

**DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL ENFOCADO A LA  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN DEXSON LTDA**

**T.S. EDITH GONZÁLEZ V.**

**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL  
JULIO 2009**

## TABLA DE CONTENIDO

### Contenido

0.INTRODUCCIÓN.....	3
1.OBJETIVOS.....	6
1.1.OBJETIVO GENERAL.....	6
1.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
2.MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 EL ORIGEN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ...	7
2.2 DERECHOS HUMANOS.....	10
2.3 FILANTROPÍA VS SOCIALMENTE RESPONSABLE .....	11
2.4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL ÁMBITO GLOBAL.....	11
2.5 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA....	13
2.6 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA POLÍTICA PÚBLICA .....	14
2.7 CAPITAL SOCIAL .....	15
2.7.1MEDICIÓN DE CAPITAL SOCIAL.....	18
2.8 EMPODERAMIENTO .....	19
2.8.1POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL....	20
2.9 QUÉ VENTAJAS BRINDA LA RSE PARA LA EMPRESA.....	26
2.10LINEAMIENTOS PARA LA IMPLANTACIÓN Y GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE .....	27
2.11PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE .....	28
3.DIAGNÓSTICO.....	29
3.1 PLAN DE ACCIÓN.....	29
3.2 LA ACCIÓN SOCIAL .....	30
4.MARCO METODOLÓGICO.....	31
1.1.CONTEXTUALIZACIÓN.....	31
1.2.INVESTIGACIÓN CUALITATIVA .....	32
4.2.1PROCESO DE INVESTIGACIÓN .....	32
1.3.VARIABLES.....	35

[1.4. HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....35](#)  
[1.5.TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....40](#)  
[4.6.Matriz de Triangulación .....50](#)  
[1.6.CONCLUSIONES DE LA TRIANGULACIÓN .....51](#)

**0. INTRODUCCIÓN**

Teniendo en cuenta las grandes diferencias sociales que hemos conocido siempre en nuestras culturas, y las innumerables injusticias humanas de las que somos testigos por esto, el presente documento tiene como idea central buscar la concientización de los grupos sociales, específicamente aplicado aquí, a los que componen empresas en el sector privado. Esto, entendido desde dirigentes hasta operadores, para que sin importar el rol del individuo, comprenda su responsabilidad con la sociedad desde el medio en el que actúa.

Resulta relevante que el sector privado incluya la responsabilidad social como una política para la contribución del desarrollo económico y el fomento del bienestar social; de esta forma se convierte como una herramienta efectiva para la lucha contra la pobreza, la inequidad social, la vulneración de los derechos humanos y el medio ambiente.

El sector privado es el motor de la economía y ciertas problemáticas sociales como la pobreza y la inequidad son la falta de economías fuertes y la falta de crecimiento económico, por lo tanto en la medida que el sector privado apoye al crecimiento económico y el fortalecimiento de las economías locales, está contribuyendo a la reducción de problemáticas sociales, económicas y psicológicas entre otras.

La inclusión social es la capacidad de reconocer en los grupos sociales diferentes tipos de valor que hay en cada diferencia, es el respeto por la diversidad y el reconocimiento de un tercero vulnerable, con necesidades especificadas que deben ser atendidas para que puedan estar en condiciones de igual y disfrutar de sus derechos fundamentales.

En este sentido, es fundamental tener en cuenta que para superar la pobreza y lograr la inclusión social se necesita aumentar la tasa de participación en la actividad económica y productiva de los miembros de edad activa en cada las familias pobres, además de capacitación, información y servicios relacionado con derechos productivos, acompañados de apoyo a las mujeres en la economía del cuidado a fin de posibilidad su participación laboral. Al respecto, la CEPAL considera que una mayor equidad social en materia de aprendizaje y escolaridad, mejores condiciones habitacionales y una disminución radial en las diferentes formas de desnutrición infantil son elementos prioritarios para mejorar la calidad de vida y el capital humano de la población pobre.

Este trabajo busca definir e implementar un programa de RSE para la empresa tal que ha decidido participar en la búsqueda de una sociedad más equitativa y generadora de oportunidades.

## **1. OBJETIVOS**

### **1.1. OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar la política de RSE para la organización DEXON LTDA, de acuerdo a su objeto e interés social.

### **1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

2. Realizar un diagnóstico de la organización y su interés social.
3. Elaborar la focalización estratégica de la causa social.
4. Estructurar la estrategia RSE interna, RSE externa y la generación de Marketing Social.
5. Elaborar la Política de RSE.
6. Validar y encaminar la Propuesta en la organización Dexon Ltda.

## **2. MARCO TEÓRICO**

El siguiente marco teórico tiene como objeto sustentar la importancia de la responsabilidad social empresarial como política de las empresas a fin de contribuir al desarrollo social y el compromiso ético con las poblaciones vulnerables. Para ello, vamos a mostrar el origen y el desarrollo que ha tenido a nivel mundial para así comprender la importancia de programas sostenibles y el empoderamiento empresarial para trabajar en pro de la solución de las problemáticas sociales, ambientales, económicas conforme a su objeto e intereses.

### **2.1 EL ORIGEN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

La responsabilidad social empresarial, puede ser entendida como un conjunto de políticas, programas, basados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La responsabilidad social empresarial no es un concepto nuevo, después de la segunda guerra mundial se ampliaron los derechos sociales y se evidenció una preocupación global entorno a preocupación de las condiciones aceptables de vida para la población, sin dejar a un lado las bases para la generación de capital.

Es decir, la responsabilidad social es la capacidad que tiene una empresa o una entidad para dar respuesta a los efectos y las implicaciones de sus acciones sobre diferentes grupos con que se relaciona. Por lo tanto, las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza están orientadas a la satisfacción de las expectativas y necesidades de la sociedad y de sus miembros, quienes se benefician de su actividad comercial, así como el cuidado y preservación del entorno.

A manera de conclusión se puede decir que la responsabilidad social empresarial es una visión integral de la sociedad y del desarrollo, en este aspecto es importante tener en cuenta que el crecimiento y la productividad están relacionados con las mejoras de calidad de vida de las personas, además de la vigencia de las instituciones políticas democráticas, los garantes de las libertades y los derechos humanos. Adicionalmente, la responsabilidad social empresarial comprende que el objetivo de las economías es brindar bienestar a la sociedad y que las demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, por lo cual se requiere un compromiso más profundo y exigente por parte de los actores económicos con la sociedad.

Gracias a la responsabilidad social se fortalece la gestión empresarial por medio de prácticas y procedimientos empresariales de sus directivos y demás miembros en las relaciones que tienen con los diferentes grupos de interés, por tanto, implementar la responsabilidad social al interior de las organizaciones permite aumentar la productividad y la rentabilidad, la fidelidad y el aprecio de sus clientes; la confianza y la transparencia con los proveedores; el compromiso y la adhesión de sus empleados, el respaldo de las instancias gubernamentales; la imagen corporativa positiva y la estima de la sociedad, las oportunidades para nuevos negocios, la disminución de los riesgos operaciones, el incremento en la participación del mercado, el mejoramiento de la cultura organizacional, la capacidad de atraer el mejor talento humano, incremento del valor de la empresa, el mejoramiento de la comunidad interna y externa y la confiabilidad de los mercados financieros, así como los inversionistas.

A partir de la década del '60, se aprecia un proceso de concienciación acerca de la temática social, que paulatinamente ha incorporado a científicos, académicos, políticos, organizaciones, empresas, gobiernos, la sociedad civil, comunidades, etnias, culturas y diversos grupos sociales; que de una manera u otra declaran la urgente necesidad de movilizar la actuación humana en función de lograr la solución estos problemas ambientales. Como resultado de este debate ambiental, y del cuestionamiento de modelos de desarrollo imperantes que se orientan predominantemente hacia el crecimiento económico, industrial y tecnológico, y que implican altos costos sociales, económicos, culturales y ambientales vinculados al consumo y manejo irracional e indiscriminado de los recursos del medio, es así que surge como alternativa, la teoría del desarrollo sostenible.



Este concepto adquirió verdadera relevancia en 1987, en Nuestro Futuro Común, Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocido también como informe de la Comisión Brundtland, en la cual se definió el Desarrollo Sostenible como "aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias".

Esto quiere decir que el desarrollo sostenible no es una concepción del todo novedosa. En la historia de la humanidad, numerosas culturas y civilizaciones han reconocido la necesidad de establecer estilos de vida y de relaciones armónicas entre la sociedad, la economía y la naturaleza.

La idea de "la responsabilidad social empresarial", desde finales de los años noventa, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. A partir de ese momento, han ido apareciendo en el contexto internacional diversas experiencias e iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente, que contribuya por tanto, al desarrollo sustentable. "La mayoría de estas recomendaciones, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales". Bull (2004).

En los últimos años han surgido diferentes iniciativas para impulsar la responsabilidad social empresarial como la política interna de las mismas, en este marco se ha desarrollado el pacto mundial de las Naciones Unidas como una propuesta de compromiso ético destinada a que las empresa de todos los países incluyan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Su objetivo es incentivar la creación de una ciudadanía corporativa global que articule los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con las organizaciones internacionales, los proyectos de la ONU<sup>1</sup>, los sindicatos y las organizaciones no gubernamentales.

---

<sup>1</sup> (Unidas, 2009)

El pacto es una herramienta de libre adscripción por parte de las organizaciones laborales y de las empresas, este pacto se sustenta en el compromiso de la implementación de los diez actuales principios el pacto en su estrategia y sus operaciones. De igual forma adquiere el compromiso de dar cuenta a la sociedad de los progresos que realiza en esos procesos de implantación de los diez principios que son:

## 2.2 DERECHOS HUMANOS

**Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional;

**Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

### NORMAS LABORALES

**Principio 3:** Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;

**Principio 4:** Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;

**Principio 5:** Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil;

**Principio 6:** Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

### MEDIO AMBIENTE

**Principio 7:** Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales;

**Principio 8:** Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental;

**Principio 9:** Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

### LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

**Principio 10:** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

## 2.3 FILANTROPIA VS SOCIALMENTE RESPONSABLE

La Responsabilidad Social Empresarial implica una política corporativa comprometida en el tiempo. Es una forma de **acción social duradera**. Por otra parte, la Filantropía no requiere la existencia de ningún tipo de política a mediano o largo plazo.

