

	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(76)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	LUISA FERNANDA QUINTERO CÁCERES GREISLY KARINA CAÑIZARES BOTELLO		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
DIRECTOR	ANA MARIA CLARO CLARO		
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA LADRILLERA OCAÑA		
RESUMEN			
<p>EL PROYECTO PERMITIÓ CONOCER EL NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA LADRILLERA OCAÑA, Y LA FORMA COMO HA VENIDO TRABAJANDO LA EMPRESA PARA ESTAR EN ARMONIA CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA COMUNIDAD, ASI COMO LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS, PROCESOS Y ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN, CON EL FIN DE LOGRAR QUE SEA UNA EMPRESA RECONOCIDA NO SOLO POR LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS, SINO TAMBIEN POR SUS APORTES A LA SOCIEDAD.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 76	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 11	CD-ROM: 1

DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA LADRILLERA
OCAÑA

AUTORES:

LUISA FERNANDA QUINTERO CÁCERES

GREISLY KARINA CAÑIZARES BOTELLO

DIRECTORA:

ANA MARÍA CLARO CLARO

Administradora de Empresas

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

Ocaña, Colombia

Enero 2018

Índice

Introducción	1
Capítulo 1. Diseño de un plan de responsabilidad social en la ladrillera Ocaña	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Objetivos	4
1.2.1. Objetivo general.....	4
1.2.2. Objetivos específicos	4
1.3 Justificación	4
1.4 Formulación del problema	5
1.5 Delimitaciones	5
1.5.1. Delimitación operativa.....	5
1.5.2. Delimitación conceptual	6
1.5.3. Delimitación geográfica.....	6
1.5.4. Delimitación temporal.	6
Capítulo 2. Marco referencial	7
2.1 Marco histórico	7
2.1.1. Marco histórico en Latinoamérica.	7
2.1.2. Marco histórico a nivel nacional.....	10
2.1.3. Marco histórico a nivel local.....	12
2.2 Marco teórico	13
2.2.1 Teoría de los stakeholders.....	13
2.2.2. Teoría de la legitimidad.....	15
2.3 Marco conceptual.....	16
2.4 Marco legal	19
2.4.1 Constitución política.	19
2.4.2 Guía técnica colombiana GTC 180.....	21
2.4.3 Ley 70 de 2010.....	22
2.4.4. ISO 26000.	24
2.4.5 Responsabilidad social 8000 (SA 8000).	25

Capítulo 3. Diseño metodológico	27
3.1 Tipo de investigación	27
3.2 Población.....	27
3.3 Muestra	28
3.4 técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	29
3.5 Procesamiento y análisis de la información.....	29
Capítulo 4. Presentación de resultados	30
4.1 Realizar un diagnóstico para identificar las variables sociales, políticas y económicas, que determinan la responsabilidad social, implementada por la Ladrillera Ocaña, y los beneficios que ha traído para la misma	30
4.2 Identificar las actividades de intervención social que lleva a cabo actualmente la Ladrillera Ocaña, en torno a la Responsabilidad Social	32
4.2.1. Diagnóstico.	42
4.3 Diseñar un plan de responsabilidad social para la ladrillera Ocaña Norte de Santander, con el fin de mejorar los procesos	43
4.3.1. Introducción.	44
4.3.2. Objetivos del plan de responsabilidad Social corporativo.	44
4.3.3. Términos y definiciones.....	45
4.3.4. Comprender la responsabilidad social.	47
4.3.5. Principios de la responsabilidad social.	48
4.3.6. Grupo de interés.....	49
4.3.7. Línea base en el campo de aplicación de la Responsabilidad Social en la Ladrillera Ocaña para el desarrollo sostenible.....	51
Capítulo 5. Conclusiones	58
Capítulo 6. Recomendaciones	59
Referencias.....	61

Lista de tablas

Tabla 1 Conocimiento sobre políticas	32
Tabla 2 Compromiso de la empresa con el medio ambiente.....	34
Tabla 3 Información suministrada por la empresa de las nuevas características de los productos.....	35
Tabla 4 Procesos de atención bien definidos.....	37
Tabla 5 Conocimiento de estrategias implementadas por la empresa	38
Tabla 6 Ejecución de proyectos para el desarrollo de la región	39
Tabla 7 Promoción de DD.HH. y el respeto de la empresa para con la sociedad	41
Tabla 8 Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social	52
Tabla 9 Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización ..	55

Lista de figuras

Figura 1. Conocimiento sobre políticas.	33
Figura 2. Compromiso de la empresa con el medio ambiente.	34
Figura 3. Información suministrada por la empresa de las nuevas características de los productos.	36
Figura 4. Procesos de atención bien definidos.	37
Figura 5. Conocimiento de estrategias implementadas por la empresa.	38
Figura 6. Ejecución de proyectos para el desarrollo de la región.	40
Figura 7. Promoción de DD.HH. y el respeto de la empresa para con la sociedad.	41
Figura 8. Pilares del plan de Responsabilidad Social.	47
Figura 9. Principios de la responsabilidad social.	49
Figura 10. Grupo de interés.	50
Figura 11. Líneas bases en el campo de aplicación de la Responsabilidad Social en la Ladrillera Ocaña.	51

Lista de apéndices

Apéndice A. Modelo de entrevista dirigida a la junta de socios de la Ladrillera Ocaña, Norte de Santander.....	64
Apéndice B. Modelo de encuesta dirigida a la comunidad del municipio de Ocaña.....	67

Introducción

En las empresas industriales es importante contar con un plan de responsabilidad social que contribuya en el buen desarrollo de los procesos y actividades que se desarrollan continuamente en la organización en torno a dicho aspecto, ya que este le permite tener un mejor control y seguimiento de los mismos.

Teniendo en cuenta lo anterior, el proyecto presenta fundamentación teórica sobre el tema en estudio, la cual,

Capítulo 1. Diseño de un plan de responsabilidad social en la ladrillera Ocaña

1.1 Planteamiento del problema

La responsabilidad social, es un tema que ha cobrado con el paso del tiempo gran importancia, pues de acuerdo con la ISO 26000, la responsabilidad social es aquella con la cual cuenta una organización ante todos los impactos que generen sus decisiones y actividades, las cuales repercuten ante la sociedad y el medio ambiente, por lo que deben de contar con un comportamiento ético transparente, que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad (Argandoña, Otra definicion de responsabilidad social, 2012, pág. 1).

Por otro lado, el hecho de que a nivel mundial las organizaciones estén siendo cada más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento responsable, es algo muy satisfactorio. Sin embargo, aún se hace necesario que exista también una Responsabilidad Social Gubernamental, donde el gobierno asegure y promueva iniciativas en pro del beneficio de las mayorías, a través de su gestión enfocada al compromiso con su pueblo (Amdani, 2017).

Mientras tanto, en el país por lo general, las organizaciones acostumbran, a realizar eventos, donaciones y demás con el propósito de retribuirle a la sociedad de alguna manera el daño que ocasionan con su actividad, sin embargo, el principal problema de todo esto es que no existe un equilibrio entre lo económico y lo social, al igual que en el interés individual y el

bienestar común, al tiempo que no hay compromiso y dedicación por parte de las empresas (Mercado & Garcia, 2007, pág. 3).

Así mismo, el hecho de que tanto el estado como las organizaciones, no posean una adecuada responsabilidad social, se debe a la mala utilización tanto de los recursos que son empleados para su actividad económica como de su destino final (residuos), lo cual genera malestar en la comunidad, ya que los desechos que estas producen en su gran mayoría no son manejados de forma adecuada.

Partiendo de lo anterior, para el caso de la Ladrillera Ocaña, este es un tema que no ha sido estudiado, por lo que no existe una identificación, comprensión e interpretación plena y profunda sobre la importancia que tiene para la organización y la comunidad, la práctica adecuada de la responsabilidad social; existiendo así un desconocimiento sobre cuáles serían los actividades más adecuadas y pertinentes para tener una mejor y mayor responsabilidad social.

Finalmente, para que dentro de una organización haya una buena responsabilidad social, es necesario crear estrategias en beneficio de la comunidad y del medio ambiente, que promuevan la creación e implementación de programas y proyectos, que contribuyan en la creación de nuevas actividades para su mejoramiento, por lo que dicho tema en estudio resulta de gran importancia para la Ladrillera Ocaña.

1.2 Objetivos

1.2.1. Objetivo general. Diseño de un plan de responsabilidad social en la ladrillera Ocaña.

1.2.2. Objetivos específicos. Realizar un diagnóstico para identificar las variables sociales, políticas y económicas, que determinan la responsabilidad social, implementada por la Ladrillera Ocaña, y los beneficios que ha traído para la misma.

Identificar las actividades de intervención social que lleva a cabo actualmente la Ladrillera Ocaña, en torno a la Responsabilidad Social.

Diseñar un plan de responsabilidad social para la ladrillera Ocaña Norte de Santander, con el fin de mejorar los procesos.

1.3 Justificación

La ladrillera Ocaña, es una empresa que se caracteriza por su excelente calidad en sus productos, lo que ha permitido que se haya mantenido por tanto tiempo en el mercado, y esto se debe también al esfuerzo y dedicación que han puesto sus directivos, de allí que es imprescindible que exista una buena y adecuada práctica de la responsabilidad social, ya que la implementación de esta aporta a las organizaciones competitividad y sostenibilidad, suceso que no pasa desapercibido para la comunidad en general (Buritacá, 2011, pág. 18).

De esta forma, lo que se busca con esta investigación es poder identificar, comprender e interpretar la importancia que tiene para los directivos de la Ladrillera Ocaña la responsabilidad social, para ello, se deberán conocer las actividades de intervención social que lleva a cabo actualmente la fábrica, con el fin de generar estrategias que contribuyan en el mejoramiento de este proceso.

Finalmente, se analizará de qué manera la responsabilidad social, ha traído beneficios para la organización, a través de un diagnóstico, y así identificar las variables sociales, políticas y económicas, de manera que la empresa comprenda la importancia que tiene este tema para la sociedad y el medio ambiente, y la forma en que podría proceder para que haya un beneficio común.

1.4 Formulación del problema

¿Qué estrategias implemente la Ladrillera Ocaña, para asegurar buenas prácticas de Responsabilidad Social?

1.5 Delimitaciones

1.5.1. Delimitación operativa. Al momento de realizar la investigación no se presentó ningún inconveniente, por lo cual, no fue necesario buscar la colaboración del director del trabajo de grado.

1.5.2. Delimitación conceptual. Para hacer posible una mayor comprensión del proyecto, se hizo necesario hacer alusión a términos como: responsabilidad social, medio ambiente, comunidad, impacto social, ambiental y el compromiso, los cuales harán que quienes se interesen en ella tengan una mayor claridad sobre las palabras que forman una pieza clave en el desarrollo de éste.

