

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESPECIALIZACION EN GERENCIA SOCIAL

**PROPUESTA DE ELEMENTOS A TENER EN CUENTA PARA LA
CREACIÓN DE UNIDAD DE NEGOCIO ENCARGADA DE APOYAR
LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
“CONSULTORIA”**

ELABORADO POR:

ANA MILENA PERDOMO PUENTES

BOGOTÁ, COLOMBIA

2.009

INDICE

I. INTRODUCCION	3
II. JUSTIFICACION	7
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
IV. OBJETIVOS	12
Objetivos Generales	
Objetivos Específicos	
V. MARCO TEORICO	13
VI. METODOLOGIA	24
VII. RESULTADOS	25
VIII. CONCLUSIONES	31
IX. REFERENCIAS	32

I. INTRODUCCION

El objetivo principal del presente trabajo es aportar a la Corporación Industrial Minuto de Dios los elementos conceptuales que permitan sustentar la creación de una nueva unidad de negocio “consultoría” en el tema de Responsabilidad Social Empresarial y los elementos a tener en cuenta en la misma.

Hablar de Responsabilidad social es hablar de un tema que por su naturaleza, y sus efectos en la actividad productiva de las empresas, genera un gran debate respecto de la conceptualización y definición uniforme de la actividad.

A grandes rasgos se pueden identificar tres posiciones respecto de la responsabilidad y compromisos que una empresa tiene hacia la comunidad en general. La primera se basa en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial como género que incluye como subtemas la responsabilidad ambiental, corporate governance, stakeholders entre otros. El segundo concibe la responsabilidad ambiental como un concepto general que engloba la RSE; y por último se encuentra la posición ecléctica que señala que la RSE y la responsabilidad ambiental son conceptos diferentes pero complementarios.

Con el paso del tiempo, el impacto económico social y medio ambiental de las actividades de la organización es un factor importante en la decisión de adquisición de productos y servicios. La influencia de las empresas se ha convertido en un factor preponderante en el avance o retraso de su entorno y de los grupos sociales afectados por su actuación. Dicho entorno y grupos sociales son denominados stakeholders que van adquiriendo una mayor amplitud como producto de la globalización, obligándolo a las empresas a ser un agente de cambio en la generación de valor económico; pero también medioambientales y sociales.

Las empresas y sus stakeholders juegan un papel muy importante para liderar un futuro mejor exclusivamente en los niveles mas altos de la gerencia y en la dirección de las grandes empresas con la necesidad de promover un desarrollo sostenible y del reconocimiento de la sociedad; para ello las empresas deben trabajar con responsabilidad social que debe ser una iniciativa voluntaria y orientada al cumplimiento de la política que cada empresa adopte.

La responsabilidad social empresarial es hacer un cambio en la mentalidad de muchas empresas y para ello se necesita unir esfuerzos entre las empresas involucradas y sus stakeholders para conseguir una armonía entre ambos y así consiguiendo al mismo tiempo beneficios económicos, medioambientales y sociales. Es necesario el trabajo en equipo de los líderes para conseguir un cambio efectivo en la sociedad moderna que vivimos.

La responsabilidad social empresarial es crear un valor para los distintos grupos de intereses que concurren en la actividad empresarial, evaluando los resultados en términos de ventas, cuotas de mercado y satisfacción; generando un claro interés en los gestores y accionistas.

La responsabilidad social empresarial se puede definir como “el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren su relación con sus interlocutores”.

En la actualidad han surgido iniciativas mundiales y regionales que han impulsado la incorporación de la responsabilidad social empresarial en la estrategia empresarial con la finalidad de promover la cooperación de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible así como fomentar las actuaciones responsables de estas empresas en las comunidades que operan.

La práctica de la responsabilidad social empresarial es una pieza clave, en la medida que ello afecte a las estrategias de comunicación de las empresas sobre su compromiso en los consumidores y tener una influencia positiva sobre las actividades hacia la empresa, su imagen y su reputación.

Los consumidores esperan de las empresas que demuestren los valores sociales, así como la evaluación de las alternativas que se ofrecen en el bienestar de la sociedad y la comunidad.

Para efectos del presente trabajo se realizara una conceptualización del concepto de responsabilidad social empresarial, los tipos de responsabilidad social empresarial, interna y externa, y los elementos a tener en cuenta en la realización de una consultoría.

