa se ha vuelto cada vez más popular en los negocios, ya que implica un sentido de pertenencia de la empresa en la comunidad, y enfatiza los derechos, responsabilidades y posibles asociaciones de los negocios en la sociedad.

2.1.2 Historia a nivel nacional de la responsabilidad social empresarial. El interés por el desarrollo de estrategias de RSE en Colombia ha sido creciente en las últimas décadas, y en especial durante los últimos diez años.

María Clara Escobar, gerente de RSE de la ANDI declaró en El Tiempo que los factores que han contribuido al posicionamiento reciente del tema entre los empresarios del país fueron:

El consumo responsable practicado de manera creciente por los colombianos; los espacios de articulación con el sector privado promovidos por el gobierno nacional, el destacable activismo de las ONG en el país; una sociedad civil muy organizada y coherente, así como un sector académico que apoya la política social, y una fuerza laboral que valora cada vez más a las empresas responsables, como buenos lugares de trabajo. (Montes, 2009)

Además, otros factores como la existencia de:

Juntas directivas que exigen mayor coherencia con los valores de la visión empresarial, mejores prácticas exigidas por el empresario a sus proveedores, cero tolerancia con el trabajo

infantil, el gran impulso a actividades en el campo de la sostenibilidad ambiental y los grandes esfuerzos de los gremios y asociaciones para la interiorización de los conceptos de RSE.

(Montes, 2009)

La promueven entre los empresarios, el gobierno y el tercer sector.

Evidencia adicional de ese aumento de interés por la RSE se demuestra en los resultados que en 2004, la ANDI obtuvo con la realización de una encuesta entre sus afiliados: el 50% de las empresas encuestadas realizaba en ese entonces balances sociales que hacía públicos y daban cuenta de las acciones que en RSE realizaban anualmente; y el 75% de las empresas realizó aportes que llegaron a representar el 3,34% de sus ingresos, dirigidos a diferentes fundaciones con fines sociales, las Cajas de Compensación Familiar y el SENA. (Gutiérrez, 2006, pág. 11)

Adicionalmente, es de destacar que las experiencias colombianas en RSE son reconocidas como prácticas corporativas altamente creativas y constructivas comparadas con el contexto latinoamericano (Gutiérrez) y abarcan diversos campos definitivos para el desarrollo social del país como la educación, salud, nutrición, niñez, vivienda, apoyo a microempresas, paz, justicia, medio ambiente y transparencia pública.

Tal y como afirma el documento “Aportes y desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia”: “El país se destaca en el contexto latinoamericano por la tradición e importancia de las fundaciones empresariales y por la creciente presencia de acciones empresariales directas. Mientras para la mitad de las empresas en otros países la responsabilidad

social es un tema nuevo o sólo se da entre las multinacionales, en Colombia el más importante gremio industrial ha venido promoviendo los balances sociales desde la década de 1970 y son las empresas nacionales las más destacadas por su innovación e impacto”. (Gutiérrez, 2006, pág. 31)

También, en un estudio comparativo publicado en dicho documento, se determinó que en Colombia existían en 2004, 111 fundaciones dedicadas a la promoción de la RSE, más que en los otros seis países latinoamericanos incluidos en el estudio. (Gutiérrez, 2006, pág. 33)

Por último, es de destacar que desde 2007 Colombia es sede del Primer Centro Regional constituido en el mundo en apoyo del Pacto Mundial de Naciones Unidas, con un ámbito de acción en América Latina y el Caribe, apoyando “la realización de los principios del Pacto en toda la región, esparciendo las prácticas de ciudadanía corporativa y aportando a la sostenibilidad financiera, social y ambiental de la región” (La Responsabilidad Social Empresarial, a historia del sector privado Colombiano, 2007, pág. 28)

En ese sentido, la ANDI presentó al gobierno y al sistema de Naciones Unidas en 2006

La propuesta de adoptar una política nacional de sostenibilidad a largo plazo para Colombia, basada en los Objetivos del Milenio adoptados por el país, a través de la conformación de una mesa nacional de sostenibilidad, integrada de manera voluntaria por los máximos representantes de la sociedad civil colombiana: los tres niveles de gobierno, el sector privado, el tercer sector, las organizaciones no gubernamentales, los sindicatos, la academia y la banca multilateral, a fin de alinear la política pública y la acción privada de manera sostenible

hacia la obtención de las metas de desarrollo del milenio, produciendo un informe nacional de sostenibilidad con el cual Colombia... se convertiría en ejemplo mundial de una nación que busca asegurar su sostenibilidad hacia el largo plazo, atrayendo al paso inversión proveniente de “ciudadanos corporativos” (La Responsabilidad Social Empresarial, a historia del sector privado Colombiano, 2007, pág. 28)

Otra de las iniciativas que en materia de RSE destacan a Colombia en el ámbito regional es la creación, en 1997, del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial-CCRE, una ONG sin ánimo de lucro cuyo objetivo es promover, investigar y asesorar a empresas sobre RSE, propendiendo por “una cultura de responsabilidad social y ética de las organizaciones que genere beneficios para la sociedad colombiana y agregue valor a las empresas”. (Torres Velasco, 2007)

Más recientemente también se destacan otras iniciativas de promoción a la responsabilidad social empresarial en Colombia.

En 2007, por ejemplo, Confecámaras y el Banco Interamericano de Desarrollo –BID- lanzaron el programa ComprometeRSE que incorporó en pequeñas y medianas industrias, a través de procesos de capacitación, prácticas de responsabilidad social empresarial. En el programa se invirtieron 1.9 millones de dólares y benefició 300 pymes, 200 de ellas en Bogotá. (Responsabilidad Social, otro requisito del mercado externo., 2007)

Posteriormente, en junio de 2008, el Consejo Directivo de Icontec aprobó la Guía Técnica Colombiana de RSE (GTC 180), mediante la cual se proporcionaron los lineamientos (en lo

económico, lo ambiental y lo social) que deben seguir las empresas para lograr una gestión responsable en tres aspectos básicos: a) la consolidación de la RSE en su gestión permanente, b) el involucrar a los diferentes stakeholders en dicha gestión y c) el comunicar efectivamente y de manera transparente los desarrollos de la política de RSE. En el proceso de construcción de la GTC180 estuvieron involucradas cincuenta organizaciones y el sector académico. (Guía Técnica colombiana sobre Responsabilidad Social en consulta pública, 2008)

Pero también se destacan en el ámbito nacional algunas experiencias desarrolladas en la provincia. Por ejemplo, en agosto de 2008 se conformó el sistema regional de RSE en el Valle del Cauca, por parte de 22 empresas que alinearon sus estrategias organizacionales para lograr beneficios sociales.

Sin embargo, pese a todo lo descrito anteriormente, la RSE en Colombia debe asumir principalmente dos retos de magnitud para profundizar y cualificar la ejecución de la estrategias diseñadas: en primer lugar, debe consolidar una red de instituciones y herramientas para la investigación y la asesoría a empresas en RSE y adicionalmente, definir y ejecutar planes sectoriales y temáticos de largo alcance para el avance de la RSE a partir del consenso y el trabajo conjunto entre el sector público, la empresa privada y actores de la sociedad civil y el tercer sector.

2.1.3 Historia a nivel local de la responsabilidad social empresarial. Con el fin de hacer un recuento de la historia de la RSE en la ciudad de Ocaña, se encontraron las siguientes empresas que han consolidado este factor en las mismas.

Crediservir. Concibe la Responsabilidad Social como el grado de relación y respuesta que tiene la entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona y la desarrolla desde diferentes ángulos como normativo, operacional, económico, social y ambiental, de la mano del ejercicio del objeto social: ahorro y crédito con sus asociados. (Crediservir, 2007, pág. 1)

ESPO. La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, busca el mejoramiento continuo de los servicios que presta y a su vez lograr en la organización un sentido alto de responsabilidad social, eficiencia, eficacia y calidad. Es así, que comprometida con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), decidió ser partícipe del premio que otorga la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones (Andesco) en esta área. (ESPO, 2012, pág. 1)

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

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

proveedores, y contamos con el trabajo de la Fundación Bancolombia, entre otras acciones.

(Bancolombia, 2005, pág. 2)

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

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

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

Continuamos avanzando en el diseño de la estrategia de responsabilidad social, la cual se ha comenzado a fortalecer gracias a la integración de buenas prácticas y la experiencia de BAC credomatic en asuntos estratégicos como la inclusión y la educación financiera, la responsabilidad con el medio ambiente y la inversión social. (Bogotá, 2011, pág. 2)

[2.2 Marco Conceptual](#)

2.2.1 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. (Moreno Freites, 2011)

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. (AEX, 2016)

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.

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.

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). (AEX, 2016)

Implementar procesos de responsabilidad social al interior, generando los siguientes beneficios:

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 (RSE) es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). (Drucker, 1978)

Al hablar de la capacidad nos referimos principalmente a la habilidad para el buen ejercicio de una gestión empresarial que atraviesa los diferentes escenarios de actuación de las empresas, éstos son:

Variable Normativa, que hace referencia al conjunto de leyes y normas generales que las diferentes instancias del estado dictan para regular el funcionamiento de las empresas, los mercados y la competencia.

Variable productiva, que hace referencia a los factores que permiten que las empresas produzcan bienes y presten servicios de acuerdo a sus objetivos corporativos.

Factor Económico, que hace referencia a los recursos relacionados con la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado.

Factor Social, que hace referencia a los aspectos que vinculan el quehacer de la organización con el contexto social en el que actúa, de modo que le permita contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

Impacto Ambiental, que hace referencia a los aspectos para la identificación del impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible. (Argandoña, 2008)

2.2.2 Prácticas de RSE. Una buena práctica es la acción o conjunto de acciones que, fruto de la identificación de una necesidad son sistemáticas, eficaces, eficientes, sostenibles, flexibles y están pensadas y realizadas por los miembros de una organización con el apoyo de sus órganos de dirección, y que, además de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, suponen una mejora evidente de los estándares del servicio. Siempre de acuerdo con los criterios éticos y técnicos de la organización y alineadas con su visión, su misión y sus valores. Estas buenas prácticas deben estar documentadas para servir de referente a otros y facilitar la mejora de sus procesos. (Fundación, 2013, pág. 23)

Las prácticas de responsabilidad social inducen a la empresa a conseguir una imagen positiva, incluyendo sus productos y servicios, así como lograr diferenciarse de la competencia. Con este tipo de iniciativas, se busca motivar a todas las empresas a continuar desarrollándose en el campo de la RSE. En el estudio de prácticas de RSE se considera importante la protección del ambiente, la reducción de energía, manejo de desechos, aguas residuales, entre otros aspectos. (Moreno Freites, 2011, pág. 5)

2.2.3 Stakeholders. Stakeholder significa en español: “participante”, “inversor”, “accionista”. Y es que desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés para una empresa. (Urroz, 2010)

El término Stakeholder lo acuñó R. Edward Freeman y lo definió como todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa.

En términos simples, los stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa. Así, por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde ésta ópera y sus proveedores, entre otros forman parte de este grupo.

Existen dos tipos de grupos de interés:

Primarios: Los stakeholders primarios son fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a quienes tienen alguna relación económica con el negocio, como, por ejemplo, los accionistas, los clientes, los proveedores y los trabajadores.

Secundarios: Los stakeholders secundarios son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, los medios de comunicación y las ONG's, entre otros.

2.2.4 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 Marco Teórico

2.3.1 La teoría de los grupos de interés. En primer lugar, la Stakeholders Theory que a decir de algunos estudiosos de la RSE ha adquirido singular relevancia, la definición más generalmente aceptada sobre el concepto de stakeholders es precisamente la que proporciona (Freeman, 1984) que, con la publicación de su estudio “Strategic management: A stakeholder approach”, señala que los “partícipes son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”.

Para la teoría de los grupos de interés es de gran trascendencia el papel que las partes relacionadas de las organizaciones ha cobrado en los últimos años, destacando una manifiesta concurrencia de los partícipes en el desarrollo de la empresa y su consecuente contribución a la comunidad en que se encuentran como un importante actor social preocupado por las nuevas exigencias y problemas emergentes de la sociedad en pro de un estado de bienestar general actual y futuro.

Las formas en que se establece esta interrelación con la empresa son mediante el diálogo que, en ocasiones, ésta propone a los grupos que ha identificado y que mantiene a raíz de la ininterrumpida relación que se establece entre ellos.

Los intereses (diversos y conflictivos) de las partes incluidas y la atención a expectativas múltiples que confluyen en la empresa (un juicio más fluido, social y democrático) procuran

mejorar la capacidad de crear beneficios para atender a los actores de una humanidad cada vez más compleja y exigente.

La exposición de Argandoña, señala que: “toda relación social llevará consigo una dimensión del bien común”. Él apoya esta teoría, considerando que el deber de las partes relacionadas -principalmente las internas Tal y como lo reconoce Rovira, es contribuir al fin de la empresa y con ello “aportar su bien común, con las prestaciones concretas” propiciando las condiciones para que cada “partícipe reciba de la empresa aquello que razonablemente espera de ella y a lo que tiene derecho por su contribución.

Su idea consiste, en tomar en cuenta los intereses de todos los implicados (no exclusivamente los de los propietarios de tipo económico) para lograr los objetivos de la empresa. El fin de la firma girará, de alguna manera, en función de lo que cada stakeholder espera recibir.

Por lo tanto, las consecuencias de decisiones corporativas óptimas que conllevan al éxito económico de la firma son el resultado de la calidad de las relaciones establecidas entre los partícipes, previamente identificadas con su responsabilidad, cooperación e interés. El proceso establecido forma parte de un análisis del contexto social, político y económico concreto. (Ruíz, 1994)

Rovira aduce que la teoría de los stakehholders ofrece una visión más realista de las interacciones entre la empresa y su entorno socio-político”, aunque la identificación de las partes

relacionadas, “puede ser difícil”. Así como el proceso de diálogo y compromiso con partícipes” será de delicada administración en caso de haber grupos con intereses opuestos y, por tanto, un distinto nivel de atención a los mismos, atendiendo principalmente a demandas sociales de partícipes clave. (Rovira, 2002)

Gray señalan que en el punto de vista organizativo de la referida teoría se desprende un modelo de rendición de cuentas a todos sus stakeholders con una aproximación normativa, descriptiva y explicativa del poder que tienen en el contexto de la RSE según dicho modelo, que involucra las responsabilidades de la firma y la transparencia de sus acciones. (Gray, 1996)

Por lo que la divulgación de información voluntaria es, por tanto, una parte importante en la justificación de la teoría de los partícipes con la que se posibilita un canal apropiado de retroalimentación de las relaciones establecidas entre los diferentes grupos de interés y las corporaciones, de la utilidad que cada uno le encuentra en beneficio precisamente de un bien que en la relación entre ambos haya quedado plasmada, o que, conforme se modifiquen sus requerimientos, ambos establezcan los parámetros bajo los cuales se deba atender a tales necesidades, con transparencia y verificación de las cuentas que sirvan de garantía para la consolidación de sus relaciones.

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

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

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

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

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

2.4 Marco Legal

2.4.1. 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. (Ministerio, 2008)

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, 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 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. (Ministerio, 2008)

2.4.2 Ley 1480 de 2011. Derechos del Consumidor. 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.

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

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

Artículo 2. Se aplica a las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 del 2000 (podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial). Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo 3. Las Empresas micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley tendrán incentivos como: Puntajes adicionales en licitaciones públicas, Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto, Acceso a programas de fomento micro y

pequeñas empresas, Fomento de innovación tecnológica y otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno nacional.

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

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

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

Artículo 7. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE), será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, o su delegado; El Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda, y

Desarrollo Rural o su delegado; Ministerio de la Protección Social o su delegado; Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado; Director del Sena; Dos representantes de Universidades del País; Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores; Dos Representantes DE los gremios de la Industria y Comercio y Tres Representantes de las ONG.

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

2.4.4. 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. **(Organización Internacional de Estandarización, 2010)**

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

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

Propósito de la Norma ISO 26000 – RSE. El objetivo que se plantea es el de Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS., refiere Boletín IRAM 2006.

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

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

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

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

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

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

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

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

2.4.5 Norma SA-8000. 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. (Social Accountability International, 2008)

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.

2.4.6 Norma ISO 14001. La ISO 14001 (Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso), es una norma internacional cuyo objetivo es apoyar la protección ambiental y la prevención de la contaminación en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. La norma es genérica y puede ser aplicada por cualquier organización independientemente de su

tipo y tamaño, en cualquier sector de actividad, ya sea un negocio con fines comerciales, la administración pública o un departamento gubernamental. (ICONTEC, 2004)

Esta norma ayuda a:

Minimizar los efectos negativos que pueden causar las actividades al medio ambiente

Cumplir los requisitos legales y reglamentarios aplicables

Mejorar continuamente el desempeño ambiental.

La ISO 14001 pertenece a la familia de normas ISO 14000 que se compone de otras 21 normas no certificables cuyo objeto siempre es el medio ambiente, y que pueden ayudar a la organización en aspectos específicos, como la auditoría, etiquetado ambiental y análisis del ciclo de vida. Las normas más importantes de la serie de normas ISO 14000.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

La investigación descriptiva describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores 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. Su objetivo es 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. (Tamayo, 1999)

El proyecto se desarrolló teniendo en cuenta este tipo de investigación, ya que el propósito fue realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial (RSE), en el Almacén de Repuestos Masonia, mediante el diagnóstico situacional de la empresa

3.2 Población

La población interna para este estudio estuvo conformada por el administrador, contador público y empleados del Almacén de Repuestos Masonia, los cuales suman en total 8, en sus áreas administrativa, contable y operativa, así:

Área Administrativa y Contable

1 Administrador

1 Contador Público

1 Secretaria

Área Operativa

3 Vendedores

1 Cajero

1 Servicios generales

Para la segunda población, se tuvo en cuenta los catorce proveedores que surten al almacén y los clientes del mismo, de los cuales no se tiene un número exacto, toda vez que es un almacén abierto al público en general, por lo tanto, se tomó una cantidad de 100 clientes al azar, que visitan la empresa.