1.5.3. Delimitación geográfica. El proyecto se realizó en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.5.4. Delimitación temporal. Este proyecto se llevó a cabo durante el segundo semestre del año 2017, en un tiempo de ocho (8) semanas.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1. Marco histórico en Latinoamérica. La responsabilidad social en las organizaciones es muy importante, pues es el medio a través del cual la empresa contribuye a la sociedad y al medio ambiente lo que estos le ofrecen, en tal sentido, para dar una mejor apreciación sobre cómo se ha venido manejando todo lo relacionado con este tema, a continuación se presentan algunos estudios e investigaciones desarrollada en algunos países de Latinoamérica.

De esta manera, durante un estudio realizado en Santiago de Chile en el 2012, sobre la Responsabilidad Social Empresarial y Marketing Sustentable, en el cual se reúne información sobre la encuesta desarrollada por MORI, una empresa de estudios internacionales a final del año 2000, el instrumento se aplicó a 1200 casos, representando al 70% de la población con un margen de error de 3%; encontrándose que la mitad de la población objeto de estudio tenía conocimiento sobre ello, y que un 70% de estos mostraba cierto interés en saber de qué manera las empresa llevan a cabo la RSE, así como, la iniciativa por parte de los colaboradores para promover y resolver temas sociales (Astaburuaga & Kltwasser, 2012, pág. 20)

De esta forma, se puede concluir que en Chile no existe una diferenciación clara y precisa sobre lo que es la RSE y la sustentabilidad, quedando en evidencia que para esta ciudad, este es un tema que apenas se está llevando a cabo al interior de las organizaciones (Astaburuaga & Kltwasser, 2012, pág. 83).

Así mismo, en la ciudad de Monterrey se llevó a cabo otra investigación para conocer la percepción de la ética y la responsabilidad social empresarial en los ejecutivos de monterrey, cuyo fin era saber la percepción que tienen los administradores de las empresas.

Regiomontanas sobre la importancia que tiene la RSE en México en la globalización; hallándose que, la implementación constante de esta como estrategia de negocios y de mercadotecnia es de gran ayuda, principalmente para las corporaciones multinacionales (Cano, 2011, págs. 5, 184).

En este mismo orden de ideas, y con el fin de poder tener una mayor apreciación sobre la manera en que han venido actuado otros países respecto a la responsabilidad social, hay que decir que durante un estudio que fue realizado por (Correa, Flynn, & Amit, 2004), en el cual se expone la situación actual que del tema de la responsabilidad social corporativa en algunos de los países que fueron seleccionados para el estudio.

Donde, para el caso de Argentina esta se ha venido dando luego de la crisis económica que se dió para el año de 2001, debido a que la gran situación presentada durante este año, además del desinterés por parte del gobierno, pues fue el sector empresarial quien volvió de cierta manera a poner todo en su lugar; ya que se desarrollaron estrategias entorno a la conciencia social, sin embargo, hasta el momento se ha venido trabajando de forma paulatina en dicho procesos, donde la Fundación del Tucumán, ha sido la principal promotora e impulsadora (Correa, Flynn, & Amit, 2004, pág. 29).

En cuanto al análisis realizado también en Brasil, por (Correa, Flynn, & Amit, 2004), el tema de la responsabilidad social corporativa (RSC), ha venido presentando ciertas fluctuaciones durante estos últimos años, de acuerdo con el Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS), en donde según ellos, “la RSC implica que las compañías deben seguir lineamientos que consideren las expectativas y percepciones de los públicos interesados, y deben considerar las necesidades y opiniones de los consumidores, las comunidades, los trabajadores, otras organizaciones, etc” (p.30).

Así mismo, en Guatemala, de acuerdo con el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial, citado por Correa, Flynn, y Amit (2004), busca generar una actitud de cambio en los empresarios para las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial, tanto así, que todas aquellas organizaciones que forman parte del centro han venido tomando el liderazgo en RSC, pues en su mayoría están realizando prácticas sobre este aspecto en sus empresas (Correa, Flynn, & Amit, 2004, pág. 42).

Por su parte, en la empresa de Panamá, según CEDIS (Centro Empresarial de Inversión Social), y citado por Correa, Flynn y Amit (2004), las iniciativas de RSC entre estas organizaciones hasta el momento solo se han basado en la práctica de tipo asistencial, con muy pocas acciones. Sin embargo, hay empresas que han empezado a mostrar interés, desarrollando labores encaminadas hacia la comunidad, y la parte de recursos humanos de la empresa; pero es de anotar que aún falta mucho compromiso con medio ambiente (Correa, Flynn, & Amit, 2004, pág. 45).

2.1.2. Marco histórico a nivel nacional. En las empresas colombianas, el tema de la responsabilidad social, suele ser muy importante ya con el paso del tiempo se ha convertido en una nueva visión de la gestión estratégica, así como de la ética de las organizaciones, ya que todos los cambios que se presentan a diario en el entorno ocasiona que se generen mejores métodos a través de los cuales se le retribuya al ambiente y la comunidad todo lo que les han dado. En tal sentido, de acuerdo a ciertas investigaciones y estudios desarrollados en cuanto a la RSE, existen algunos que poseen semejanzas con el tema en estudio.

Con respecto a ello, (Meza, 2007), lleva a cabo un estudio en el cual, se analiza el estado en que se encuentran las empresas colombianas respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, evidenciándose que este tema no solo se ha convertido en un elemento de competitividad, sino que además, es uno de los factores de supervivencia que deben de tener presente las organizaciones (Meza, 2007, pág. 59).

Es este sentido, en la ciudad de Santa Marta se lleva a cabo un estudio en una empresa del sector turístico (alojamiento), cuyo objetivo principal consistió en aportar al análisis, discusión y construcción de modelos epistémico-prácticos de RSE en Turismo, hallándose que la empresa que fue objeto de estudio, está llevando a cabo prácticas de responsabilidad social, diferentes a las que le obliga la ley, siendo algo muy favorable para la misma. De igual manera, aplica un tipo de Responsabilidad Social Táctica y tiene un nivel de Responsabilidad Social Medio al valorarse cuantitativamente con un 3,5 y cualitativamente con un aceptable (Peña & Serra, 2012, pág. 1).

Igualmente, durante el 2010, se llevo a cabo un estudio sobre la responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de la empresa HZX, en la ciudad de Bogotá, dedicada a suministrar productos, servicios y soluciones integrales para la exploración, desarrollo y producción de petróleo y gas; hallándose que dicha organización está implementando de manera constante la RSE, y esto se debe gracias a que cuenta con todo un equipo dedicado a la organización, implementación, progreso y control del tema; así mismo, se destaca por realizar su intervención social con el medio ambiente, la salud, seguridad y el bienestar de los empleados (Ortiz, 2010, pág. 17).

Por otro lado, en un estudio realizado por (Olano, 2014), en el cual se analiza la responsabilidad social empresarial en Colombia, al igual que sus estrategias y es que estas son las más complicadas en países en desarrollo como Colombia, no solo porque “las necesidades y deficiencias sociales y económicas son más grandes y complejas, sino porque las diferencias entre las estrategias a largo plazo visualizadas por las empresas y las necesidades e intereses a corto plazo de las comunidades, hacen que la brecha sea aún mayor”(p. 26)

Por este motivo, es que en la gran mayoría de las organizaciones y las comunidades se hace necesario trabajar en conjunto, con el fin de crear sistemas que alivien las necesidades inmediatas, pero que a su vez generen desarrollo social y económico; y donde las comunidades comprendan que la clave para el futuro está en el aprendizaje y el dominio del proyecto implementado para su crecimiento y estabilidad a largo plazo (Olano, 2014, pág. 26).

2.1.3. Marco histórico a nivel local. En el ámbito local existen una gran cantidad de empresas de diferentes sectores económicos, que han venido trabajando para poder retribuirle de alguna manera al medio ambiente y a la sociedad misma todos los beneficios prestados, en este sentido, a continuación se presentan algunos estudios que han sido realizados a nivel local respecto al tema en estudio.

Con respecto a lo anterior, durante el 2016 se llevó a cabo un estudio en la empresa transportadores de Ocaña, con el fin de diseñar un programa de responsabilidad social empresarial, encontrándose al final del proceso que la falta de conocimiento sobre RSE, lo cual indica que el cumplimiento de las normas de responsabilidad en la institución no se realizan correctamente.

Asi mismo, se encontró que las prácticas de responsabilidad social ejecutadas por los grupos de interés tampoco son las mejores, evidenciándose una vez mas la falta de conocimientos o nociones que tiene la empresa en cuanto a responsabilidad social empresarial (Bayona & Ríos, 2016, pág. 100) .

De igual forma, (Serrano & Suarez, 2015), desarrolla un programa de responsabilidad social para los clientes de la empresa Cootrasunidos Ltda, con el fin de propender por el bienestar de sus empleados, donde para el caso de esta empresa se está llevando de forma adecuada, mientras tanto, se hizo una recomendación y es que la institución siga apostándole al bienestar de los usuarios, los asociados, conductores y la propia cooperativa, apoyando siempre económicamente al asociado (p. 57)

Igualmente, (Maldonado & Pérez, 2015) llevo a cabo una evaluación sobre las prácticas de responsabilidad social ejercidas por Bancolombia en la ciudad de Ocaña, identificándose que dentro de todas las acciones que realiza el banco, una de las mas representativas en cuanto al tema en estudio es que se destacan, por “la atención permanente al sistema de quejas y reclamos, la disposición de cajeros automáticos, la generación de extractos de manera virtual, la atención telefónica para mantener informado al cliente una vez lo requiera y las líneas de crédito para jóvenes, Senior, micro pymes y pymes con facilidad de acceso”(p. 82)

En este sentido, respecto a las distintas acciones de responsabilidad social implementadas por Bancolombia se halla que estas deben ser complementadas con estrategias dirigidas a la preservación del medio ambiente y el incentivo a ideas emprendedoras e innovadores que fomenten el empleo, el desarrollo social y por ende el desarrollo del país (Maldonado & Pérez, 2015, pág. 82)

2.2 Marco teórico

En materia de Responsabilidad Social Empresarial se encuentran diferentes postulados y teorías que orientan su aplicación de manera voluntaria a nivel empresarial tanto a nivel público como privado:

2.2.1 Teoría de los stakeholders. Según Richard Freeitman, citado por (González, 2007), define stakeholders como “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (p. 4)

En este sentido, lo que busca dicha teoría es que las organizaciones logren comprender que la empresa no es solo cosa de uno (accionista o propietario), ni exclusivamente de dos (propietarios y trabajadores), sino que en esta deben de tenerse en cuenta todos aquellos agentes que intervienen directa e indirectamente en ella; de igual manera, se analiza que todos aquellos grupos stakeholders que la conforman tienen expectativas recíprocas en su comportamiento, las cuales pueden ser de interés económico o propio, por estas y otras razones, es que existe una estrecha relación entre esta teoría con la responsabilidad social.

