

Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el Lavadero de Autos La María del Municipio de Pradera Valle

Leidy Yurani Belalcázar Rengifo

Lina Carime Alegría Ramírez

Alejandra Lozano Mahecha

Diego Alonso Escobar Quilindo

María Angélica Castro López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Noviembre 2021

**Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el Lavadero de
Autos La María del Municipio de Pradera Valle**

Leidy Yurani Belalcázar Rengifo

Lina Carime Alegría Ramírez

Alejandra Lozano Mahecha

Diego Alonso Escobar Quilindo

María Angélica Castro López

Henry Hurtado

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Noviembre 2021

Tabla de Contenido

Resumen	7
Abstract	8
Capítulo 1. Antecedentes	9
Introducción.....	9
Problema.....	9
Objetivos	10
Capítulo 2. Marcos Referenciales	12
Marco conceptual	12
Marco Teórico	15
Marco institucional.....	23
Marco Legal	25
Capítulo 3. Resultados	29
Diagnóstico.....	29
Matriz de Marco Lógico	32
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	37
Plan de Acción y de Seguimiento	37
Conclusiones	40
Referencias	41
Anexos.....	46

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Resumen analítico especializado</i>	5
Tabla 2. Stakeholders	32
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	37
Tabla 4. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	38
Tabla 5. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	39

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Estructura Organizacional Lavadero de autos La María</i>	24
Figura 2. <i>Árbol de Problemas Lavadero de autos La María</i>	34
Figura 3. <i>Árbol de Objetivos Lavadero de autos La María</i>	35
Figura 4. <i>Mapa Estratégico Lavadero de autos La María</i>	36

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	43
Anexo B. Formato de Recolección de Información	43

Resumen Analítico Especializado

Tabla 1.

Título	Propuesta De Implementación De La Responsabilidad Social Empresarial En El Lavadero De Autos La María Del Municipio De Pradera Valle
Autores	Leidy Yurani Belalcázar Rengifo, Lina Carime Alegría Ramírez, Alejandra Lozano Mahecha, Diego Alonso Escobar Quilindo, María Angélica Castro
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Henry Hurtado
Año	2021
Palabras clave	Responsabilidad social empresarial, sostenible, valores, ética.
Resumen	La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuye al desarrollo humano sostenible y es analizada desde diferentes ámbitos como el económico, social y ambiental, tomando fuerza en los últimos años, buscando ejercer un rol importante en la sociedad como generador de valor, es por esto que el presente proyecto de investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el Lavadero de Autos La María del municipio de Pradera Valle, convirtiéndola en una microempresa que contribuya al desarrollo sostenible, siendo social y ambientalmente responsable, pues debido a la informalidad de su actividad ésta no está incluida en su política organizacional. La metodología utilizada para el abordaje de la problemática corresponde a un estudio cualitativo descriptivo mediante el diseño y uso de la encuesta, que permitió la obtención de información primaria enmarcada en la percepción de los encuestados mediante respuestas a preguntas desarrolladas desde las materias fundamentales de la RSE dispuestas por la norma ISO 26000, permitiendo obtener la visión del panorama completo de la organización empresarial buscando identificar posibles oportunidades de mejora al implementar la bases y políticas de la norma, al igual que el código de Ética de la empresa. Por último se establece el análisis de los resultados, identificando el mapa estratégico y un plan de acción y de seguimiento.
Problema de investigación	Para el caso de la microempresa Lavadero de Autos La María, el problema central detectado es que no tiene establecida al Responsabilidad Social Empresarial RSE en su política organizacional.
Metodología	La metodología utilizada para el abordaje de la problemática corresponde a un estudio cualitativo descriptivo mediante el diseño y uso de la encuesta, que permitió la obtención de información primaria enmarcada en la percepción de los encuestados mediante respuestas a preguntas desarrolladas desde las materias fundamentales de la RSE dispuestas por la norma ISO 26000.
Principales resultados	Evidencias de fallas en la cadena de procesos de control, comercialización, principios corporativos basados en la RSE.
Conclusiones	Dadas las condiciones de trabajo dentro de las instalaciones y ejecución de los procesos en la prestación de los servicios de lavado de vehículos, identificamos como grupo varias

Tabla 1. Resumen analítico especializado. Refer. Autoría del grupo colaborativo.

Referencias

oportunidades de mejora para el grupo de Stakeholders (internos y externos) buscando complementar la estrategia de negocios al desarrollar un plan de análisis del manejo o ejecución de los procesos de trabajo, identificar causas y efectos que provienen del problema central y a la vez se convierten en la base para el diseño de objetivos y estrategias de mejoramiento buscando la eficiencia en los diversos procesos de la organización empresarial.