Igualmente, los grupos de interés del entorno en el que se encuentra la empresa, como lo es la comunidad y el gobierno, hicieron parte del estudio. En cuanto a la comunidad, no se tiene un número concreto de dicha población, por lo tanto, se tomó un número de 100 personas al azar. Respecto al gobierno, este grupo se verá reflejado en la investigación de manera general.

3.3 Muestra

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

3.4 Técnica e Instrumentos de Recolección de la Información

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario con el fin de conocer aspectos relacionados con el diseño de la investigación sobre la responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña

3.5 Procesamiento y 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, mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Acciones de responsabilidad social, implementadas por el Almacén de Repuestos

Masonia, mediante un diagnóstico situacional.

4.1.1 Análisis de la encuesta dirigida a los clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

Tabla 1.

Acciones de Responsabilidad Social Empresarial en el almacén Masonia.

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Atención al cliente | 90 | 90 |
| Protección del ambiente | 10 | 10 |
| Reducción de energía | 0 | 0 |
| Manejo de desechos | 0 | 0 |
| Otra | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

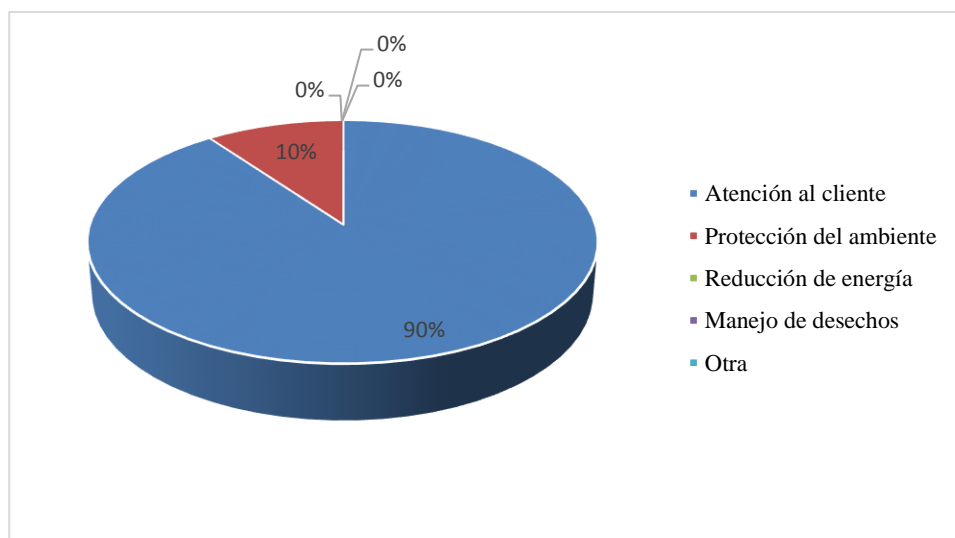


Figura 1. Acciones de Responsabilidad Social Empresarial en el almacén Masonia,

Nota Fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Según la encuesta realizada a los clientes, éstos en un 90% comentan que de las acciones de responsabilidad social empresarial que más resaltan en el almacén Masonia, es la atención al cliente, toda vez que muestran el interés por la satisfacción del mismo. En un menor porcentaje, 10%, se encuentra la protección del ambiente, aunque no es notorio, hay algunos que opinan que la empresa si trabaja por el cuidado de éste.

Tabla 2

Motivación a participar en el cumplimiento de deberes y derechos.

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 90 | 90 |
| No | 10 | 10 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

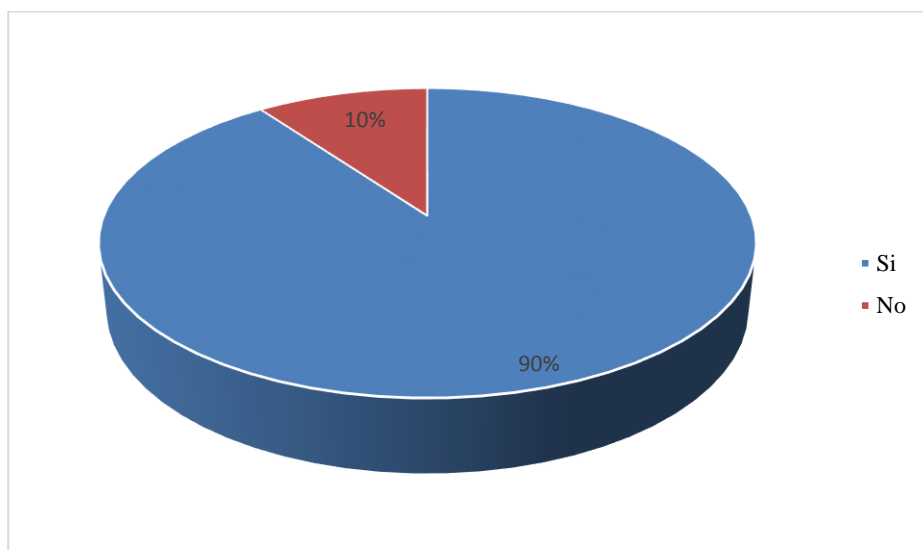


Figura 2. Motivación a participar en el cumplimiento de deberes y derechos

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

El 90% de los clientes encuestados opinan que el almacén, de alguna manera los motiva a participar en el cumplimiento de deberes y derechos, esto hace que se sientan satisfechos y acogidos como un grupo más de la empresa.

Tabla 3

Preocupación del almacén por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los clientes

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 100 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

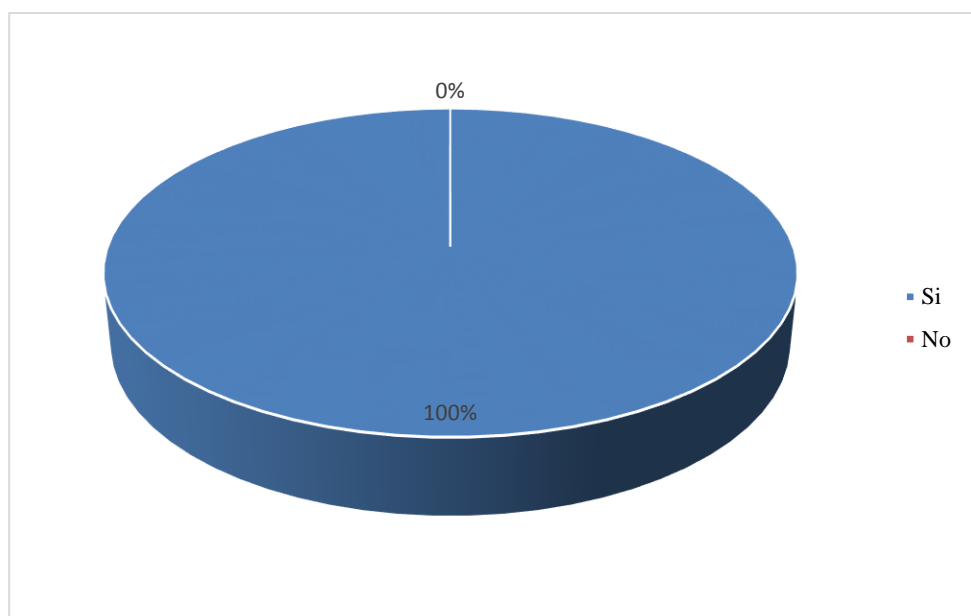


Figura 3. Preocupación del almacén por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los clientes

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

El almacén Masonia, según el 100% de los clientes, se preocupa por tener al personal idóneo para la prestación del servicio, demostrado en la asesoría que se presta, la atención y el manejo correcto en los productos que distribuyen.

Tabla 4

Ambiente de respeto entre cliente, trabajadores y administrativos, dentro del almacén

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 100 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

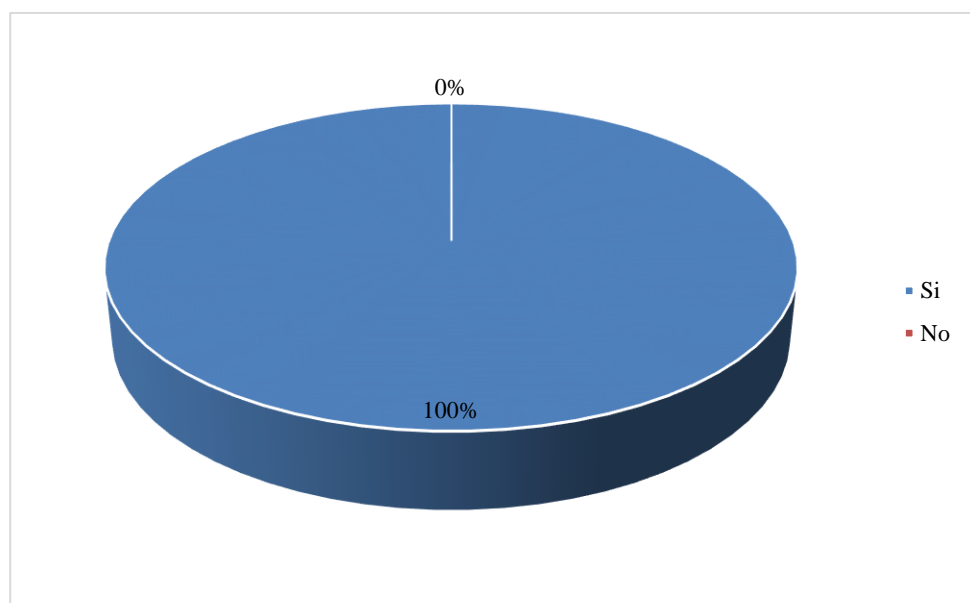


Figura 4. Ambiente de respeto entre cliente, trabajadores y administrativos, dentro del almacén.

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

En el almacén Masonia, se vive un ambiente de respeto entre clientes, trabajadores y administrativos, opina el 100% de clientes encuestados. A su vez, opinan que estos aspectos hacen que el clima laboral y de atención sirva para atraer más clientela, favoreciendo la imagen de la empresa.

Tabla 5

Solución a las necesidades o quejas presentadas, en busca de prestar un servicio eficaz y oportuno a los clientes

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 100 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

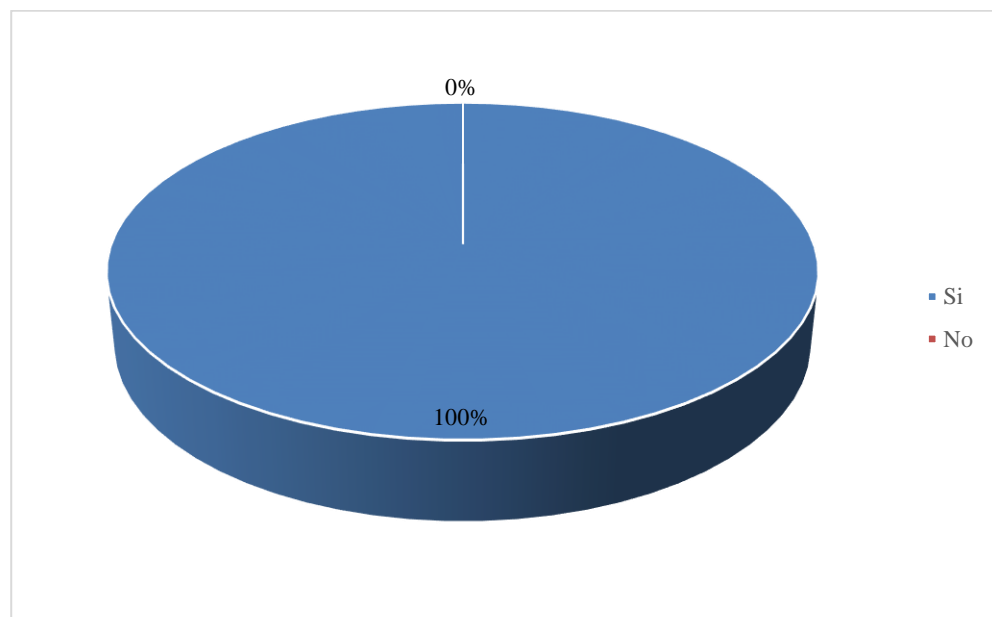


Figura 5. Solución a las necesidades o quejas presentadas, en busca de prestar un servicio eficaz y oportuno a los clientes.

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Según el 100% de los clientes encuestados, la empresa ha dado solución a sus necesidades o quejas, en el momento que se han presentado, siendo oportunos en el momento que se presente la misma. Todo ello da como resultado la prestación de un servicio eficaz.

Tabla 6

Trato adecuado por parte de los directivos del Almacén de Repuestos Masonia

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 100 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

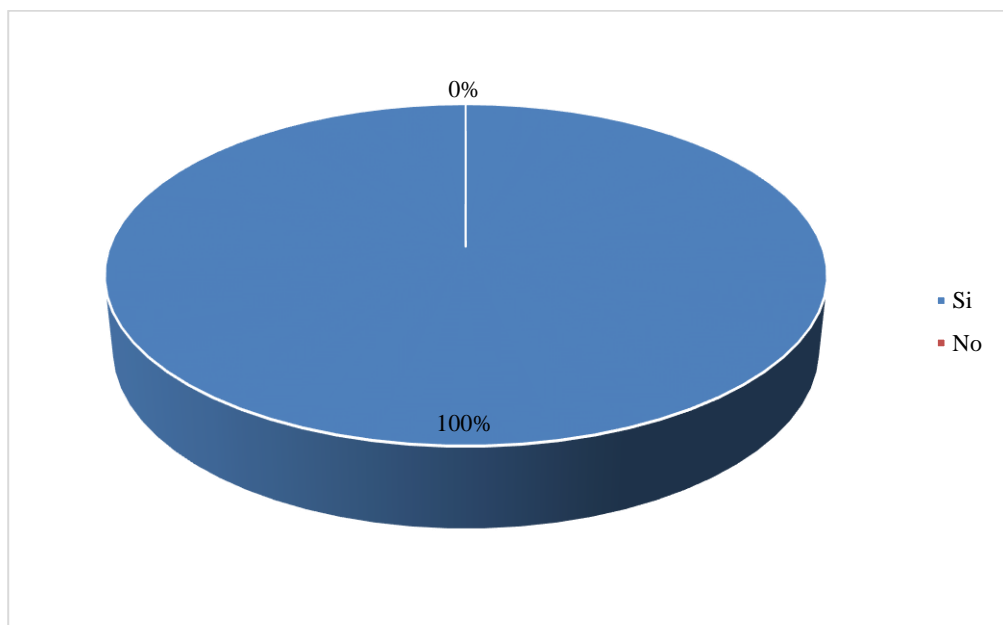


Figura 6. Trato adecuado por parte de los directivos del Almacén de Repuestos Masonia.

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

En cuanto al trato recibido por parte de los directos del Almacén de Repuestos Masonia, opina el 100% de los mismos, que es el adecuado, no teniendo quejas de los mismos, encontrándose en total agrado con la relación que se mantiene.

Tabla 7*Instalaciones seguras*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 100 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

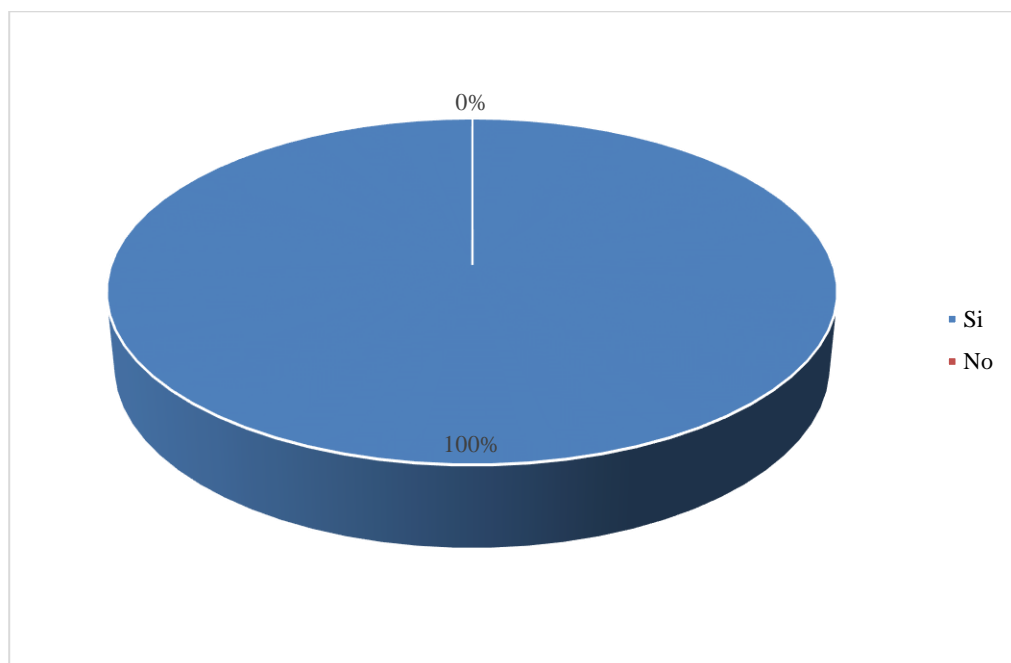


Figura 7. *Instalaciones seguras, información suministrada por los clientes del almacén.*

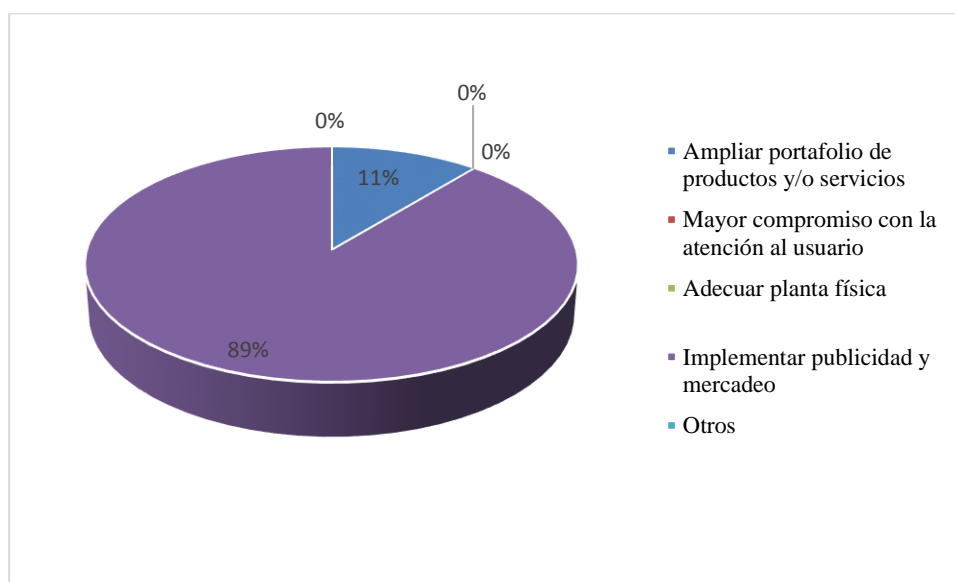
Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Opina el 100% de los clientes del almacén de repuestos Masonia, que las instalaciones de la empresa son seguras, teniendo en cuenta que su estructura es en material, y es una edificación elaborada en los últimos años, por lo tanto, se cree que este hecha con una tecnología avanzada.