II. JUSTIFICACION

Desde sus inicios la obra del Minuto de Dios inspirada por el Padre Rafael García Herreros, ha tenido el propósito de promover un estilo de vida y generar en los beneficiarios de sus programas un espíritu de auto superación y progreso.

El Minuto de Dios ha realizado múltiples proyectos de generación de empleo en diferentes lugares del país, pero quizás uno de los momentos más importantes fue en 1991 cuando basados en estudios profundos del mercado y su potencialidad, se decidió optar por el montaje de un modelo que revolucionaría la confección industrial en Colombia, dando inicio así a La Corporación Industrial Minuto de Dios

Hoy la Corporación Industrial Minuto de Dios, es una organización social generadora de empleo mediante la capacitación integral, el desarrollo tecnológico y procesos de mejoramiento continuo que contribuyen a elevar la capacidad industrial del país, dentro de un mercado de competitividad internacional, creando nuevas oportunidades de negocio en las empresas de la industria.

Durante sus quince (15) años de existencia, la Corporación Industrial Minuto de Dios ha logrado canalizar más de 25 mil millones de pesos en diferentes entidades financieras, estatales y privadas, ayudando a crear y fortalecer de manera eficiente y eficaz a pre cooperativas, Pymes y microempresarios

La Corporación Industrial Minuto de Dios es conocedora de la importancia de estar innovando con referencia a las necesidades de las empresas por esto responde a estas necesidades con 4 líneas básicas de servicio llamadas puntadas estratégicas:

- Capacitación y educación para la industria
- Asesoría y consultoría para la industria
- Asesoría y consultoría en montaje llave de mano y administración de plantas
- Tecnologías de información y comunicación en TIC “Brochure CIMD (2008)”

La Corporación Industrial Minuto de Dios ha visto la necesidad de crear programas competitivos e innovadores y anticiparse a la competencia y estar a la vanguardia de las necesidades de las empresas Colombianas por lo anterior el desarrollo del proyecto esta enmarcado en la segunda puntada estrategia partiendo que se quiere brindar asesoría y consultoría en el tema de responsabilidad social en las empresas teniendo en cuenta

que los programas de Responsabilidad Social son sustanciales para el desarrollo de la sociedad en general como para las propias empresas en particular.

Es importante mencionar que la Responsabilidad Social Empresarial no se debe considerar una filantropía, sino es un compromiso voluntario, pero continuo de las empresas para hacerse cargo de los impactos que causa su negocio en las diversas partes interesadas, se trata del cumplimiento de la función económica, social y ambiental que tiene una empresa, pero más allá de las expectativas que dicta la ley y que tiene la comunidad respecto a la compañía.

Es por lo anterior que las empresas deben ser consiente que con los programas de RSE están las empresas contribuyen al desarrollo y bienestar de la sociedad promoviendo:

- Autorregulación: toda empresa debe contar con mecanismos propios de regulación, establecer un código de ética, tener valores clarificados y políticas definidas.
- Respeto por la dignidad de sus trabajadores y por los derechos humanos en general.
- Respeto a las partes interesadas.
- Respeto al ambiente.
- Solidaridad con la sociedad en la que están insertas.

Las empresas que incorporan estos programas, obtienen ventajas competitivas, pueden innovar y anticiparse a la competencia. La Responsabilidad Social Empresaria contribuye a la diferenciación y fidelización de clientes. Actualmente, los activos intangibles, como la ética empresarial, la reputación, la confianza, etc., son una fuente segura de generación de ventajas competitivas según los académicos enfocados al tema.

También favorece las inversiones y eleva el valor de la empresa; genera oportunidades comerciales y ventajas competitivas; contribuye al desarrollo sostenible; alienta la relación con los grupos de interés, crea sentido de pertenencia y retiene recursos humanos talentosos; consolida la cultura corporativa y mejora el clima laboral; constituye un factor clave de liderazgo empresarial; promueve la imagen y reputación de la empresa y facilita la generación de nuevas oportunidades de comunicación, entre otras ventajas. La Responsabilidad Social hace que la empresa conozca mejor el entorno en el que actúa. Contribuye así a desarrollar una estrategia y una cultura empresarial compatibles con los valores sociales, a consolidar una imagen de fidelidad y a legitimar la misión de la organización en los grupos de interés.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dentro de la segunda puntada estratégica de la Corporación Industrial Minuto de Dios crear una unidad de negocio orientada esta a la creación de una consultoría en Responsabilidad social Empresarial