Por tanto, lo que pretende esta teoría es que una organización que quiera gestionar su responsabilidad social debe de tener presente que esta se define a partir del diálogo y comunicación con su grupo stakeholders, con el fin de conocer cuáles son sus intereses y de esta manera poder generar y diseñar las estrategias que los satisfagan (González, 2007, págs. 4, 5)

Responsabilidad Social Corporativa según Matten & Moon (2008). Respecto de las dificultades para definir con claridad y precisión el significado de la responsabilidad social corporativa, resumen en tres las razones por las cuales se generan dichas complejidades a la hora de delimitar este concepto. Así, la responsabilidad social corporativa es un concepto esencialmente impugnado, de apreciación valórica, internamente complejo y que cuenta con normas de aplicación relativamente flexibles o abiertas; es un concepto que se encuentra superpuesto, o es sinónimo de otras concepciones que analizan las relaciones de la empresa con la sociedad y ha sido claramente un fenómeno dinámico.

A pesar de lo anterior, Matten & Moon (2008) señalan que la idea central de la responsabilidad social empresarial es reflejar los imperativos y consecuencias sociales del éxito empresarial, por lo que este concepto y sus sinónimos buscan articular y comunicar las políticas y prácticas corporativas con bienes sociales más amplios, posibilitando que las organizaciones empresariales incorporen a sus objetivos los intereses de la sociedad.

2.2.2. Teoría de la legitimidad. Diferente a los postulados económicos que ajustan el rol de las empresas en la sociedad a la obtención del máximo beneficio para el accionista Friedman, 1962 y Shocker y Sheti 1973, citados por (Husillos, 2007), describen una visión alternativa, en la que exponen que “las instituciones operan en la sociedad en virtud de lo que ellos llaman un contrato social”. (p. 3)

De esta forma, cuando la legitimidad de una corporación está amenazada, por cualquier circunstancia ésta se verá obligada crear procesos con el fin de mantener o reparar dicho estatus si no quiere ver peligrar su supervivencia.

Lippmann en 1922, citado por (Husillos, 2007), sostenía que “los medios de comunicación de masas son la principal conexión entre los eventos que suceden en el mundo y las imágenes que de éstos tenemos en nuestras mentes”. Con respecto a lo anterior “la sociedad viviría inmersa de cierta manera en dos mundos: el real, percibido directamente por las personas; y el creado por los medios de comunicación. Donde el primero vendría determinado por las experiencias del público en su contacto directo con el mundo que le rodea, mientras que el segundo expandiría

dichos límites de la mano de información aparecida en los medios de comunicación” Zucker, 1978, citado por (Husillos, 2007, pág. 5)

2.3 Marco conceptual

Teniendo en cuenta el propósito que se apremia con la investigación, y con el fin de dar una mejor perspectiva sobre la terminología y conceptos que se manejan en ella, a continuación se exponen algunos unos de estos.

En este sentido, se habla de que la **responsabilidad social**, “la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (Duque Orozco, Cardona Acevedo , & Rendón Acevedo, 2013).

De hecho para Quazi & O’brien (2000), citados por (Peña & Serra, 2012), quienes aseguran que la RSE, desde una perspectiva moderna, representa un cambio de paradigma en las actuaciones empresariales que afecta todos los ámbitos de la organización; convirtiéndose entonces en la alternativa más pertinente y eficaz para la puesta en marcha de un modelo de gestión organizacional responsable que permite, no solo minimizar los impactos negativos generados por la actividad empresarial, sino generar un valor compartido tanto para la empresa como para sus grupos de interés y por ende para la sociedad en general (p.6)

Ventajas de la Responsabilidad Social para la Empresa. La responsabilidad social además de contribuir a la sociedad, a la conservación y protección de los recursos naturales y al medio ambiente en general; también es favorable para la empresa en términos económicos; representando una inversión que repercute en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo.

De manera que, la responsabilidad social empresarial favorece la confianza, y 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; mejorando la imagen de la empresa, y contribuyendo a mantener los clientes 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.

(Bayona & Ríos, 2016, pág. 31)

Pues bien, el fin que se persigue en una empresa es poder tener una adecuada responsabilidad social, que esta contribuya de alguna manera con el **medio ambiente**, ya que este se basa en el análisis de la relación entre ecosistema y cultura en general, es el entorno en el cual opera una institución, que incluye el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, y su interrelación. En este contexto, el medio ambiente se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global. El medio ambiente se refiere a todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales que se refieren a los

derivados de las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía. La relación que se establece entre estos elementos es lo que, desde una visión integral, conceptualiza el medio ambiente como un sistema. (Banco de la República , 2015)

Así mismo, hay que decir que para que en una empresa su grado de responsabilidad se aún mayor se requiere también retribuya de cierta manera todos los beneficios que le ofrece; entendiéndose se está **(comunidad)**, como el grupo de individuos de una o más especies que viven juntos en un lugar determinado; es también un tipo de organización social cuyos miembros se unen para lograr objetivos comunes. Los individuos de una comunidad están relacionados porque tienen las mismas necesidades. (Gómez Luna , 2002)

En este orden de ideas, es necesario mencionar que el **impacto social y ambiental** que causan algunas empresas en ocasiones es una gran problemática para todo lo que las rodea, ya que todos los residuos que estas emanan pasan al ambiente y por consiguiente a las comunidades, a su vez, los hábitos culturales y de consumo han determinado en gran medida la cantidad y la calidad de los residuos sólidos, aumentando así los riesgos a la salud pública y al medio ambiente. Por su parte, la presencia de problemas como la falta de conciencia colectiva y/o conductas sanitarias por parte de la población para disponer sus residuos, al dejarlos abandonados en calles, áreas verdes, márgenes de los ríos, playas, interviniendo de forma negativa, alterando el sistema ambiental y natural.

Por su parte, al hacer referencia al **compromiso** que tienen las empresas algunos autores hablan de tres dimensiones del compromiso: continuidad, afectiva y normativa; en donde González y Guillén (2008) analizaron las tres dimensiones.

En un primer nivel, existe un planteamiento básico del “coste de oportunidad”, el cual constituye un nivel de compromiso muy bajo basado en lo que perdería el individuo si no se comprometiera. El segundo nivel es el compromiso afectivo en el que el individuo tiene sentimientos positivos de pertenencia, lealtad. En el nivel anterior el individuo “tiene” que estar, mientras que en este nivel “quiere” estar. Y en el tercer y último nivel de compromiso se produce una identificación con los objetivos de la organización. (Ruiz, 2013, pág. 6)

2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución política.

Artículo 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

2.4.2 Guía técnica colombiana GTC 180.

1. objeto y campo de aplicación.

Esta guía se puede aplicar a cualquier tipo de organización; se centra en proporcionar directrices para:

- a) Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social es la gestión.
- b) Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable, y
- c) Comunicar y evidenciar este enfoque ante las partes interesadas (stakeholders).

2. Implicaciones en las organizaciones.

Las organizaciones socialmente responsables, generan desarrollo y sostenibilidad en las dimensiones económica, social y ambiental. Para ello, se deberían asumir las implicaciones que conlleva enfoque de gestión socialmente responsable:

- a) Convicción, como manifestación de la voluntad de asumir decisiones y acciones frente a las necesidades, intereses, satisfacciones y expectativas de todas las partes interesadas (stakeholders).
- b) Compromiso y responsabilidad con las consecuencias e impactos de sus acciones y decisiones.
- c) Planificación de la gestión, la definición de políticas, estrategias, objetivos, metas y programas, alineados bajo criterios socialmente responsables.

d) Desarrollo de capacidades y habilidades para anticipar, responder y manejar temas y problemas relacionados con las expectativas y demandas sociales de las partes interesadas (stakeholders).

e) Coherencia entre el sistema de valores, las decisiones y las acciones.

f) Aplicación de un enfoque por procesos, un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

g) Mejora continua que implica que las organizaciones deben guiar con sentido ético el constante mejoramiento de sus procesos en las dimensiones económica, social y ambiental.

2.4.3 Ley 70 de 2010. Por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1. Objeto de la ley. El objeto de la presente ley es la 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, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.

Artículo 3. Empresas micro y pequeñas. Las micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley, tendrán los siguientes incentivos:

- 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,
- Otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno Nacional.

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

Artículo 5. Informe anual. Será obligación de cada empresa que se acoja a la presente ley en el mes de diciembre de cada año, preparar y publicar un informe anual en el cual se especifique lo siguiente:

1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económica o financiero de sus actividades durante el año que termina.
2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente.
3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras.
4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la Responsabilidad Social Empresarial.

Este informe no deberá contener información que al ser puesta a disposición del público perjudique seriamente a la empresa o viole la intimidad personal de directivos, trabajadores o accionistas.

Artículo 6. Actividad empresarial. 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.

La opinión de los accionistas será consultada y deberá responderse cualquier opinión expresada por estos sobre un proyecto en particular. (Congreso , 2010)

2.4.4. ISO 26000. Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización. Esta Norma Internacional hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social.

Así mismo, pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

Además, Al aplicar esta Norma Internacional, es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como

las diferencias en las condiciones económicas, siempre que sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento. (ISO, 2010)

2.4.5 Responsabilidad social 8000 (SA 8000).

Propósito y alcance. El objetivo de la SA8000 es ofrecer una norma, basada en los instrumentos internacionales de derechos humanos y las leyes laborales nacionales, que proteja y faculte a todo el personal bajo el control e influencia de una empresa –el cual produce productos o provee servicios para esa empresa- incluyendo el personal contratado por la propia empresa así como por sus proveedores/subcontratistas, subproveedores y trabajadores desde el hogar.

La norma SA8000 es verificable a través de un proceso basado en la evidencia. Sus requisitos se pueden aplicar universalmente, independientemente del tamaño de una empresa, situación geográfica o sector industrial. Cumplir con los requisitos de responsabilidad social de esta norma permitirá a la empresa:

- a) Desarrollar, mantener e implementar políticas y procedimientos con el objeto de gestionar aquellos temas que puede controlar o influenciar.
- b) Demostrar fehacientemente a las partes interesadas que existen políticas, procedimientos y prácticas de la organización, de acuerdo a los requisitos de esta norma.