Tabla 8*Aspectos que debe mejorar la empresa*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Ampliar portafolio de productos y/o servicios | 11 | 11 |
| Mayor compromiso con la atención al usuario | 0 | 0 |
| Adecuar planta física | 0 | 0 |
| Implementar publicidad y mercadeo | 89 | 89 |
| Otros | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a clientes del Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 8.** Aspectos que debe mejorar la empresa

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Dentro de los aspectos que debe mejorar la empresa, se encuentra en gran porcentaje la implementación de publicidad y mercadeo, teniendo en cuenta que este almacén debe mostrarse y de esta manera darse a conocer a quienes aún no saben de la existencia del mismo. Para el 11% restante, la ampliación del portafolio de productos y servicios, es un aspecto en los que también debe mejorar el almacén de repuestos Masonia.

4.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los trabajadores del Almacén de Repuestos

Masonia

Tabla 9

Acciones de Responsabilidad Social Empresarial por parte del almacén

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Atención al cliente | 5 | 63 |
| Protección del ambiente | 1 | 12 |
| Reducción de energía | 0 | 0 |
| Manejo de desechos | 2 | 25 |
| Otra | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

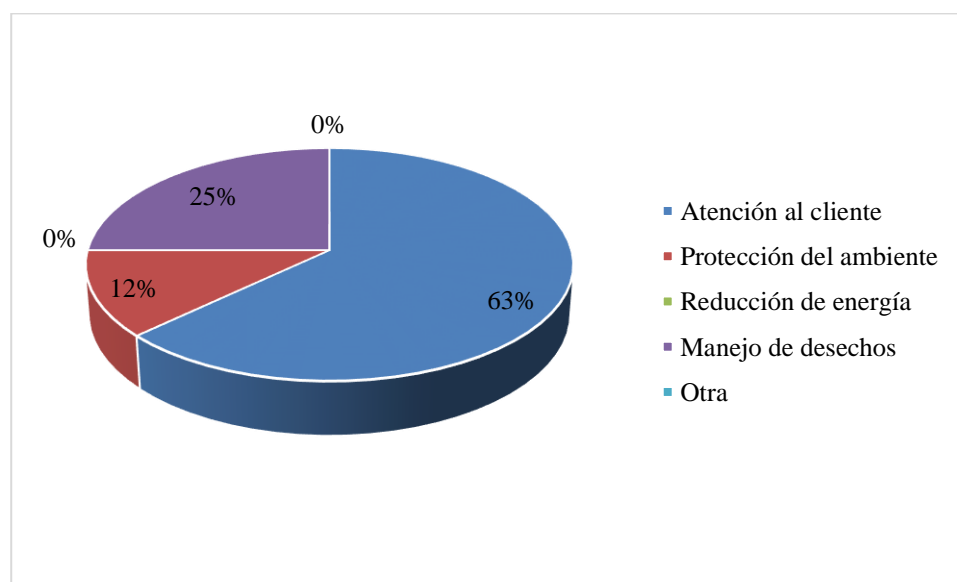


Figura 9. Acciones de Responsabilidad Social Empresarial por parte del almacén

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Según el 63%, una de las acciones de responsabilidad social empresarial más representativa en el almacén Masonia, es la atención al cliente, respuesta similar a sus usuarios, quienes afirman que este aspecto es el más representativo de la empresa. Un 25% de empleados

opinan que el manejo de desechos, es otra acción en la que la compañía da su cumplimiento en ser socialmente responsable.

Tabla 10

Capacidad de la planta de personal de la empresa

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Suficiente | 2 | 25 |
| En equilibrio | 6 | 75 |
| Poco suficiente | 0 | 0 |
| Insuficiente | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota Fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

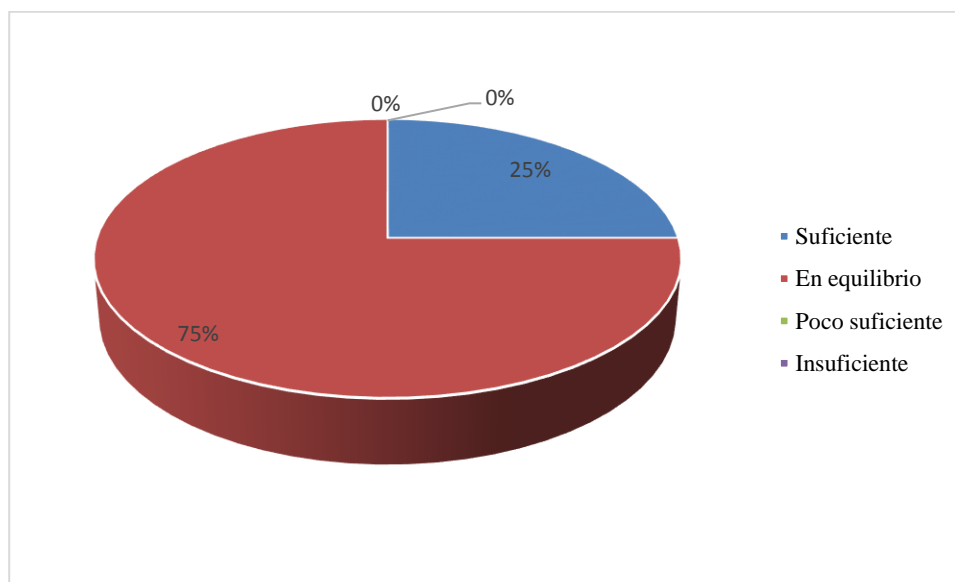


Figura 10. Capacidad de la planta de personal de la empresa

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

El 75% de los trabajadores del almacén de repuestos Masonia, opinan que la capacidad de la planta de personal de la empresa se encuentra en equilibrio, teniendo en cuenta que las áreas que hacen parte de ésta se encuentran con sus respectivos empleados, pero resaltando que existen

momentos en que las actividades no alcanzan a cumplirse, por lo que se piensa deberían existir uno o dos auxiliares de almacén, para evitar la espera en la atención al cliente.

Tabla 11

Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 5 | 63 |
| No | 3 | 37 |
| Total | 8 | 100 |

Nota Fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

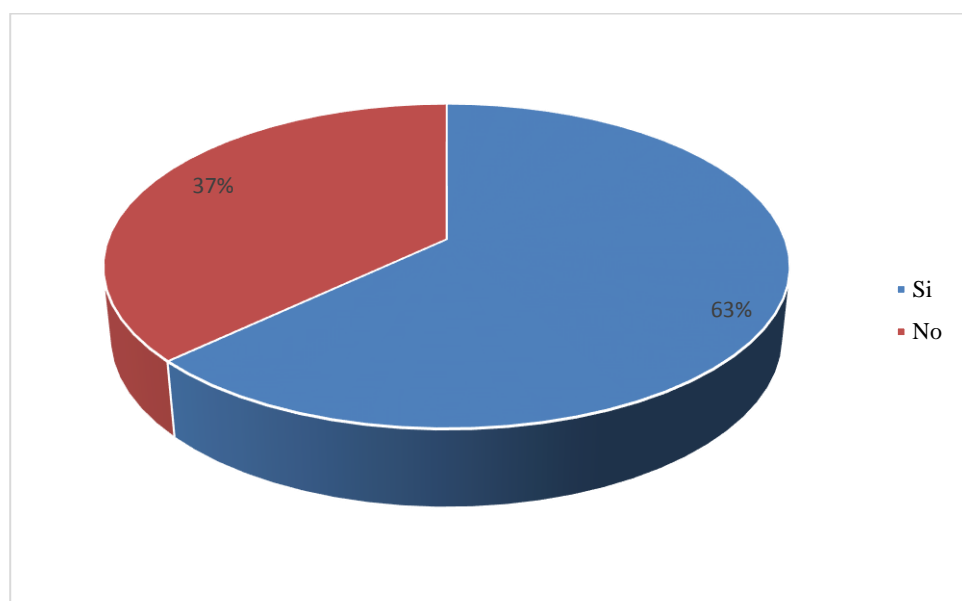


Figura 11. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial

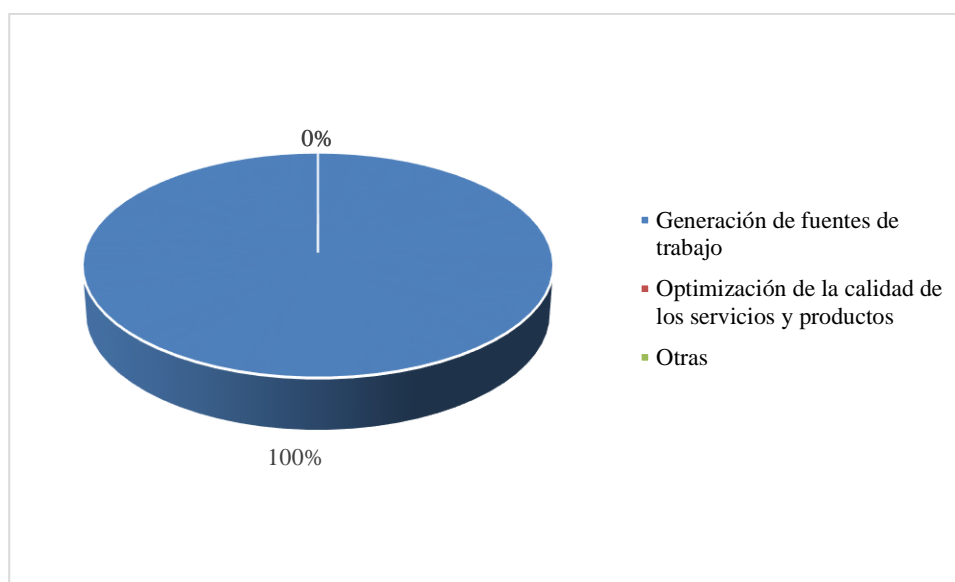
Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

El 63% de los trabajadores del almacén Masonia encuestados, cuentan con nociones de responsabilidad social empresarial, aduciendo que conocen de ello, pero no las aplican de una manera corriente. Por el contrario, el 37% restante dice no conocer de ello, por tanto, no saben la forma de implementarlas.

Tabla 12*Retos sociales y económicos para el establecimiento comercial*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Generación de fuentes de trabajo | 8 | 100 |
| Optimización de la calidad de los servicios y productos | 0 | 0 |
| Otras | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 12.** Retos sociales y económicos para el establecimiento comercial

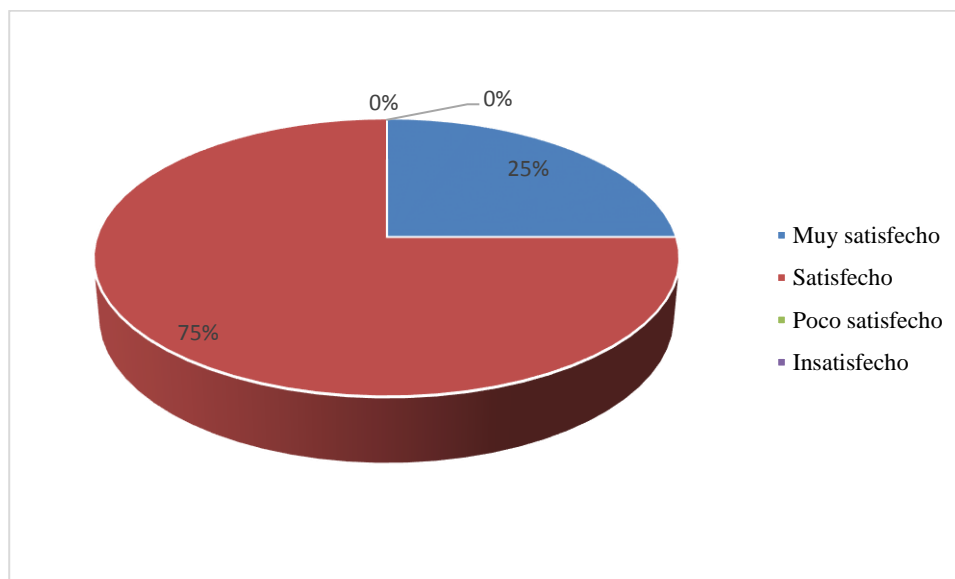
Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Comenta el 100% de empleados del almacén de Repuestos Masonia, que el mayor reto social y económico que tiene la empresa, es la generación de fuentes de trabajo, toda vez que en éste se genera empleo a ocho personas.

Tabla 13*Satisfacción respecto a la oportunidad laboral dada por la empresa*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Muy satisfecho | 2 | 25 |
| Satisfecho | 6 | 75 |
| Poco satisfecho | 0 | 0 |
| Insatisfecho | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 13.** Satisfacción respecto a la oportunidad laboral dada por la empresa.

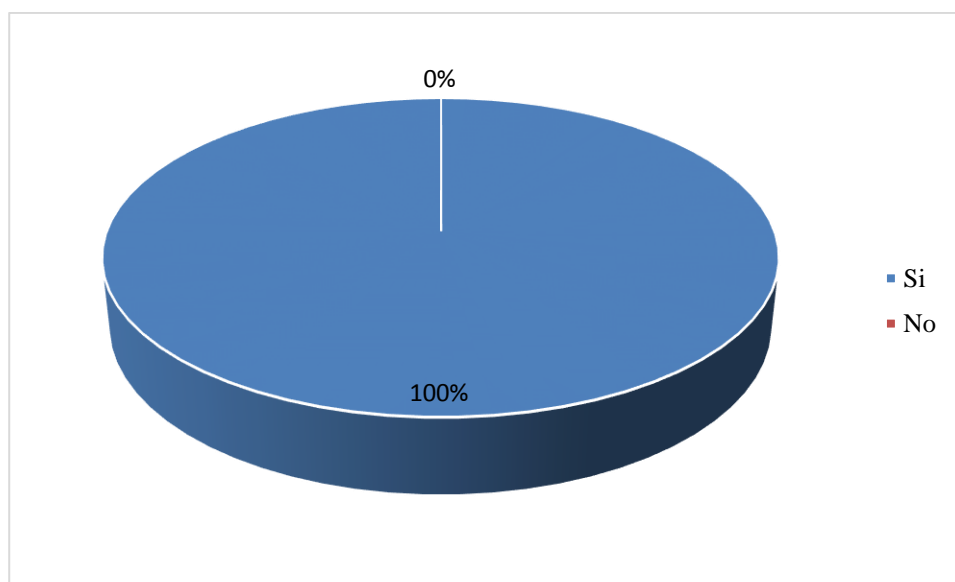
Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

De acuerdo a la oportunidad laboral dada por la empresa a sus trabajadores, éstos comentan en un 75% que se encuentran satisfechos, ya que con ello han podido solventar sus necesidades económicas. Igualmente, el 25% dicen estar muy satisfechos, brindando motivos similares al primer porcentaje.

Tabla 14*Alcance de logros a través de la oportunidad laboral*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 8 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 14.** Alcance de logros a través de la oportunidad laboral.

Nota fuente: información suministrada por los clientes del almacén.

Según el 100% de los trabajadores del almacén de repuestos Masonia, han alcanzado logros de distinta índole, a través de la oportunidad laboral dada por la empresa. Algunos han culminado sus estudios, otros, con lo devengado solventan pagos de créditos, además, de pagar la educación de sus hijos.