Al igual que Baltazar Caravedo<sup>2</sup> - que lo que diferencia fundamentalmente los dos conceptos se centra en la presencia de **necesarias conexiones entre la Responsabilidad Social Corporativa y la organización interna y externa de la Empresa**.

Estas conexiones no condicionan la acción filantrópica. Una empresa no necesita modificar su propia organización para emprender acciones filantrópicas.

La Filantropía se caracteriza por ser una acción de caridad. Ella no persigue ningún interés para su autor. En cambio, la Responsabilidad Social Empresarial si busca el mejoramiento del entorno interno y externo de la empresa con **finés estratégicos**: fideliza el cliente, mejorar la imagen de empresa, mejorar la competitividad de la empresa, adaptar la administración empresarial a nuevos contextos, etc.

Sin embargo, debemos también observar que la Filantropía puede revestir una amplia gama de formas entre las cuales podemos distinguir la asistencia, la beneficencia u otras formas. Vale entonces preguntarse en qué condiciones la empresa sistemáticamente recurre a la Filantropía y no asume una forma de Responsabilidad Social.

De esta forma, se puede considerar que la administración empresarial moderna ya no se concentra exclusivamente en definir la empresa como generadora de bienes y servicios, como creadora de empleo y pagadora de impuestos si no que le apunta a un mayor involucramiento en los asuntos de la comunidad.

## 2.4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL ÁMBITO GLOBAL

---

<sup>2</sup> (CEDAL)

La promoción de la responsabilidad social empresarial ocupa un lugar muy importante en la mayoría de las empresas del mundo, ubicándose como el nuevo paradigma de la gestión corporativa, ya que la responsabilidad social empresarial nació como una reacción de el mundo corporativo de la sociedad civil y de otros grupos para hacerle frente a problemáticas como el desarrollo, el cuidado el medio ambiente, la economía y los derechos humanos.

Estas iniciativas se han multiplicado sobre todo en los países Europeos y en Estados Unidos. La tendencia global la podemos sintetizar en la forma como la INTERNACIONAL STANDARED ORGANIZATION - ISO, sistematiza el concepto como; “La responsabilidad social empresarial consiste en una integración balanceada, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales, económicas y ambientales con el propósito de beneficiar a las personas, las comunidades y a la sociedad en general”.

### **Tendencia Europea**

Para la unión Europea la responsabilidad social es entendida como; “La Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores<sup>3</sup>”.

En esta tendencia se puede observar el origen de Un principio de conciliación entre la actividad empresarial y la demanda de la sociedad civil, es decir, es producto de la negociación entre la empresa con sus diferentes grupos objetivos.

### **Tendencia Americana**

La responsabilidad social en Estados Unidos se ha sintetizado en un modelo conocido como empresa ciudadana, entendida como, “una compañía que aplica la ciudadanía corporativa, entiende que su propio éxito está determinado por el bienestar social y por lo tanto toma en consideración el impacto que sus acciones producen en

---

<sup>3</sup> (europea, 2009)

Edith González V.

todos los STAKEHOLDERS, incluyendo empleados, clientes, comunidades, proveedores, y el medio ambiente<sup>4</sup>”.

En este modelo podemos identificar que el énfasis se hace en relacionar el éxito y el futuro sostenible de una empresa con el bienestar social.

### **Tendencia Latina Americana**

En Latinoamérica encontramos una variedad de interpretaciones de la responsabilidad social empresarial, se puede reducir a la filantropía, al pago de impuestos, a la seguridad social o a los mínimos requisitos exigidos por la ley. Es frecuente encontrar la asimilación de la responsabilidad social empresarial con la caridad.

Sin embargo, el instituto ETHOS de Brasil ha desarrollado una definición pertinente para conseguir el desarrollo social en América Latina. Siendo entendida como: “una forma de conducir los negocios, de tal manera que la empresa se convierte en socio responsable para el desarrollo social. La empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diversas partes (accionistas, empleados, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en la planeación de sus actividades, buscando atender las demandas de todos y no solamente de los accionistas o propietarios”<sup>5</sup>.

## **2.5 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA**

Este concepto ha venido tomando mucha importancia en ámbitos empresariales, políticos y académicos, sin embargo, existen esfuerzos e iniciativas insipientes muy distantes del concepto integral de responsabilidad social empresarial. En Colombia se asocia la palabra social con actividades marginales a las operaciones normales de la empresa y se reduce al mínimo cumplimiento de la ley en impuestos o requisitos de seguridad social.

Por lo cual se considera que debe replantearse el rol de la empresa en una sociedad como un acto de justicia y no como un gesto de caridad o de solidaridad o de beneficencia. La responsabilidad social

---

<sup>4</sup> (G., 2009)

<sup>5</sup> (Uribe, 2005)

empresarial no es un adorno, si no una forma de hacer mejor las cosas que compromete el sentido de la empresa y el trabajo directivo.

El crecimiento económico en Colombia no está correlacionado con la eliminación de la pobreza y mucho menos con la desigualdad social, es decir, el desarrollo económico no está incentivando la agenda social. Omitiendo que el aspecto económico es una condición necesaria y no suficiente en cualquier organización humana y para que sea sostenible debe de subordinarse al bienestar social, creando las condiciones para que todas las personas tengan oportunidades para integrarse a la economía.

## **2.6 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA POLÍTICA PÚBLICA**

La responsabilidad social empresarial requiere de un contexto favorable en el cual la sociedad civil y el sector público se articule activamente, desarrollando acciones concretas que permitan promover y fortalecer la responsabilidad social empresarial como un elemento dinamizador del desarrollo del país.

De esta forma, es posible considerar la responsabilidad social empresarial como modelo al interior de las empresas y definida como una forma de entender los negocios que se integran a la estrategia de competitividad corporativa de manera transversal, incluyendo el diálogo con sus grupos objetivo y bajo una lógica de contribución al proceso de desarrollo del país, convirtiéndose en un aliado en potencia del gobierno en la ejecución de políticas públicas que contribuya a la solución de la problemática social.

Teniendo en cuenta que una política pública se refiere a las acciones de gobierno y las intenciones que determinan esas acciones, es decir, la suma de las actividades gubernamentales actúan directa o indirectamente a través de agentes que como tal tienen influencia en la vida de los ciudadanos. De esta forma la política Pública debe responder a las necesidades de la sociedad e incidir para la solución de las mismas.

A partir de una política pública de RSE los agentes gubernamentales y el sector privado pueden trabajar de la mano para generar soluciones a las diferentes problemáticas sociales que se desarrollan en el país. Por lo tanto se hacen necesario una política pública que incentive,

regule, reconozca, y premie aquellos actores que incorporan en su actividad diaria, así como sus proyecciones se debe considerar conforme a los lineamientos de la RSE.

La RSE ha estado presente en las acciones del gobierno y sobre todo en la política pública, ya que hace parte de las agenda de gobierno. Esto se debe a que se considera como una herramienta que ayuda a desarrollar la competitividad nacional si se promueve programas que coordine la inversión nacional así, estrategias de RSE que sean atractivas para los inversionistas extranjeros; además ofrece elementos que incentivan alianzas y sinergias entre los actores públicos, privados y la sociedad civil para lograr los objetivos de la política pública relacionada con el desarrollo sostenible y sustentable.

Por lo cual podemos concluir que la RSE es transversal en el rol que el gobierno asume frente a las situaciones problemáticas de la sociedad, es decir, no es un tema aislado de su accionar y está presente en el proceso de tomas de decisiones. Para lograr este objetivo es fundamental identificar la RSE en las políticas públicas actuales y de esta forma conocer la importancia del tema en el ámbito público.

Es entonces primordial una articulación entre la política pública y la responsabilidad social empresarial por que contiene elementos que permiten que sus acciones sociales sean más eficientes, involucrando al sector privado desde una óptica estratégica y no desde la convencional visión de solidaridad. En este sentido, la RSE puede convertirse en una fortaleza para las políticas públicas y para la empresa privada ya que contribuyen a la solución de las problemáticas sociales y se vuelven eficientes las políticas públicas, así como consolida una imagen positiva de la empresa privada

## **2.7 CAPITAL SOCIAL**

### **¿Qué es el Capital Social?**

El capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. Numerosos estudios demuestran que la cohesión social es un factor crítico para que las sociedades prosperen económicamente y para que el desarrollo sea sostenible. “El capital social no es sólo la suma de las instituciones que configuran una sociedad, sino que es asimismo la materia que las mantiene juntas.” <sup>6</sup>(Banco Mundial)

---

<sup>6</sup> (Mundial)

Siguiendo los autores que más han trabajado el concepto de capital social, se plantea la definición en dos planos de análisis: el estructural que tiene en cuenta las características sociales propias de las formas organizativas y que se representan en la leyes, las formas de comunicación, los sistemas de control y los mecanismos comunitarios de resolución de conflictos y el plano cognoscitivo que se refiere a las normas y valores psicológicos, filosóficos, emocionales que son propios de la comunidad.

JAMES COLEMAN asocia el capital social al agregado de activos que obtiene un individuo para ser parte de una estructura determinada, por su parte autores como ROBERT PUTNAM hacen referencia a las características de la comunidad que facilitan la confianza, la cooperación y la gestión <sup>7</sup>

Es importante caracterizar el capital social teniendo en cuenta la relación que tiene los involucrados; al respecto el autor WOOLCOK (1998) considera que existen tres agrupaciones posibles, en primer lugar se tiene el capital social como un resultado de las relaciones entre los individuos dada su proximidad: Los vecinos, familiares y amigos, debido a las características de esta relación estas son hacia el interior del grupo de referencia y son llamadas "CAPITAL SOCIAL LAZO". En un segundo lugar se hace referencia al capital social denominado "PUENTE" que resulta de relaciones entre grupos similares, en estas relaciones se desarrolla una distribución simétrica del poder entre sus integrantes, es decir prima las relaciones horizontales. Finalmente se considera una tercera forma de relación entre asociaciones, la cual se desarrolla entre grupos diferentes o de diferentes espacios de acción y poder, esta relación se puede denominar como capital social "ESLABON ".