Sistemas de gestión

Criterios:

La alta dirección debe definir, por escrito, en la lengua propia de los trabajadores, la política de responsabilidad social y condiciones laborales de la empresa, y exhibir esta política y

la norma SA8000 en un sitio destacado y fácilmente visible en las instalaciones de la empresa, a fin de informar al personal que ha decidido voluntariamente cumplir con los requisitos de la norma SA8000. Esta política debe incluir claramente los siguientes compromisos para:

- a) Conformidad con todos los requisitos de esta norma;
- b) Cumplir con las leyes nacionales, otras leyes aplicables y otros requisitos que la organización suscribe, y respetar los instrumentos internacionales y su interpretación;
- c) Revisar su política, en forma periódica, para mejorar continuamente tomando en cuenta los cambios en la legislación, los requisitos de su propio código de conducta y cualquier otro requisito de la empresa;
- d) Observar que esta política sea efectivamente documentada, implementada, mantenida, comunicada, accesible y comprensible para todo el personal, incluyendo a directores, ejecutivos, gerencia, supervisores, y trabajadores empleados directamente, contratados por la empresa o que, de alguna manera, representan a ésta;
- e) Hacer que la política esté públicamente disponible, en forma efectiva, cuando sea solicitada por partes interesadas. (Social Accountability International , 2008)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

El presente estudio fue de tipo descriptivo, por medio del cual, se pudo conocer la forma en como está actuando la Ladrillera Ocaña respecto a la responsabilidad social; de igual manera, se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo, donde el primero (cuantitativo), se hizo por medio de tablas y gráficas, y el segundo (cualitativo), se desarrolló a través del análisis y la observación, y de esta forma diseñó el plan de responsabilidad social en la empresa.

3.2 Población

Para poder realizar el diseño del plan de responsabilidad social en la Ladrillera Ocaña, se tomó como muestra la población con que cuenta el municipio de Ocaña 98.229 habitantes, según información obtenida por el DANE durante el año 2014.

Así mismo, la población objeto de estudio estuvo conformada por los dos (2) integrantes de la junta de socios de La ladrillera Ocaña, de acuerdo con información suministrada por la misma organización.

3.3 Muestra

Teniendo como base la población anteriormente mencionada, se acudió al muestreo probabilístico aleatorio simple, buscando brindar una equilibrada participación, para lo cual se procedió a emplear la fórmula estadística para poblaciones finitas.

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

Dónde:

n = Muestra

N = Población dada en el estudio (98.229)

Z_c = Indicador de Confianza (1,96)

p = Proporción de aceptación (0,5)

q = Proporción de rechazo (0,5)

E = Error poblacional dispuesto a asumir (0,09)

$$N = \frac{98.229 (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(98.229 - 1) (0.09)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N = \frac{94339,1316}{796,6072}$$

$$N = 118$$

Por otro lado, debido a que la población conformada por la junta de socios es pequeña, se tomó como muestra la misma población, con el fin de conocer la perspectiva que tienen estos sobre la responsabilidad social que práctica la organización actualmente.

3.4 técnicas e instrumentos de recolección de la información

La información para el estudio se recolecto a través de la aplicación de una encuesta, dirigida a la población del municipio de Ocaña y de una entrevista estructurada, para los integrantes de la junta de socios de la empresa, instrumentos que fueron elaborados por las autoras del proyecto, con la finalidad de poder analizar la manera en que la Ladrillera Ocaña práctica la responsabilidad social; de igual forma, se obtuvo información mediante la observación directa, con el fin de brindar mayor apoyo a la investigación objeto de estudio.

3.5 Procesamiento y análisis de la información

Una vez recolectada la información obtenida mediante la encuesta y la entrevista como datos primarios, se procedió a realizar un análisis de forma cuantitativo a través de tablas y gráficas, y posteriormente se hizo un análisis de manera cualitativo, el cual consistió en describir la percepción que tenían los encuestados frente a la práctica de responsabilidad social que lleva a cabo la empresa, y de esta forma elaborar el diagnóstico, dando así cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Realizar un diagnóstico para identificar las variables sociales, políticas y económicas, que determinan la responsabilidad social, implementada por la Ladrillera Ocaña, y los beneficios que ha traído para la misma

Teniendo en cuenta lo importante que es que en las organizaciones independientemente de su razón social se practique de forma adecuada la responsabilidad social, y con el fin de conocer más a fondo lo que la Ladrillera Ocaña está realizando en la actualidad, se llevó a cabo una entrevista estructurada a los socios de la empresa, a través de la cual fue posible identificar las diferentes variables sociales, políticas y económicas de la organización.

Respeto a lo anterior, y luego de haber aplicado el instrumento de recolección de la información, se halla que existe un pleno conocimiento por parte de los socios sobre en qué consisten los procesos de responsabilidad social y lo importante que es para la empresa y la comunidad en la que esta actúa, que se lleve de la mejor manera. Mientras tanto, el hecho de no tener políticas de responsabilidad social bien definidas, genera que no se cumplan con los propósitos que tiene la organización para con la comunidad, razón por la cual, se hace indispensable el establecimiento de políticas claras y precisas que permitan que tanto en la parte interna como externa de esta, sean tenidas en cuenta.

Por otro lado, hay que decir que es una empresa que cuenta con estrategias de responsabilidad social para los stakeholders, pues estos son quizá, los más importantes para toda

organización además de los colaboradores, de manera que el establecer y poner en práctica estrategias dirigidas tanto a los clientes, trabajadores, proveedores, comunidad, así como, para con el medio ambiente, han contribuido para que la organización haya mejorado algunos procesos y actividades, y todo esto se debe gracias a que posee el personal capacitado para la formulación de dichas estrategias; como lo son: apoyo de proyectos sociales y de desarrollo escolar.

Así mismo, hay que decir que el tener estrategias bien definidas contribuyen para que la organización realice nuevas y mejores proyecciones, las cuales puedan ser incluidas dentro de los planes de responsabilidad social, sin embargo, pese a que la empresa las posee no desarrolla ningún tipo de proyecciones, debido a que en algunas ocasiones se presentan ciertas limitaciones económicas lo que impide que estas sean aplicadas de forma adecuada y en el tiempo que fueron programadas.

Desde luego, que en cuanto a las certificaciones que debe poseer la empresa para poder realizar su actividad, hay que decir, que la Ladrillera Ocaña, cuenta con las exigidas por la ley, entre las que se hallan: la ISO 14001 – OHSAS 18001- la ISO 9001; de manera que, todas las estrategias que son formuladas e implementadas se les realiza el respectivo seguimiento, con el fin de verificar su cumplimiento, pues en el aspecto legal, es una organización que se caracteriza por pagar puntualmente a todos los órganos correspondientes, además, de ser una entidad sujeta de inspección y vigilancia por parte de CORPONOR y la agencia minera.

En cuanto, a la disposición final de los desechos, es preciso decir que esta, se caracteriza por estar en constante armonía tanto con el medio ambiente como con la sociedad, pues en la actualidad cuenta con un contrato con Descot, entidad encargada de recolectar todos aquellos residuos que se producen en la misma diariamente. Además, que los socios son conscientes de que el hecho de no tener un documento o cronograma que les permita medir el tiempo, las actividades y estrategias les impide mejorarlas y ejecutarlas en el tiempo estipulado, por lo que una vez más se evidencia la necesidad de diseñar un plan de responsabilidad social para la organización.

4.2 Identificar las actividades de intervención social que lleva a cabo actualmente la Ladrillera Ocaña, en torno a la Responsabilidad Social

Tabla 1

Conocimiento sobre políticas

Conocimiento sobre políticas	Frecuencia	Porcentaje
SI	68	58%
NO	50	42%
Total	118	100%

Nota: La tabla presenta información sobre el conocimiento que tiene la ciudadanía, sobre las políticas de la ladrillera Ocaña para con sus clientes y el medio ambiente. Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS

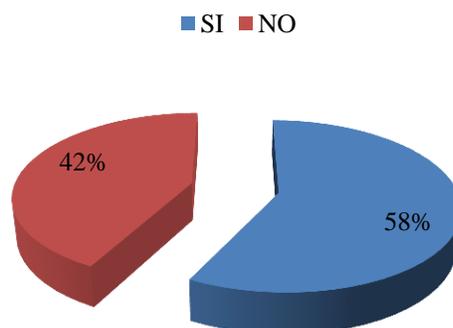


Figura 1. Conocimiento sobre políticas.

En el momento en que una empresa, estipula sus políticas para los diferentes procesos que se adelantan tanto en la parte interna como externa de la organización, es muy importante que estas sean dadas a conocer a los interesados (colaboradores y clientes), con el fin de evitar inconvenientes y malos entendidos a futuro.

De esta manera, luego de haber aplicado la encuesta a la población objeto de estudio, se halla que más de la mitad (58%), posee un conocimiento pleno acerca de las diferentes políticas que desarrolla la Ladrillera Ocaña, para con la sociedad, sus clientes y el cuidado del medio ambiente, lo cual, es algo muy favorable, ya que las personas tienen la posibilidad de apoyarse en ellas en caso de que no se esté realizando algo de forma adecuada, sobre todo en aspectos relacionados con la protección del ambiente, ya que es una empresa dedicada a la fabricación de productos que generan una gran cantidad de residuos contaminantes.

Mientras tanto, existe un 42% de los encuestados, quienes exponen no tener conocimiento alguno, sobre las políticas que maneja la fábrica en torno a temas relacionados con la sociedad, los clientes y el cuidado del medio ambiente.

Tabla 2

Compromiso de la empresa con el medio ambiente

Compromiso de la empresa con el medio ambiente	Frecuencia	Porcentaje
SI	90	76%
NO	28	24%
Total	118	100%

Nota: La tabla contiene información acerca del compromiso que tiene la empresa con el medio ambiente y la sociedad, en cuanto a Responsabilidad Social. Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

COMPROMISO DE LA EMPRESA CON EL MEDIO AMBIENTE

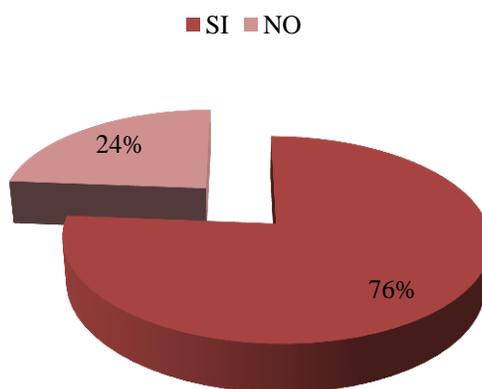


Figura 2. Compromiso de la empresa con el medio ambiente.