Bibliografía

- Bárbula (2012, abril). Ética Según Varias Definiciones de Autores. Recuperado de <https://www.monografias.com/docs/%C3%89tica-Seg%C3%89C3%89An-Varias-Definiciones-Diferentes-Autores-F3JER89CMY>
- Bermudez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325.
- <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdnp&AN=edsdnp.6676416ART&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=102859522&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- González, Y., Manzano, O. y Torres, M. (2018). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia*, [S.l.], p. 53 – 76. Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3138>
- ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329
-

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuye al desarrollo humano sostenible y es analizada desde diferentes ámbitos como el económico, social y ambiental, tomando fuerza en los últimos años, buscando ejercer un rol importante en la sociedad como generador de valor, es por esto que el presente proyecto de investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el Lavadero de Autos La María del municipio de Pradera Valle, convirtiéndola en una microempresa que contribuya al desarrollo sostenible, siendo social y ambientalmente responsable, pues debido a la informalidad de su actividad ésta no está incluida en su política organizacional. La metodología utilizada para el abordaje de la problemática corresponde a un estudio cualitativo descriptivo mediante el diseño y uso de la encuesta, que permitió la obtención de información primaria enmarcada en la percepción de los encuestados mediante respuestas a preguntas desarrolladas desde las materias fundamentales de la RSE dispuestas por la norma ISO 26000, permitiendo obtener la visión del panorama completo de la organización empresarial buscando identificar posibles oportunidades de mejora al implementar la bases y políticas de la norma, al igual que el código de Ética de la empresa. Por último, se establece el análisis de los resultados, identificando el mapa estratégico y un plan de acción y de seguimiento.

Palabras Clave: ética, responsabilidad social empresarial, sostenible, valores.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) contributes to sustainable human development and is analyzed from different areas such as economic, social and environmental, gaining strength in recent years, seeking to play an important role in society as a generator of value, that is why The objective of this research project is to develop a proposal for the implementation of Corporate Social Responsibility in the La María Car Wash in the municipality of Pradera Valle, turning it into a microenterprise that contributes to sustainable development, being socially and environmentally responsible, because due to the informality of its activity is not included in its organizational policy. The methodology used to address the problem corresponding to a descriptive qualitative study the design and use of the survey, which obtained the obtaining of primary information framed in the perception of the respondents through answers to questions developed from the fundamental subjects of CSR established by the ISO 26000 standard, allowing to obtain the vision of the complete panorama of the business organization seeking to identify possible opportunities for improvement when implementing the bases and policies of the standard, as well as the company's code of Ethics. Finally, the analysis of the results is established, identifying the strategic map and an action and follow-up plan.

Keywords: ethics corporate social responsibility, sustainable, values,

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

Toda estrategia de responsabilidad social empresarial (RSE) tiene como propósito que las organizaciones sean reconocidas por sus prácticas en materia de desarrollo sostenible en beneficio de la sociedad y el cuidado del medio ambiente. Hay un propósito y es que las organizaciones sean reconocidas por sus prácticas en materia de desarrollo sostenible, en beneficio tanto de la sociedad como del medio ambiente, lo que tiene un impacto positivo al interior y exterior de la empresa.

En el presente trabajo queremos sacar adelante el RSE de lavaderos de autos la María donde su importancia radica en que es un modo de generar un negocio sustentable, con medidas, cultura y valores que les permitan perdurar a largo plazo y ser éticamente responsable, ya que la RSE contribuye a mejorar las condiciones del mercado laboral, y en el caso de la producción de bienes, cuidar y mejorar el medio ambiente.

Problema

A través del árbol de problemas se identifica la problemática central de la microempresa Lavadero de autos La María una vez realizado el análisis de la aplicación del instrumento a socios, colaboradores y clientes.

Para el caso de la microempresa Lavadero de Autos La María, el problema central detectado es que no tiene establecida al Responsabilidad Social Empresarial RSE en su política organizacional. Se identifica problemas en materia de Gobernanza, pues se presenta desconocimiento en tema relacionado con la RSE, siendo una microempresa con una actividad informal, lo que desencadena problemáticas en materia de Prácticas Laborales, pues sus colaboradores no tienen un contrato formal a través del cual se realice el pago de sus prestaciones de ley, presentando desmotivación. Se identifica además necesidad de capacitar al personal en temas de manejo de residuos para generar lo menos posible un impacto al medio ambiente.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar la propuesta de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial que sea viable para la empresa Lavadero De Autos La María ubicada en Pradera – Valle Del Cauca construyéndolo desde la base de lo que no está, clasificando una lista de chequeo para posterior comenzar punto por punto a darle otra forma donde el resultado sea el obtener una implementación en la empresa como nuevo modelo en adelante aplicar en cada eslabón que la conforma.

Objetivos Específicos

Identificar las posibles falencias de la empresa en su modelo negocios, analizando los actores que participan en cada fase de procesos del Lavadero y que resultados impactan ante el cliente.

Diseñar e implementar dentro de la política organizacional del Lavadero de Autos la María la RSE donde se afiance la solución de problemáticas en materia de prácticas laborales y atención.

Determinar que en el lavadero la María se contribuya al desarrollo sostenible, siendo socialmente activa, y ambientalmente responsable.

Especificar las estrategias por las que el Lavadero trabajara desde su parte de integración de objetivos por parte de los socios y su equipo marcando la participación activa en pro de cumplir con el objetivo institucional.

Mencionar el crecimiento y fortalecimiento de los diferentes procesos involucrados dentro la organización empresarial enfatizando finalmente donde la RSE realizo su trabajo buscando bienestar para todos los involucrados.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco conceptual

Ética.