A hora bien el capital social es un recurso materializado en la capacidad de conseguir la acción colectiva, sin embargo este concepto sigue siendo difícil para la comprensión en el análisis social. Con el capital social los individuos pueden alcanzar sus objetivos y los de la comunidad; combinando otros tipos de capital social.

Una fuerte cohesión grupal y sentido de pertenencia son factores fundamentales en el desarrollo de los grupos, es el tipo de capital social donde se da el resultado de los lazos familiares, amistosos o de alguna otra característica que los relaciones con sus pares. Para este tipo de capital social es muy importante la capacidad de establecer puentes entre grupos y no entre los individuos, a demás de eslabonar a los grupos locales con otros grupos fuera de la comunidad.

<sup>7</sup> (Lorenzelli, 2003)



Para que se desarrolle este tipo de experiencias se requiere una dosis importante de cultura de confianza producto de experiencias continuadas de prácticas de cooperación y expectativa de reciprocidad

DURSTON: dice que “ el conjunto de actitudes de confianza y las conductas de reciprocidad y cooperación dentro de una comunidad específica, así como la habilidad de la persona o del grupo por obtener recursos y emprender acciones conjuntas, con el fin de reducir costos de transacción a través de la asociación, de la administración conjunta del uso compartido de bienes de la obtención y difusión de información, de la reivindicación, etc., por medio de sus lazos y redes sociales” (DURSTON, 2001).

El capital social es un concepto en creciente aplicación en los estudios sobre el desarrollo ya que se refiere a una realidad menos tangible que el capital humano (conocimientos) o el capital físico (bienes materiales), pero decisivo para la actividad productiva, la satisfacción de las necesidades personales y el desarrollo comunitario. El capital social está constituido por ciertos recursos de las personas derivados de sus relaciones sociales, estos recursos son utilizados por las personas con herramientas con las que puede incrementar su capacidad de acción, satisfacer sus objetivos y sus necesidades.

Durston considera que a partir del principio de reciprocidad se puede identificar diferentes tipos de capital social conforme a la forma en que se relaciona los diferentes componentes. Según esto se pueden diferenciar los diferentes tipos de capital social:

1. Capital social individual entendido como el conjunto de relaciones que construye una persona para su beneficio individual, sustentado en la satisfacción de las preferencias de cada individuo.
2. Capital social colectivo: aparece a nivel de grupo cerrados y relativa mente estable, regulado por relaciones jerárquicas, busca satisfacer las preferencias de todos sus integrantes pero privilegiando a sus dirigentes.
3. Capital social comunitario: comprende redes más complejas debido a número de integrante y los objetivos que persiguen.

Demanda la cooperación coordinada y cuenta con un conjunto de normas compartida.

4. Capital social negativo: las redes sociales pueden perseguir intereses que restrinjan el acceso de extraños a las comunidades y privilegiar el acceso a los recursos.
5. Capital social externo: se refiere a los diferentes actores externos a la comunidad, ya sean personas u organizaciones, que buscan su vinculación con los procesos que adelanta la comunidad para generar un impacto positivo.

### 2.7.1 MEDICIÓN DE CAPITAL SOCIAL

Para medir el capital social no existe una única ni verdadera medida debido a que existen amplias definiciones del capital social, las cuales incluyen diferentes niveles y unidades de analices. Además, se han diseñado pocas encuestas a largo plazo a fin de medir el capital social, esto ha llevado a que los investigadores reúnan índices con elementos aproximados; en este sentido el Banco Mundial consideran índices como la medida de confianza en el gobierno, los índices de intención de voto, el índice de participación en organizaciones cívicas y el número de horas de voluntariado.

Medir el capital social puede ser considerado como una ardua tarea, sin embargo, diferentes estudios han determinado útiles variables numéricas de capital social mediante el uso de diferentes tipos de metodologías de investigación cualitativa, comparativa y cuantitativa.

**Estudios Cuantitativos:** Knack y Keefer (1997) usan indicadores de confianza y normas cívicas empleados en la Encuesta Mundial de Valores, que incluye una muestra de 29 economías de mercado. Se utilizan estas medidas como indicadores de la fortaleza de las asociaciones cívicas a fin de probar dos propuestas distintas sobre los efectos del capital social en el crecimiento económico: los “efectos Olson” (asociaciones de crecimiento restringido) y los “efectos Putnam” (asociaciones que facilitan el crecimiento a través de un incremento de la confianza). Ingelhart (1997) ha realizado el trabajo más extenso sobre las implicaciones de los resultados de la Encuesta Mundial de Valores para las teorías generales de la modernización y el desarrollo.

Temple y Johnson (1998) ampliaron los trabajos previos de Adelman y Morris (1967) usando la diversidad étnica, la movilidad social y la extensión de los servicios telefónicos en varios países del África subsahariana como ejemplos de densidad de las redes sociales. Combinaron algunos elementos relacionados con un índice de "capacidad social" y mostraron que esto puede explicar una cantidad significativa de variantes en las tasas de crecimiento económico nacional.

**Estudios Comparativos:** En su investigación que compara el Norte y el Sur de Italia, Putnam (1993) examina el capital social en términos del grado de participación de la sociedad civil como medida del número de votantes, lectores de periódicos, miembros de grupos corales y clubes de fútbol, y confianza en las instituciones públicas. El norte de Italia, donde todos estos indicadores son altos, muestra tasas significativamente más elevadas de gobernabilidad, de rendimiento institucional y de desarrollo, aún cuando se controlan otros factores ortodoxos.

**Estudios Cualitativos:** Portes y Sensenbrenner (1993) examinan lo que sucede en las comunidades de inmigrantes cuando uno de sus miembros tiene éxito económico y desea abandonar la comunidad. Sus entrevistas revelan las presiones que los fuertes lazos comunitarios pueden ejercer sobre sus miembros; tan fuertes son esos lazos que algunos de sus miembros han cambiado sus nombres al inglés para liberarse de las obligaciones asociadas a su pertenencia a la comunidad. Se debe tener en cuenta que la creación de condiciones que ha permitido que los grupos sociales subordinados organizarse en torno a sus intereses colectivos. Sin embargo, el estado sido hostil a la inversión extranjera y al mantenimiento de la infraestructura, haciendo difícil para una población saludable y bien educada traducir su capital humano en una mayor prosperidad económica.

## 2.8 EMPODERAMIENTO

Cuando nos referimos a empoderamiento hacemos alusión al poder, a la adquisición de poder. Por lo cual, los estudios del empoderamiento y la superación de la pobreza toman como punto de partida la idea de que la causa de la pobreza no solo está vinculada con la falta de ingresos sino que se necesita como condición un grado de poder, es decir, hacerse de habilidades, de capacidades y de destrezas. Estas no solo se refieren al conocimiento de cierta tarea sino que incluyen experiencias exitosas en la gestión de recursos, conocimiento de

derechos y obligaciones. De esta forma, se considera que el empoderamiento se da por medio de la experiencia y no solo a través de la capacitación.

La relación que se plantea entre el empoderamiento y la superación de la pobreza es que una persona empoderada puede aprovechar mejor las oportunidades que existan para superar la pobreza. Al respecto, la visión que pone énfasis en la generación de oportunidades desde el ámbito estatal y privado, conociendo las limitaciones estructurales y las formas de darle una solución oportuna, acompañada de habilidades y destrezas que tienen los individuos para aprovechar oportunidades.

Cuando se considera el desarrollo desde el enfoque del empoderamiento se deben crear las condiciones para que los individuos puedan aumentar su autoridad y poder sobre los recursos y las necesidades que tienen incidencia en su vida. En este sentido, el Banco Mundial considera: *“A medida que los pobres comienzan realmente a escoger, va incrementado el control sobre sus propias vidas. Las opciones de los pobres son extremadamente limitadas, tanto por la falta de recursos, como por el poco poder que tienen para negociar mejores prestaciones con una serie de instituciones, tanto formales como informales. Debido a esta falta de poder que se halla intrínseca a la naturaleza de las relaciones institucionales, definir empoderamiento desde un punto de vista institucional es apropiado en el contexto de reducción de la pobreza...”* (2003).

De esta forma se considera que la libertad de elección y de acción se encuentra muy reducida en la población que está en condiciones de pobreza, gracias a la carencia de participación y de poder respecto al Estado y al mercado. Comprendiendo que la población pobre tiene poca capacidad de influencia, de control, de negociación y de participación en las instituciones que tienen incidencia en sus vidas. Es entonces a partir de este análisis que se permite generar las condiciones de superación de la pobreza y la creación de procesos de empoderamiento<sup>8</sup>.

### **2.8.1 POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

Las políticas de RSE deben de ir proyectadas a la contribución de la Compañía al desarrollo sostenible donde se materializa mediante

---

<sup>8</sup> (Naraya, 2002)

acciones éticas, que atienden las necesidades y las expectativas de sus grupos de interés.

El objetivo empresarial es generar riqueza y bienestar para la sociedad, donde la Compañía adopta una ética empresarial responsable cuya formulación se recoge a estos diez principios:

- CUMPLIR la legalidad vigente en los países en los que opera, adoptando, de forma complementaria, normas y directrices internacionales allí donde no exista un desarrollo legal adecuado.
- 
- ADOPTAR prácticas avanzadas en acciones corporativas, basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua con accionistas e inversores.
- 
- RESPETAR todos los derechos humanos y, en especial, aquellos que atentan al colectivo de trabajadores, rechazando el trabajo infantil y el forzoso u obligado.
- DESARROLLAR un marco favorable de relaciones laborales basado en la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto a la diversidad, promoviendo un entorno seguro y saludable, facilitando la comunicación con el equipo humano.
- 
- DESARROLLAR, procesos transparentes, con objetivos imparciales con los proveedores, facilitando a los usuarios toda la información relevante sobre los productos y servicios comercializados.
- 
- POTENCIAR una cultura de respeto al entorno natural, reduciendo el impacto ambiental de las actividades de la Compañía, defendiendo la biodiversidad y fomentando la información y formación en esta cultura.
-

- FAVORECER la transparencia y las reglas de libre mercado, rechazando las prácticas de soborno, corrupción u otro tipo de contribuciones con la finalidad de obtener ventajas empresariales, respetando las reglas de la libre competencia.
- 
- PROMOVER actuaciones socialmente responsables en aquellas empresas en las que se disponga de capacidad de gestión o de poder accionar a través de los procesos de selección y contratación.
- 
- IMPULSAR las vías de comunicación y diálogo con los diferentes colectivos relacionados con las actividades de la empresa, para alcanzar una sintonía entre los valores empresariales y las expectativas sociales.
- 
- DIFUNDIR información relevante y veraz sobre las actividades realizadas, sometiéndola a procesos de verificación internos y externos que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.