Las organizaciones deben buscar estrategias que consoliden procesos comprometidos con el medio ambiente, desde luego, deben desarrollarse diferentes programas y planes de trabajo

que beneficie no solo a su entorno sino también a su comunidad, partiendo de la información obtenida por el instrumento, el 76% de la comunidad afirma que la empresa ha tenido un gran compromiso con el medio ambiente y ha contrarrestado mediante el uso de la tecnología evitar los índices de contaminación. Por el contrario, un 24% considera que sigue siendo una empresa que apoya la sociedad con el tema de infraestructura y poco cumple los indicadores con relación al medio ambiente.

Tabla 3

Información suministrada por la empresa de las nuevas características de los productos

Información suministrada por la empresa de las nuevas características de los productos	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	46%
NO	64	54%
Total	118	100%

Nota: La tabla muestra la información que suministra la empresa sobre las características nuevas de los productos.

Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR LA EMPRESA DE LAS NUEVAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

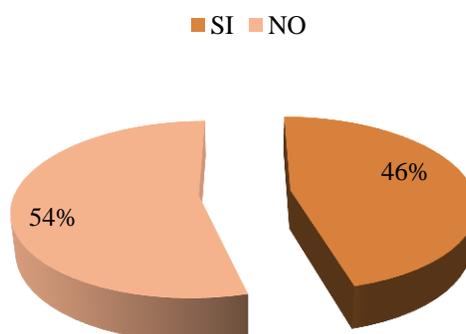


Figura 3. Información suministrada por la empresa de las nuevas características de los productos.

Para una organización, el brindar información completa y precisa sobre las características de sus diferentes productos y servicios que se ofrecen, es de vital importancia, ya que esto hace que el cliente sienta confianza tanto por la empresa como con el bien o servicio que está adquiriendo, pues de ello depende en gran medida que se obtenga un buen crecimiento, desarrollo y aceptación en el mercado.

Por lo tanto, en cuanto a la información que fue suministrada por los encuestados, se encuentra que para el caso de la Ladrillera Ocaña, esto es una debilidad, pues de acuerdo con la muestra que fue estipulada (118 personas), el 54% expone no recibir ningún tipo de información acerca de las nuevas características de los productos por parte de la empresa en el momento de adquirirlos, por lo que en muchas ocasiones evitan obtener ciertos productos pues esto hace que se desconfíe de cierta manera sobre la calidad de los mismos.

Sin embargo, para el 46% de los encuestados, la empresa si brinda información completa y precisa sobre las nuevas características de los productos que ofrece, lo que los hace sentirse seguros tanto con los productos que están adquiriendo como con la empresa.

Tabla 4

Procesos de atención bien definidos

Procesos de atención bien definidos	Frecuencia	Porcentaje
SI	76	64%
NO	42	36%
Total	118	100%

Nota: La tabla presenta la información sobre la manera como tiene la empresa los procesos de atención. Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

PROCESOS DE ATENCIÓN BIEN DEFINIDOS

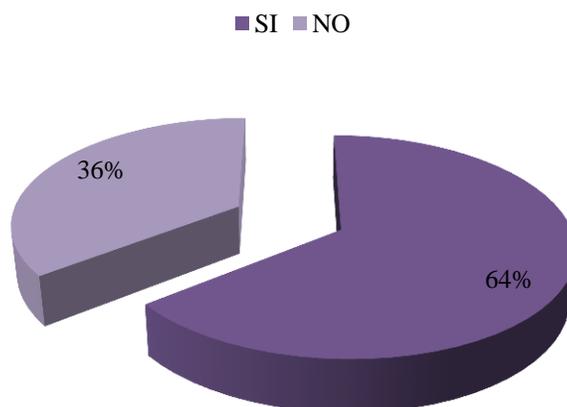


Figura 4. Procesos de atención bien definidos.

Las empresas industriales deben prestarle atención al proceso de satisfacción al cliente, apoyados con la normativa de ISO 9001, por tanto, es ineludible buscar medidas anticipadas que permitan evaluar los procesos y la calidad de los productos ofrecidos por la entidad.

Partiendo del anterior referente, se estudia si el proceso de atención al cliente en la Ladrillera Ocaña está bien definido y si realmente solucionan las quejas y los reclamos, frente a ello, se evidencia que el 64% de los encuestados considera que la empresa si define y satisface las necesidades, pero un 36% afirma no estar de acuerdo con los procesos de atención, de hecho, es común el tema de las demoras en la prestación de servicio y en ocasiones durante la entrega de los productos se ocasionan daños y desorden con el polvo.

Tabla 5
Conocimiento de estrategias implementadas por la empresa

Conocimiento de estrategias implementadas por la empresa	Frecuencia	Porcentaje
SI	65	55%
NO	53	45%
Total	118	100%

Nota: La tabla muestra el conocimiento que tiene la comunidad sobre las estrategias que son implementadas por la empresa en cuanto a responsabilidad social. Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

CONOCIMIENTO DE ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LA EMPRESA

■ SI ■ NO

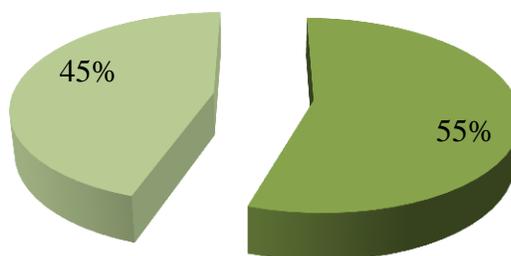


Figura 5. Conocimiento de estrategias implementadas por la empresa.

Una empresa que está continuamente actualizando y desarrollando nuevas estrategias que contribuyan en su mejor desarrollo y crecimiento organizacional, es un ente, que puede adquirir grandes logros a futuro, pero para que puedan ser implementadas adecuadamente se hace necesario que todos los interesados tengan conocimiento pleno de las mismas, en cuanto la parte interna (colaboradores), porque estos ayudan en su desarrollo, y en lo externo (clientes-usuarios), son los encargados de que sea recibida de forma favorable o desfavorable.

En este orden de ideas, y como se puede observar en la gráfica, para el 55% de la población objeto de estudio, son conocedores de las diferentes estrategias que están siendo implementadas por la Ladrillera Ocaña, convirtiéndose en una fortaleza para la empresa, pues el hecho de que estas sean conocidas por la comunidad, genera en ella credibilidad y confianza; además que demuestra su compromiso para con el medio ambiente y la sociedad con la que interactúa diariamente.

Mientras tanto, el 45% de la población encuestada, expresa que no son conocedores de las estrategias que implementa la empresa para reducir el impacto que producen sus productos al medio ambiente.

Tabla 6
Ejecución de proyectos para el desarrollo de la región

Ejecución de proyectos para el desarrollo de la región	Frecuencia	Porcentaje
SI	89	75%
NO	29	25%
Total	118	100%

Nota: La tabla muestra la ejecución de proyectos por parte de la empresa para contribuir con el desarrollo de la región. Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

PROYECTOS PARA EL DESARROLLO DE LA REGIÓN

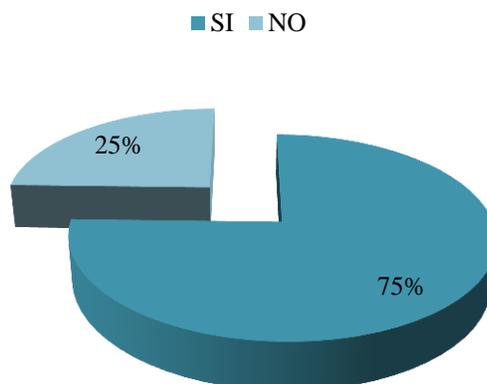


Figura 6. Ejecución de proyectos para el desarrollo de la región.

La formulación y la gestión de proyectos con enfoque social y ambiental han generado altos impactos en la sociedad asegurando muchas veces reconocimiento y posicionamiento a las empresas, puesto que, promueven cambios asertivos y positivos para la comunidad, con relación a los problemas más comunes en la sociedad.

Según los datos obtenidos por el instrumento, se observa que el 75% de los encuestados consideran que han observado proyectos y campañas que educan a la sociedad sobre el buen uso de los recursos y productos, evitando daños al medio ambiente. Por otra parte, el 25% afirma que no desarrollan proyectos sostenibles, incluso, algunos argumentan, que se regulan de la normatividad para solventar problemas legales y que por ello, los problemas que generan al medio ambiente son los mismos y no se han dado buenas soluciones.

Tabla 7*Promoción de DD.HH. y el respeto de la empresa para con la sociedad*

Promoción de DD.HH. y el respeto de la empresa para con la sociedad	Frecuencia	Porcentaje
SI	86	73%
NO	32	27%
Total	118	100%

Nota: La tabla presenta información sobre el respeto y la promoción de los DD. HH, de la empresa para con la sociedad. Fuente: Información obtenida con la aplicación de la encuesta.

PROMOCIÓN DE DD.HH. Y EL RESPETO DE LA EMPRESA PARA CON LA SOCIEDAD

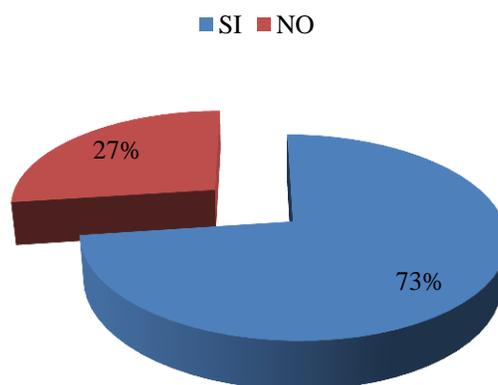


Figura 7. Promoción de DD.HH. y el respeto de la empresa para con la sociedad.

En las organizaciones del sector industrial, es muy importante que exista un alto grado de respeto y promoción de los derechos humanos, teniendo en cuenta que son empresas que trabajan de manera continua con recursos naturales que son indispensables para toda la sociedad, al igual que la preservación de la integridad física y mental de sus colaboradores y el entorno.

Por ello, luego de la aplicación del instrumento de recolección de la información, se obtiene que más de la mitad (73%), de la población expone que la Ladrillera Ocaña si tiene un

marco de respeto y de promoción de los derechos humanos para con la sociedad, lo cual es algo muy favorable para la empresa, pues esto quiere decir, que es una organización que se preocupa por que toda las personas y el medio en que se haya sea tratado con dignidad y respeto.

Por otro lo, existe un 27% de los encuestados quienes aseguran que la empresa no posee ningún marco de respeto ni de promoción de los derechos humanos para con la sociedad, ya que en muchas ocasiones esta viola ciertos derechos y cuidados sobre todo con el medio ambiente, lo cual se traduce también como una falta de respeto para con la comunidad.