Todo lo relacionado con el concepto que valora el comportamiento humano, la capacidad que el ser humano tiene para convivir dentro de un círculo social de la humanidad.

De la Cruz & Fernández (2016) afirman lo siguiente:

Consideramos la ética como un conjunto de conceptos y principios que nos guía en la determinación de qué comportamientos ayudan o perjudican al ser humano, ofreciendo una sistematización, defensa y recomendación de determinadas conductas estimadas como buenas y el rechazo de otras consideradas como malas. (p. 86)

Ética Empresarial.

Va en relación en como una determinada empresa frente a las distintas situaciones que se van presentando en su papel social y corporativo.

La ética empresarial es pues, "el descubrimiento y aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista - valores que componen la ética cívica al ámbito particular de la empresa" (Cortina, p. 89 1994, citado por Crespo 2003).

Pensamiento Estratégico.

Es la forma como una organización aplica potencialmente desde la creatividad para aplicarla a sus procesos y mejorar su perspectiva.

El pensamiento estratégico se define como un estado de conciencia, como una actitud y una cultura orientada a ser proactivos, que se adelanta al futuro para alcanzar una comprensión y un conocimiento de la empresa y el negocio de una forma más global. Este es un mecanismo que

facilita la transformación y adecuación de una empresa a su entorno competitivo (Vivas 2000, citado por Labarca 2008).

Desarrollo Social.

Consiste en la evolución que debe tener una sociedad donde se demuestre siempre un liderazgo legal que implique transparencia y compromiso.

"El desarrollo social es un proceso de promoción y bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico" (Midgley 2001, citado por Urdaneta 2009).

Desarrollo Sostenible.

Es esa capacidad que una sociedad liderada con transparencia tiene para sacar adelante a las personas que la conforman cubriendo sus necesidades básicas e impulsándolas a cumplir sus objetivos personales.

De acuerdo a (informe Brundtland 1987, citado por López, López y Ancona 2005) el concepto de "desarrollo sostenible" se convirtió en una aspiración internacional, ya que este informe plantea el concepto quizás más difundido y aceptado sobre el desarrollo sostenible, como: "Aquel desarrollo que satisface las necesidades presentes sin comprometer las opciones de las necesidades futuras", es decir, no agotar, ni desperdiciar los recursos naturales, y tampoco lesionar el medio ambiente, ni a los seres humanos.

Excelencia Empresarial.

Son varios eslabones determinados dentro de una organización que implica que esta explote su máxima eficacia en cada proceso integrado por cada actor.

De acuerdo a (Pigé 2012, p. 68) Adoptar un enfoque comprensivo de las diferentes partes involucradas en una organización, es aceptar que la excelencia de la empresa no pueda ser

medida por un único indicador que responde a la perspectiva de sólo una de esas partes (los accionistas o patrocinadores), sino que debe ser un concepto pluridimensional que tenga en cuenta la excelencia de la empresa desde el punto de vista de todas y cada una de las partes involucradas

Grupos de Interés.

Son aquellos que participan como subgrupos por ejemplo en una empresa para alcanzar los máximos objetivos principales por los que influye esa empresa en la sociedad.

Los grupos de interés son aquellos individuos o grupos que pueden afectar o son afectados por los objetivos de la organización; por ende, deben considerarse en el proceso de planeación estratégica (Freeman 1984, citado por Marulanda & Rojas 2019).

Sostenibilidad.

Es el equilibrio donde se pueden mantener características en una sociedad, por ejemplo, el medio ambiente, para contribuir sobre el tiempo por un cuidado continuo.

Según la publicación por la página de (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad 2021) En primer lugar, la Sostenibilidad es asumir que la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente inagotable de recursos, siendo necesario su protección y uso racional.

Estrategia.

Es esa táctica en donde se generan acciones en pro de un interés para evolucionarlo.

De la Cruz & Fernández (2016) afirman lo siguiente: La estrategia de la empresa cumple la función de establecer, de forma dinámica, cuáles son las características fundamentales que definen a esta organización en concreto (por ejemplo, su misión, visión y objetivos principales).

(p. 104)

Gerencia Estratégica.

Permite establecer indicadores cualitativos y cuantitativos donde la idea es proyectar las ideas en pro de los objetivos institucionales en este caso de una organización.

La gerencia estratégica, es el arte y ciencia de proponer, desarrollar y evaluar decisiones multidisciplinarias, alcanzando el objetivo empresarial, integrando la administración, marketing, finanzas, contabilidad, producción, investigación y desarrollo, y sistemas de información, logrando el éxito organizacional. Describe y desarrolla las tácticas, analizando el entorno empresarial, ventajas competitivas y aprovechamiento de las oportunidades para defenderse de las amenazas (Fred, Meyer y Xin 2018, citado por Ramirez, Lay y Sukier 2020).

Marco Teórico

Los grandes cambios que se vienen presentando a nivel económico, político, social y tecnológico, origina que las empresas cada vez contemplen en su plan estratégico actividades que hagan frente a las exigencias del mercado, enfocadas en la generación de valor, mediante la adopción de ventaja competitiva, la cual puede estar centrada en la satisfacción de las necesidades de sus diferentes grupos de interés. Es así, que la visión de negocio de las organizaciones empresariales contemporáneas viene cambiando su perspectiva, debido en si a los cambios naturales que se presentan en el consumidor, las tendencias del mercado, la economía global y ahora en este siglo más que nunca en las necesidades de conservación del planeta con las nuevas economías naranjas.