Tabla 15

Aporte al desarrollo empresarial de la ciudad de Ocaña, por parte de la empresa

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 8 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

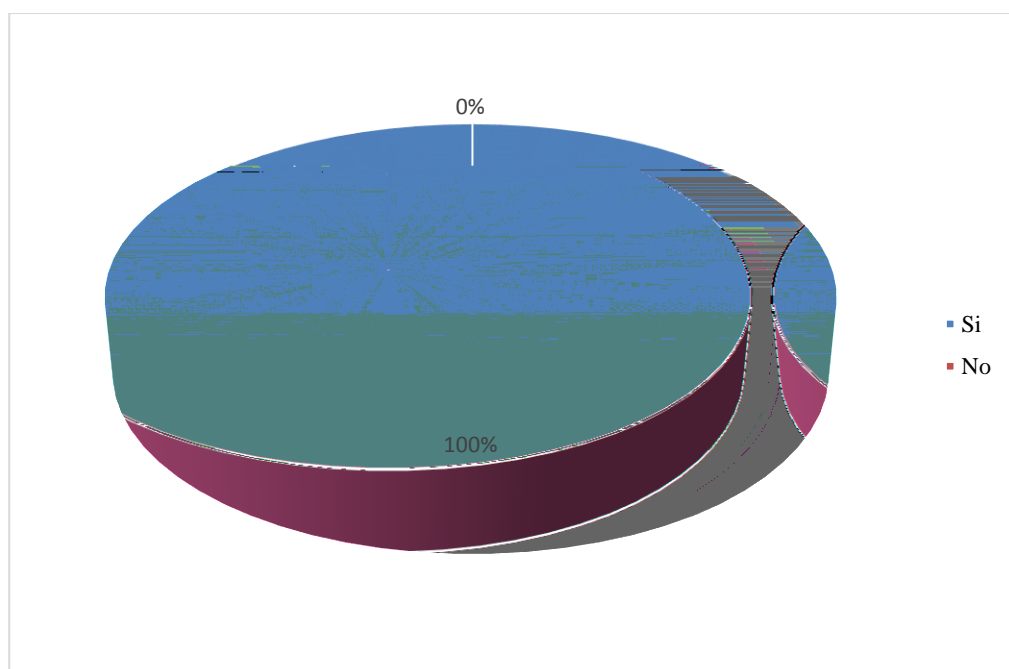


Figura 15. Aporte al desarrollo empresarial de la ciudad de Ocaña, por parte de la empresa.

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

En cuanto al aporte al desarrollo de la ciudad de Ocaña, considera el 100% de los trabajadores del almacén de repuestos Masonia encuestados, que éste de alguna manera contribuye al crecimiento del municipio, en materia empresarial.

Tabla 16

Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 8 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

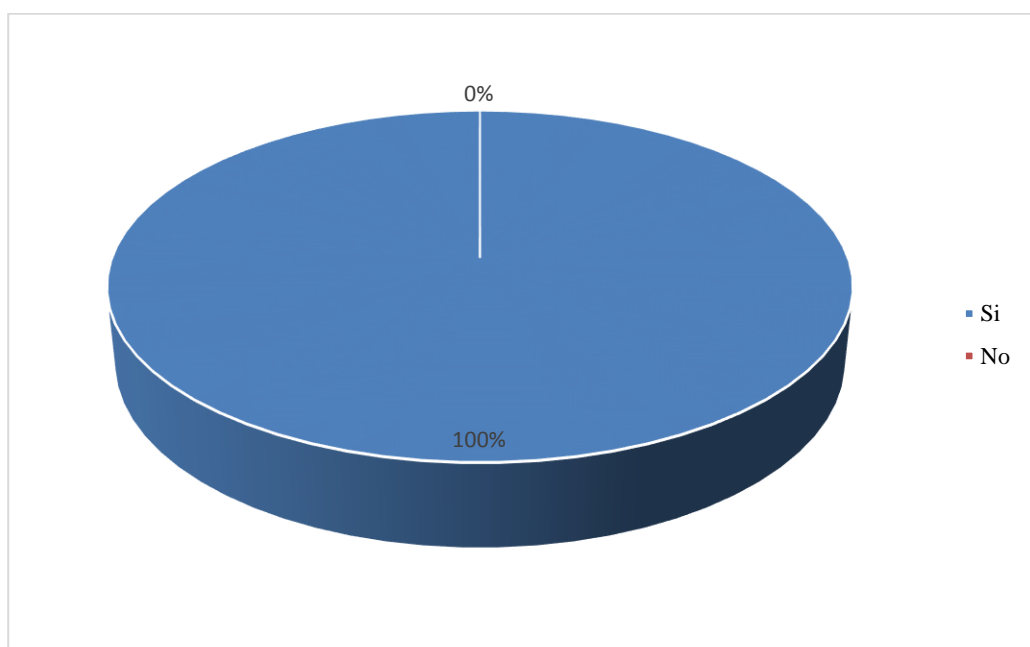


Figura 16. Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley

Fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

La satisfacción de los empleados del almacén de repuestos Masonia, es total, toda vez que los salarios devengados, son cancelados por la empresa de acuerdo a la ley, lo que indica el cumplimiento de la empresa, siendo justos en el pago del sueldo y prestaciones sociales.

Tabla 17

Capacitación por parte de la empresa, relacionada con la conservación del medio ambiente

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 0 | 0 |
| No | 8 | 100 |
| Total | 8 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia.

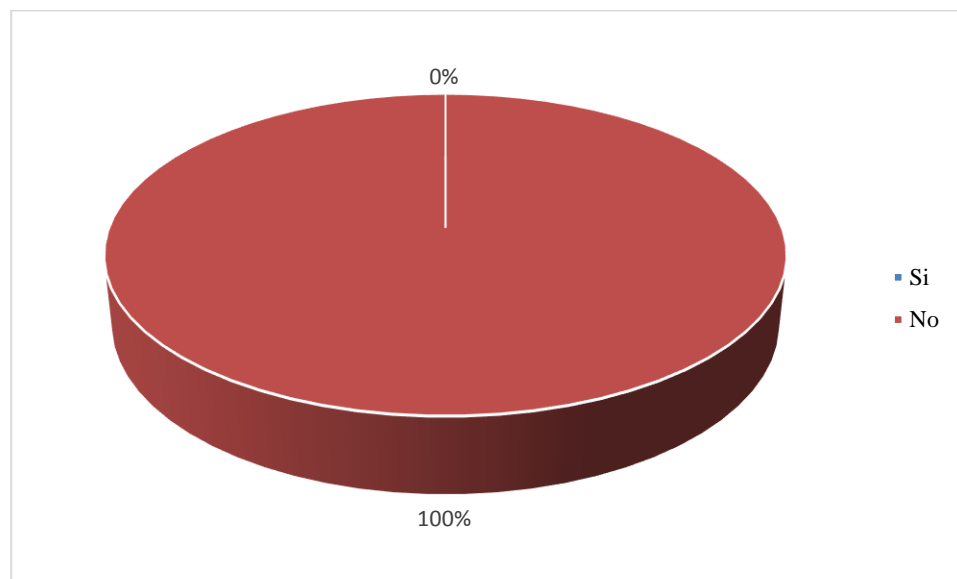


Figura 17. Capacitación por parte de la empresa, relacionada con la conservación del medio ambiente.

Nota Fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Según el 100% de los trabajadores del almacén de repuestos Masonia, mientras han estado vinculados a la empresa, no han recibido capacitación relacionada con la conservación del medio ambiente, lo que hace que éstos desconozcan de la importancia que tiene la empresa en ser socialmente responsable.

4.1.3 Análisis de la encuesta dirigida a los proveedores del Almacén de Repuestos

Masonia

Tabla 18

Conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 14 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota Fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

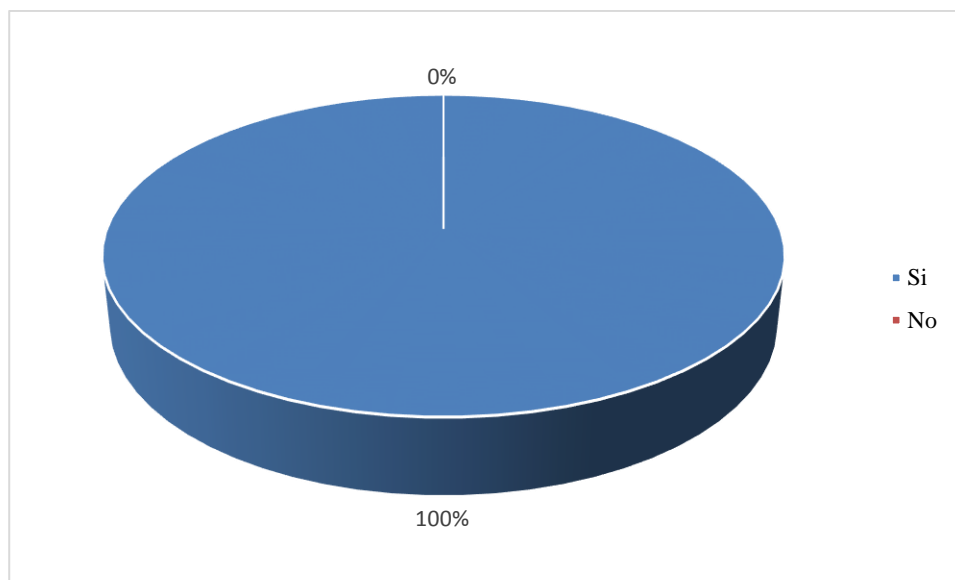


Figura 18. Conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial.

Nota Fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

El 100% de los proveedores del almacén de repuestos Masonia, que fueron encuestados, comentan que sí tienen conocimiento del significado de responsabilidad social empresarial, y de ello, la mejor manera de ejecutarla.

Tabla 19

Palabra que se asocia a la Responsabilidad Social Empresarial

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|------------|
| Obligación | 0 | 0 |
| Bienestar social | 14 | 100 |
| Bienestar de los trabajadores | 0 | 0 |
| Otras | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

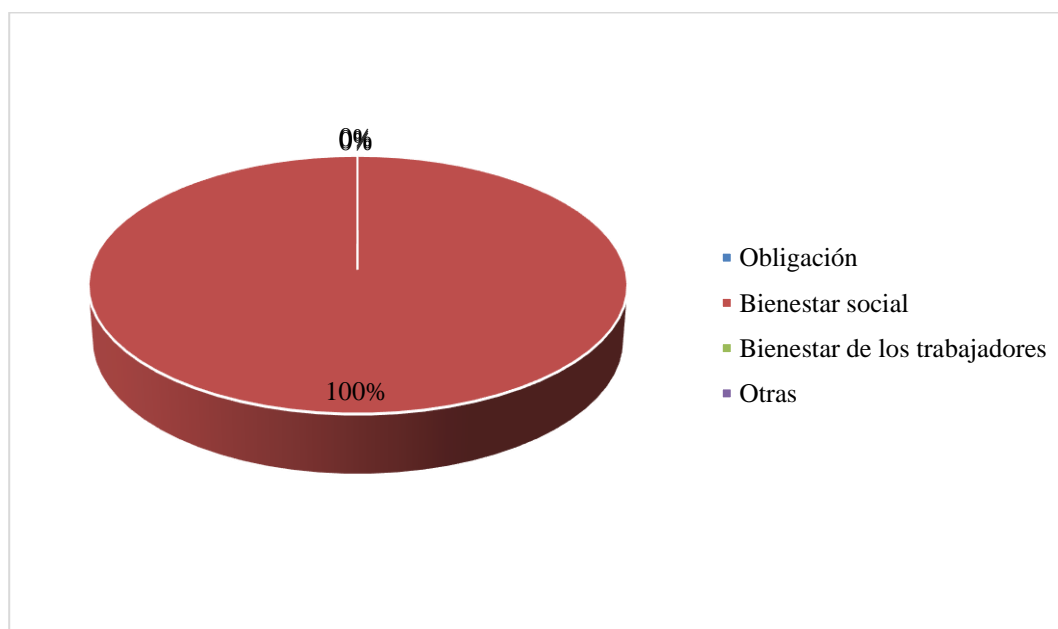


Figura 19. Palabra que se asocia a la Responsabilidad Social Empresarial.

Fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Según comenta el 100% de proveedores, que una de las palabras que más se asocia a la responsabilidad social empresarial, es el bienestar social, toda vez que, como su nombre lo indica, con ello se busca mantener la conservación del medio ambiente, prestar los mejores servicios y de esta manera brindar a los grupos de interés con los que interactúa, la mejor imagen empresarial del almacén de repuestos Masonia.

Tabla 20

Incluye como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 14 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

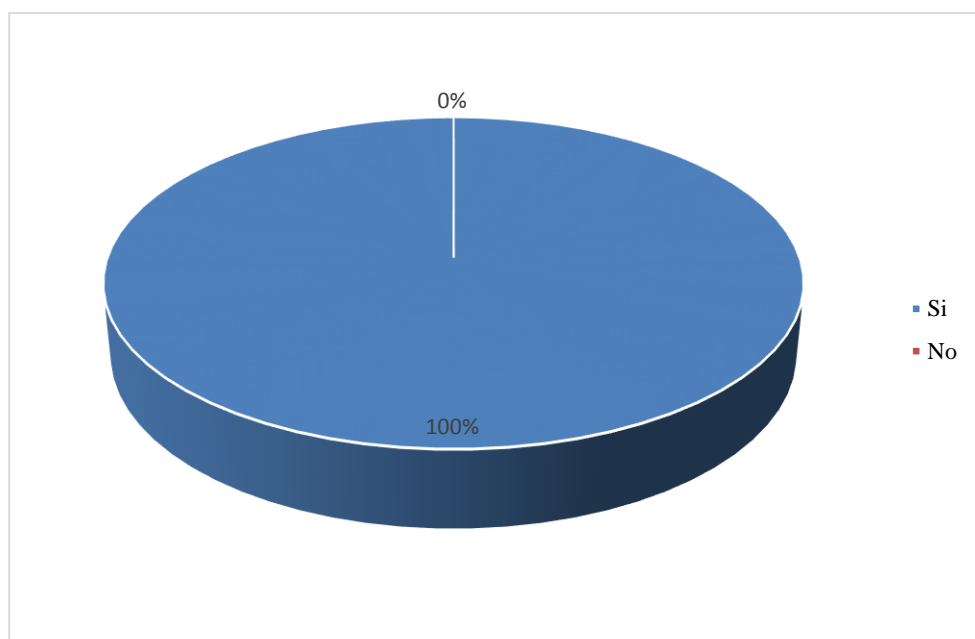


Figura 20. Incluye como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable.

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Comenta el 100% de proveedores encuestados, que, con su rol si participa en la manera como una empresa es socialmente responsable, teniendo en cuenta que el cumplimiento en las políticas, pagos y demás, es una contribución al cumplimiento de esta responsabilidad.

Tabla 21

Trato recibido por parte de los empleados de Almacén de Repuestos Masonia

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Excelente | 14 | 100 |
| Bueno | 0 | 0 |
| Regular | 0 | 0 |
| Malo | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

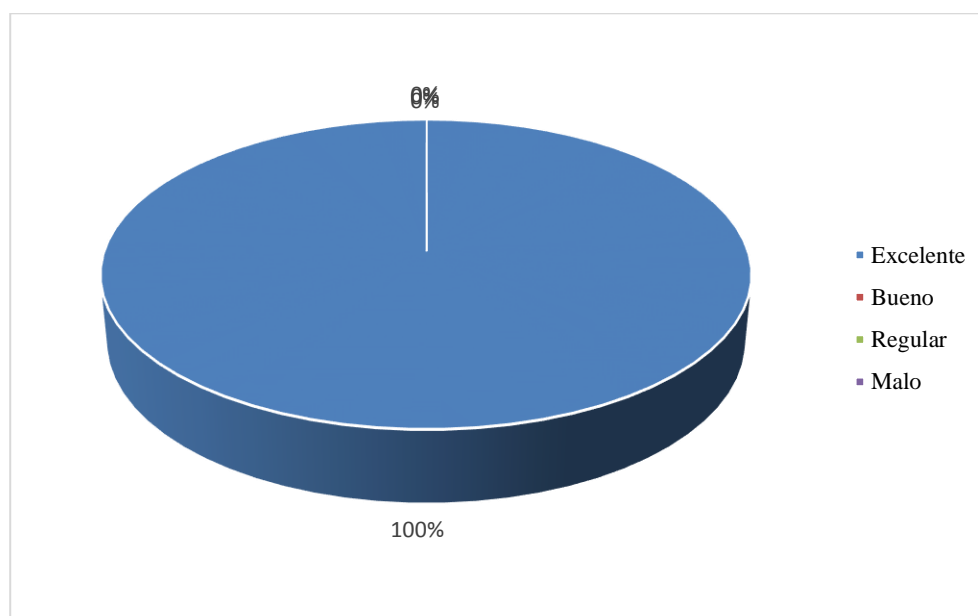


Figura 21. Trato recibido por parte de los empleados de Almacén de Repuestos Masonia.

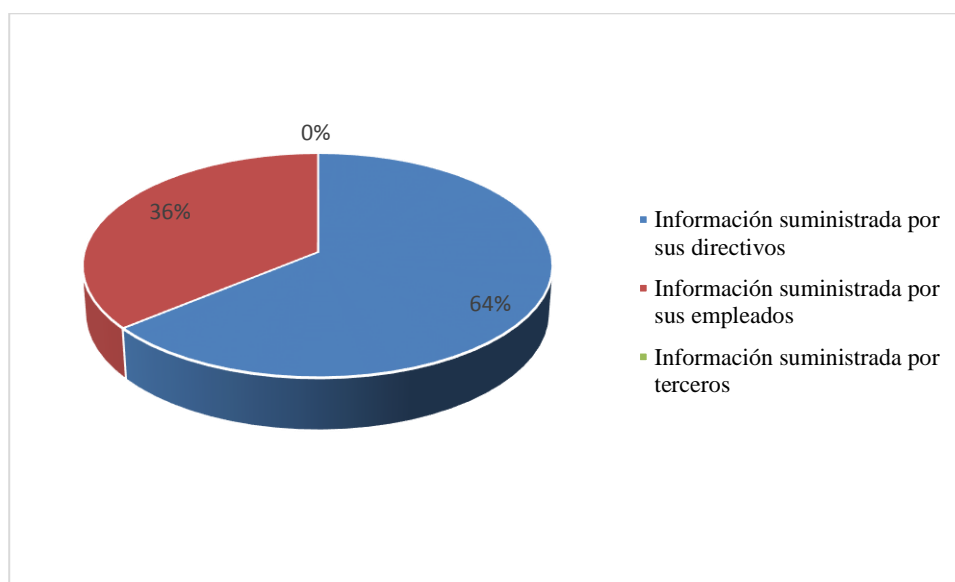
Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

En cuanto al trato que como proveedores reciben de los empleados del almacén de repuestos Masonia, opina el 100%, que es excelente, aduciendo que nunca han tenido problemas que limiten sus relaciones comerciales y laborales.