4.2.1. Diagnóstico.

La práctica adecuada de la responsabilidad social dentro de una organización se da en el momento que esta desarrolla procesos y actividades con el fin de retribuirle a la sociedad todos los beneficios que ella le ha brindado, caso específico de los habitantes de Ocaña, donde más del 60% de los encuestados consideran que la Ladrillera Ocaña, ha tenido un gran compromiso con la protección y el cuidado del medio ambiente, gracias a que es una empresa que desarrolla continuamente políticas y estrategias que además de ponerlas en acción, son dadas a conocer a toda la ciudadanía; pero, a pesar de que es una empresa que se caracteriza por su cuidado y protección del ambiente, posee una debilidad en cuanto al suministro de información a sus clientes con relación a los nuevos cambios que han sido realizados en los productos, generando así, desconfianza sobre la calidad de los mismos, por lo que se hace indispensable, brindar información acerca de las nuevas características que posea el producto en el momento que este es adquirido, con el fin de evitar que haya intranquilidad, desconfianza e insatisfacción en el cliente.

Sin embargo, la Ladrillera Ocaña, preocupada por la satisfacción del cliente y acogiéndose a la norma ISO 9001, implementa el buzón de sugerencias con el fin de poder atender las quejas y los reclamos, de sus clientes, siendo esto favorable para la organización, pues un 64% de los encuestados considera que la empresa define y satisface sus necesidades, lo cual ha sido posible, gracias a la formulación y la gestión de proyectos orientados a la parte social y ambiental, que han generado grandes impactos en la sociedad, convirtiéndose así en reconocimiento y posicionamiento para la organización, ya que a través de estos se promueven cambios positivos para la comunidad.

Por último, es importante que exista un marco de respeto y promoción de los derechos humanos, para con la sociedad y el medio ambiente, en empresas como la Ladrillera Ocaña, teniendo en cuenta que es una organización que trabaja permanentemente con recursos naturales que son indispensables para toda la comunidad.

4.3 Diseñar un plan de responsabilidad social para la ladrillera Ocaña Norte de Santander, con el fin de mejorar los procesos

Con el fin de poder dar cumplimiento a los objetivos que fueron propuestos en un comienzo en el proyecto, a continuación se presenta el diseño del plan de responsabilidad social elaborado por las autoras del proyecto, para la organización.

4.3.1. Introducción.

Para contribuir al desarrollo del municipio es necesario reconocer estrategias que faciliten la generación de programas y de actividades en pro de la sostenibilidad, logrando así aceptación y confianza en los grupos de interés. Por supuesto, la ladrillera Ocaña ha buscado contribuir con grandes avances tecnológicos y ambientales, sin embargo, se busca promover estrategias claves mediante un plan de responsabilidad que logre superar las expectativas de los grupos de interés.

Por último, el presente modelo de responsabilidad social no solo es un elemento transversal para alcanzar la competitividad, sino que también, busca dar respuesta a los compromisos y a los deseos que espera la empresa y el grupo de interés, pensando en el desarrollo social, ambiental, económico y laboral en la subregión.

4.3.2. Objetivos del plan de responsabilidad Social corporativo.

- Identificar los Stake-holders de la empresa para desarrollar los mecanismos y procesos del plan de RS.
- Proponer prácticas responsables y sostenibles para la consecución de procesos propios de la compañía.
- Diseñar programas que promuevan impacto social y ambiental desde las actividades diarias de la ladrillera Ocaña.

4.3.3. Términos y definiciones.

ISO 26000: Brinda directrices sobre los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social y sobre cómo pueden ponerlos en práctica las organizaciones.

Responsabilidad social: La Responsabilidad Social es el conjunto de responsabilidades que la empresa asume ante la sociedad, las cuales irán cambiando, con el paso del tiempo, debido a que cambian las circunstancias y la misma sensibilidad de los actores, por este motivo, la responsabilidad social no puede reducirse a un listado de responsabilidades sociales. (Argandoña, Otra definición de responsabilidad social, 2012, pág. 1)

Desarrollo sostenible: Busca revivir el crecimiento económico, de manera que, se puedan satisfacer necesidades elementales como el trabajo, la alimentación, el agua, la energía y la sanidad, con el fin de asegurar un nivel sostenible de población, conservando y reforzando la base de recursos naturales. (Gómez, pág. 10)

Calidad: Es el grado de satisfacción que ofrecen las características del producto con relación a las exigencias del consumidor, a su vez, son todas aquellas especificaciones y características que posee un bien, referidas a su capacidad de satisfacer las necesidades que se conocen o presuponen, de esta manera, el objetivo fundamental de la calidad, es poder satisfacer las necesidades que tiene el consumidor. (Facmed)

Competencia: Son todos aquellos comportamientos que resultan como culminación de un proceso; por lo que el hecho de que alguien logre ser competente para hacer algo de un modo idóneo supone que previamente logre otros tipos de comportamiento, que son sus condiciones. (Barriga, 2004)

Sociedad: El termino sociedad, hace énfasis a todo tipo de asociación o grupo formado por seres vivientes, a los que los unen ciertas semejanzas o coincidencias en su constitución o en sus actividades. (Pochicasta, 2009)

Grupo de interés social: Se denomina grupos de interés al conjunto de partes interesadas y/o afectadas por la actividad de una organización. Los grupos de interés pueden ser grupos o personas que representan a cosas o a intereses medioambientales o sociales y que afectan o son afectados, directa o indirectamente, por el desempeño de la actividad de una organización. (Fondo Social Europeo, 2012)

Comunidad: Comunidad, consiste en un grupo social, con profundas y estrechas vinculaciones entre sus integrantes; es decir, grupos con identidades profundas, nacidas de vínculos como lengua, cultura, sangre, credos, costumbres, ideas. (Pochicasta, 2009)

Medio ambiente: El medio ambiente es el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida material y psicológica del hombre y en el futuro de generaciones venideras.

Indicadores: son datos que permiten medir de forma objetiva los sucesos del mercado para poder respaldar acciones, de igual manera, son variables que intentan medir u objetivar en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así, poder respaldar acciones. (Estrategias de inversión, 2012)

4.3.4. Comprender la responsabilidad social.

Pilares del plan de Responsabilidad Social

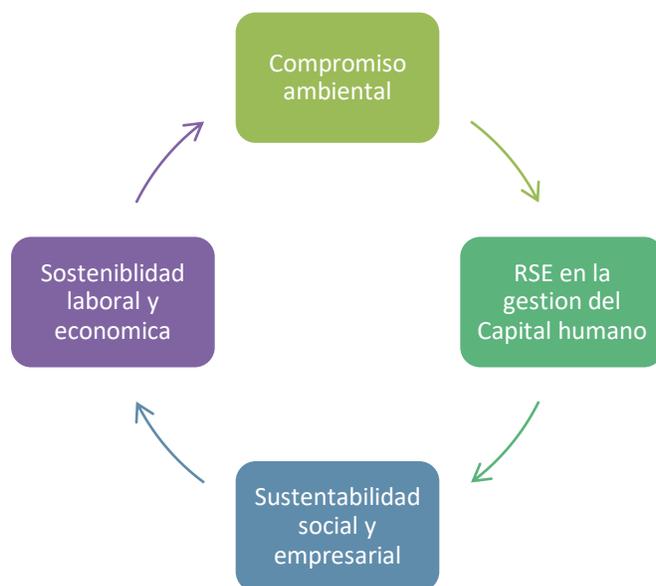


Figura 8. Pilares del plan de Responsabilidad Social.

Compromiso ambiental: Mitigar y contrarrestar los impactos ambientales que genera la ladrillera, evaluando la normativa y la regularidad de la norma ISO 26000, así mismo, partiendo con el desarrollo de diferentes programas.

Responsabilidad Social en la Gestión del capital humano: La gestión de la responsabilidad social, debe partir del involucramiento y del compromiso de todo los colaboradores mediante el desarrollo de diferentes prácticas administrativas y operativas.

Sustentabilidad social y empresarial: Desde la mejora continua estar más cerca de las percepciones y de los aportes para lograr satisfacción y calidad en el servicio y los productos, concretando acciones y garantizando la inclusión social.

Sostenibilidad laboral y económica. Fortalecer desde la responsabilidad empresarial estrategias que buscan generar empleo, buscando programas que beneficien la inversión, el capital, la educación y la calidad de vida de sus clientes internos permanentes y potenciales.

4.3.5. Principios de la responsabilidad social.

Se describen los principios básicos de la Responsabilidad Social según la Norma ISO 26000:

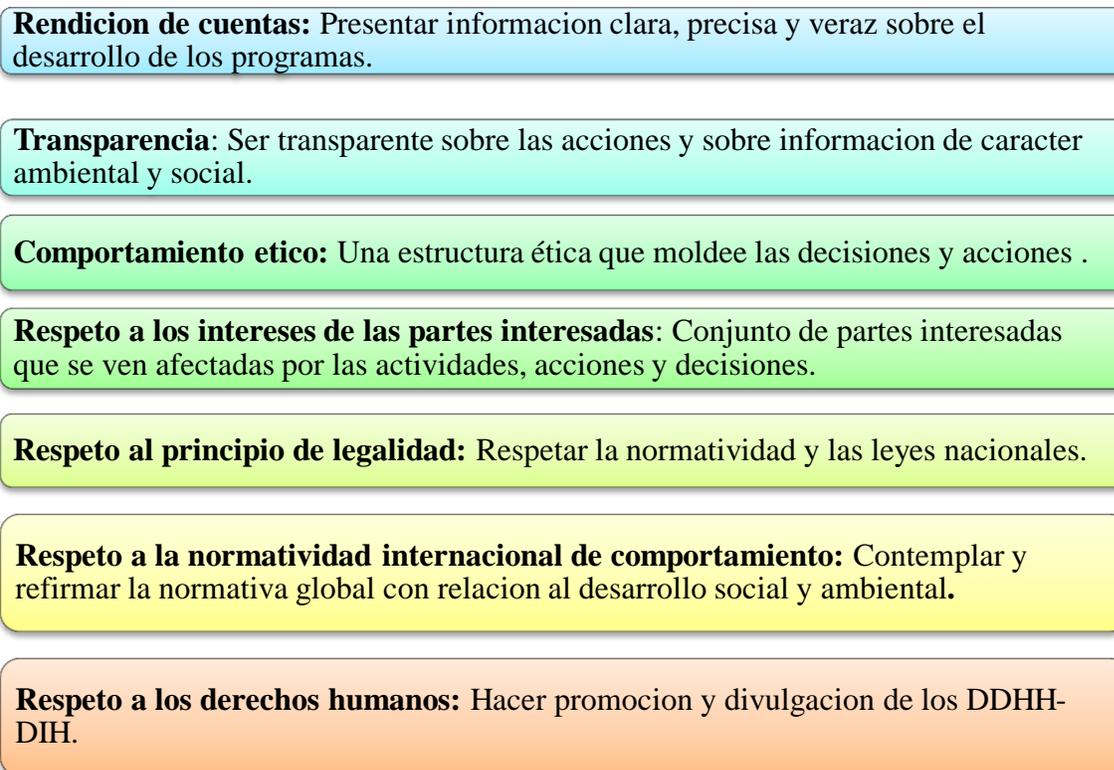


Figura 9. Principios de la responsabilidad social.