La Responsabilidad Social y Empresarial contribuye al desarrollo humano sostenible y es analizado desde diferentes ámbitos como son económicos, sociales y políticos, tomado fuerza en los últimos años, buscando ejercer un rol importante en la sociedad, no solo generando valor para

ellas mismas si no diseñando estrategias y soluciones que mejoren el capital social y la calidad de vida de la comunidad en general.

Ahora las empresas impulsadas por los cambios y tendencias de los mercados donde desarrollan sus diversas actividades económicas, vienen diseñando e implementado estrategias de crecimiento en el desarrollo de sus procesos de producción y prestación de bienes y servicios con acciones más responsable como el uso de materias primas renovables, planes de crecimiento y mejoramiento personal de sus colaboradores, inversiones en su entorno o comunidad, patrocinios de causas sociales, etc.

Hoy en día, las organizaciones buscan que las operaciones que se llevan a cabo sean sustentables económicamente, socialmente y ambientalmente. Es así como las empresas las organizaciones hoy en día se interesan por manejar planes integrales cuyo objetivo sea mejorar las condiciones del macro entorno por medio de principios y valores sólidos que permitan crear un beneficio en los empleados y la comunidad en general.

A partir de ello, nace el concepto de Responsabilidad Social Empresarial:

Respecto a la RSE algunos autores afirman lo siguiente:

La RSE puede asumirse como el compromiso de los empresarios para contribuir al desarrollo social y económico de la comunidad, mediante la facilitación de un aporte superior al implícito en el desarrollo de su actividad industrial o comercial. Este concepto está relacionado con el ejercicio de una actividad empresarial para garantizar la sustentabilidad del ambiente a mediano y largo plazo, al restringir, si es el caso, los márgenes de ganancia, en provecho del bienestar de las generaciones futuras. (Martínez, 2015)

Dentro de las actuaciones de RSE que realizan las empresas:

La generación de empleo, el fomento y la creación de capital social, la regulación y equilibrio de sectores económicos y sociales, la generación de riqueza en sectores donde no llega la inversión tradicional... la inclusión e inserción social y laboral de colectivos de difícil empleabilidad, la integración de personas con discapacidad en la actividad económica, la mejora en el acceso a la vivienda, los servicios educativos locales... así como la medición y objetivación del concepto de RSE. (De Castro 2005, como se citó en Pérez, Gargallo, & Esteban, 2019)

Todas estas actuaciones, se pueden definir como formas de gestionar estratégicamente la RSE por parte de las empresas, a estas se le deben sumar las acciones que tienen como finalidad la conservación del medio ambiente, reduciendo significativamente el impacto negativo y gestionando el adecuado uso de los recursos naturales.

Es claro que las empresas deben de incluir dentro de su modelo de acción estratégico la RSE a la hora de ejecutar sus acciones para la obtención de nuevos mercados e incrementar los beneficios. No solo generar dividendos para los dueños o inversores, sino que ser equitativos a la hora de distribuir dichos recursos obtenidos tanto interna como externamente, atendiendo las necesidades de sus Stakeholders (empleados, accionistas, proveedores, proveedores, clientes, etc.), ya que esto garantiza su lealtad y, por lo tanto, un mayor éxito. Tal como lo define (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, CCRE, 2006, como se citó en Sarmiento, 2011) menciona lo siguiente:

La responsabilidad social es la forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al Desarrollo Sostenible y a la creación de valor en todo el sistema. 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). (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, CCRE, 2006, como se citó en Sarmiento, 2011)

La RSE la implementan empresas que tienen un buen desempeño financiero, mejorando favorablemente el entorno.

No necesariamente las empresas que tienen mayor desempeño financiero la pueden poner en práctica, porque según los resultados obtenidos en una investigación sobre el efecto del tamaño, desempeño financiero y endeudamiento arrojaron que, aunque “una empresa con buen desempeño financiero tiende a mejorar el entorno, satisfacer las expectativas de lo Stakeholders e incrementar la riqueza de la comunidad como lo propone la teoría de holgura de recursos” (Mendez, Rodriguez, & Cortez, 2019) . Hay empresas que no dependen tanto de su parte financiera si no de su tamaño y nivel de endeudamiento.

Prueba de esto según (Mendez, Rodriguez, & Cortez, 2019) “En relación al endeudamiento encontramos una relación positiva entre esta variable, la RSE y la muestra total, lo cual es contrario al signo esperado que era una relación inversa justificado con el trabajo de Ziegler y Schröder (2010) que señalan que las empresas con menor endeudamiento podrían tener una mayor flexibilidad para financiar actividades relacionadas con RSE, sin embargo, esta relación positiva puede deberse a lo propuesto en la investigación realizada por Charlo et al. (2013) en el que observaron que las empresas que presentan un mayor endeudamiento son más socialmente responsables, lo que indicaría que estas empresas pueden tener un mejor acceso a las condiciones de deuda debido a las buenas relaciones que han generado con sus grupos de interés.”