### **La Responsabilidad Social Empresarial Vista desde la Corporación**

La Responsabilidad Social Empresarial, significa un cambio grande en la empresa, en su desarrollo, en su visión y en la estrategia que trae grandes beneficios para la misma. Desde la perspectiva del Empresario, el convertir las decisiones en ganancias, la RSE genera valores agregados que se mencionan a continuación:

- **INNOVACIÓN.**

Genera innovación porque cambia el modelo de relaciones en la empresa, los objetivos dejan de maximizar los beneficios y el valor para los accionistas, generando valores y beneficios suficientes para todas las partes. También sustituye los objetivos individuales en conflicto por objetivos de grupo de tipo solidario.

Transforma el concepto de la empresa, de un ente jurídico/abstracto a un ente social, al igual que cambia las bases conceptuales del mercado.

- **TRANSPARENCIA.**

La RSE aplica los modelos de información empresarial que reflejan la triple dimensión económica, social y medioambiental. Se parte de que la información va dirigida a todos los grupos de interés y no solo a los accionistas y analistas financieros. La información tanto la cualitativa y la cuantitativa es totalmente voluntaria.

- **EFICIENCIA Y RENTABILIDAD.**

La RSE ayuda a reducir los costos al mejorar los procesos productivos, mediante la disminución de gases contaminantes, la reducción de desperdicio lo que conlleva reducción del consumo de energía. Por otra parte, al interesarse por los empleados reduce el ausentismo, aumenta la retención de talento con lo que reduce costos de despido y control.

Incrementa las ventas al generar fidelidad del cliente, aumentando los resultados económicos y volviendo a la empresa más atractiva al ser una inversión socialmente responsable.

- **DESARROLLO SOSTENIBLE.**

La RSE genera desarrollo sostenible porque va de acuerdo el modelo de desarrollo que busca compatibilizar la explotación racional de recursos naturales; eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano, y los procesos productivos en particular, esto hace satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro las generaciones futuras<sup>9</sup>.

- **CONFIANZA Y SEGURIDAD.**

---

<sup>9</sup> (INCONTEC, 2008)

Por si misma, la preocupación por satisfacer las necesidades de los distintos grupos de interés reporta confianza de todos ellos.

- **REPUTACIÓN Y LEGITIMIDAD<sup>10</sup>.**

La reputación corporativa es el reconocimiento público alcanzado, expresión, en cierta medida, de legitimidad social. Es algo muy valorado entre las compañías modernas.

### **Comportamiento Socialmente Responsable**

A continuación se darán ejemplos del comportamiento socialmente responsable de los clientes o la responsabilidad social que se debe tener en cada ámbito, ya que la RSE no es solo algo teórico, sino que se debe llevar a la práctica.

#### ***Clientes, Proveedores y Competidores***

- Productos y servicios de calidad, seguros, fiables y a precios razonables.
- Realización de encuestas de satisfacción a los clientes.
- Selección justa y responsable de proveedores (sin comisiones ilegales).
- Relaciones de "*ganar-ganar*" con los proveedores, evitando condiciones de pago que pongan en peligro la solvencia financiera de éstos.
- Colaboraciones y alianzas con competidores, para reducir costos, rebajar precios y ofrecer nuevos productos y servicios imposibles de producir en solitario.

#### ***Empleados<sup>11</sup>***

- Aprendizaje continuo a todos los niveles.
- Delegación y trabajo en equipo, buscando la motivación y autorrealización.
- Transparencia y comunicación interna entre todos los niveles de la organización.

<sup>10</sup> (INCONTEC, 2008)

<sup>11</sup> (INCONTEC, 2008)



- o Balance adecuado entre trabajo, familia y ocio.
- o Diversidad de la fuerza laboral (etnias, edad, sexo, discapacidad)
- o Salarios justos, con políticas de retribuciones coherentes y transparentes.
- o Igualdad de oportunidades y procesos de contratación responsables.
- o Participación en beneficios y en el capital por parte de los trabajadores, que fomente el compromiso con la gestión y la marcha de la empresa.
- o Empleabilidad y perdurabilidad en el puesto de trabajo, buscando el desarrollo del puesto y de la persona.
- o Seguridad e higiene en los puestos de trabajo.
- o Responsabilidad en los procesos de reestructuración por los posibles daños colaterales a los distintos grupos de personas empleadas.

### ***Accionistas***

- o Retribución suficiente del capital a través del valor de las acciones y los dividendos.
- o Transparencia informativa sobre gestión y resultados, sin artificios contables que oculten la verdadera situación de la empresa.
- o Inversiones éticas, evitando inversiones poco transparentes y de dudosa solvencia que pongan en peligro la reputación y el futuro de la empresa.

### ***Comunidad y el Medio Ambiente***<sup>12</sup>

- o Desarrollo de la Comunidad a través de la generación de empleos, salarios, ingresos de impuestos, atracción del talento y riqueza.
- o Preservación del medio ambiente, reduciendo el consumo de recursos naturales (evitando el despilfarro energético) la

---

<sup>12</sup> (INCONTEC, 2008)

polución y vertidos.

- o Colaboración con proyectos comunitarios (acción social) a través de la formación gratuita, patrocinios, etc.

### ***Sociedad en General***<sup>13</sup>

- o Participando activamente en la divulgación de la responsabilidad social empresarial, a través de las redes corporativas nacionales e internacionales.

## **2.9 QUÉ VENTAJAS BRINDA LA RSE PARA LA EMPRESA**

Estimula la productividad de los trabajadores:

Distintos estudios han comprobado que, por ejemplo, iniciativas empresariales para cuidar a los niños de trabajadores contribuyen a estimular la productividad de los trabajadores (en la medida que los casos de estrés y de depresión disminuyen) Estos programas ayudan también a luchar contra el ausentismo de estos trabajadores y las interrupciones de trabajo. Otros estudios han evaluado el impacto positivo sobre la productividad de los trabajadores de las políticas empresariales que introducen o mejoran la flexibilidad de los horarios de trabajo en la empresa, la salud y el bienestar de los trabajadores, y el respeto de la diversidad en el lugar de trabajo.

Asegura mayor satisfacción de los clientes

En primer lugar, debemos señalar que existen políticas empresariales (habitualmente bajo la forma de códigos de conducta) que apuntan directamente a la satisfacción del cliente, describiendo ciertos estándares de calidad para los productos, normas de conducta ética, la privacidad de los datos personales, integridad del personal En segundo lugar, indirectamente, las empresas que mejoran su funcionamiento social interno aseguran en la mayoría de los casos un servicio más adaptado a lo que pide el cliente. Así, es evidente que las empresas que practican horarios flexibles, puedan mejorar el servicio a los clientes ofreciendo mayores horarios de atención al cliente.

Mejora la imagen y reputación de una empresa

---

<sup>13</sup> (INCONTEC, 2008)

Cuando el público se informa por medio de la prensa que una empresa recurre al trabajo infantil, no respeta los derechos fundamentales de los trabajadores, cae en casos de financiamiento oculto de partidos políticos o tiene practicas desleales, resulta habitualmente una fuerte depreciación de su imagen y reputación pública. Al contrario, varios estudios han destacado la preferencia de los consumidores por las empresas comprometidas en el respeto de valores medioambientales o sociales. Ahora no cabe duda que los resultados de las empresas dependen a menudo de la reputación e imagen que ellas gozan.

#### Disminución de los costos

La flexibilidad en las condiciones de trabajo permite una reducción del espacio del trabajo y consecuentemente reducir costos de arriendo. Las políticas para el bienestar y la salud de los empleados generan también reducción de ciertos costos. Estos costos son: las visitas a médicos, medicación, estadía en hospital, etc.

#### Cumplimiento de las leyes y reglamentos

Las empresas que contemplan políticas sobre la diversidad y tienen sistemas de resolución de conflictos relacionados con la discriminación, según lo que indica el Instituto Business For Social Responsibility, reducen su riesgo de ser perseguidas judicialmente y de deber pagar multas millonarias<sup>14</sup>. Las empresas responsables pueden reducir otros riesgos de persecución y sanción legal en materias penales, medioambientales, laborales, monopolísticas, etc.

## **2.10 LINEAMIENTOS PARA LA IMPLANTACIÓN Y GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

A continuación se van a exponer los lineamientos necesarios para formular una política que oriente las acciones de una gestión socialmente responsable:

Identificar y conocer las expectativas de las partes interesadas (STAKEHOLDERS) y la comunicación entre ellas.

Tener en cuenta las consideraciones éticas para el accionar de las organizaciones en la relación con las partes interesadas (STAKEHOLDERS).

---

<sup>14</sup> (Responsibility)

Establecer un compromiso para cumplir con la legislación vigente y otros compromisos que sean aplicables a la organización.

Desarrollar un compromiso con el mejoramiento del enfoque socialmente responsable de la gestión.

### **2.11 PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

Para pasar de los principios a la implementación es necesario que la organización ejecute prácticas alineadas con los siguientes parámetros:

Proporcionar el marco de referencia para definir objetivos metas de una gestión socialmente responsable.

Evidenciar el compromiso con el mejoramiento de la gestión

Ser divulgada

Estar disponible para las partes interesadas (STAKEHOLDERS), y ser revisada periódicamente para evaluar su pertinencia e impacto.