4.3.6. Grupo de interés.

Reconocer y analizar los grupos de interés permite a la Ladrillera Ocaña estabilizar sus relaciones y coordinar sus objetivos a una estructura más integral, por ello, el Stake-Holder, se estigmatiza en bajo un proceso de interconexión y de establecimiento de estrategias que permitan fortalecer los procesos de gestión de calidad con miras a la Responsabilidad Social.



Figura 10. Grupo de interés. Fuente: (Lerner, 2015)

Socios: En un primer nivel directivo ladrillera de Ocaña, esa apoyada por dos (2) socios.

Colaboradores: La empresa Ladrillera de Ocaña cuenta con cuarenta y siete (47) colaboradores.

Comunidad: Dentro de la comunidad se incluye estado, sociedad y organizaciones que apoyen el desarrollo de la empresa.

Proveedores: Son las fuentes de financiación y compra para el desarrollo de inversiones y para apoyar el capital de trabajo.

Clientes: Personas que realizan la compra de los productos transformados por la compañía para el uso de la construcción.

4.3.7. Línea base en el campo de aplicación de la Responsabilidad Social en la Ladrillera Ocaña para el desarrollo sostenible.



Figura 11. Líneas bases en el campo de aplicación de la Responsabilidad Social en la Ladrillera Ocaña. Fuente: Elaboración propia de las autoras del proyecto.

Tabla 8*Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social*

Materia fundamental de Responsabilidad Social	Grupo de interés	Objetivos Estratégicos	Compromiso	Programas	Tiempo	Indicador
Gobernanza de la organización	Accionista	Promover la Responsabilidad Social como un compromiso clave dentro de la gestión administrativa.	Apoyar proyectos de impacto ambiental y social con total transparencia.	Programa “TU CASA ES REAL” (Buscar con proyectos de inversión con entidades, órganos territoriales y con ONG, para generar impacto social en Ocaña, ayudando a familias vulnerables y de pobreza extrema, haciendo real el sueño de tener una casa).	6 meses	#De casas construidas/ #De casas a construir Meta: 100%
			Implementar procesos de responsabilidad social al interior de la organización a través de los procesos, políticas y comportamiento para la toma de decisiones.	Diseñar un plan de marketing (Dinamizar los alcances de la Ladrillera en la sociedad, es decir, presentar los cambios y las mejoras que hace la empresa para reducir los daños ambientales que ocasiona y sobre todo los beneficios que obsequia a la sociedad, esto mediante estrategias de promoción y publicidad)		#Estrategias implementadas/ #Total de Estrategias establecidas en el marketing. Meta: 60% de la comunidad Ocañera.
Prácticas laborales	Colaboradores	Mejorar la calidad de vida laboral de los colaboradores.	Lograr el desarrollo profesional del equipo de trabajo. Fomentar programas promoviendo el bienestar físico, mental y social.	Programa LADRILLERA OCAÑA LIMPIA (Definir un procesos de Producción donde se controlen los despilfarros y se mantengan los espacios de trabajo	12 meses	Meta: Garantizar un 55% de aire libre de contaminación. #Procesos evaluados/Total

			Reconocer permanente las necesidades de los colaboradores para asegurar un clima organizacional armónico.	limpios) Mis dos familias: (Busca realizar encuentros familiares con actividades de esparcimiento y de educación donde se construya una identidad integral dentro y fuera de la Ladrillera. Programa LADRIRECICLA (Reciclar y reutilizar papelería, materiales y documentación de las oficinas y de los procesos)		de procesos Meta: 100%, tres (3) encuentros anuales. #Eventos realizados/ #Eventos a gestionar. Reciclar más del 20% del material dañado, según parámetros de calidad.
Practicas justas	Proveedores	Desarrollar procesos socialmente responsables con las diferentes articulaciones.	Influir en las organizaciones para que adopten compromisos ambientales, para ello, debe transmitir a los mismos procedimientos y requisitos ambientales. Implementar políticas para generar aceptación y compromiso por parte de los proveedores.	Plan de compra con Responsabilidad Social (Sistematizar procesos y dinámica de las compras según el proveedores para evaluar como contralar los impactos negativos al medio ambiente y la generación de rubros para apoyo social)	6 meses	Meta: 1% en rubros de los procesos contractuales. #Proveedores comprometidos/ #Total de proveedores de la Ladrillera.
Asuntos de consumidores ¹	Clientes	Estructurar un sistema de mejora continua para la prestación de servicio y venta de los productos de la Ladrillera.	Presentar información sobre las prácticas de responsabilidad social y ambiental. Promover patrones de compra y uso del producto.	ESTO HACEMOS EN LA LADRILLERA OCAÑA. (Presentar un portafolio sobre los avances, los desarrollos y la gestión de la ladrillera Ocaña con relación a los compromisos ambientales	1 año	Meta: 80% de los clientes #Portafolios entregados a clientes/# Total de clientes de la

¹ “Tabla 8 Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social” “ Continuación”

			Conocer las inconformidades, recomendaciones y solicitudes por parte de los clientes.	y sociales) PROGRAMA: MEJORAMOS POR USTED SEÑOR CLIENTE. (Desarrollar diferentes procesos para conocer y dar solución a la queja, reclamo o peticiones, tales como, buzón de sugerencia, sistema digital de reclamos por medio de correo electrónico y redes sociales). Enfoque: Visibilidad-Accesibilidad-Objetividad-Mejora continúa.	6 meses	empresa. #Procesos realizados/ #Total de procesos propuestos
Participación activa en la comunidad ²	Comunidad	Contribuir al desarrollo social y ambiental de la mano con la comunidad	Participar en eventos sociales, económicos, ambientales, culturales y religiosos.	PROGRAMA: CONSTRUIMOS EN LA SOCIEDAD. (Reconocer espacios que ayuden a la sociedad al mejoramiento de la calidad, para ayudar y servir de apoyo)	3 meses	Meta: 30% #Eventos patrocinados/ #Total eventos proyectados
			Propiciar espacios educativos que garanticen el desarrollo y acceso tecnológico, ambiental y social a comunidades.	CIMIENTOS DE VIDA CON EDUCACION (Realizar charlas y campañas sobre la RSE de la empresa, sus aportes al medio ambiente y motivar desde la educación cuidar el medio ambiente)	SEMESTRAL	#Campañas realizadas / #Campañas a realizar

² “Tabla 8 Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social” “Continuación”

LADRILLERA OCAÑA
 CON LOS DDHH. (Proponer mecanismos y lineamientos empresariales para acompañar las instituciones o grupos de la sociedad civil dedicadas a promover los Derechos Humanos) ³ SEMESTRAL

Nota: La tabla presenta información sobre la orientación de las materias fundamentales de responsabilidad social, para la Ladrillera Ocaña. Fuente: Elaboración propia de las autoras del proyecto.

Tabla 9

Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización

Practicas	Herramientas utilizar	Medio de comunicación sobre la RSP	Evaluación
Realizar la adopción de principios o valores que orientan la gestión.			I () NI ()
Evaluar permanentemente las necesidades de los colaboradores con relación a las condiciones en el puesto de trabajo y protección social.			Dc () Di () I () NI ()
Adoptar fuertemente el enfoque de responsabilidad social en la Misión y Visión.			Dc () Di () I () NI ()
Elaborar y publicar informe de sostenibilidad ambiental y social anualmente.			Dc () Di () I () NI ()

³ “Tabla 8 Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social” “Continuación”

Realizar capacitaciones en temas ambientales a los colaboradores para fomentar una cultura con responsabilidad ambiental.	Dc () Di () I () NI ()
Desarrollo de iniciativas para atender y mitigar los impactos ambientales de procesos y productos sobre los ecosistemas	Dc () Di () I () NI ()
Adquisición de compromisos con la comunidad formalmente reconocidos según los eventos.	Dc () Di () I () NI ()
Promoción de diferentes mecanismos para atender peticiones, quejas, reclamos y denuncias de los clientes (PQRD)	Dc () Di () I () NI ()
Ofrecimiento de información sobre contenidos de productos para orientar a los clientes sobre los modos de uso, almacenamiento y desecho.	Dc () Di () I () NI ()
Desarrollo de iniciativas para promover la reducción, reutilización y reciclaje de materiales (papel, plásticos, cartón, vidrio, etc.).	Dc () Di () I () NI ()
Evaluar con los proveedores rubros para generar impacto social, teniendo en cuenta los procesos contractuales desarrollados	Dc () Di () I () NI ()
Desarrollo de inversiones ambientales en programas públicos o privados que beneficien al planeta.	Dc () Di () I () NI ()
Hacer una gestión integral de residuos sólidos: optimizar el manejo de los residuos sólidos, especiales y peligrosos.	Dc () Di ()
Revisar y auditar las actividades, instalaciones, procesos y servicios, procurando una utilización eficiente de los mismos. Colaborar con las administraciones públicas y privadas (Así mismo proveedores) en la búsqueda de soluciones a los problemas ambientales Incorporar la RS desde la educación a personal interno, familiares, niños y comunidad en general.	I () NI ()
Generar denuncias acerca de posibles irregularidades al medio ambiente. ⁴	Dc () Di () I () NI ()
	Dc () Di ()

⁴ “Tabla 9 Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización” “Continuación”

Nota: La tabla presenta información sobre la orientación de la integración de la responsabilidad social en toda la organización. Fuente: Elaboración propia de las autoras del proyecto.

Evaluación principal: I= Implementada NI= No Implementada.

Fase 2. Segunda Evaluación, si es implementada: Dc= Desarrollada correctamente Di= Desarrollada incorrectamente.

Capítulo 5. Conclusiones

Para la ladrillera Ocaña, la responsabilidad social es muy importante pues esta le ha permitido poder llegar a obtener un buen reconocimiento y posicionamiento agracias a su gran compromiso con el medio ambiente y la comunidad, desde luego, el generar estrategias que contribuyan en el mejoramiento continuo de los procesos y actividades que realiza la misma en cuanto a la responsabilidad social, le ha permitido obtener grandes resultados con sus stakeholders, pese a que no se tienen políticas bien definidas.