Pero no solo hay que basarse en esta investigación para determinar si el tamaño, desempeño financiero y endeudamiento permiten poner en práctica la RSE, para llegar a esta afirmación se necesitan investigaciones que permitan involucrar aún más las empresas grandes, medianas y pequeñas.

Se puede evidenciar que es muy importante que las empresas de todos los tamaños implementen la RSE, ya que se caracteriza por tener una visión sustentable de negocios caracterizada por el equilibrio social, ambiental y económicos. Cada empresa implementa la RSE de manera diferente, dependiendo de su tamaño, sector, cultura empresarial y estrategia, La RSE se puede implementar en PYMES y en grandes multinacionales.

Es importante destacar los elementos que caracterizan la RSE, es una decisión voluntaria, aporta beneficios a la sociedad y todos sus grupos de interés, sus actividades o conductas se desarrollan desde la ética, genera un impacto ambiental positivo, es una estrategia que las pequeñas, medianas y grandes empresas pueden implantar, mejora la imagen corporativa y genera crecimiento económico. Todos estos elementos anteriormente mencionados hacen parte de una visión empresarial que permite generar valor, tanto económico, social y ambiental.

También, al tener en cuenta la RSE, las empresas influyen directamente en la calidad de vida de los ciudadanos por medio de programas que promueven causas como la educación y el desarrollo económico de las regiones.

En el ámbito interno, de acuerdo a Cajiga (s.f.) la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en generar equitativamente valor agregado entre colaboradores y accionistas, procurando que la empresa sea sustentable. Fomenta buenas condiciones de trabajo y desarrollo integral para los colaboradores, accionistas, proveedores, etc., además de reducir o evitar en lo posible daños ambientales derivados de los procesos, productos y subproductos de la empresa.

En el ámbito externo, asegura la distribución de bienes y servicios que beneficien a la comunidad y participa en planes económicos del país. También proporciona un entorno favorable para el desarrollo empresarial de las comunidades y ambientalmente, vela por la preservación de los recursos ecológicos actuales y futuros.

Sarmiento (2011), cita una serie de fases que las empresas deben seguir para la gestión estratégica de la RSE:

Como responsabilidades primarias destaca aquellas funciones básicas que determinan la razón de ser de la empresa, tales como, ofrecer productos de calidad a precios justos, respetar los derechos y condiciones de trabajo de los colaboradores, crear una empresa económicamente estable que aporte al desarrollo de la región y se responsabilice de los impactos negativos que ocasione al medio ambiente.

Como responsabilidades secundarias se identifican aquellas que exceden lo obligatorio, las cuales se dividen entre las que se asumen con los trabajadores y las relaciones con la comunidad. Con los trabajadores se debe ofrecer un equilibrio entre el trabajo y la vida extra laboral, favorecer su desempeño creativo e intelectual, proveer asistencia para la salud y reconocer sus esfuerzos y logros. Con la comunidad se compromete a generar empleo local formando a jóvenes profesionales, mejorar el ambiente para proporcionar un entorno más humano, integrar a personas con habilidades especiales y ayudar a los proveedores a mejorar sus servicios.

Y, por último, las responsabilidades terciarias, que, aunque no están dentro de las funciones internas de las empresas, generan un mayor impacto a causas sociales en la población, tales como proporcionar ayudas para comidas fuera del hogar, ayudas para vivienda,

proporcionar medios para actividades culturales, colaborar con centros educativos y aportar a la mejora de la infraestructura social.

Sin embargo, para que la Responsabilidad Social Empresarial se implemente de manera exitosa se requiere que la organización cuente con objetivos y estrategias de implementación claras y acordes con los objetivos de la empresa, ya que, de lo contrario, conduciría al fracaso y proyectaría una mala imagen de la empresa.

Sin duda las empresas que están al tanto de los cambios constante del mercado, las regulaciones y tendencias en general, deben de contar con un enfoque claro en los que es su misión y visión como empresa, sus objetivos estratégicos, así como también contar con herramientas o metodologías de medición, manteniendo la viabilidad financiera y retribución de beneficios a sus dueños y/o accionistas, así como el emplear indicadores internos y externos para medir su impacto en aquellos sectores donde distribuyan sus excedentes en el marco de la RSE beneficiando a todos los involucrados y no solo a la empresas y sus dueños. (Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. 2014).

Cada vez son más las empresas que han ido incorporando en su plan estratégico la práctica de Responsabilidad Social Empresarial, pues se reconoce cómo ésta influye en el desempeño económico, convirtiéndolas en empresas competitivas en el mercado donde desempeñan, demostrando así que esto no es un gasto, sino más bien una inversión, que más adelante dará como resultado una serie de beneficios, que de acuerdo a (Cedis Centro Empresarial de Inversión Social s.f. 2014) afirman que dentro de estos beneficios, los más relevantes son:

- ✓ Protección y fortalecimiento de imagen, reputación y marca
- ✓ Atracción y retención de nuevos consumidores

- ✓ Aumento de ventas
- ✓ Motivación del personal
- ✓ Brinda una ventaja competitiva
- ✓ Aumento del rendimiento financiero de la empresa
- ✓ Integración a los valores corporativos y refuerzo de misión.