Tabla 22*Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Información suministrada por sus directivos | 9 | 64 |
| Información suministrada por sus empleados | 5 | 36 |
| Información suministrada por terceros | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 22.** Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa.

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

El 64% de los proveedores encuestados comenta, que el medio por el cual han tenido conocimiento de la empresa, es mediante información suministrada por sus directivos, aclaran que ésta es netamente laboral. El 36% restante dice que reciben la misma de parte de los empleados del almacén de repuestos Masonia.

Tabla 23

Participación como proveedor en acciones de responsabilidad social del Almacén de Repuestos Masonia

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 14 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

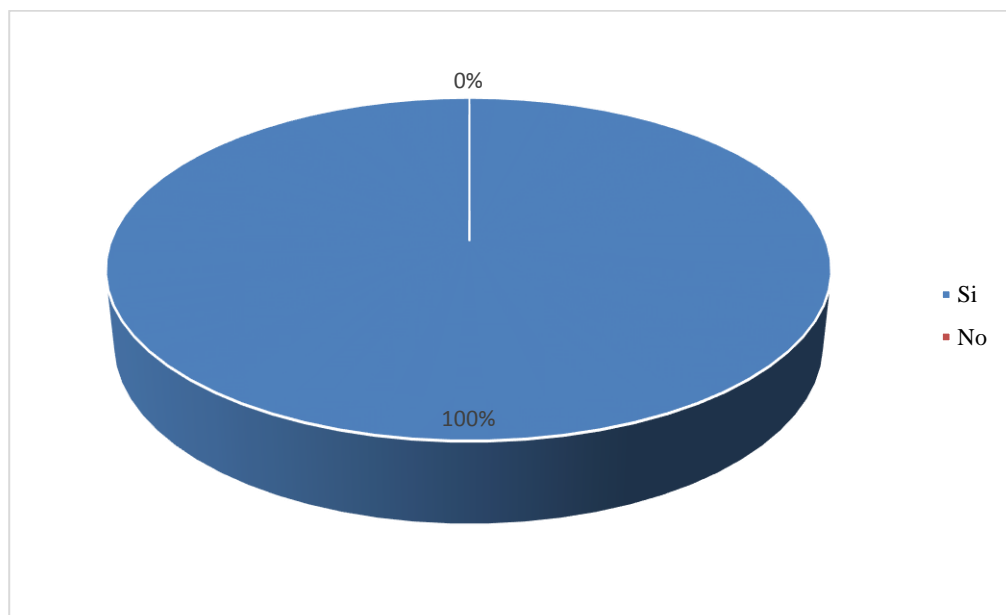


Figura 23. Participación como proveedor en acciones de responsabilidad social del Almacén de Repuestos Masonia.

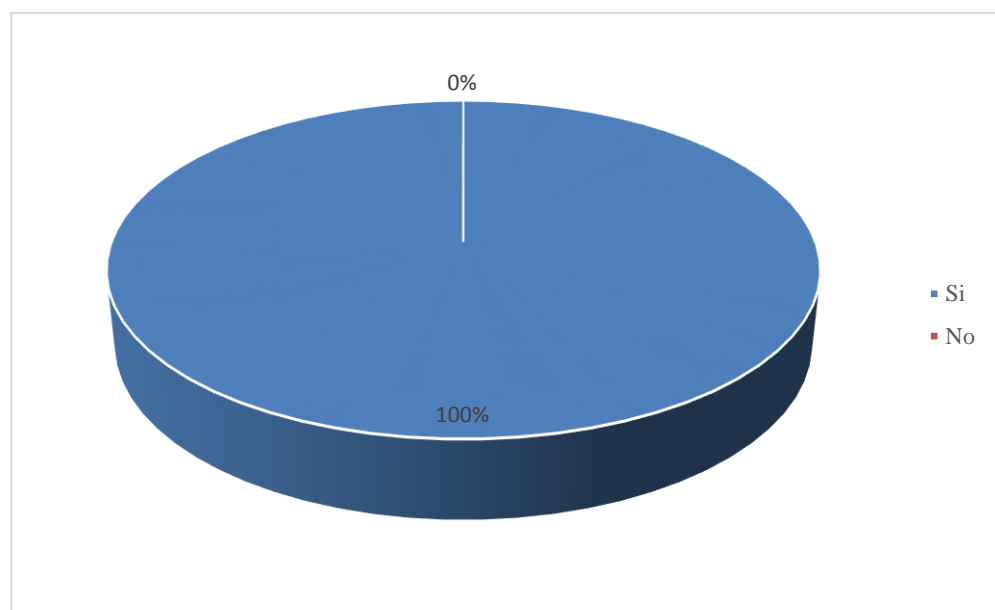
Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Según el 100% de proveedores encuestados, éstos si participan en acciones de responsabilidad social del almacén de repuestos Masonia, en el cumplimiento de políticas, contratos y demás factores que medien por una empresa socialmente responsable.

Tabla 24*Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 14 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 24.** Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia.

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Como se vio en la tabla 21, el trato recibido por los proveedores en el almacén de repuestos Masonia, es excelente, por tanto, lo que se refleja en las relaciones comerciales con la empresa, está visto en respeto y transparencia.

Tabla 25

Cumplimiento de las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 14 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 14 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a proveedores del Almacén de Repuestos Masonia.

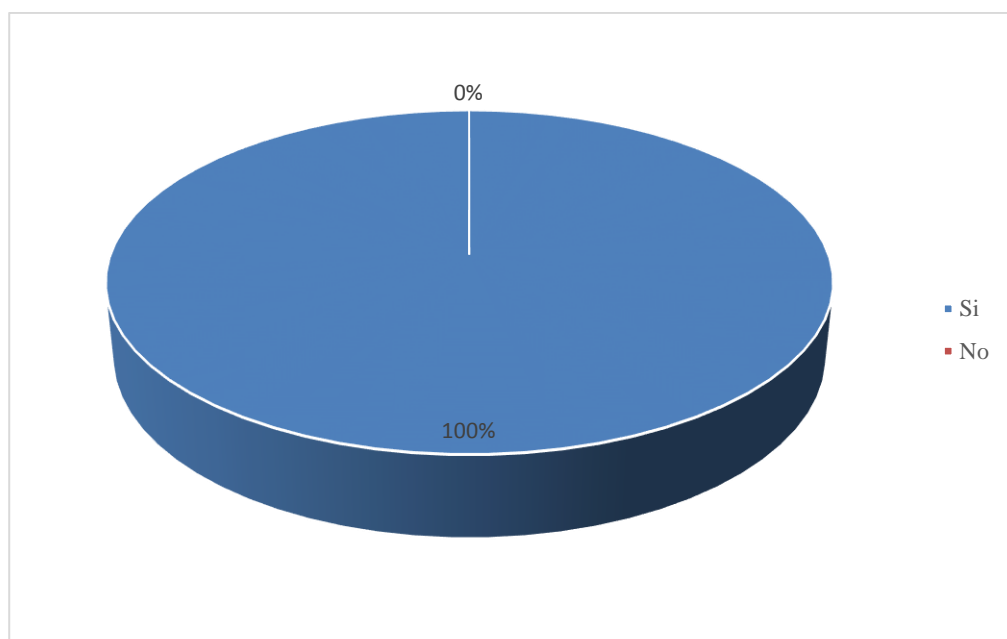


Figura 25. Cumplimiento de las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra.

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

En cuanto al cumplimiento en las políticas de compra, opina el 100% de proveedores encuestados, las dos partes, almacén y proveedor, cumplen a cabalidad con las mismas, reflejado en una excelente relación comercial.

4.1.4 Análisis de la encuesta dirigida a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia.

Tabla 26

Conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 40 | 40 |
| No | 60 | 60 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia.

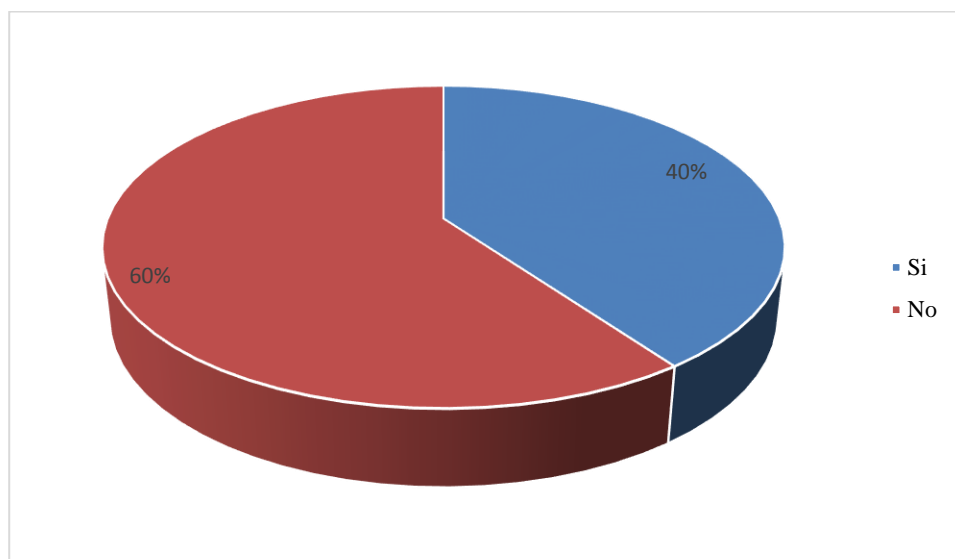


Figura 26. Conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial.

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Como lo muestra la gráfica, el 60% de las personas pertenecientes a la comunidad que rodea el almacén de repuestos Masonia, éstos no tienen el conocimiento de lo que significa responsabilidad social empresarial, lo que indica, que no buscan el cumplimiento de la misma.

En porcentaje mínimo, 40%, si conocen de ello, y comentan sobre la importancia del tema en esta clase de empresas.

Tabla 27

Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|------------|
| Obligación | 0 | 0 |
| Bienestar Social | 68 | 68 |
| Bienestar de los Trabajadores | 32 | 32 |
| Otras | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia.

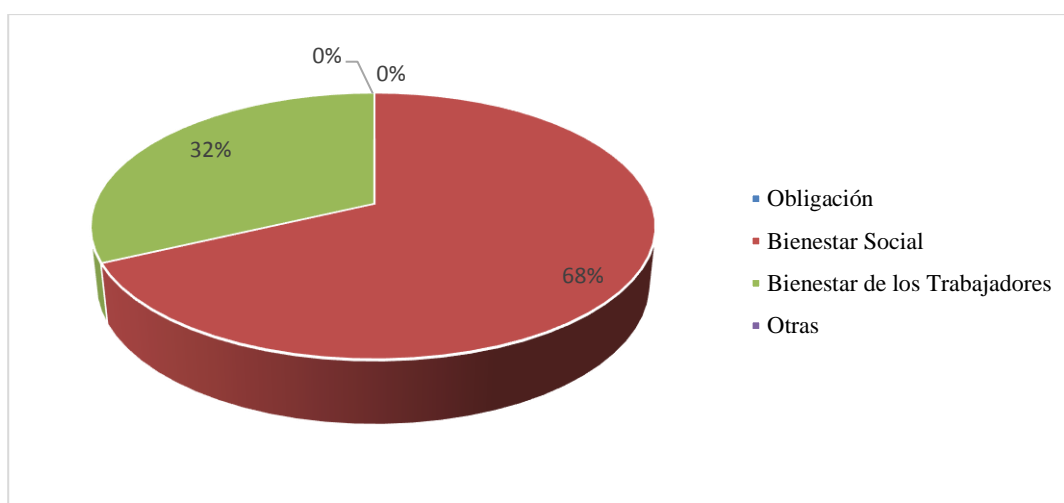


Figura 27. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial.

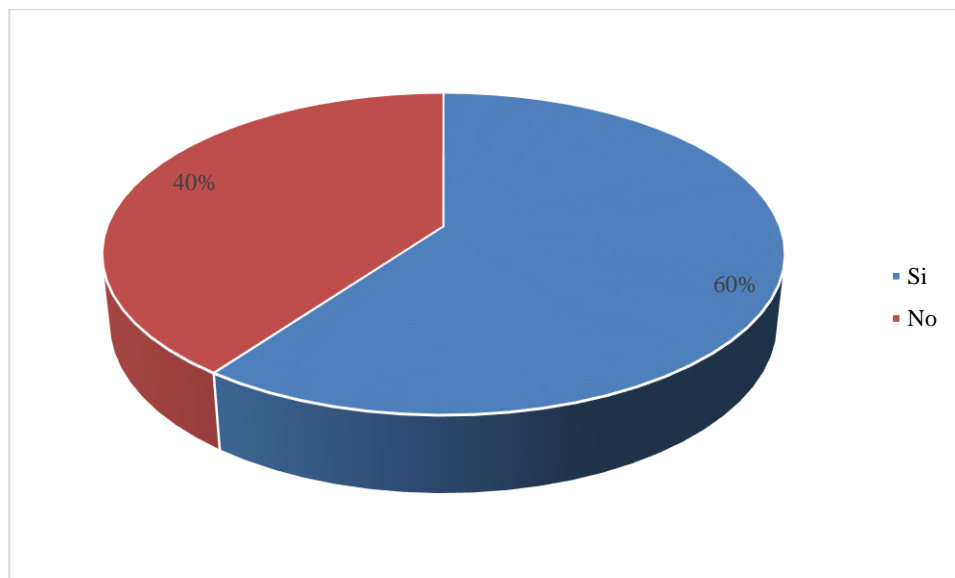
Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Al igual que los proveedores, para la comunidad que rodea el almacén de repuestos Masonia, la palabra con la que éstos asocian responsabilidad social empresarial, es el bienestar social, aduciendo que esto engloba a todos los que de alguna manera se encuentren vinculados a la empresa o en su medio. El 32% restante piensa que solamente responsabilidad social empresarial, es el bienestar que reciben sus trabajadores.

Tabla 28*Colaboración por parte del almacén para obras sociales en bien de la comunidad*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 60 | 60 |
| No | 40 | 40 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 28.** *Colaboración por parte del almacén para obras sociales en bien de la comunidad.*

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

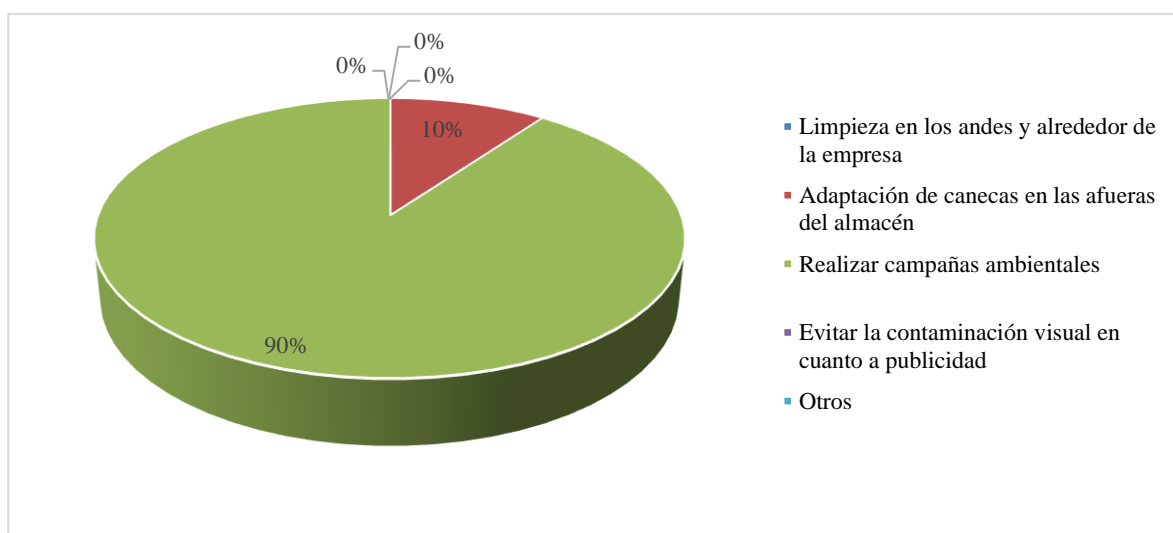
Opina el 60% de la comunidad, que el almacén de repuestos Masonia, sí han contribuido en algún momento para obras sociales en bien de la comunidad, dentro de las cuales se encuentran: regalos para los niños más necesitados, contribución en colectas económicas en pro de ayudas comunitarias, entre otras.

Por el contrario, el 40% opina que la empresa en mención, no participa en ninguna clase de colaboración para su comunidad.

Tabla 29*Aspectos en los que debe mejorar la empresa*

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Limpieza en los andes y alrededor de la empresa | 0 | 0 |
| Adaptación de canecas en las afueras del almacén | 10 | 10 |
| Realizar campañas ambientales | 90 | 90 |
| Evitar la contaminación visual en cuanto a publicidad | 0 | 0 |
| Otros | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Nota fuente: Encuesta a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia.

**Figura 29.** *Aspectos en los que debe mejorar la empresa.*

Nota fuente: información suministrada por los trabajadores del almacén.

Para el 90% de la comunidad que rodea al almacén de repuestos Masonia, que fueron encuestados, uno de los aspectos primordiales en los que debe mejorar la empresa, tiene que ver con la realización de campañas ambientales, toda vez que sus alrededores permanecen sucios, lo cual muestra un ambiente bastante desagradable, existiendo así contaminación en su medio.

Igualmente, el 10% comenta que la empresa debe adaptar canecas en sus afueras, con el fin de

evitar tanta basura tirada y de esta manera realizar una mejor recolección de residuos en el área donde se encuentra ubicada la compañía.