Las organizaciones deben orientarse a relaciones mutuamente beneficiosas con sus partes interesadas (STAKEHOLDERS), para lo cual se deben implementar procesos de diálogo y construcción de consensos sobre las expectativas y los intereses que consideran la organización y cada parte interesada (STAKEHOLDERS). Por ejemplo: grupos focales, encuestas, anuncios públicos sobre el proceso e invitaciones directas para indicar su interés en particular.

Una vez identificadas las partes interesadas (STAKEHOLDERS) la organización debe priorizar sus intereses, es común que la organización comience a involucrar algunas de sus partes interesadas (STAKEHOLDERS) más relevantes, de esta forma se comienza a desarrollar la confianza entre las partes, construyéndose un vínculo de desempeño y transparencia que requiere procesos de comunicación respecto de los asuntos comunes entre las partes.

### 3. DIAGNÓSTICO

Para una planeación estratégica socialmente responsable se debe realizar un diagnóstico de las relaciones de la organización con sus partes interesadas en el ámbito interno y externo, con el objetivo de crear valor de una forma sostenible.

Una vez identificados y establecidos las relaciones con las diversas partes interesadas se deben establecer una línea de base de la situación de estas relaciones a la luz de los principios de la responsabilidad social de la organización.

Al interior de la organización se aconseja analizar las relaciones con los dueños y accionistas, con los directivos y con sus empleados. Externamente se recomienda estudiar las relaciones con la cadena de valor de la organización en la cual se encuentran los proveedores, los distribuidores, los competidores, los usuarios, y la comunidad que constituye el entorno de la organización; además se debe tener en cuenta aquellas instituciones del estado y otras organizaciones que represente los intereses de la sociedad civil<sup>15</sup>.

Con el diagnóstico se obtienen los datos necesarios para desarrollar un plan de acción de la responsabilidad social, donde se incluyan los objetivos y las actividades concretas dentro del proceso de estandarización de las relaciones con cada parte interesada.

La metodología para hacer el diagnóstico debe escogerse conforme al tipo de organización y su objeto social, se recomienda conjugar metodologías cuantitativas y cualitativas.

#### 3.1 PLAN DE ACCIÓN

Una vez realizado el diagnóstico, documentados y sistematizados sus resultados se debe proceder a desarrollar la gestión de la organización. Para lo cual se aconseja confrontar los resultados del diagnóstico de la situación de la organización frente a cada una de las partes interesadas con los principios éticos o valores que la organización considera como básicos para orientar la toma de decisiones.

---

<sup>15</sup>

(INCONTEC, 2008)

Por lo tanto, el plan de acción debe referirse al conjunto de programas que deben desarrollarse dentro y fuera de una organización con el fin de realizar una gestión socialmente responsable. Este proceso debe acompañarse de la evaluación de los indicadores y criterios de gestión identificados y creados para el diagnóstico.

Finalmente se recomienda una decisión capaz de conjugarse con mecanismos participativos que contribuyan a crear el sentido y los planes para ajustar el conjunto de procesos de la organización a los fines de la responsabilidad social.

### 3.2 LA ACCIÓN SOCIAL

Es que la sociedad empieza a tener conciencia de que el papel de la empresa debe de cambiar, su expectativa en relación a la labor que esta desempeña, y la relación que mantiene con ella, está cambiando.

El profesor James Austin, profesor de Harvard Business School, la "inversión en materia social, genera una ventaja competitiva<sup>16</sup>", esto es, la creación de valor no solo económico, sino también Social de las empresas.

Una forma de relación de la empresa con la sociedad, es a través de organizaciones civiles, de las cuales despliegan lo que denominamos su "ACCION SOCIAL".

**Causa Social:** es la acción organizada realizada por un grupo, que denominamos agente de cambio, con el objetivo de convencer a otros que llamamos los destinatarios, de que acepten modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, prácticas o conductas.

---

<sup>16</sup> (Austin, 2005)

## **4. MARCO METODOLÓGICO**

### **1.1. CONTEXTUALIZACIÓN**

#### **DEXSON LTDA**

Está funcionando en el mercado durante más de 15 años se han perfeccionado constantemente en productos y procesos productivos, invirtiendo recursos en investigación y desarrollo para obtener las mejores características en todos los productos.

La calidad en todos los aspectos ha sido siempre el objetivo primordial, de modo que el mercado reciba un producto excelente.

#### **MISIÓN**

DEXSON es una compañía fabricante y comercializadora de productos para energía, telecomunicaciones e industria que se caracteriza por suministrar oportunamente productos de Alta Calidad a bajos precios con el fin de obtener la preferencia continúa de los usuarios.

#### **VISIÓN**

DEXSON será en el 2012 el número uno del continente Americano presentando más y mejores productos, utilizando tecnología de punta, con un recurso humano especializado y dentro de una cultura de mejoramiento continuo.

#### **POLÍTICA DE CALIDAD**

En DEXSON, todos responsables de obtener y conservar la preferencia de clientes mediante el suministro de productos de calidad superior, acompañados de un servicio oportuno y cordial, precios bajos

derivados de la perfección continúa de los procesos, productos y el compromiso de nuestros proveedores.

El recurso humano de DEXSON es formado bajo su cultura corporativa haciendo énfasis en su desarrollo personal y profesional.

La relación con los clientes, proveedores, funcionarios y los distintos gobiernos es orientar al estricto cumplimiento de las normas legales.

Para mejorar su entorno DEXSON quiere apoyar el desarrollo de programas de la protección a la infancia, como parte de su compromiso con la sociedad.

## **1.2. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA**

La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las relaciones, las actividades, los asuntos, medios, los materiales o instrumentos en una situación o problema. Por tanto la investigación cualitativa se orienta a descubrir el significado de las acciones sociales, de acuerdo a Max weber llamado el coeficiente humanístico de dichos fenómenos.

De acuerdo a FRAENKEL y WALLEN (1996) exponen cinco características básicas que describen este tipo de estudios:

1. El ambiente natural y el contexto que se da en el problema es la fuente directa y primaria, por lo cual la tarea del investigador constituye ser el instrumento clave en la investigación.
2. La recolección de información es en su mayoría verbal.
3. Los investigadores tiene en cuenta tanto los procesos como los resultados.
4. El análisis de los datos se desarrollan de modo inductivo.
5. Se centra en saber cómo los sujetos en una investigación piensan y qué significado tiene sus preceptivas en el tema que se investiga.

### **4.2.1 PROCESO DE INVESTIGACIÓN**

**1.** identificación del problema a investigar: una vez identificado el problema este se puede ir reformulando a medida que se desarrolla la investigación en sus inicios



2. identificación de los participantes: se selecciona una muestra conforme a los propósitos y objetivos de la investigación
3. la formulación de hipótesis: a diferencia de los estudios cuantitativos las hipótesis no se formulan al comenzar la investigación si no que surgen al cabo que se desarrolla la investigación. La hipótesis puede ser modificada, remplazadas o descartadas en el proceso.
4. recolección de los datos: los datos se van recogiendo durante toda la investigación.
5. el análisis de los datos: se refiere a la síntesis e integración de la información que se obtiene de diferentes instrumentos y medios de observación. Se realiza un análisis descriptivo que pretende lograr una interpretación detallada del problema de investigación.
6. conclusiones: resultan durante el proceso de investigación, por lo cual en el estudio cualitativo las conclusiones se reformulan a medida que se vayan interpretando los datos.

Por lo tanto, la investigación cualitativa busca cuestionar lo que es incuestionable desde la investigación cuantitativa, se trata de entender las visiones que existen, desde la óptica de los actores y sus realidades objetivas<sup>17</sup>. De esta forma se deben considerar los siguientes principios que hacen parte de la investigación cualitativa:

- ❖ El conocimiento es una producción interpretativa y constructivista, es decir el sujeto produce ideas en el proceso de investigación.
- ❖ La producción de conocimiento tiene un carácter interactivo el cual reivindican la importancia del contexto.
- ❖ La singularidad es un nivel legítimo de conocimiento ya que se constituye como una realidad diferenciada en la historia de constitución del individuo.
- ❖ Las herramientas más utilizadas en la investigación cualitativa son:
- ❖ Los métodos etnográficos: aquella en la cual se combinan los métodos de la investigación participativa y las no participativas con el objetivo de lograr una descripción e interpretación

---

<sup>17</sup> (Soruto, 2002)

holística del problema a investigar. La idea central de esta herramienta es documentar todo tipo de información que se presenta en una situación o escenario determinado, a demás se observa y se lleva a cabo entrevistas tratando de obtener el mínimo de detalle de lo que está investigando.

- ❖ La observación participante: es aquella en la cual el investigador participa dentro de la situación del problema.
- ❖ Observación no participativa: aquella en la cual el investigador observa y toma datos, es decir, hace uso de un método de observación natural
- ❖ El análisis de contenido: Un conjunto de métodos y procedimientos de análisis de documentos que pone énfasis en el sentido del texto. Establece dos grados de complejidad, descriptivo e inferencia, y recurre a técnicas de análisis tanto cuantitativas como cualitativas.
- ❖ El análisis del discurso: un enfoque crítico de los problemas sociales, el poder y la desigualdad<sup>18</sup>. El estudio del discurso pretende formular teorías sobre las tres dimensiones que lo componen: el uso del lenguaje (estructuras del texto y la conversación), la comunicación de creencias (cognición) y la interacción en situaciones de índole social, muestra como el referente idóneo para estudiar las instituciones sociales y políticas, las organizaciones, relaciones de grupo, estructuras, procesos, rutinas y muchos otros fenómenos en sus manifestaciones más concretas
- ❖ Grupos focales: es una de las técnicas para recopilar información de los métodos cualitativos de investigación. Un grupo focal puede definirse como una discusión cuidadosamente diseñada para obtener las percepciones sobre una particular área de interés (Krueger, 1991).
- ❖ Las entrevistas a profundidad es una entrevista amplia y poco estructurada en la que el entrevistador formula muchas preguntas y busca respuestas profundas
- ❖ La investigación acción: de investigación para enlazar el enfoque experimental de la ciencia social con programas de acción social que respondan a los problemas sociales principales. Mediante la investigación-acción se pretende tratar

---

<sup>18</sup> (Dijk, 2001)

de forma simultánea conocimientos y cambios sociales, de manera que se unan la teoría y la práctica.