Como lo menciona (Diaz Caceres, 2014) “la empresa necesita un sistema ético que se sostenga en directrices de RSC, se entiende entonces que hay incentivos de mercado y que la RSC puede generar ventaja competitiva. Las empresas más responsables en el panorama internacional y nacional son las más sostenibles, es decir, las que están generando más rentabilidad y beneficios a largo plazo. La RSC permite ampliar la visión estratégica del negocio al dejar de focalizar la atención únicamente en la esfera económico-financiera para conocer, gestionar y controlar variables recogidas dentro de la dimensión ambiental y social de la compañía” (Diaz Caceres, 2014).

Se concluye pues que la RSE está estrechamente relacionada con las actuaciones éticas que determinan la identidad de las empresas dentro de una sociedad, el respeto por las condiciones laborales, la potencialización del talento humano, el cuidado por el medio ambiente y en síntesis el beneficio directo o indirectamente hacia sus Stakeholders, buscando generar conciencia que no es solo generar beneficios económicos al interior de la empresa, sino que además se pueda minimizar el impacto generador de la actividad económica de las mismas, por el uso de los recursos naturales, permitiendo el desarrollo económico sostenible de las regiones.

La RSE es un trabajo que se realiza en conjunto con todos los integrantes en la jerarquía de una empresa y no de manera individual, debido a que se debe contar con un liderazgo, estrategias muy bien definidas y un monitoreo constante de los resultados. También podemos

considerar que la aplicación de la RSE impulsa ventajas competitivas, permitiendo a la empresa diferenciarse en el mercado, así como la posibilidad de expandirse a nivel internacional por medio de gestores que se capaciten y actualicen constantemente.

Marco institucional

El lavadero de autos “La María” es un establecimiento comercial donde se ofrece el servicio de lavado de automóviles manual con a agua presión, cumpliendo con la principal necesidad de los clientes que es la limpieza y conservación del vehículo.

Sector

Servicios – Sector Terciario

Ubicación

Manzana E Barrio La María (Pradera – Valle Del Cauca)

Misión

Brindar a los pradereños el mejor servicio de embellecimiento y alistamiento de carros, mediante la innovación, personal capacitado y un respaldo de equipos y productos de excelente calidad, buscando cubrir las necesidades y requerimientos de nuestros clientes en tiempo y calidad.

Visión

Ser la mejor opción de lavado de autos de Pradera, utilizando siempre tecnología de vanguardia. Además, ser una empresa con una sólida estructura y personal capacitado que garantice la satisfacción y un servicio de excelencia, maximizando tiempos de entrega al cliente gracias al constante trabajo en equipo.

Valores

Calidad y Vocación en el servicio: Mejor calidad en nuestros servicios y productos, con nuestros clientes garantizando bienestar, satisfacción y fidelidad.

Responsabilidad: Cumplir eficaz y eficientemente con los compromisos para beneficio de nuestros clientes y de la empresa.

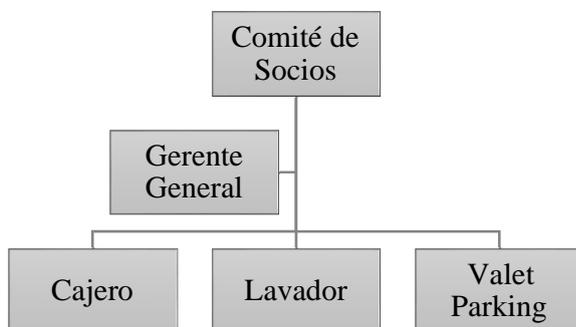
Transparencia: Con las autoridades y lo establecido en la normatividad legal, con el servicio prestado a nuestros clientes, con los proveedores y la comunidad en general

Respeto: Ofreciendo un ambiente y clima laboral adecuado que contribuya al mejoramiento y desarrollo de las relaciones con nuestros clientes internos y externos.

Estructura Organizacional

Figura 1.

Estructura organizacional de la empresa Lavadero de Autos La María



Nota. Cargos de manera jerárquica de la empresa.

Fuente. Elaboración propia

Marco Legal

La norma ISO 26000 del 2010 menciona:

Está destinada a ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. pretende incentivarlos a ir más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es un deber fundamental de cualquier organización y parte esencial de su responsabilidad social. Tiene como objetivo promover el entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas de responsabilidad social, no reemplazarlos.

Al aplicar ISO 26000: 2010, es aconsejable que una organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como las diferencias en las condiciones económicas, al mismo tiempo que sea consistente con las normas internacionales de comportamiento.