IV. OBJETIVOS

Objetivos generales:

- Aportar elementos conceptuales para la creación de una unidad de negocio encargada de apoyar las políticas de Responsabilidad Social de la empresa privada. “Consultoría”
- Desarrollar una metodología que permita a los consultores orientar a las empresas para el manejo del conocimiento, diseño, implementación y evaluación del impacto de la gestión de la responsabilidad social empresarial

Objetivos específicos:

- Que el producto final del proyecto contribuya a la Corporación Industrial Minuto de Dios a la creación de una unidad de negocio en consultoría en Responsabilidad Social empresarial
- Exponer los elementos conceptuales a tener en cuenta en la realización de la consultoría en el tema de Responsabilidad Social Empresarial

V. MARCO TEORICO

Qué es la responsabilidad social empresarial:

La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.

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

- **Normativo**, que hace referencia al conjunto de leyes y normas generales que las diferentes instancias del estado dictan para regular el funcionamiento de las empresas, los mercados y la competencia.
- **Operacional**, que hace referencia a los factores que permiten que las empresas produzcan bienes y presten servicios de acuerdo a sus objetivos corporativos.

- **Económico**, que hace referencia a los recursos relacionados con la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado.
- **Social**, que hace referencia a los aspectos que vinculan el quehacer de la organización con el contexto social en el que actúa, de modo que le permita contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.
- **Ambiental**, que hace referencia a los aspectos para la identificación del impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible. En general, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas. Igualmente, asume que el fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad.

Aspectos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial:

- Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.
- Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.

- Promueve el desarrollo humano sostenible.
- Protege los derechos humanos.
- Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las practicas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.
- La RSE se basa en el compromiso, la participación y la construcción de una cultura de autorregulación.

Para qué Sirve la Responsabilidad Social:

Fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders). Implementar procesos de responsabilidad social al interior de las empresas genera los siguientes beneficios:

- Aumento de la productividad y la rentabilidad
- Fidelidad y aprecio de sus clientes
- Confianza y transparencia con los proveedores
- Compromiso y adhesión de sus empleados
- Respaldo de las instancias gubernamentales
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad
- Oportunidades para nuevos negocios
- Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente)

- Incremento en la participación del mercado
- Mejoramiento de la cultura organizacional
- Capacidad de atraer el mejor talento humano
- Incremento del valor de la empresa
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

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

Clasificaciones de la responsabilidad social empresarial

Conceptos de responsabilidad social empresarial interna y externa

Sepulveda (2004) Por una parte, la responsabilidad social interna de la empresa se refiere al desarrollo de acciones, políticas y programas relacionados a dos aspectos:

- La responsabilidad económica de la empresa para con sus accionistas o dueños.
- La responsabilidad de la empresa en materia laboral, para con los trabajadores.

La responsabilidad social que la empresa lleva a cabo de manera interna, en los dos aspectos mencionados, es indispensable para que logre la

subsistencia dentro de la industria con un funcionamiento adecuado a las 10 exigencias del mercado. Es importante destacar que ambos aspectos dependen directamente el uno del otro. Por un lado, la responsabilidad económica de la empresa es necesaria para aumentar el nivel de empleo, ampliando su alcance a un mayor número de personas pertenecientes a la fuerza de trabajo; además, si la empresa se desempeña eficientemente, con un nivel de rentabilidad acorde a las exigencias de los inversionistas, le será más fácil cumplir con sus deberes como empleadora, teniendo la posibilidad de brindar una mayor gama de beneficios a sus trabajadores. Por otro lado, si la responsabilidad laboral de la empresa se logra efectivamente, la firma podrá alcanzar mayores niveles de productividad con un personal motivado y de mayor rendimiento, lo que se traduce en una mayor rentabilidad, contribuyendo al logro de su responsabilidad económica. (p.25).