Diagnóstico realizado a la entrevista dirigida al administrador del almacén. En cuanto a la entrevista realizada al administrador del Almacén de Repuestos Masonia, éste comenta que si tiene nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), dice que para él y la empresa es muy importante el tema, ya que del mismo se desprende los deberes que se tienen con el medio donde actúa la empresa. Igualmente comenta que, el almacén realiza acciones de responsabilidad en cuanto a la atención al cliente, cancelación de salarios y prestaciones sociales con base en la ley, cumplimiento a proveedores y pago de impuestos, siendo éstas las prácticas que en tal razón son las más ajustadas a la empresa.

Opina el administrador, que una de las proyecciones económicas más importantes que se tienen en el negocio es la oferta de nuevos productos y/o servicios, toda vez que es una de las mejores formas de mantener a un cliente y atraer nuevos, convirtiéndose esto en un reto social y económico para la empresa, toda vez que ello ayudará a la optimización de la calidad de estos factores, sin dejar de lado que la generación de fuentes de trabajo es otro aspecto importante y es visto como un reto más en el almacén.

Para el administrador del almacén, los beneficios sociales y económicos que se han otorgado por parte de la empresa a la comunidad, han sido pocos, ya que éste no ha participado en actividades de beneficio social y son pocos o nulos los aportes económicos para eventos de la comunidad. Por lo que más se inclina la empresa es por la oferta de sus productos y/o servicios,

para que éstos sean de calidad. Igualmente, dice el administrador, la empresa se encuentra en la búsqueda de mejorar en varios aspectos dentro de su establecimiento, como lo son la capacitación a trabajadores, ampliación de su planta física y adecuación de la iluminación y ventilación.

De la misma forma, comenta el administrador, que dentro de las fortalezas que el Almacén de Repuestos Masonia debe mantener, se encuentran: el servicio al cliente, participación del personal y garantías en los productos y servicios que ofrece la empresa. Debe mejorar en cuanto a estas debilidades: No cuenta con un programa de protección y mejora del medio ambiente, no realiza campañas para el medio ambiente, falta de publicidad y mercadeo. Igualmente, la empresa deberá tener en cuenta las siguientes oportunidades: implementar estrategias para el cuidado del medio ambiente, incentivar la cultura de responsabilidad social empresarial en el medio donde opera la empresa. Finalmente, en cuanto a las amenazas, dice el administrador que el negocio se encuentra en riesgo por falta de cultura en prácticas de responsabilidad social empresarial, cambios en la legislación nacional y la alteración del orden público.

Finalmente, comenta el administrador del almacén que la empresa poco ha hecho para la conservación del medio ambiente en su área de influencia, la implementación de unas canecas en las afueras de la empresa, es la única práctica de responsabilidad ambiental que ha ejecutado en el tiempo que se encuentra en el lugar.

Acciones de Responsabilidad Social que se ejecutan con los Clientes. Para los clientes del almacén de repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, la atención al cliente, es uno de los

principales aspectos relacionados con la responsabilidad social empresarial, que el negocio realiza en el medio; aducen éstos que su preocupación por contar con el personal idóneo para prestar el servicio, es lo que hace que éste se haga de la mejor forma, que da gusto visitar la empresa, ya que el respeto entre clientes, trabajadores y administrativos, es total y en búsqueda de mantenerse, además de buscar la mejor forma de resolver cualquier inquietud o queja que como usuario se presente, para ellos, las instalaciones de la compañía son seguras. En cuanto a los aspectos por mejorar, se encuentran es la ampliación del portafolio de productos y/o servicios, e implementar publicidad y mercadeo, para que pueda mostrarse más ante la comunidad que aún desconoce de la existencia de este almacén de repuestos.

Acciones de Responsabilidad Social que se ejecutan con los Empleados. En cuanto a los empleados, éstos se encuentran en equilibrio en la empresa, toda vez que no existe vacante en la misma ni área que se encuentre desatendida. Los trabajadores se encuentran muy satisfechos por la oportunidad laboral dada por el almacén de repuestos, ya que para la empresa es importante la generación de empleo, de tal manera que este aspecto ha ocasionado que las personas vinculadas al almacén hayan podido alcanzar logros de acuerdo a los ingresos que han recibido, los cuales han ayudado a solventar, teniendo en cuenta que Masonia cumple con salarios y prestaciones sociales con base en la ley. Un aspecto débil en la empresa, es la escasa o nula capacitación, lo que acarrea el poco conocimiento de éstos en las innovaciones y actualizaciones que se hacen referente al tema ambiental, que se relacione con su actividad económica.

Acciones de Responsabilidad Social que se ejecutan con la Comunidad. Igualmente, la comunidad es otro de los grupos de interés que hace parte de la empresa, toda vez que son quienes rodean la misma. A pesar que las personas residentes en torno al almacén desconocen del significado de responsabilidad social empresarial, saben que es un deber de esta clase de organizaciones, el cumplimiento con el bienestar social de su entorno. Igualmente, se tiene que por parte de la empresa poco se ha recibido como colaboración para obras sociales en bien de la comunidad, y piden se ubiquen canecas en las afueras del almacén, como recolectores de basura, que ayuden a mantener limpio el entorno de la misma.

Acciones de Responsabilidad Social que se ejecutan con los Proveedores. Los proveedores, quienes también hacen parte de los grupos de interés de las empresas, fueron encuestados, para quienes es supremamente importante interrelacionarse con el almacén de repuestos Masonia, siendo este factor parte de la responsabilidad social por ambas partes, además de sentirse satisfechos por el trato recibido por parte de los empleados de la empresa, sintiéndose en un ambiente cercano, reflejado todo en las relaciones comerciales que se tienen con la compañía en respeto y transparencia, dado en el cumplimiento de las políticas de compra, lo cual ha venido siendo la pieza principal para mantener el trato entre las partes.

Acciones de Responsabilidad Social que se ejecutan con el Gobierno. Finalmente, siendo el Gobierno otro factor importante en los grupos de interés del Almacén de Repuestos Masonia, éste cumple con el pago de aportes parafiscales a sus empleados. De igual forma, se tiene en cuenta los pagos de prestaciones sociales de Ley.

De acuerdo a los aspectos en los que debe mantenerse y mejorar la empresa, a continuación, se realiza una matriz DOFA, planteándose estrategias en busca de su mejoramiento continuo.

Cuadro 1. Matriz DOFA.

| Factor Interno | Fortalezas | Debilidades |
|---|--|--|
| Factor Externo | <ol style="list-style-type: none"> 1. Esmerada atención 2. Calidad del Servicio 3. Adecuada ubicación de la empresas 4. Sentido de pertenencia de los empleados 5. Idoneidad del personal trabajador | <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca publicidad y promoción 2. Insuficiente dotación tecnológica 3. Reducido portafolio de servicios 4. Desconocimiento del tema de RSE por parte de los empleados. 5. Escasa capacitación a los empleados. |
| <p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento comercial del municipio 2. Imagen y reconocimiento del almacén de repuestos 3. Alta demanda de los productos y servicios ofrecidos. 4. Crecimiento demográfico | <p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Optimizar la calidad del servicio prestado teniendo como visión el crecimiento comercial y demográfico del municipio. (F2+F1+O1+O2)</p> <p>Atender a los clientes teniendo como base fundamental su comodidad y satisfacción. (F1+O3)</p> <p>Conservar el buen desempeño de la empresa para aumentar su demanda y acentuar su imagen en la región. (F1+F2+O2)</p> | <p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Teniendo en cuenta el posible crecimiento comercial y demográfico, se debe adecuar las áreas de sistemas y/o dotación tecnológica. (O1+O4+D1)</p> <p>Aprovechar los medios publicitarios para atraer nuevos clientes con el fin de incrementar las ventas (D1+D4+O3)</p> <p>Velar por incrementar el portafolio de servicios, manteniendo la imagen de la empresa (D4+O2)</p> <p>Brindar capacitación a los empleados, en busca de consolidar el establecimiento como una empresa con responsabilidad social. (D6+O2)</p> |
| <p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia desleal 2. Normatividad para la actividad económica 3. Bajo nivel de ingresos. | <p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Cumplir con la normatividad en su actividad económica, demostrando a la clientela los beneficios en comparación a la competencia desleal, continuando con la prestación de un excelente servicio. (A2+A1+F2)</p> | <p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Establecer promociones que lleguen al cliente de pocos recursos, toda vez que el alto nivel de desempleo se suma a tener que adquirir productos de menos precio en lugares que no se encuentran legalmente constituidos. (D1+A3+A4+A1)</p> |

Nota fuente: Autores del proyecto.

4.2 Determinar si en el planteamiento de la estructura organizacional el Almacén Masonia, contempla procesos de responsabilidad social con sus grupos de interés.

De acuerdo a lo conocido por parte del Almacén de Repuestos Masonia, éste no cuenta con una estructura organizacional definida, que determine si contempla procesos de responsabilidad social con sus grupos de interés. Por tanto, y en búsqueda de un mejor estudio, se diseña una estructura para la empresa, buscando su estudio para una futura implementación. La misma se proyectará, buscando su enfoque como una empresa socialmente responsable, y, a su vez, señalar el horizonte hacia donde deben orientarse los recursos humanos y financieros, con el fin de alcanzar el mejoramiento continuo de la organización.

En el momento de diseñar la misión y visión de la empresa, se tuvieron en cuenta los elementos que ayuden a que estas herramientas sean efectivas y logren movilizar a los clientes y comunidad en general.

Según (Duque, 2000), la misión debe contener los siguientes elementos:

Definitorio. Define el modo de hacer negocios.

Identificadorio. Deja claro a qué institución se refiere

Conciso. Corto y en palabras claras.

Accionable. Da una idea de su aspecto y de lo que implica en la práctica.

Memorable. Debe ser tan impactante, que sea difícil de olvidar.

En cuanto a la visión, para (Albretch, 1992), ésta debe ser:

Concreta. Fácil de entender, simple, pero con mucho significado.

Posible. Que realmente se puede alcanzar, creíble.

Real. Que se puede visualizar y describir como existente.

Detallada. En términos que signifiquen acción.

Inspiradora. Que transmita fuerza e impulse al compromiso.

Consistente. Acorde a los principios corporativos y la cultura organizacional.

Teniendo en cuenta los anteriores criterios de los autores citados, se diseña a continuación la misión y visión para el Almacén de Repuestos Masonia.

4.2.1 Misión propuesta. Somos una empresa que comercializa productos y servicios de repuestos para carros. Tenemos como fin la continua satisfacción del cliente, aportando servicios y soluciones que crean valor y beneficio económico, social y medioambiental, a través de la innovación y el conocimiento, tomando como base el compromiso con los grupos de interés.

4.2.2 Visión propuesta. El Almacén de Repuestos Masonia para el año 2022, será una organización líder en soluciones automotrices de las marcas más prestigiosas y reconocidas del mundo, ofreciendo productos y servicios de excelente calidad, buscando la satisfacción del cliente.

4.2.3 Principios. El Almacén de Repuestos Masonia, desarrollará sus servicios bajo los siguientes principios:

Eficiencia: Brindar un servicio social, empresarial y ambiental de alta calidad que cumpla con los requerimientos contractuales.

Personal interdisciplinario idóneo: Contar con personal idóneo que proporcione a la comunidad en general los conocimientos necesarios para ser aplicados y replicados en sus unidades productivas.

La calidad del personal incrementará inmediatamente la calidad del servicio.

Ética Profesional: Entregar nuestro mejor esfuerzo, apegándonos a la más estricta ética profesional.

Trabajo en equipo: Establecer lazos de afecto y respeto con todos los que laboran en el almacén.

Sostenibilidad ambiental: Apoyar el manejo y conservación del medio ambiente y de los recursos naturales renovables.

4.2.4 Valores. Disciplina: Motiva acciones organizadas, perseverantes, constantes y planeadas asumidas con una actitud de compromiso con la misión de cada cargo para dar cumplimiento a la visión de la empresa.

Transparencia: Refiere la responsabilidad de los actos congruente con el compromiso adquirido de acuerdo al rol y cargo que ocupa en la empresa y en la sociedad.

Confiabilidad: Es el resultado esperado de las acciones como de la información que debe ser compartida de forma oportuna y veraz para el análisis y toma de decisiones.

Actitud de servicio: Refleja el interés constante y dinámico de la atención y satisfacción de las necesidades de empleados y administrativos.

Conciencia Social: Es el resultado del aprendizaje colectivo e individual que involucra la conciencia y reconocimiento del medio ambiente, el entorno sociocultural, económico y político promoviendo acciones de equidad, solidaridad y de desarrollo sostenible.

Equidad: Contar con la capacidad para establecer el equilibrio entre derechos y deberes para dar cumplimiento a la responsabilidad

4.2.5 Organigrama. Tratándose de una estructura sencilla y funcional, se debe tener en cuenta que la empresa se inclina a una organización formal en la que cuenta con características principales como autoridad funcional o dividida, canales directos de comunicación, descentralización de las decisiones y énfasis en la especialización.

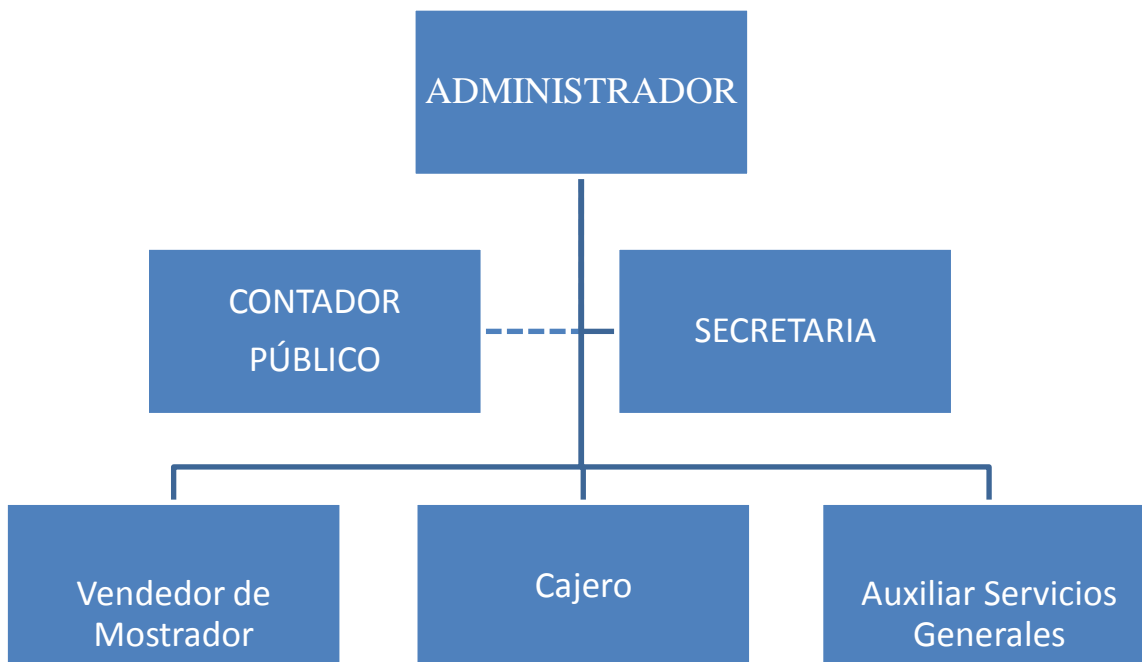


Figura 30. Organigrama.

Nota Fuente: Autores del proyecto.

Mediante la estructura planteada, se pretende que el Almacén de Repuestos Masonia, establezca una pauta para ser una empresa que se ajuste a la responsabilidad social empresarial, cumpliendo así con su entorno y los grupos de interés con los que interrelaciona.

4.3 Esquema de aporte al desarrollo social, que vinculan el quehacer del Almacén de Repuestos Masonia, con el contexto poblacional en el que actúan, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, es el aporte consciente y voluntario de la organización hacia el entorno en el que se desempeña, con el fin de promover su desarrollo social, económico y ambiental. Una empresa socialmente responsable es aquella que dentro de su

plan estratégico asume una posición activa en la búsqueda por el bienestar de todos los involucrados con su actividad económica y de la sociedad en general (Cámara de Comercio de Medellín, 2011).

En relación con el diagnóstico, a continuación se establecen las prácticas de responsabilidad social empresarial, que la organización debe realizar. Para ello, se plantea desarrollar actividades encaminadas a la responsabilidad con cada grupo de interés que interrelaciona con el almacén.