ISO 26000: 2010 no es un estándar de sistema de gestión. No está destinado ni es apropiado para fines de certificación o uso reglamentario o contractual. Cualquier oferta de certificación, o afirmación de certificación, según la norma ISO 26000 sería una tergiversación de la intención y el propósito y un uso indebido de la norma ISO 26000: 2010. Como ISO 26000: 2010 no contiene requisitos, dicha certificación no sería una demostración de conformidad con ISO 26000: 2010 (ISO - International Organization for Standardization, 2021)

Las 7 materias fundamentales de la norma ISO 26000 se describen a continuación:

Materia fundamental I.- Gobernanza de la Organización:

Se refiere al sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. La gobernanza de la organización puede incluir, tanto mecanismos

de gobernanza formal basados en estructuras y procesos definidos, como mecanismos informales que surjan en conexión con la cultura y los valores de la organización, a menudo bajo la influencia de las personas que lideran la organización. (*Secretaría de Economía - Materias Fundamentales, 2012*)

Cada día las empresas unen esfuerzos, al trabajar con detenimiento la gobernanza, se obtiene la ventaja de aumentar la capacidad en las empresas lo que permite inspeccionar y practicar los principios de la responsabilidad social empresarial. Promueve al respeto, la transparencia, rendición de cuentas y transparencia.

Materia fundamental II.- Derechos Humanos:

La ISO 26000 provee orientación para que las organizaciones amparen los derechos humanos, permitiendo la igualdad en oportunidades laborales, evitando la discriminación, resolviendo problemas y velando por un entorno laboral seguro.

Existen dos categorías de derechos humanos:

- a) La categoría de los derechos civiles y políticos; incluye derechos tales como el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad ante la ley y la libertad de expresión.
- b) La categoría de los derechos económicos, sociales y culturales; incluye derechos como el derecho al trabajo, el derecho a la alimentación, el derecho a la salud, el derecho a la educación y el derecho a la seguridad social. (*Secretaría de Economía - Materias Fundamentales, 2012*)

Materia fundamental III.- Prácticas laborales:

La finalidad de esta norma es ofrecer condiciones de trabajo adecuadas que incluyan los derechos fundamentales, salud y seguridad en el trabajo, dialogo social, desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

Las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz, un principio fundamental de la Declaración de Filadelfia de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de 1944 es que el trabajo no es una mercancía; lo que quiere decir que los trabajadores no deberían ser tratados como un factor de producción ni estar sujetos a las mismas fuerzas del mercado que se aplican a las mercancías. La vulnerabilidad de los trabajadores y la necesidad de proteger sus derechos básicos se refleja en la “Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales”. (*Secretaría de Economía - Materias Fundamentales*, 2012)

Materia fundamental IV.- El medio ambiente:

Todas las organizaciones independientemente donde se encuentren ubicadas, siempre van a tener un impacto con el medio ambiente, la ISO 26000 promueve a las organizaciones reducir los impactos ambientales y a garantizar que el uso de los recursos sea sostenible. las organizaciones deben adoptar iniciativas que eviten la contaminación, proteger la diversidad, el medio ambiente, mitigar y adaptarse al cambio climático, prevenir el colapso de los ecosistemas.

La responsabilidad ambiental es una condición previa para la supervivencia y prosperidad de los seres humanos; por ello, es un aspecto muy importante de la Responsabilidad Social. Los temas ambientales están estrechamente relacionados con otras materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social. La educación ambiental es vital para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles. (*Secretaría de Economía - Materias Fundamentales*, 2012)

Materia fundamental V.- Prácticas justas de operación

Las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una Organización en sus transacciones con otras Organizaciones. Incluyen relaciones entre Organizaciones y agencias gubernamentales, así como relaciones entre Organizaciones y sus socios, proveedores, contratistas, clientes, competidores, entre otras. (*Secretaría de Economía - Materias Fundamentales*, 2012)

Materia fundamental VI.- Asuntos de consumidores:

“Las Organizaciones tienen oportunidades importantes para contribuir al consumo y al desarrollo sostenible, a través de los productos y servicios que ofrecen y la información que proporcionan, incluida la información sobre su uso, reparación y disposición final.” (*Secretaría de Economía - Materias Fundamentales*, 2012)

Toda organización debe, ofrecer a los consumidores servicios y productos que sean beneficiosos social y ambientalmente.

Materia fundamental VII.- Participación activa y desarrollo de la comunidad:

Va más allá de identificar a las partes interesadas e involucrarse con ellas, en relación con los impactos de las actividades de una organización; también abarca el apoyo y la creación de una relación con la comunidad. Pero, sobre todo, implica el reconocimiento del valor de la comunidad. (*ISO Internacional 26000 Traducción oficial Official translation Traduction officielle*, 2010)

Las organizaciones tienen derecho de relacionarse con las comunidades en las que operan y ayudar a fortalecer la sociedad civil. las que se involucran de forma respetuosa refleja valores cívicos y democráticos. La idea de esta unión es que busquen un bien común.

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Para realizar una adecuada investigación existen diferentes instrumentos para obtener información útil, uno de los instrumentos más utilizados es la encuesta.

La encuesta utilizada fue a través de la elaboración de un cuestionario diseñado por Google Drive y el cual fue enviado vía correo electrónico a los grupos de interés de la microempresa. Este instrumento se utilizó para obtener información de las fuentes primarias de la empresa Lavadero de Autos La María.

Se elaboraron 3 formularios, cada uno dirigido a Socios, Colaboradores y Clientes sus resultados fueron los siguientes:

El Lavadero de Autos La María, en su estructura cuenta con 2 socios propietarios, a quienes se les aplica el instrumento de encuesta para obtener información primaria. En dicha información podemos ver como oportunidad que uno de los socios no tiene conocimiento del concepto de RSE, siendo indispensable incorporar estrategias de capacitación para el fortalecimiento de la RSE en su práctica.