### 1.3. VARIABLES

Las variables son los ejes que guían y modelan los procesos de investigación, ellas constituyen el principio ordenador para identificar, definir y recolectar la información tanto primaria como secundaria. A través de esta bitácora el investigador logra darle un marco conceptual y un límite metodológico a la respectiva comprobación del problema de investigación.

**Stakeholders:** Se refiere a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa, estos son los grupos de interés con los que interactúa DEXSON.

**Causa Social:** es la acción organizada realizada por un grupo, que denominamos agente de cambio, con el objetivo de convencer a otros que llamamos los destinatarios, de que acepten modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, prácticas o conductas, y este es una de los intereses de DEXSON para trabajar por un compromiso social

**Reputación y Confianza:** Es la imagen de las empresas que se relacionan con los aspectos éticos y sociales de sus actuaciones y no sólo con sus resultados financieros, de esta forma es que los grupos de interés de DEXSON lo reconocen en el mercado, en su ámbito laboral y con sus proveedores.

### 1.4. HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

#### 1. *Entrevista:*

La entrevista es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa. Se podría considerar como entrevista a la conversación que pueden tener dos personas para comunicarse y tener información de la otra y viceversa.

Muestra: Los 3 gerentes de la organización

Formato:

## **Stakeholders**

- ¿Cuánto tiempo lleva su organización en el mercado?
- ¿Cuáles han sido los principales retos que ha debido superar la organización para mantenerse y posicionarse en el mercado?
- ¿Cuáles son los grupos de interés o stakeholders de la empresa? (competencia, clientes, proveedores y los empleados)
- ¿Qué opina usted de la Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿Qué empresas de la competencia, conoce usted, que tengan procesos de responsabilidad social?
- ¿Cuáles son las políticas de recurso humano frente a Bienestar, cualificación y permanencia de la organización?
- ¿Cuáles son sus estrategias para fidelizar al cliente interno (empleados)?

### **1. Reputación y Confianza**

- ¿Cuál considera usted que es la reputación que tiene la compañía en el sector, es decir cómo la reconocen sus grupos de interés (competencia, clientes, proveedores y los empleados)?
- Describa las características que hacen de su producto y compañía una de las mejores en el mercado.

### **2. Causa Social**

- Si la compañía pensará en implementar un programa de Responsabilidad Social, ¿Cuál cree usted que debería ser la población a la que se debería ayudar?
- Esa ayuda, ¿Cómo la realizaría a través de programas, a través de donaciones, o pensaría en implementar una oficina dentro de su estructura organizacional?.
- Ustedes en este momento ayudan o tienen un compromiso social que se encuentren ejecutando con alguna comunidad vulnerable.

- ¿La compañía ha recibido información o capacitación sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial?
- En este momento la compañía ha establecido alianzas o convenios de cooperación con entidades públicas o privadas? ¿Cuáles y para qué?

## 2. Diarios de Campo:

Diario de Campo es como el cuaderno de navegación donde se registra todo aquello susceptible de ser interpretado como hecho significativo en el proceso de investigación. Así ha de ser considerado, en primer lugar como una herramienta para sistematizar experiencias, de ahí su utilidad como registro de información necesaria para la elaboración y análisis de resultados.

### Formato

Código \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_

Actividad: \_\_\_\_\_

Participantes: \_\_\_\_\_

Descripción:

---

---

---

---

Notas Metodológicas

---

---

---

---

### **3. Encuesta:**

Es un conjunto de preguntas con respuesta múltiple y cerrada dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Muestra: Los 3 gerentes de la organización

Formato:

- Stakeholders
  
- La organización tiene políticas de bienestar con los empleados  
Si\_\_\_ No\_\_\_
  - o ¿Cuáles?
  - o Económicas
  - o Familiares
  - o Programas de formación
  - o ¿Otra Cuál?
  
- Usted ha participado en actividades extra laborales  
Si\_\_- No\_\_\_
  - o ¿Cuáles ?
  - o Sociales
  - o Deportivas
  - o ¿Otra Cuál?\_\_\_\_\_

- Mida su grado de satisfacción como empleado de la organización:
  - a. Muy satisfecho
  - b. Medianamente satisfecho
  - c. Poco satisfecho
  - d. Reputación y Confianza
  
- ¿Usted confía en la organización?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

- A usted le gusta trabajar en esta empresa por:
  - o Estabilidad Laboral
  - o Escala salarial
  - o Posibilidad de ascensos
  - o Otra Cuál
  - o Ninguna de las anteriores

### **Causa Social**

- Usted conoce alguna labor social que esté desarrollando la empresa:

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

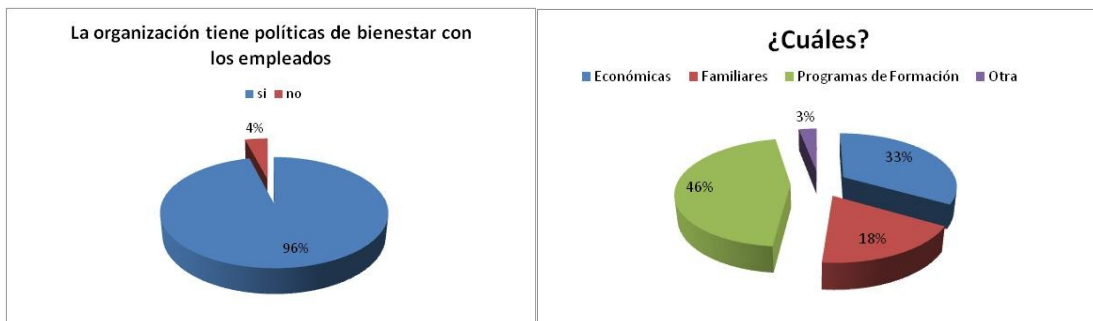
- ¿Si la organización decidiera realizar acciones sociales, a que población considera usted que debería ayudar?
  - o Infancia
  - o Madres cabeza de familia
  - o Adulto Mayor
  - o Familias en situación de pobreza

- o OtraCuál? \_\_\_\_\_

## 1.5. TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tabular es un proceso a través del cual se sistematiza la información primaria para obtener datos estadísticos y cualitativos que sustenten el análisis del investigador.

### 1. Encuestas



El 96% de los empleados de DEXSON encuestados afirman que la empresa cuenta con políticas de bienestar y solo el 4% dicen no conocerlas. Estas políticas son reconocidas de la siguiente forma:

En primer lugar encontramos los procesos de formación con un 46%. Estos procesos son informales, es decir que lo realizan los colaboradores entre sí a manera de inducción entre compañeros para el manejo de máquinas la mayoría de las veces. En segundo lugar están las retribuciones económicas con un 33% porque la organización tiene servicios de crédito para sus empleados; el 18% se le brinda a las políticas de bienestar porque los colaboradores de la organización afirman que tienen tiempo para compartir con su familia y el 3% restante corresponde a actividades intermitentes como fue la realización de cursos de aeróbicos que en algún momento la empresa ofreció pero que no se continuo con el mismo en el tiempo.

Realmente frente a las observaciones realizadas por los encuestados se puede analizar un alto agradecimiento de los mismos hacia la organización pero la empresa no cuenta con políticas institucionales claras frente al bienestar sino que éstas son acciones esporádicas que podrían mantenerse o no en el tiempo.



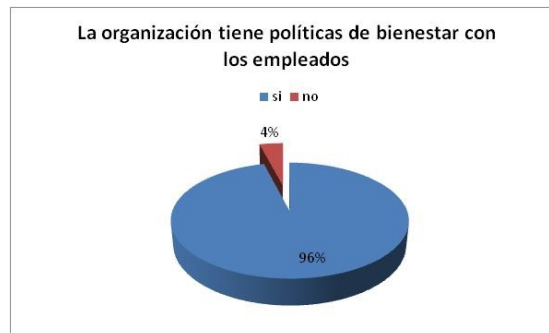


En la gráfica de actividades extralaborales el 79% de los encuestados afirma que ha participado en ellas, el 21% restante que respondieron no es porque hasta ahora entraron a la organización o porque definitivamente no asistieron. Las actividades que tienen mayor porcentaje son las deportivas y sociales, entre ellas encontramos la celebración de los cumpleaños, la fiesta de los niños y la integración a final de año.

Los encuestados a partir de las observaciones que dieron a sus respuestas demuestran que existe una confusión entre las políticas de bienestar y las actividades extralaborales, esto a razón de que ninguna de las dos ha sido institucionalizada por la organización entonces las acciones se vuelven percepciones que van cambiando de acuerdo a las decisiones de la gerencia.



El grado de satisfacción de los colaboradores que fueron encuestados muestra una alta satisfacción el 58%, medianamente satisfecho el 38%, que es una cifra alta, y el 4% restante poco satisfecho. Estas cifras muestran que la mitad de la organización está satisfecha y un 42% no se encuentra totalmente satisfecho, lo cual al compararlo con las primeras cifras resulta poco coherente porque las políticas de bienestar cuentan con un 96% de reconocimiento y las actividades extra laborales un 79% que son elementos para medir el clima organizacional; así que resulta extraño que con este alto reconocimiento las personas no tengan un alto grado de satisfacción podría concluirse que los colaboradores no tienen claridad frente a las políticas organizacionales desde el Talento Humano sino que su comprensión organizacional sólo estuviera centrada en el esquema de trabajo y de producción.



Estas tres gráficas al contrastarse muestran la percepción de los colaboradores frente a la organización porque la pregunta de confianza y políticas de bienestar tienen exactamente los mismos porcentajes pero en satisfacción sólo la mitad se sienten satisfechos.