Sepulveda “en cuanto a la responsabilidad social empresarial externa, ésta se refiere a acciones, políticas y programas orientados a la comunidad, a cualquier grupo o problema social, no directamente relacionado con la empresa mediante una relación contractual o económica” (p.26)

Con el fin de profundizar en dicha clasificación, a continuación se señalan algunas acciones y beneficios con respecto a la RSE interna y externa:

Acciones y beneficios de la RSE interna y externa

Acciones al interior de la empresa:

- Acciones responsables hacia los empleados y ambiente laboral: permitirles el equilibrio entre trabajo y descanso, vida de familia; propiciar espacios de formación, educación y crecimiento personal; respetar creencias religiosas y diferencias culturales; procurarles condiciones de ambiente saludable y agradable y herramientas adecuadas; realizar campañas de salud, prevención de vicios, protección al medio ambiente; estimular el deporte y expresión artística; educar con respecto al manejo de presupuestos; no discriminar, contratar a minorías; informarles de pérdidas y ganancias en general, etc. Se logra, en resumen, mejorar las condiciones de trabajo, reducir gastos, evitar pérdidas, orientando a los empleados a servir con mayor eficiencia al cliente.
- Acciones responsables hacia la familia de los empleados: Preocuparse de que los empleados no se descuiden de dedicarle tiempo a su familia; fomentar espacios de recreación y ocio donde participe la familia; hacer participar a la familia en planes de formación y capacitación, manejo de conflictos en la pareja y los hijos, salud, eventos culturales, deportivos y actividades recreativas; beneficios por convenios con la empresa; brindarles alguna atención en eventos o días especiales, etc. Se logra que la familia se transforme en un aliado de la empresa; ella evitará que el empleado cometa actos indebidos en la empresa; minimizar conflictos

familiares, que afectan el desempeño del empleado; el empleado es más leal a la empresa, acata normas, pone más amor por lo que hace.

Sepulveda “Acciones al exterior de la empresa”:

- Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que generan costo para la empresa: apoyar actividades desarrolladas en escuelas, patrocinar parques, hacer donaciones, etc., lo que dependerá de la fortaleza financiera de la empresa.
- Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que no genera costos para la empresa (o son mínimos): tener una política de uso racional de recursos; crear una cultura de reciclaje; respetar espacios públicos; mantener la empresa limpia y presentable; participar en la acción comunal (junta de vecinos, eventos sociales, etc.); no sobornar, no comprar artículos ilegales; contratar limitados físicos o gente excluida laboralmente; no participar de actividades que atenten contra la moral; realizar publicidad que no induzca a hábitos negativos, al contrario, promover valores éticos, crear sistemas de aislamiento de la contaminación acústica y de generación de olores desagradables; invertir en investigaciones sociales; patrocinio de deportistas, eventos comunales, etc. (p.26)

Sepulveda “Beneficios de la RSE Interna”

- Mayor confianza de los empleados por la empresa, la sienten como suya se eliminan probabilidades de conflictos relacionados a la productividad, aumentando la disposición al trabajo; reducción de ausentismo.
- Aumento de calidad, y por ende, mayor satisfacción del cliente.
- Disminución de la rotación de personal y de los costos de reclutamiento y entrenamiento.
- Mayor aporte de los trabajadores, por ejemplo, mediante la innovación directa; simplificación de procesos, disminución de costos, mayor eficiencia, mayor alcance de metas. (p.27)

Sepulveda “Beneficios de la RSE Externa”

- Mayor confianza de la clientela y el mercado, mejor imagen, por lo que se facilita el acceso a nuevos mercados.
- Mayor apoyo de la comunidad y autoridades, beneficiando el flujo de procedimiento y la seguridad.
- Ahorro de daños por huelgas, paros, demandas y deterioros intencionales por parte de los empleados.
- Aspecto ambiental: Reciclaje y reutilización conducen al ahorro, recuperación de la inversión y optimización.
- Minimización de problemas: Devoluciones por mala calidad, no pago de la cartera, negación de deudas, entre otros.

- Mejora la imagen y reputación ante clientes, canales de distribución y ventas. (p.27)

RSE y legislación

La fuente inspiradora de la RSE es el Pacto Mundial impulsado por la ONU, cuyo fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global que concilie intereses comerciales y sociales. Fue presentado en 1999 durante el Foro Mundial de Davós y reúne a más de 2.000 empresas y organizaciones que adhieren a diez principios de responsabilidad social agrupados en cuatro áreas: derechos humanos, condiciones laborales, medioambiente y anticorrupción.

Por su definición y naturaleza, no hay normativas que rijan la RSE (la idea es que sea todo iniciativa propia del empresariado, aunque en Inglaterra y Dinamarca existen ministerios dedicados a la RSE), pero sí hay guías, lineamientos y estándares que sirven de referencia. El primero es el ya mencionado Pacto Mundial. Existe una organización internacional llamada Global Reporting Initiative que fija algunas líneas a las que varias entidades adhieren voluntariamente.