Por otro lado, la aplicación del instrumento (encuesta), permitió obtener información sobre el gran compromiso que tiene la empresa con la protección y el cuidado del medio ambiente, gracias al desarrollo continuo de estrategias que además de ponerlas en práctica, son dadas a conocer a toda la ciudadanía; sin embargo, se hallan ciertas debilidades en cuanto al suministro de información a sus clientes con relación a los nuevos cambios que han sido realizados en los productos, lo cual, genera desconfianza sobre la calidad de los mismos, de manera, que el hecho de que exista un marco de respeto y promoción de los derechos humanos, para con la sociedad y el medio ambiente es importante para la organización.

Finalmente, con la aplicación de los instrumentos de recolección de información, fue posible realizar el diseño de un plan de responsabilidad social para la ladrillera Ocaña, por medio del cual, se puede dar respuesta a los compromisos, expectativas y deseos que tiene la empresa en torno a sus grupos de interés, el desarrollo social, ambiental, económico y laboral de la región.

Capítulo 6. Recomendaciones

Teniendo en cuenta la importancia que tiene para las organizaciones el desarrollar una adecuada responsabilidad social, tanto para con el medio ambiente como para con la comunidad, se recomienda a la Ladrillera Ocaña, establecer políticas de responsabilidad social, claras y precisas que permitan que tanto en la parte interna como externa de la empresa sean tenidas en cuenta, con el fin de que se puedan cumplir con todos los propósitos que tiene la organización para con la comunidad y el medio ambiente. Así mismo, se hace necesario que la empresa lleve a cabo proyecciones, sobre el tiempo, los recursos y personal que se requiere para la ejecución de proyectos y estrategias a realizarse, de manera que, en el momento de ponerlos en práctica no haya ningún inconveniente.

Por otro lado, es indispensable que la empresa siga brindando continuamente información sobre las políticas y estrategias que maneja la fábrica en torno a temas relacionados con la sociedad, los clientes y el cuidado del medio ambiente, así como, sobre las nuevas características de los productos, evitando que se genere desconfianza sobre la calidad de los mismos. De igual manera, se recomienda seguir fortaleciendo los procesos de atención, impidiendo que se presenten demoras en la prestación del servicio, daños en los productos y desorden.

Finalmente, se recomienda a la empresa tener un mejor y mayor marco de respeto y promoción de los derechos humanos para con la sociedad, también es importante, poner en práctica el plan de responsabilidad, por medio del cual, se pueda dar respuesta a los

compromisos, expectativas y deseos que tiene en torno a sus grupos de interés, el desarrollo social, ambiental, económico y laboral de la región.

Referencias

- Amdani, Y. (2 de Mayo de 2017). *La responsabilidad social un compromiso de todos* . Recuperado el 2017, de <http://www.estrategiaynegocios.net/opinion/1067395-345/la-responsabilidad-social-un-compromiso-de-todos>
- Argandoña, A. (Abril de 2012). *Otra definicion de responsabilidad social*. Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.iese.edu/en/files/catedra%20abril_tcm4-79450.pdf
- Banco de la República . (2015). *El medio ambiente* . Recuperado el Septiembre de 2017, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/medio_ambiente
- Barriga, C. (2004). *Entorno al concepto de competencia*. Recuperado el 2017, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/educacion/n1_2004/a05.pdf
- Bayona, B., & Ríos, D. (Mayo de 2016). *Diseño de un programa de responsabilidad social empresarial en la empresa transportadores de Norte de Santander de la ciudad de Ocaña* . Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/1189/1/28766.pdf>
- Buritacá, L. (2011). *La responsabilidad social empresarial y su relación teorica con la gestión del talento humano*. Recuperado el Agosto de 2017, de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/297/Buritica_Castro_Lida_Marcela_2011.pdf?sequence=1
- Congreso . (2010). *Ley 70* . Recuperado el Septiembre de 2017, de http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348
- Correa, M., Flynn, S., & Amit, A. (Abril de 2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Responsabilidad%20social%20corporativa%20en%20America%20Latina%20Una%20vision%20empresarial.pdf>
- Duque Orozco, Y., Cardona Acevedo , M., & Rendón Acevedo, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial. *Cuadernos de Administración*, 29(50).
- Estrategias de inversión. (5 de Julio de 2012). *Que son los indicadores* . Recuperado el 2017, de <https://www.estrategiasdeinversion.com/actualidad/noticias/bolsa-espana/que-son-los-indicadores-y-para-que-sirven-n-229166>
- Facmed. (s.f.). *Calidad*. Recuperado el 2017, de <http://www.facmed.unam.mx/emc/computo/infomedic/presentac/modulos/ftp/documentos/calidad.pdf>
- Fondo Social Europeo. (2012). *Grupo de interés social*. Recuperado el 2017, de http://www.eoi.es/wiki/index.php/P%C3%A1gina_principal
- Gómez Luna , L. (2002). *Comunidad* . Recuperado el Septiembre de 2017, de <https://www.ecured.cu/Comunidad>
- Gómez, C. (s.f.). *El desarrollo sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*. Recuperado el 2017, de <http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>
- González, E. (2007). La teoría de los Stakeholders: un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 11(17), 205-224.
- Husillos, F. (2007). Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas. *Revista española de financiación y contabilidad*, XXXVI(133), 97-121.

- ISO. (2010). *ISO 26000*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es:sec:3>
- Lerner, K. (2015). *Grupos de interés*. Recuperado el 2017, de <http://www.piensaprofuturo.com/articulo/la-super-iso-26000-parte-ii-los-7-principios-de-responsabilidad-social-66>
- Maldonado, C., & Pérez, J. (2015). *Evaluación de las prácticas de responsabilidad social ejercidas por Bancolombia en la ciudad de Ocaña*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/704/1/27876.pdf>
- Mercado, P., & Garcia, P. (22 de Enero de 2007). *La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México) Estudio exploratorio*. Recuperado el Agosto de 2017, de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v23n102/v23n102a05.pdf>
- Meza, A. (2007). *La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>
- Olano, A. d. (2014). *Estudio de la responsabilidad social empresarial en Colombia, un compromiso de todos*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://repositorio.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/12615/2/Estudio%20-%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Colombia.pdf>
- Ortiz, P. (8 de Febreo de 2010). *La responsabilidad social empresariaal como base de la estrategia competitiva de la empresa HZX*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis242.pdf>
- Peña, D., & Serra, A. (2012). *Responsabilidda social empresarial en el sector turistico*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n6/v21n6a06.pdf>
- Pochicasta. (2009). *Que es sociedad*. Recuperado el 2017, de <https://pochicasta.files.wordpress.com/2009/03/que-es-sociedad.pdf>
- Ruiz, J. (2013). El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno. *Revista de estudios empresariales*(1), 67-68.
- Serrano, M., & Suarez, S. (2015). *Diseño de un programa de responsabilidad social para los clientes de Cootrasunidos Ltda de la ciudad de Ocaña*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/651/1/26895.pdf>
- Social Accountability International . (2008). *Responsabilidad Social 8000 SA8000*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://www.empleo.gob.es/ficheros/rse/documentos/monitoreo/SA8000.pdf>

Apéndices

**Apéndice A. Modelo de entrevista dirigida a la junta de socios de la Ladrillera Ocaña,
Norte de Santander.**



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDE OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Diseño de un plan de responsabilidad social en la ladrillera Ocaña.

1. ¿Tiene conocimiento de lo que significa responsabilidad social empresarial?

SI _____ NO _____

2. ¿Cuenta la empresa con políticas de responsabilidad social definidas?

SI _____ NO _____

3. ¿Tiene la empresa, las estrategias de responsabilidad social empresarial definidas para sus stakeholders?

Usuarios SI _____ NO _____

Trabajadores SI _____ NO _____

Proveedores SI _____ NO _____

Comunidad SI _____ NO _____

Medio ambiente SI _____ NO _____

4. ¿Cuenta la organización con el personal idóneo que se dedique a formular estrategias de responsabilidad social empresarial?

SI _____ NO _____

5. ¿Actualmente, se aplican estrategias de responsabilidad social?

SI _____ NO _____

¿Cuáles? _____

¿Dirigidos a

quien? _____

6. ¿Qué proyecciones tiene la empresa para incluir en los planes de responsabilidad social?

7. ¿Ha tenido dificultades a la hora de aplicar las estrategias de responsabilidad social?

SI _____

NO _____

¿Cuáles? _____

¿Porque?

7. ¿Con que certificaciones cuenta la empresa?

8. ¿Se realiza seguimiento a la aplicación de las estrategias de responsabilidad social, que permitan verificar su cumplimiento?

SI _____

NO _____

¿De que

manera? _____

9. ¿La organización está sujeta a inspección y vigilancia por parte de otros órganos, para verificar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial?

SI ___ NO ___

¿Cuáles? _____

11. ¿Qué acciones de responsabilidad social desarrolla la empresa?

12. ¿Qué actividades se realizan en la organización para la disposición final de los residuos, con el ánimo de reducir el impacto ambiental?

13. ¿En qué aspectos considera que debe mejorar la empresa, en cuanto a la responsabilidad social?

14. ¿Qué variables determinan la responsabilidad social empresarial en la Ladrillera Ocaña?

Sociales ___ Políticas ___ Económicas ___

Otras ___ ¿cuáles? _____

Apéndice B. Modelo de encuesta dirigida a la comunidad del municipio de Ocaña.



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDE OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Diseño de un plan de responsabilidad social en la ladrillera Ocaña.

1. ¿Tiene usted conocimiento acerca de las políticas que tiene la empresa para con la sociedad, sus clientes y el medio ambiente?

SI ___

NO ___

2. ¿Cree que la empresa ha tenido un mayor compromiso con el medio ambiente y con la sociedad a través de diferentes campañas?

SI ___

NO ___

3. ¿A la fecha, la empresa le proporciona información completa y precisa acerca de las características nuevas de los productos?

SI ___

NO ___

4. Considera usted ¿Qué la empresa tiene definido los procesos de atención al cliente para solucionar quejas y reclamos?

SI ___

NO ___

5. ¿Usted es conocedor de las estrategias que implementa la ladrillera Ocaña para reducir el impacto negativo que producen los productos al medio ambiente?

SI ___

NO ___

6. ¿La empresa ejecuta proyectos sociales, culturales, ambientales y deportivos que contribuyan al desarrollo de la región?

SI ___

NO ___

7. Considera usted ¿Qué la empresa tiene un marco de respeto y de promoción de los DD. HH. Para con la sociedad?

SI ___

NO ___