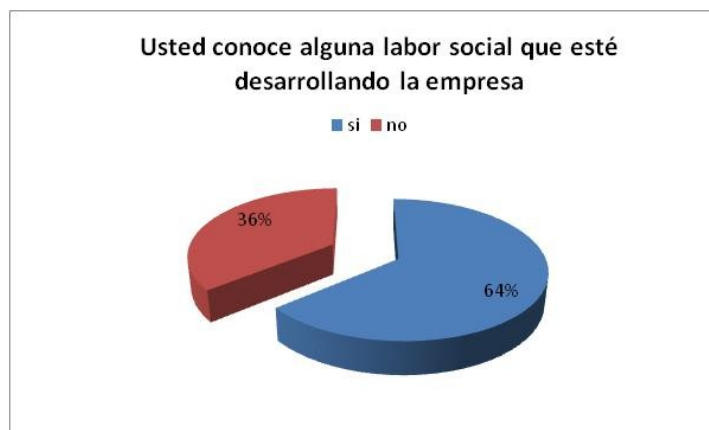
La satisfacción es el grado de empatía y agrado que tienen los colaboradores con la organización y que permite crear identidad corporativa porque de forma conjunta se comparten valores y principios para desarrollar acciones que permita consolidar la organización como un entorno de todos.

Las gráficas que brindan el 96% afirman confiar en la empresa. Esta confianza está centrada en la estabilidad productiva que brinda la organización frente a puesto de trabajo y asignación salarial pero aún

no se han tejido lazos vinculantes capaces de fidelizar al cliente interno.



La principal razón que definieron los colaboradores para trabajar en la empresa es la estabilidad laboral que representa el 44% y como se afirmaba anteriormente es la ventaja más amplia que presenta la empresa y la que genera el 96% de confianza. En segundo peldaño se encuentra la posibilidad de ascenso con un 27% el cual va de la mano con porque esta capacitación se realiza para mejorar las competencias laborales para iniciar un nuevo cargo como es la coordinación.



El 64% de los colaboradores en algún escucharon o conocieron labor social a través de donaciones en dinero a una fundación en especial que fue Niños de los Andes. Esta labor nunca se institucionalizó y no se mantuvo razón por la cual el 36% restante desconoce esta acción.

Sin embargo este antecedente demuestra la oportunidad que existe en la empresa para emprender acciones sociales, es decir que de forma voluntaria ha desarrollado procesos de compromiso con la sociedad y aunque estos no fueron políticas ni se institucionalizaron,

los colaboradores alcanzaron a conocer el interés de la organización que para la propuesta es de alto valor agregado.



Esta pregunta se realizó para conocer el interés que puede tener la organización y sus colaboradores frente a una causa social el 41% definió como población objetivo la infancia, en segundo lugar las familias en situación de pobreza el 20%, madres cabezas de familia el 19%, otras el 5%.

Esta línea permite enfocar el trabajo a la infancia que será la propuesta que se planteará frente a la Responsabilidad Social Empresarial.

## 2. Entrevista

- **¿Cuánto tiempo lleva su organización en el mercado?**

### **Jefe de Contabilidad**

20 años

### **Dirección de Calidad**

20 años

### **Jefe de Talento Humano**

20 años

**¿Cuáles han sido los principales retos que ha debido superar la organización para mantenerse y posicionarse en el mercado?**

### **Jefe de Contabilidad**

La competencia

### **Dirección de Calidad**

Posicionar producto, mantener niveles de producto a las necesidades del cliente, organizarse, cambiar rápidamente, adaptarse a las nuevas necesidades diarias con flexibilidad.

### **Jefe de Talento Humano**

La competencia, crisis económica en los mercados

- **¿Cuáles son los grupos de interés o stakeholders de la empresa? (competencia, clientes, proveedores y los empleados)**

### **Jefe de Contabilidad**

Los clientes son importantes porque un cliente satisfecho trae más clientes y proveedores por que estos traen más clientes referenciales

### **Dirección de Calidad**

Todos ya que estos son importantes para el éxito integral de la empresa, con relación a la competencia sus acciones retadoras impulsan a la organización a la innovación y mejora

### **Jefe de Talento Humano**

Telecomunicaciones, construcción e industria

- **¿Qué opina usted de la Responsabilidad Social Empresarial?**

### **Jefe de Contabilidad**

Que es importante ya que al generar empleo, las personas tienen como cubrir sus gastos y cumplir con las diferentes responsabilidades que tiene a cargo

**Dirección de Calidad**

Es una necesidad personal y por lo tanto comunitaria el crear conciencia de la necesidad y bienestar que se obtiene al trabajar mancomunadamente por la sociedad. Cuando nos preocupamos por los demás y buscamos su felicidad, se crece como persona y por tanto como empresa y sociedad

**Jefe de Talento Humano**

Que es un deber de toda compañía, para mejorar la calidad de vida de su comunidad y su vida.

- **¿Qué empresas de la competencia, conoce usted, que tengan procesos de responsabilidad social?**

**Jefe de Contabilidad**

No conozco

**Dirección de Calidad**

No conozco

**Jefe de Talento Humano**

Ninguna

- **¿Cuáles son las políticas de recurso humano frente a Bienestar, cualificación y permanencia de la organización?**

**Jefe de Contabilidad**

Bienestar el refrigerio que se entrega a los empleados en las horas de la mañana y en las horas de la tarde, los bonos, incremento de salarios por desempeño calificación y pertenencia en la organización.

**Dirección de Calidad**

Las políticas no están claramente constituidas pero existen los programas de capacitación, políticas de recursos (prestamos), apoyo a la educación, programas de reciclaje (no en la actualidad).

**Jefe de Talento Humano**

Capacitación, recreación y estabilidad

- **¿Cuáles son sus estrategias para fidelizar al cliente interno (empleados)?**

### **Jefe de Contabilidad**

Brindaron herramientas para agilizar y mejorar los diferentes procesos en los que intervienen los trabajadores tanto en la parte de producción y administrativo.

### **Dirección de Calidad**

Políticas internas de trabajo claras, trato humano cordial y justo, cumplimiento legal, oportunidad de ingresos extras, oportunidad de capacitación en el puesto de trabajo.

### **Jefe de Talento Humano**

Crear sentido de pertenencia mediante: 1. Estabilidad, 2. buenos ingresos económicos, 3.refrigerios variados y nutritivos, 4.recreación, 5. capacitación.

- **¿Cuál es la reputación de la organización en el sector, es decir como los reconocen sus grupos de interés?**

### **Jefe de Contabilidad**

La reconocen como una empresa solida y de alta calidad en sus productos

### **Dirección de Calidad**

Como una compañía honesta, clara, interesada por la calidad de sus productos y servicios (cordialidad).

### **Jefe de Talento Humano**

Como una compañía, muy grande, solida y con trayectoria

- **Describa las características que hace de su producto y compañía una de las mejores en el mercado**

### **Jefe de Contabilidad**

Precios bajos, calidad, entrega de pedidos en la posible hacer las entregas a mas tardar de 24 horas.

### **Dirección de Calidad**

Calidad, oportunidad, precios y cordialidad.

### **Jefe de Talento Humano**

Que tenemos la línea de producción más completa, de una excelente calidad a un muy buen precio.

- **Si la compañía pensara en implementar un programa de RSE ¿Cuál cree usted que debería ser la población a la que se debería ayudar?**

### **Jefe de Contabilidad**

A la niñez

### **Dirección de Calidad**

Infancia, madres cabeza de familia

### **Jefe de Talento Humano**

No está definido

- **Esa ayuda cómo la realizaría a través de programas, donaciones, una oficina dentro de la empresa**

### **Jefe de Contabilidad**

La empresa actualmente a realiza algunas donaciones a la fundación NIÑOS DE LOS ANDES

### **Dirección de Calidad**

Programa con contacto permanente y cercano con la fundación o entidad a ayudar

### **Jefe de Talento Humano**

No está definido por la gerencia

- **Ustedes en este momento ayudan o tiene un compromiso social que se encuentren ejecutando con alguna comunidad vulnerable**

### **Jefe de Contabilidad**

No

### **Dirección de Calidad**

No sé



### **Jefe de Talento Humano**

No conozco ningún proyecto.

- **La compañía ha recibido información o capacitación sobre el tema de RSE**

### **Jefe de Contabilidad**

Pienso que si ya que con la certificación de ISO 900 se toca temas de RSE.

### **Dirección de Calidad**

No

### **Jefe de Talento Humano**

No

- **¿En este momento la compañía ha establecido alianzas o convenios de cooperación con entidades públicas o privadas?. ¿Cuáles y para qué?**

### **Jefe de Contabilidad**

No sé.

### **Dirección de Calidad**

Fundación niños de los andes. Para tener seriedad y reconocimiento internacional Jefe de Talento Humano

No

### **OBSERVACIÓN**

- **Stakeholders**

La falta de comunicación en la organización frente a su entorno laboral es un signo evidente de las situaciones que se pueden prolongar como "islas de calidad". Es decir, cada uno trata de hacer bien su trabajo, pero no se preocupa por el trabajo de sus compañeros, es importante que las personas que laboren en una oficina o departamento pueden conocerse (sensiblemente),y poder

llegar a integrarse como parte de un mismo equipo (conocimiento intelectual).

Los clientes internos no tienen claro que son políticas de bienestar social en la empresa ya que confunden bienestar con activismo, por que la empresa no tiene una alineación de Talento Humano, ya que NO cuentan con estas.

Se debe reflejar una actitud pro-activa, traducida en políticas de Bienestar social concretas desde la propia corporación, donde se vea la organización y su entorno. Para ello, hay que crear un programa donde las herramientas de información se evalúan, las iniciativas, donde estas a su vez se puedan extender a todos los niveles, tanto en los ámbitos de gestión donde se diferencia de manera explícita la acción social.

- **Confianza y Reputación**

Como se puede observar, la empresa ha creado en los funcionarios un ambiente de confianza, En DEXSON la voluntad de las personas se comprende como un agradecimiento que se le tiene la organización.

Aparentemente los clientes externos confían en la organización por la puntualidad y una buena calidad del producto por que se observa en la área de producción una alineación y organización entre la hora de elaboración del producto y su entrega

La empresa ha adquirido la confianza con los funcionarios ya que ha tenido acciones filantrópicas, estas acciones no son constantes.

- **Causa Social**

Tanto en la parte administrativa como en los funcionarios se ve un interés para a portar en una causa social con el eje de infancia.