También existen algunas normas ISO que las empresas usan para cumplir con ciertos objetivos. Estas normas son la ISO 8.000, sobre óptimas condiciones de trabajo para los empleados, y la ISO 14.000, sobre gestión medioambiental. A falta de un verdadero estándar que tome la RSE en su globalidad, éstas son las pautas a seguir.

La norma ISO 26.000, en el horizonte está, sin embargo, una norma especial para la RSE: la norma ISO 26.000, concebida en 2002, actualmente en desarrollo en Brasil y que se espera esté lista en 2008. En su elaboración están involucrados 43 países miembros de ISO (21 de ellos son naciones en vías de desarrollo). La idea de ISO 26.000 es que dé las pautas para una certificación global de lo que es la RSE.

Otra diferencia de ISO 26.000 con los otros estándares es que, al menos en la mayoría de los países adherentes, no se expedirá ningún documento que acredite certificación, pues se tratará de un proceso voluntario. Pero sus impulsores confían en que esta norma se convierta en el nuevo estándar del mundo de los negocios y que, a la larga, el mercado exija que haya una certificación, o por lo menos que existan documentos que acrediten que una empresa está siguiendo esas normas. En Chile se discute actualmente si la ISO 26.000 debe o no ser obligatoria, como la ISO 9.000 (estándares de calidad en la producción).

Señales positivas son el creciente interés de la academia por incorporar el tema de la RSE en las mallas curriculares de las futuras generaciones de profesionales y la proyectada incorporación, en empresas vinculadas a sectores exportadores, de este parámetro como una variable de competitividad.

No obstante, existen obstáculos en la creación de este estándar. El primero es lograr equiparar y lograr consenso entre más de 40 países con

distinto nivel de desarrollo. Por ejemplo, Europa y América tienen exigencias muy diferentes en cuanto a políticas de medioambiente y solidaridad social.

Además existen críticos hacia el mismísimo concepto de RSE. Según ellos, la empresa privada se sobrecarga de exigencias al instarla a lograr metas de responsabilidad social y, a la larga, lo que se haría es que los privados carguen con tareas que en primera instancia son del Estado. Su argumento es que la RSE no puede ni debe ser considerada como un sustituto de políticas gubernamentales.

VI. METODOLOGIA

El proyecto se desarrollo bajo la metodología de la Investigación Descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, el desarrollo del proyecto Consiste, fundamentalmente, e caracterizar el proceso de consultoría en responsabilidad social empresarial