RESPONSABILIDAD CON LOS CLIENTES

Calidad de los servicios y productos. Para asumir responsabilidades respecto a la calidad de los servicios y productos, se propone implementar actividades de Buenas Prácticas, como estrategia adecuada, no sólo porque se asumen responsabilidades en cuanto al servicio y producto, sino porque este tipo de prácticas facilita un mejor acceso al mercado y promueve una mejor imagen en este. Así, las actividades a seguir son las siguientes:

Tabla 30.*Actividades de Buenas Prácticas*

| Nombre de la estrategia: Implementar actividades de Buenas Prácticas | |
|---|---|
| Objetivo: Entregar al cliente la mejor calidad en productos y servicios | |
| Indicador: (Cantidad de actividades planeadas / cantidad de actividades implementadas) X 100 | |
| Actividades | Responsables |
| En las distintas áreas físicas (oficinas y zonas de trabajo) de la empresa se deben considerar los siguientes aspectos a fin de mantener condiciones adecuadas: | Representante Legal Directores de área Trabajadores |
| No se admiten basuras o desperdicios en los alrededores de las áreas. | |
| No debe existir equipos, cajas, y otros elementos que favorezcan el albergue de roedores o plagas. | |
| Los desperdicios y basuras no deben permanecer expuestos. | |
| Es importante que a cada persona que la empresa contrate, se le practique un examen pre-ocupacional. Con esto se pretende identificar si las condiciones físicas y de salud del trabajador le permiten desempeñar el cargo y que éstas estén ajustadas al tipo de trabajo que desempeñará. | |
| No fumar, comer, beber, escupir o mascar chicles o cualquier otra cosa dentro de las áreas de trabajo. Esto solo podrá hacerse en áreas y horarios establecidos. | |
| Las heridas leves y no infectadas, deben cubrirse con un material sanitario, antes de continuar con las actividades. | |
| Los refrigerios y almuerzos solo pueden ser tomados en las áreas establecidas por la empresa. No se permite que los empleados tomen sus alimentos en lugares diferentes, o sentados en el piso, o en lugares contaminados. | |
| La Dirección de la empresa deberá ordenar las medidas necesarias para que todas las personas, y especialmente las nuevas que ingresen, reciban los conocimientos de higiene personal e higiene de procesos, para que de una manera clara y sencilla, aprendan y comprendan los procedimientos que se realizan dentro del almacén. | |
| Además de la inducción inicial, la empresa facilitará la capacitación continuada a través de conferencias, talleres, cursos o cualquier otro mecanismo de participación que crea conveniente. | |
| Se debe disponer de un botiquín de primeros auxilios para atender cualquier emergencia que se presente, y tener previstos mecanismos de información y traslado de lesionados para su atención médica. | |
| Las superficies deben ser construidas con materiales no tóxicos y diseñadas para resistir el ambiente que se utilizan y la reacción del producto especialmente cuando se aplican detergentes de limpieza y agentes desinfectantes. | |
| Costo: Inversión en tiempo estimado en el salario mensual del administrador del almacén (\$1.000.000) dividido entre la cantidad de horas estimadas en el desarrollo de la estrategia (2 horas diarias por 30 días) = \$125.059 mensuales. | Tiempo de implementación: |
| | 6 meses en promedio |

Nota fuente: Autores del proyecto

Servicio al cliente. Las actividades de servicio al cliente se relacionan así:

Tabla 31

Actividades de Servicio al Cliente

Nombre de la estrategia: Implementar actividades de Servicio al cliente

Objetivo: Promover la lealtad y satisfacción de los clientes

Indicador: (Cantidad de actividades planeadas / cantidad de actividades implementadas) X 100

| Actividades | Responsable |
|---|---|
| <p>Análisis de la situación actual de la empresa frente al servicio al cliente. Es necesario que la empresa conozca su situación actual frente a las actividades de servicio al cliente, para lo cual debe realizar una investigación de mercados que permita establecer los niveles de satisfacción.</p> | <p>Administrador Área de mercadeo</p> |
| <p>Crear una base de datos de los clientes actuales de la empresa, determinando sus características, necesidades y volúmenes de compra. De esta manera se reconoce la participación de cada cliente en los ingresos de la empresa y se enfocan las políticas de servicio priorizando los clientes.</p> | |
| <p>Establecer indicadores de medición del servicio en los siguientes aspectos:</p> <p>Duración del ciclo pedido - entrega. Disponibilidad del producto y servicio. Flexibilidad ante situaciones inusuales. Retornos de productos sobrantes y defectuosos. Respuestas a las emergencias. Actuación sin errores (en el producto o servicio y en la información que llega al cliente). Trato y relaciones con el cliente. Servicio de posventa. Tiempo de atención a reclamaciones. Servicio de garantía.</p> | |
| <p>Determinar los factores de influencia en el servicio al cliente. Los factores que influyen en el diseño de la organización según las características del servicio son: Las estrategias de servicio, de marketing, las actividades de contacto con el cliente, la cantidad de líneas de productos y/o servicios en los cuales enfocar esfuerzos, y el nivel de venta o cantidad de producto y/o servicios en el mercado.</p> | |
| <p>Costo: Inversión en tiempo estimado en el salario mensual del administrador del almacén (\$1.000.000) dividido entre la cantidad de horas estimadas en el desarrollo de la estrategia (2 horas diarias por 30 días) = \$125.059 mensuales.</p> | <p>Tiempo de implementación: 6 meses</p> |

Nota fuente: Autores del proyecto

RESPONSABILIDAD CON GENERACIONES FUTURAS

Para este aspecto se plantean actividades para promover la protección y preservación del medio ambiente. Las actividades sugeridas son:

Actividades para proteger el medio ambiente. Se debe como primera medida, tener presente la Ley en materia ambiental y cumplir con lo pertinente a la empresa. Adicionalmente se debe construir una política ambiental que pueda ser divulgada entre trabajadores, clientes y comunidad en general.

En la siguiente tabla se mencionan los aspectos legales que debe cumplir el almacén de repuestos Masonia a nivel ambiental:

Tabla 32

Aspectos Legales sobre Normatividad Ambiental

| NORMA | ASPECTOS GENERALES |
|--------------------------------------|--|
| Ley 1259 del 19 de diciembre de 2008 | Por medio de la cual se instaura en el territorio nacional la aplicación del comparendo ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros; y se dictan otras disposiciones. |
| Ley 511 del 4 de Agosto de 1999. | Por la cual se establece el Día Nacional del Reciclador y del Reciclaje |
| Ley 9 del 24 de enero de 1979 | Por la cual se dictan Medidas Sanitarias |
| Ley 1333 de 2009 | Por la cual se establece el procedimiento sancionatorio ambiental y se dictan otras disposiciones |
| Decreto-ley 2811 de 1974 | Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente |

Nota fuente: Autores del proyecto, con base en las distintas normas

De acuerdo con las anteriores Normas, se propone que la empresa inicie el cumplimiento de las siguientes actividades:

Tener en cuenta el artículo 5 de la ley 1333 de 2009 y evitar al máximo cualquier infracción relacionada con el medio ambiente. Este artículo estipula:

“Artículo 5. Infracciones. Se considera infracción en materia ambiental toda acción u omisión que constituya violación de las normas contenidas en el Código de Recursos Naturales, Renovables Decreto-ley 2811 de 1974, en la Ley 99 de 1993, en la Ley 165 de 1994, y en las demás disposiciones ambientales vigentes, en que las sustituyan o modifiquen y en los actos administrativos emanados de la autoridad ambiental competente.”

Según este artículo, se debe informar a los trabajadores y directivos sobre las disposiciones del mismo para que tengan en cuenta los aspectos del servicio, además de otras actividades de la empresa que puedan afectar el medio ambiente a fin de que entre todos se identifiquen si se incumple con el artículo o no, y la forma como pueden contribuir a cumplir la normatividad ambiental.

Se consideran factores que deterioran el ambiente, entre otros:

a.- La contaminación del aire, de las aguas, del suelo y de los demás recursos naturales renovables. Se entiende por contaminación la alteración del ambiente con sustancias o formas de energía puestas en él, por actividad humana o de la naturaleza, en cantidades, concentraciones o

niveles capaces de interferir el bienestar y la salud de las personas, atentar contra la flora y la fauna, degradar la calidad del ambiente o de los recursos de la nación o de los particulares.

Se entiende por contaminante cualquier elemento, combinación de elementos, o forma de energía que actual o potencialmente puede producir alteración ambiental de las precedentemente escritas. La contaminación puede ser física, química, o biológica;

- b.- La degradación, la erosión y el revenimiento de suelos y tierras
- c.- Las alteraciones nocivas de la topografía
- d.- Las alteraciones nocivas del flujo natural de las aguas
- e.- La sedimentación en los cursos y depósitos de agua
- f.- Los cambios nocivos del lecho de las aguas
- g.- La extinción o disminución cuantitativa o cualitativa de especies animales o vegetales o de recursos genéticos.
- h.- La introducción, y propagación de enfermedades y de plagas;
- i.- La introducción, utilización y transporte de especies animales o vegetales dañinas o de productos de sustancias peligrosas
- j.- La alteración perjudicial o antiestética de paisajes naturales
- k.- La disminución o extinción de fuentes naturales de energía primaria
- l.- La acumulación o disposición inadecuada de residuos, basuras, desechos y desperdicios
- m.- El ruido nocivo
- n.- El uso inadecuado de sustancias peligrosas

También se debe Cumplir con los artículos 22,23 y 24 de la Ley 9 de 1979 sobre disposición de residuos sólidos:

Artículo 22°.- Las actividades económicas que ocasionen arrastre de residuos sólidos a las aguas o sistemas de alcantarillado existentes o previstos para el futuro serán reglamentadas por el Ministerio de Salud.

Artículo 23°.- No se podrá efectuar en las vías públicas la separación y clasificación de las basuras. El Ministerio de Salud o la entidad delegada determinarán los sitios para tal fin.

Artículo 24°.- Ningún establecimiento podrá almacenar a campo abierto o sin protección las basuras provenientes de sus instalaciones, sin previa autorización del Ministerio de Salud o la entidad delegada.

Actualmente la empresa tiene un sitio para almacenar los residuos sólidos del proceso de fabricación y de las basuras, las cuales se depositan en las canecas que se encuentran en diferentes sitios del almacén, en su parte interna y externa. Estos residuos son entregados a recicladores.

Tabla 33

Costo de implementación programa generaciones futuras.

| COSTO DE IMPLEMENTACIÓN | TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN |
|--|---------------------------------|
| Las actividades que sean programadas tanto en lo social y ambiental, podrán ser sugeridas por los directivos y los empleados. | 6 meses en promedio |
| Los beneficios son de carácter económico y de reducción de impacto con el medio ambiente. El ahorro de servicios públicos, el reciclaje, la reutilización entre otros, favorece las finanzas dado que se reducen gastos por desperdicio. | |

Nota fuente: Autores del Proyecto.

RESPONSABILIDAD CON TRABAJADORES

La propuesta a nivel de personal, es implementar actividades de motivación y capacitación:

Planes de motivación y capacitación. Para esto se requiere que se cumplan las siguientes actividades:

El área de talento Humano debe definir las causas más habituales que dan lugar a la desmotivación, con el fin de tratar de evitarlas. Entre las más comunes están:

Imputables a la persona:

El sentimiento de injusticia (real o no real) apreciada por el trabajador

Los agravios comparativos

Expectativas no logradas

Imputables al trabajo:

La falta de objetivos

La falta de atractivos o retos

La rutina

La presión o carga de trabajo

Mucho tiempo fuera del lugar de trabajo (viajes)

Imputables al jefe:

El no definir con claridad las tareas o funciones a realizar

El estilo de liderazgo

La falta de reconocimiento de los méritos y esfuerzos realizados

La amonestación o crítica delante de otros

El hacer promesas y luego no cumplirlas

La falta de interés por sus colaboradores

La inaccesibilidad o no escucharles ni admitir sugerencias

La dirección a capricho

El esquivar la responsabilidad en momentos precisos

La parcialidad

El mal humor, el descontrol y la irritación infundada

La falta de apoyo en situaciones necesarias

El no cumplimiento por parte del jefe de lo que él exige a sus colaboradores

El inducir al equipo a sentimientos de desconfianza

Imputables a la empresa:

La falta de sensibilidad hacia las personas

La debilidad en el mantenimiento de las normas y la disciplina

El tratamiento uniforme a buenos y malos

Con el anterior listado de causas de desmotivación, cada jefe de área y el representante legal, debe elaborar una lista de chequeo a fin de que allí señale las situaciones o actitudes que promueven la desmotivación y que deben ser mejoradas.

Una vez establecido este primer paso, se inicia el proceso de tratamiento de empleados desmotivados, el cual se describe en los puntos que siguen:

Efectuar un diagnóstico más a fondo sobre la desmotivación de los empleados y causas. Definidas las causas de desmotivación, es necesario ahondar en la realidad de cada departamento o área de trabajo para conocer si el problema persiste y las causas del mismo. Esto se puede lograr mediante la observación, indagación con los empleados o aplicación de encuestas anónimas que permitan conocer la situación real de un área de trabajo.

Involucrar a los empleados en la identificación de causales de desmotivación. A través de la conformación de grupos de foco, o de manera individual, es necesario establecer las causas de la desmotivación a fin de darles la solución pertinente. La participación de los empleados en estas actividades fomenta que se sientan interesados a participar y a su vez se sientan parte de la empresa.

Profundizar en las causas de desmotivación. Muchas veces no se establecen claramente las causas de desmotivación de un grupo de trabajo, por tal razón, de ser necesario es indispensable averiguar a fondo y establecer las causas reales de la desmotivación. Esto porque dada la participación de los empleados, se pueden generar confusiones, existir muchas y variadas causas o simplemente no determinar ninguna concreta. De ser así, se debe ahondar en la investigación hasta determinar las causas reales y referentes a la desmotivación.

Promover que los mismos empleados planteen las soluciones pertinentes. Una vez establecidas las causas, los grupos de trabajo, creados entre los empleados, deben proveer las soluciones que consideran adecuadas para mejorar la motivación general del grupo. Se debe propender por soluciones positivas que no afecten la integridad moral de las personas, ni la estabilidad laboral, ni mucho menos que genere roces e inconformidades entre los empleados o directivos, pues de ser así la labor por mejorar la desmotivación sería infructuosa.

Determinar políticas de motivación para los colaboradores. En este punto se plantea establecer políticas que la empresa puede adoptar para motivar a sus empleados. Entre otras se sugieren las siguientes:

Proporcionar un trabajo satisfactorio.

Fijar objetivos y metas atractivos.

Mantener una actitud de respeto y confianza con los empleados.

Facilitar el crecimiento intelectual y profesional.

Posibilitar las promociones y los ascensos.

Proporcionar la responsabilidad y el empoderamiento.

Facilitar la participación. (Aldag, 2000)

Diseñar un programa de capacitación. Para el diseño de un programa de capacitación, es necesario que el área de talento humano inicie un proceso de diagnóstico de las necesidades de capacitación a fin de diseñar el programa adecuado y pertinente a los empleados de la empresa.

Las fases del proceso de diagnóstico son:

Establecimiento de la situación ideal que, en términos de conocimientos, habilidades y actitudes, debería tener el personal, de acuerdo su función o al desempeño laboral. Para obtener información que define la situación ideal, es recomendable la revisión de la documentación administrativa, con relación a:

Descripción de puestos

Manuales de procedimientos y de organización del almacén

Nuevas o futuras necesidades de desempeño (cuando hay planes de cambio).

Descripción de la situación real. Conocimientos, habilidades y actitudes con los que cuenta el personal, de acuerdo con su función o al desempeño laboral. Para obtener información que define la situación ideal, es recomendable obtener información sobre el desempeño del personal (para cada persona) por parte del jefe inmediato, los supervisores o el personal involucrado con el puesto. Estas personas deberán aportar datos precisos, verídicos y relevantes (en cuanto a conocimientos, habilidades y aptitudes)

Registro de información. Es necesario contar con instrumentos (formatos) que registren la información para los fines correspondientes. A su vez, estos registros deberán permitir su clasificación y calificación futura. Se recomienda que los registros asienten información individual de las personas analizadas. Los métodos y técnicas para obtener la información son diversos, entre ellas:

Análisis de tareas por medio de lista de chequeo

Análisis documental. Expedientes, Manuales de Puesto, función o procedimientos, o reportes.

Análisis grupales Encuesta Grupos

Inventario de habilidades Lluvia de ideas

Registros observacionales directos Cuestionario de evaluación de conocimientos

Entrevista

Seleccionar los métodos o técnicas para la obtención de información, los cuales se aplican considerando:

Nivel ocupacional al que se va evaluar: Directivo, gerencial o mandos medios, administrativo, operativo.

Número de personas

Recursos humanos, temporales, materiales y financieros que se tienen para el estudio.

Requerimientos del personal, en términos de nivel del manejo de la información, donde el colaborador: Tiene conocimiento de la información, comprende la información, utiliza la información, es capaz de capacitar a otros sobre el tema que domina, contribuye a la ampliación de la información.

Tabla 34

Costo de implementación programa empleados.

| COSTO | TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN |
|--|--------------------------|
| El valor de la capacitación será de \$250.000, el cual irá dirigido a las ocho personas que hacen parte del almacén. | 6 horas/2 días |

Seguridad y salud ocupacional. En materia de salud y seguridad ocupacional, se determina verificar el cumplimiento cabal de toda la normatividad en este sentido, la cual se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 35.