La empresa se interesa por una labor social, pero no está constituida, por el gran trabajo que tienen la organización y esto hace que se pierda el interés.

#### **4.6. Matriz de Triangulación**

La matriz de triangulación, es una matriz cuadrada que contrasta filas y columnas, las variables se ubican en las columnas y las herramientas en las filas de acuerdo a este orden, se va ingresando la respectiva información.

Al completar la matriz el investigador realiza una lectura vertical por variable de la información consignada para desarrollar la respectiva conclusión que permite comprobar el problema de investigación.

	Variable 1	Variable 2	Variable 3
Encuesta			
Entrevista			
Diario de Campo			
Conclusiones			

Figura 1. Matriz de Triangulación

## 1.6. CONCLUSIONES DE LA TRIANGULACIÓN

Dexson es una organización que en sus 20 años de creación ha logrado crecer y posicionarse en el mercado de pequeña a mediana empresa. Este proceso de crecimiento dinámico no ha permitido consolidar unas políticas organizacionales claras y contundentes frente a la gestión del talento humano porque toda su atención se ha centrado en la producción. Las relaciones de bienestar Vs empleado están mediadas por el dinero, las horas extras y metas de producción por lo tanto los intercambios son explícitos frente a las ventajas que ofrece la empresa a sus empleados, sin embargo ellos afirman que su satisfacción de estar en la organización es mediana porque no son reconocidos integralmente como personas sino que su relación es netamente de funcionario como elemento de trabajo y no como un ser con aspiraciones, capacidades y competencias de creación e innovación que se generan políticas de la comunicación y el establecimiento de políticas de talento humano. En este punto es importante aclarar que los stakeholders que reconoce DEXSON son exclusivamente a los clientes, la competencia y los proveedores, es decir sólo reconocen su entorno externo, el interno lo excluyen del ámbito de grupos de interés.

DEXSON es una organización que cuenta con un posicionamiento en su nicho de mercado por aspectos como son la calidad y el cumplimiento, aspectos que posicionan la marca frente a sus clientes,

competencia y proveedores. Por su parte, el cliente interno de la organización, desarrolla una línea de confianza con la empresa sobre el eje de la estabilidad laboral y frente a la reputación sus afirmaciones son de la línea de los clientes de calidad y cumplimiento. Los colaboradores de la organización tienen una identidad institucional que le permita construir un concepto de reputación donde se compartan principios y valores organizacionales.

DEXSON es una organización dispuesta a generar colaboración y apoyar causa con población vulnerable, específicamente con la niñez ya que se interesan porque piensan que la infancia es el futuro de una sociedad. La niñez abandonada es la población más vulnerable ya que no cuentan con condiciones que les genere calidad de vida.

DEXSON es un compañía sólida para sus clientes externos, esto lo ha logrado con su posicionamiento durante 20 años en el mercado, tiempo en el cual ha desarrollado y mejorado sus procesos productivos, y ha debido ampliar su planta de personal pero no se ha observado ni determinado acciones que permitan estructurar adecuadamente la gestión del talento humano, incluso este departamento está dedicado a manejar la nómina. Es así que la organización carece de estrategias para potencializar su recurso en pro de un clima organizacional adecuado por eso establecer políticas de Responsabilidad Social no es pertinente porque parte de esta visión socialmente responsable es la concepción del cliente interno (Funcionarios), al no contar con unas políticas de bienestar claras y alineadas a los valores y principios organizacionales no es posible abrir una función más hacia un externo que terminará siendo asistencialista.

## **CONCLUSIONES FINALES**

La responsabilidad social empresarial en la práctica se ha estado extendiendo rápidamente en el sector privado ya que su implementación condiciona su vinculación a diferentes mercados de capitales y en ciertos aspectos determina el valor de sus acciones. Por lo tanto es fundamental identificar la influencia de las inversiones éticas como motor de la responsabilidad social empresarial.

- ❖ Las inversiones éticas no renuncia a la rentabilidad sin embargo permiten que el ahorrador direcciona su accedente hacia a aquellas empresas que cree deben

favorecer en un desarrollo equilibrado. Por su parte las inversiones socialmente responsables son aquellas que integran criterios sociales y medio ambientales a los criterios financieros tradicionales.

- ❖ De esta forma se entiende que las inversiones socialmente responsables están direccionadas hacia aquellas empresas que acreditan buenas prácticas en el tema de responsabilidad social empresarial. Ejemplo de ello son aquellos bancos socialmente responsables que han comenzado adoptar técnicas para evaluar los riesgos medio ambientales y sociales de las empresas, lo cual podría inferir e la probabilidad de la exclusión de la financiación para algunas empresas no éticas y premiar a aquellas que están comprometidas socialmente. de esta forma se espera que incremente la responsabilidad ética y social en el sector financiero e incentiven a las empresas hacia una mayor responsabilidad social.

Como se puede observar la Responsabilidad Social es un reto para las organizaciones, por eso deben preparasen fortaleciendo su estructura productiva, humana y económica, para que sean coherentes con sus STAKEHOLDERS, y con la ética empresarial que decidan implementar para ser reconocidas en el mercado.

La iniciativa para una causa social no se convierte en política empresarial, por eso hay que avanzar de la filantropía a una organización ética y comprometida no solo con un grupo poblacional sino con la sociedad.

DEXSON es una organización que intuye una iniciativa adecuada hacia una población vulnerable, pero que aun no dimensiona el capital humano de su organización, por eso debe fortalecer su estructura organizacional, reconociendo el crecimiento de la

compañía tanto en su estructura financiera como humana; es decir, que debe asumir los retos y las implicaciones que estas exigen para continuar posicionándose en su espacio de competencia y mercado.

La Gerencia Social es una rama que especializa y humaniza la administración de empresa a través del reconocimiento de las relaciones sociales y humanas que deben existir para que se mantenga una productividad adecuada en las organizaciones. La fundamentación humanística define que el conocimiento, la creatividad y la innovación siempre dependerán de los seres humanos por esto no pueden de estar supeditados al ultimo escalón de la cadena productiva.

Es así que la complejidad de las relaciones humanas desarrollan nuevas competencias comunicativas, productivas y sociales que deben ser potencializadas en el espacio de trabajo para que las organizaciones sean capaces de generar identidad y un clima organizacional adecuado donde las transacciones y los intereses se agrupen en objetivos comunes que motiven el crecer, permanecer y mantenerse en un espacio productivo.

El área de recursos humanos en las organizaciones se ha ido sofisticando en la medida que se hace explícito que el corazón y motor de toda organización es su CLIENTE INTERNO, Las empresas que omiten esta realidad tienen que enfrentar altos niveles de rotación, deben aumentar la auditoría y vigilancia en los procesos, disminuyen la posibilidad de construir relaciones de lealtad y su posibilidad de innovar es menor a la del mercado.

DEXSON debe concientizarse que su cliente interno espera una transformación diferente al manejo de máquinas es decir que todo los procesos de integración formación y capacitación no solo debe aportar a los intereses productivos de la empresa sino al desarrollo

integral de las personas que laboran en esa organización. Los intercambios no deben estar supeditados únicamente al factor monetario sino que deben aplicarse estrategias de gestión del talento humano donde las relaciones tanto verticales como horizontales sean capaces de desarrollar la confianza, la cooperación y la reciprocidad para la respectiva generación de capital social.

Los esquemas organizacionales no solo deben ser óptimos frente a tiempos y movimientos sino que deben de ser capaces de blindar y potencializar las redes sociales que construyen las personas en su cotidianidad.

La lección que debe aprender DEXSON es la construcción de un proceso de calidad para mejorar el entorno y las relaciones con su CLIENTE INTERNO a través de una política clara y gerencial del capital humano, disminuyendo la mecanización que existe en este momento con sus funcionarios operativos, lo cual genera una alta desmotivación por la rutina del espacio laboral y las escasas opciones de ascenso real en la organización que se mide por mejorar y adecuar las competencias laborales, técnicas, sociales y culturales que requieren las personas para desarrollar y mejorar su calidad de vida.

## Bibliografía

Andrea, T. P. (s.f.). *De la responsabilidad de la empresa y los Derechos Humanos*.

Austin, J. (2005). *los profundos cambios producidos en las expectativas sociales sobre la labor de las empresas*.

CCRE. (2009). *¿Qué es la responsabilidad social empresarial?* Bogotá: CCRE.

CEDAL. (s.f.). CEDAL. Recuperado el 29 de junio de 2009, de CEDAL: [www.cedal.org.co](http://www.cedal.org.co)

Correa, M. E. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina una visión empresarial*. CEPAL.

europa, u. (27 de junio de 2009). *union europea*. Recuperado el 2009, de union europea: [www.europa.edu](http://www.europa.edu)

G., D. P. (2009). La RSE en el contexto internacional y la Norma ISO 26000 de la Responsabilidad Social. (pág. 36). Chihuahua: Red Interamericana.

Gutiérrez Prieto, H. (2008). *Repensando el camino de Colombia hacia el desarrollo antología de ensayos sobre nuevas tendencias de la teoría y la práctica del desarrollo sostenible en Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana.

INCONTEC. (2008). *GTC 180 Responsabilidad social*. Bogotá: INCONTEC.

Lozano, J. M. (1999). *Ética y empresa*. Bogotá: Trotta.

Naraya, D. (2002). *Empoderamiento y reducción de la pobreza*. Banco Mundial.

Responsibility, C. (s.f.). Recuperado el 3 de julio de 2009, de [www.corporateresponsibility.blog.ie.edu](http://www.corporateresponsibility.blog.ie.edu)

Roberto, S. R. (2008). *Modelo y metodología para la gestión en responsabilidad social comprometerse*. Confecámaras.

Soruto. (2002). *Investigación social cualitativa*. PAIDOS.

Torres Velasco, J. (2008). *La responsabilidad social empresarial: el estado actual*.



Unidas, N. (20 de junio de 2009). *Naciones Unidas*. Recuperado el 20 de junio de 2009, de [www.un.org](http://www.un.org)

Universiidad Externado de Colombia Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales Centro de Investigaciones y Proyectos Especiales. (2005). *Sinergias para el desarrollo local responsabilidad social y asociatividad*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.