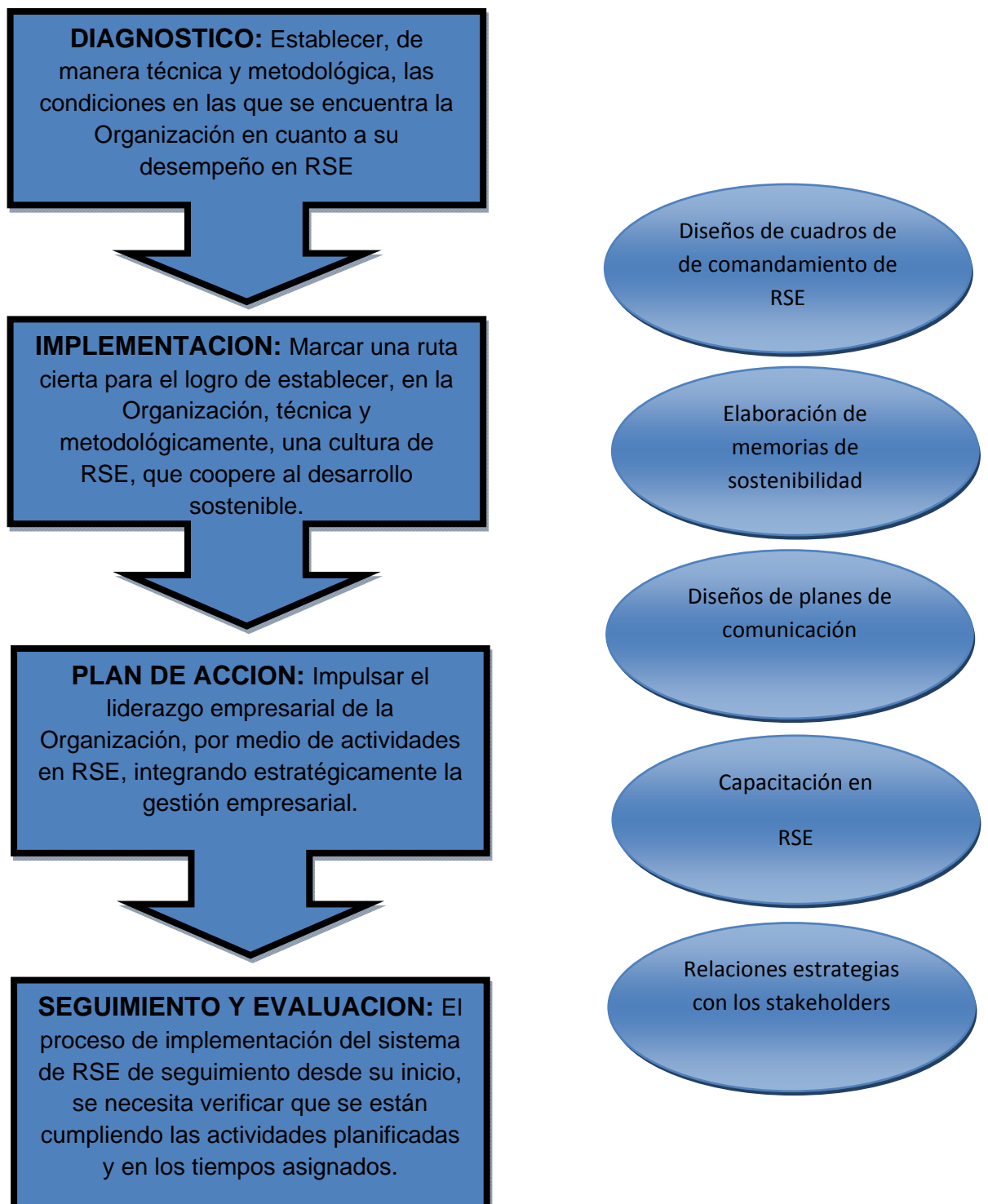
La propuesta esta encaminada no necesariamente a que las empresas hagan nuevos procesos, sino que hagan bien aquello que tienen que hacer, de acuerdo a su objeto social.

Por ello no se quiere crear un modelo externo a las prácticas empresariales, sino que se ajusten a los procesos usuales de Planear-Hacer-verificar-Actuar (PHVA).

VII. RESULTADOS

PROPUESTA DE ELEMENTOS A TENER EN CUENTA PARA LA
CREACIÓN DE UNIDAD DE NEGOCIO ENCARGADA DE APOYAR LAS
POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PRIVADA

“CONSULTORIA”



Etapas de la consultoría:

Diagnostico: La estrategia de la responsabilidad social se construye a partir de los valores y la cultura de la organización, así como de las prácticas que ya se llevan a cabo en el marco de la responsabilidad social, aunque a menudo no están sistematizadas o no se han dado a conocer. Por lo tanto, el primer paso es conocer la empresa, identificar los aspectos clave y encontrar el punto de partida en relación a la responsabilidad social.

A través del análisis y diagnostico se identifican las actuaciones que la organización ya está llevando a cabo en el marco de la responsabilidad social, así como los puntos que hay que mejorar.

A partir de este análisis se apuntan algunas de las acciones que hay que emprender y que se concretan y detallan posteriormente en un Plan de acción de responsabilidad social, para garantizar la mejora continua.

La realización de diagnósticos y planes de mejora en la Responsabilidad Social Empresarial de la Organización se da dependiendo de los distintos Grupos de Interés afectados: empleados, clientes y usuarios, proveedores, competencia, administración, comunidad / sociedad (incluido el medio ambiente).

Al realizar el diagnostico se deben tener en cuenta Las dimensiones medioambientales se concretan en la mencionada inversión de I+D para

hacer un proceso productivo mas compatible con el medio ambiente; la reducción del despilfarro de recursos, tener un código de ética de conducta, publicar un informe anual del medio ambiente.

Las dimensiones sociales se centran en las prácticas laborales con respecto a los derechos humanos y cooperación social en el mejoramiento de la calidad de vida en todas las regiones donde operan la empresa. En esta dimensión la empresa debe rechazar la violación de los derechos humanos, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida en toda las regiones donde funciona la empresa, ofreciendo un trabajo justo a todo sus trabajadores independientemente del genero, raza, procedencia y religión; también ayudando a los países en su desarrollo, formación de sus empleados y respetando los derechos humanos.