Decretos y resoluciones que reglamentan la Salud Ocupacional en Colombia

| LEY - AÑO | CONTENIDO |
|---|---|
| Ley 9a. De 1979 | Es la Ley marco de la Salud Ocupacional en Colombia. Norma para preservar, conservar y mejorar la salud de los individuos en sus ocupaciones |
| La Resolución 2400 de 1979 de Ministerio de Protección Social | Conocida como el "Estatuto General de Seguridad", trata de disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo |
| Decreto 614 de 1984 de MinTrab Y MINSALUD | Crea las bases para la organización y administración de la Salud Ocupacional en el país |
| La Resolución 2013 de 1986 de Ministerio de Protección Social | Establece la creación y funcionamiento de los Comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial en las empresas |
| La Resolución 1016 de 1989 de Ministerio de Protección Social | Establece el funcionamiento de los Programas de Salud Ocupacional en las empresas |
| Ley 100 de 1993 de Ministerio de Protección Social | Se crea el régimen de seguridad social integral |
| Decreto 1281 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Reglamenta las actividades de alto riesgo |
| | Dicta normas para la autorización de las Sociedades sin ánimo de lucro que pueden asumir los riesgos de enfermedad profesional y accidente de trabajo |
| Decreto 1295 de 1994 de Ministerio de Protección Social y MINHACIENDA | termina la organización y administración del Sistema General de Riesgos Profesionales |
| | Establece la afiliación de los funcionarios a una entidad Aseguradora en Riesgos Profesionales (A.R.P) |
| Decreto 1346 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Por el cual se reglamenta la integración, la financiación y el funcionamiento de las Juntas de Calificación de Invalidez |
| Decreto 1542 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Reglamenta la integración y funcionamiento del Comité Nacional de Salud Ocupacional |
| Decreto 1771 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Reglamenta los reembolsos por Accidentes de trabajo y Enfermedad Profesional |
| Decreto 1772 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al Sistema General de Riesgos Profesionales |

| | |
|---|---|
| Decreto 1831 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Expide la Tabla de Clasificación de Actividades Económicas para el Sistema General de Riesgos Profesionales |
| Decreto 1832 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Por el cual se adopta la Tabla de Enfermedades Profesionales |
| Decreto 1834 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de Riesgos Profesionales |
| Decreto 1835 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Reglamenta actividades de Alto Riesgo de los Servidores Públicos |
| Decreto 2644 de 1994 de Ministerio de Protección Social | Tabla Única para la indemnización de la pérdida de capacidad laboral |
| Decreto 692 de 1995 de Ministerio de Protección Social | Manual único para la calificación de la invalidez |
| Decreto 1436 de 1995 de Ministerio de Protección Social | Tabla de Valores Combinados del Manual único para la calificación de la invalidez |
| Decreto 2100 de 1995 de Ministerio de Protección Social | Clasificación de las actividades económicas |
| Resolución 4059 de 1995 | Reportes de accidentes de trabajo y enfermedad profesional |
| Circular 002 de 1996 de Ministerio de Protección Social | Obligatoriedad de inscripción de empresas de alto riesgo cuya actividad sea nivel 4 o 5 |
| Ley 1010 de 2006 de Ministerio de Protección Social | Definir, prevenir, corregir y sancionar las diversas formas de agresión, maltrato, vejámenes, trato desconsiderado y ofensivo y en general todo ultraje a la dignidad humana que se ejercen sobre los trabajadores. |

Nota Fuente: (Zuñiga, 2002).

Tabla 36.

Costo de implementación programa generaciones futuras.

| COSTO | TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN |
|---|--------------------------|
| El cumplimiento de la legislación no implica inversión monetaria. | No aplica |

Nota fuente: Autores del proyecto.

RESPONSABILIDAD CON EL ESTADO

Sobre este aspecto, se establece como norma principal el cumplimiento de las obligaciones ordenadas por la Ley Laboral en Colombia que son:

Pago de aportes parafiscales:

Aportes por concepto de salud Aportes por concepto de pensión

Pago de ARP Aseguradora Riesgo Profesional

Aportes a las cajas de compensación

Aportes del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Aporte al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF

Pago de prestaciones sociales de Ley:

Consignación anual de cesantías en el Fondo correspondiente Pago de prima legal

Otorgar vacaciones pagadas una vez al año a los trabajadores

Pago de intereses de cesantías a los trabajadores en febrero de cada año.

Hacer evaluación anual de seguridad industrial y salud laboral lo que incluye un examen médico.

Tabla 37

Costo de implementación programa con el Estado.

| COSTO | TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN |
|--|--|
| Los costos a pagar por el cumplimiento en la responsabilidad con el Estado, se basan en los pagos que se hacen para el cumplimiento de las obligaciones ordenadas por la Ley Laboral en Colombia.. | Los tiempos van de acuerdo a los pagos que se realicen para el cumplimiento de las obligaciones. |

Nota fuente: Autores del proyecto.

RESPONSABILIDAD CON LA COMUNIDAD

Teniendo en cuenta que la comunidad puede verse impactada por las actividades de la empresa, es importante iniciar actividades para colaborar con el desarrollo de la comunidad.

Entre las más relevantes se sugieren:

Establecer el perfil de la comunidad que rodea a la empresa.

Establecer contacto con la comunidad que rodea a la empresa, hacer talleres y capacitaciones donde la comunidad y la empresa se integren.

Identificar las necesidades de la comunidad y procurar espacios de integración con esta.

Conocer proyectos comunitarios donde la empresa pueda participar.

Colaborar con el desarrollo de la comunidad.

Tabla 38

Costo de implementación programa con la Comunidad.

| COSTO | TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN |
|--|--------------------------------------|
| Se tendrá un presupuesto de \$700.000 para inversión en canecas, aportes a necesidades de la comunidad y proyectos ambientales con la misma. | Semestral, de acuerdo a la necesidad |

Fuente: Autores del proyecto.

Capítulo 5. Conclusiones

Al establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Almacén de Repuestos Masonia, mediante un diagnóstico situacional, se obtuvo que la falta de conocimiento de la misma, conlleva a que se realicen acciones de manera filantrópica, lo que indica que el cumplimiento de las normas de responsabilidad no se realizan correctamente.

Con el fin de determinar si el planteamiento de la estructura organizacional el Almacén Masonia, contempla procesos de responsabilidad social con sus grupos de interés, se obtuvo conocimiento que la empresa no cuenta con esta estructura, lo que indica la falta de misión, visión, objetivos y demás herramientas que hacen parte de la misma. Por tal razón, se procedió a diseñar este instrumento tan necesario en una empresa, toda vez que es una forma de proyectarse y tener un objetivo a largo plazo, para cumplir. Este material se propuso enfocado a una empresa socialmente responsable, con el fin de dejarlo a estudio y aprobación del administrador y propietario del almacén y de esta manera sea implementado, en el menor tiempo posible.

El diseño de un esquema de aporte al desarrollo social, que vinculan el quehacer del Almacén de Repuestos Masonia, con el contexto poblacional en el que actúan, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad, se realizó teniendo en cuenta los valores que hacen parte y sostienen la empresa, en busca que se mantengan y den un mejoramiento continuo a la misma, entorno a un beneficio social.

Capítulo 6. Recomendaciones

Realizar encuestas de manera periódica, que sirvan de una forma evaluativa a sus grupos de interés, con el fin de conocer sus puntos de vista en cuanto a las prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el almacén.

Implementar la estructura administrativa diseñada, teniendo en cuenta que se encuentra encaminada al cumplimiento de una empresa socialmente responsable.

Aplicar el esquema de aporte al desarrollo social propuesto, de manera que la empresa cree y aplique los valores corporativos, que la muestren como una empresa competitiva.

Referencias

AEX. (2016). *Gestión de la RSE*. Obtenido de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/gestion-de-la-rse>

Albretch, K. (1992). *La visión de la empresa*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Argandoña, A. (2008). *La teoría de los stakeholders y el bien común*. España: División de Investigación IESE, Universidad de Navarra.

Bancolombia. (2005). *RSE Bancolombia*. Obtenido de <http://www.grupobancolombia.com/home/index.asp>

Bogotá, B. d. (2011). *RSE Banco de Bogotá*.

Cámara de Comercio de Medellín. (2011). *La RSE y su aporte a la competitividad empresarial*. Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Biblioteca/herramientas/RSE-competitividad-empresarial.pdf>

Carroll, A. (1979). A three-Dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review* 4, 497-505.

Crediservir. (2007). *Historia de la cooperativa Crediservir*. Obtenido de www.crediservir.com

Crespo, F. (2010). *Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad Social Empresarial*. Estudios Gerenciales.

Drucker, P. (1978). *La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas*. Buenos Aires: El Ateneo.

Duque, M. E. (2000). *Dirección Estratégica*. Universidad del Norte.

Escobar Castaño, G. A. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial aplicao a la Clínica CES*.

ESPO. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://www.laespo.com/>

Freeman, R. (1984). *Strategic management*. Boston: Pitman.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of business is to increase its profits. *The New York Time Magazine*, 32-33,122,124,126.

Fundación, C. (2013). Obtenido de http://www.feaps.org/calidad/buenas_practicas_que.htm

Garriga, E., & Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories*. Journal of Bussines Ethics.

González Sanz, H. (2014). *Implantacion de la Norma ISO 26000 en las pymes: Un Estudio de caso de Responsabilidad Social Empresarial*. Palencia: Universidad de Valla dodid Campus"Facultad Ciencias del Trabajo".

Gray, R. (1996). *Accounting and Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Pretice Hall, United Kingom.

(2008). *Guía Técnica colombiana sobre Responsabilidad Social en consulta pública*.

Guía Técnica Colombiana, G. 1. (2008). Bogotá: ICONTEC.

Gutiérrez, R. y. (2006). *Aportes y desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial Colombiana*. Bogotá: Fundacion Corona.

ICONTEC. (2004). *Norma Técnica Colombiana ISO 14001*. Bogotá: ICONTEC.

Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society framework and issues*. Belmont: Wadsworth Pub. Co.

La Responsabilidad Social Empresarial, a historia del sector privado Colombiano. (2007). Responsabilidad Sostenida.

Montes, H. (24 de Abril de 2009). La responsabilidad del buen vecino. *Colombia Responsable y Ambiental*. Bogotá: Diario El Tiempo.

Moreno Freites, Z. y. (2011). *Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la Pyme*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000300009

Organización Internacional de Estandarización. (2010). *Iso 26000*. Obtenido de http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

Ortiz-Martinez, E., & Crowter, D. (2004). ¿Son compatibles la responsabilidad económica y la responsabilidad social corporativa? 1-15. Madrid.

Paladino, M. (2004). *La responsabilidad de la empresa en la sociedad: Construyendo la sociedad desde la tarea directiva*. Buenos Aires: Ariel.

Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., & García de la Torre, E. (2012). *La responsabilidad social empresarial*. México: Pearson.

(2007). *Responsabilidad Social, otro requisito del mercado externo*. Periódico La República.

Rovira, M. (2002). *El proceso de elaboración del informe medio ambiental*. España, Universidad de Barcelona: Tesis Doctoral .

Ruíz, E. (1994). *Determinantes sociopolíticos en la fijación de normas contables*. España: Tesis doctoral del Departamento de economía de la Empresa, universidad de Cádiz.

Saez Gallego, C. (2011). La Guía ISO 26000: Facilitando la adopción de prácticas responsables en la empresa. *Responsabilidad Social de la Empresa*, 213-224.

Social Accountability International. (2008). *Responsabilidad social 8000 SA 8000*. Obtenido de http://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/biblioteca/pdf/1321904035_30371238-Norma-SA8000-Espanol-2008.pdf

Tamayo, M. (1999). *La Investigación :Aprender a Investigar Módulo 2*. Bogotá, Colombia: ICFES.

Torres Velasco, J. (2007). *La Responsabilidad Social Empresarial En El Sector Publico*.

Urroz, F. (2010). *¿Qué son los stakeholders?* Obtenido de <https://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>

Velasquez Oliva, N. P. (2014). *Responsabilidad social Empresarial*.

Apéndice

Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los clientes del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, N de S.

1. Conoce usted si el Almacén de Repuestos Masonia, realiza Responsabilidad Social Empresarial en cuanto a:

Atención al cliente___

Protección del ambiente _____

Reducción de energía _____

Manejo de desechos ____

¿Otra ____ Cuál? _____

2. ¿El Almacén de Repuestos Masonia, lo motivan o incentivan a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?

Sí___ No___

3. ¿Considera que el Almacén de Repuestos Masonia, se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los clientes?

Si _____ No _____ Porque? _____

4. ¿Se vive dentro de este establecimiento comercial, un ambiente de respeto entre cliente, trabajadores y administrativos?

¿Si ___ No ___ Por qué? _____

5. ¿En el Almacén de Repuestos Masonia, se resuelven las necesidades o quejas presentadas, en busca de prestar un servicio eficaz y oportuno a los clientes?

¿Si _____ No _____ Por qué? _____

6. ¿El trato que usted ha recibido por parte de los directivos del Almacén de Repuestos Masonia, es el adecuado?

¿Si _____ No _____ Por qué? _____

7. ¿Las instalaciones del Almacén de Repuestos Masonia, son seguras?

¿Si _____ No _____ Por qué? _____

8. ¿Cuáles considera son las fortalezas del Almacén de Repuestos Masonia?

9. ¿Cuáles considera son las debilidades del Almacén de Repuestos Masonia?

10. ¿Cuáles considera son las oportunidades del Almacén de Repuestos Masonia?

11. ¿Cuáles considera son las amenazas de la empresa?

12. ¿En qué aspectos considera debe mejorar la empresa?

Ampliar portafolio de productos y/o servicios _____

Mayor compromiso con la atención al usuario _____

Adecuar planta física _____

Implementar publicidad y mercadeo _____

Otros _____ ¿Cuáles? _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice B. Formato de encuesta dirigido a los trabajadores del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, N de S.

1. Conoce usted si el Almacén de Repuestos Masonia, realiza Responsabilidad Social Empresaria en cuanto a:

Atención al cliente____

Protección del ambiente _____

Reducción de energía _____

Manejo de desechos ____

Otra ____ Cuál? _____

2. ¿Cómo considera la capacidad de la planta de personal de la empresa donde labora?

Suficiente____

En equilibrio____

Poco suficiente____

Insuficiente____

3 ¿Tiene nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Si____No____ ¿Por qué?_____

4. ¿Cuáles son los retos sociales y económicos para el establecimiento comercial donde labora?

Generación de fuentes de trabajo____

Optimización de la calidad de los servicios y productos____

Otras____¿Cuáles?_____

5. ¿Cómo se siente usted respecto a la oportunidad laboral dada por la empresa Almacén de Repuestos Masonia?

Muy satisfecho____Satisfecho____Poco satisfecho____Insatisfecho____

¿Por qué?_____

6. ¿Ha alcanzado logros a través de esta oportunidad laboral?

Si ___ No ___ ¿Cuáles? _____

7. ¿Considera que la empresa, aporta al desarrollo empresarial de la ciudad de Ocaña?

Si ___ No ___ ¿Cómo? _____

8. ¿La empresa le cancela los salarios y prestaciones sociales, con base en la ley?

Si ___ No ___ ¿Por qué? _____

9. ¿Recibe capacitación por parte de la empresa, relacionada con la conservación del medio ambiente?

Si ___ No ___ ¿Por qué? _____

10. ¿Cuáles considera son las fortalezas del Almacén de Repuestos Masonia?

11. ¿Cuáles considera son las debilidades del Almacén de Repuestos Masonia?

12. ¿Cuáles considera son las oportunidades del Almacén de Repuestos Masonia?

13. ¿Cuáles considera son las amenazas de la empresa?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice C. Formato de encuesta dirigida al administrador del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, N de S.

1. ¿Tiene nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

SI___NO___ ¿POR QUÉ?_____

2. El Almacén de Repuestos Masonia, realiza Responsabilidad Social Empresaria en cuanto a:

Atención al cliente___

Protección del ambiente _____

Reducción de energía _____

Manejo de desechos _____

Capacitación a trabajadores

Cancelación de salarios y prestaciones sociales con base en la ley

Cumplimiento a proveedores_____

Pago de impuestos _____

Otra _____Cuál? _____

3. ¿Qué proyecciones económicas tiene su negocio?

Oferta de nuevos productos y/o servicios_____

Ampliación hacia otros mercados_____

Ampliación de infraestructura física y tecnológica_____

Otras_____¿Cuáles?_____

4. ¿Cuáles son los retos sociales y económicos para su empresa?

Generación de fuentes de trabajo_____

Optimización de la calidad de los servicios / Productos_____

Otros _____ cuáles? _____

5. ¿Considera necesario un plan de aporte al desarrollo social?

SI___ NO___ ¿POR QUÉ?_____

6. ¿Qué beneficios sociales y económicos ha otorgado su empresa, a la comunidad a la cual ofrece sus productos y/o servicios?

Oferta de Productos y/o servicios de calidad_____

Aporte económico para eventos de la comunidad _____

Participación en actividades de beneficio social _____

Otras_____¿Cuáles?_____

6. ¿En qué aspectos considera debe mejorar su establecimiento comercial?

Capacitación a trabajadores_____

Adecuar planta física (iluminación, ventilación, área de espera) _____

Implementar publicidad y mercadeo _____

Otros_____¿Cuáles?_____

7. De acuerdo con su experiencia como representante legal y/o propietario del negocio, ¿Cuáles considera son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de esta empresa?

Fortalezas:

Debilidades:

Oportunidades:

Amenazas:

8. ¿Qué ha hecho su empresa para la conservación del medio ambiente en su área de influencia?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice D. Formato de encuesta dirigida a los proveedores del Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, N de S.

CUESTIONARIO

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

Si _____
No _____

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

Obligación ()
Bienestar Social ()
Bienestar de los Trabajadores ()
Otras ____ Cuál?

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

Si _____ cómo?
No _____

4. ¿Cómo es el trato recibido por parte de los empleados de Almacén de Repuestos Masonia?

Excelente _____
Bueno _____
Regular _____
Malo _____

5. ¿Cuál es el medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa?

Información suministrada por sus directivos _____
Información suministrada por sus empleados _____
Información suministrada por terceros _____

7. Participa usted como proveedor en acciones de responsabilidad social del Almacén de Repuestos Masonia?

Si _____ De que manera? _____
No _____

8. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia?

Si _____
No _____
Porque? _____

9. ¿Se da cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra?

Si _____
No _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !!!

Apéndice E. Formato de encuesta dirigida a la comunidad que rodea el Almacén de Repuestos Masonia de la ciudad de Ocaña N. de S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial en el Almacén de Repuestos Masonia, de la ciudad de Ocaña, N de S.

CUESTIONARIO

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

Si _____
No _____

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

Obligación ()
Bienestar Social ()
Bienestar de los Trabajadores ()
Otras ____ Cuál?

3. ¿El Almacén de Repuestos Masonia, ha colaborado en algún momento para obras sociales en bien de la comunidad?

Si _____ Cuáles? _____
No _____

4. ¿En qué aspectos considera debe mejorar la empresa?

Limpieza en los andes y alrededor de la empresa _____
Adaptación de canecas en las afueras del almacén _____
Realizar campañas ambientales _____
Evitar la contaminación visual en cuanto a publicidad _____
Otros ____¿Cuáles? _____

5. ¿Qué campañas cree usted que ha realizado el Almacén de Repuestos Masonia, en materia de conservación del medio ambiente?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!