Las dimensiones económicas es obtener los mayores beneficios posibles, tener precios bajos con productos o servicios de calidad y preocuparse en la creación de empleo

En el diagnostico también se debe realizar acordes con los requisitos de la norma internacional a implementar, evaluando su grado de formalización tales como actividades de control, documentación general y específica e implementación (brechas respecto a la adecuación a la norma), determinando los parámetros clave sobre los que hay que actuar y los que habrá que considerar en el diseño de implementación del sistema de gestión.

La metodología a utilizar en esta etapa consiste en la recopilación y análisis de información documentaria; entrevistas y visitas de campo. Los resultados del diagnóstico sirven como línea base para el inicio de cualquier proceso de mejora en el programa de Responsabilidad Social Empresarial.

Plan de acción: en esta etapa se debe recopilar, canalizar y materializar los objetivos del ámbito social, ambiental y económico de la organización. Se trata de un documento global de gestión y evaluación del compromiso de la organización con la responsabilidad social, que conjuga las dimensiones económica, social y ambiental que afectan a la entidad y a la sociedad.

Un plan de acción se estructura en líneas estratégicas fundamentadas en la misión, valores y principios de la entidad. Cada línea estratégica se desarrolla en acciones detalladas mediante fichas estandarizadas. Las fichas incluyen la descripción y objeto, plazo de ejecución, prioridad, valoración económica, responsabilidad e indicador o indicadores asociados -detallando la periodicidad de medida de cada uno de ellos- que permiten hacer el seguimiento y evaluación de la acción.

Ejecución: La ejecución de las acciones depende directamente del plan de de acción de responsabilidad social diseñado y, en consecuencia,

también del diagnóstico. En el plan de acción, las acciones están planificadas por años, según la prioridad establecida, y consensuadas con aquellas personas implicadas en el proceso.

La participación e implicación de todas las áreas es importante para garantizar la viabilidad del proyecto porque estas se deben realizar simultáneamente y serán más efectivas cuanto más integrado y transversal esté el plan de acción de responsabilidad social en la gestión empresarial.

Con la finalidad de garantizar el proceso de mejora continua que supone la implantación de una estrategia de responsabilidad social, es indispensable asociar cada acción a uno o unos indicadores para llevar el control y hacer el seguimiento del grado de implantación.

Es importante mencionar que en esta etapa también se continuará realizando sensibilización y retroalimentación a todo el personal en el alcance del servicio con el fin de mantener su compromiso con el proyecto de implementación.

Al finalizar la etapa de implementación se debe haber logrado disminuir las brechas de RSE de la empresa entre la situación real y la ideal, además haber logrado establecer los indicadores económicos, ambientales y sociales, que aporten a la medición de los resultados esperados.

Seguimiento y evaluación: En esta etapa se hará el seguimiento y evaluación a los resultados de las opciones implementadas y además asegurar la continuidad del programa

VIII. CONCLUSIONES

La presente trabajo apporto los elementos conceptuales que permitiría a los directivos de CIMD estudiar la posibilidad de iniciar con una nueva unidad de negocio dirigida a la consultoría en Responsabilidad Social Empresarial y los elementos a tener en cuenta en la realización de la consultoría.

El tema de RSE se debe ver como la realización de acciones, políticas y programas que van más allá de la ley, transforma el carácter meramente voluntario que se le atribuye. Si bien es cierto, la empresa puede llevar a cabo prácticas en beneficio de la sociedad que no son de carácter obligatorio, ésta tiene el deber de ser responsable en su rol como empleadora, cumpliendo a cabalidad las leyes laborales y constitucionales para con sus trabajadores.

IX. REFERENCIAS

Centro Colombiano de responsabilidad empresarial. (2008).
Construyendo confianza. Recuperado el 26 de marzo de 2.009 de
http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf

Gómez Foré Carolina, Loyola Arroyo Nancy (2004).
Responsabilidad Social Empresarial en Materia de relaciones laborales.
Tesis para optar el título de Administrador de empresas. Universidad de
Chile

Portafolio de servicios CIMD, (2008) Editado por la Corporación
Industrial Minuto de Dios, Bogotá

Sepúlveda Andrade, Rubén (2004). La responsabilidad social de la
empresa en Chile. Tesis de maestría. Universidad de Chile, Santiago de
Chile.