Es de resaltar que la microempresa tiene adecuado en sus instalaciones un sistema de bombeo de agua subterránea a través de la construcción de un aljibe, esto permite que el consumo de agua para su actividad, no sea a través del abastecimiento de agua pública, además dentro de su estructura física cuenta con un sistema de filtrado para los desechos que produce el lavado de carros estos son aceites o desechos sólidos y de acuerdo a la información suministrada por los socios el destino de éstos está encargado por una empresa experta en el manejo de este tipo de residuos, siendo esto un reto para validar dentro de la normativa para estas empresas.

Vemos que la percepción de los socios en cuanto a la cultura por el cuidado del medio ambiente de sus colaboradores, se enfoca en el reciclaje y el cierre de grifos cuando no están en uso, sin embargo, durante la observación y exploración, se encuentra que no está establecido adecuadamente este tipo de prácticas, de tal forma que los colaboradores involucrados puedan tener establecido o sistematizado el procedimiento de reciclaje como por ejemplo la separación de sus desechos incorporando además recipientes de colores donde identifiquen claramente el destino de cada uno.

Para los socios propietarios de la microempresa es muy importante conocer la percepción de sus clientes frente al servicio prestado, el cual miden a través de una línea de atención o mediante encuesta de satisfacción, esto permite que la empresa incorpore mejoras y asegure la satisfacción de necesidades de sus clientes, sin embargo se evidencia que la encuesta de satisfacción realizada no es de forma escrita si no que en su lugar los colaboradores lo hacen de manera verbal, es importante entonces sistematizar esta encuesta y de esta manera se aprovecha para crear una base de datos de sus clientes.

En cuanto a los colaboradores, según los resultados la empresa lavadero la María tiene procesos de contratación amplia sin discriminación alguna.

A su vez la empresa cuenta con el aprovisionamiento de elementos de protección personal para el personal en mención según los resultados el colaborador les resulta importante lo EPP, se tiene en cuenta ampliar en el marco de la protección al trabajador más recursos para que ellos dispongan internamente en la empresa y permita más seguridad en su trabajo, esto llevándolo al plano de la seguridad y salud en el trabajo,

En el tema de alimentación y capacitación para los colaboradores actualmente hay un 50 % repartido lo que supone incentivar la práctica de la capacitación en varios temas que compete

en su función como lavadero además por los riesgos de seguridad a los que diariamente están expuestos, también el tema de los incentivos se debe implementar un plan en el que se cumpla mes a mes, incluyendo más valores agregados como bonificaciones, ampliación de días de descanso.

Para el cambio climático los colaboradores realizan prácticas sostenibles donde se evidencia en su forma de actuar con los recursos que disponen como ahorro de agua cuando no la necesitan, desconectar equipos mientras no los usen, y se puede crear un ahorro de reciclaje donde los recursos que paguen por ello sean destinados para ellos mismos un día de recreación, refrigerios en sus jornadas laborales, todo relacionando la responsabilidad social empresarial para los colaboradores.

La empresa cuenta con un sistema de servicio al cliente oportuno para así aplicar mejora continua constante así mismo maneja vigilancia en sus recursos, que no se presenten robos en los vehículos que reciben, que se mantenga integridad en el servicio prestado por parte de los colaboradores.

En los resultados de los clientes, podemos evidenciar que cuentan con 2 métodos para que manifiesten sus requerimientos o su percepción del servicio, bien sea a través de una línea de servicio al cliente o por medio de una encuesta de satisfacción, siendo esto positivo para el mejoramiento continuo de la empresa.

Matriz de Marco Lógico

Para el desarrollo del Marco Lógico se debe identificar los involucrados o Stakeholders, elaborar el Mapa de problemas o árbol de problema a través del cual se identificará el problema central, se transforma el árbol de problemas en un árbol de objetivos y por última se elabora el mapa de estrategias.

Stakeholders

Tabla 2.

Cuadro de involucrados de la empresa Lavadero de autos La María.

Grupos	Intereses	Recursos y Mandatos
Clientes	Servicios de calidad adaptado a sus necesidades	
	Mantener sus vehículos limpios con productos de alta calidad.	Dinero (financiero). Buzón para quejas y reclamos.
	Manifestar sugerencias frente al servicio recibido.	
Proveedores	Cumplimiento en los pagos.	Acuerdo de pago.
Colaboradores	Oportunidad laboral.	
	Potencializar sus competencias.	
	Motivación laboral.	Contrato
	Buenas relaciones entre jefes y compañeros.	Habilidades y competencias.
	Salario digno.	
Socios	Obtener rentabilidad por su inversión.	Dinero (financiero).

Entidades Públicas (Alcaldía Municipal)	Capacitación a microempresarios en el manejo e implementación de la RSE. Incentivos a microempresas por aplicación de la RSE.	Asesorías – capacitación.
---	--	---------------------------

Nota. Involucrados de la empresa Lavadero de Autos La María con sus respectivos intereses, mandatos y recursos a ofrecer.

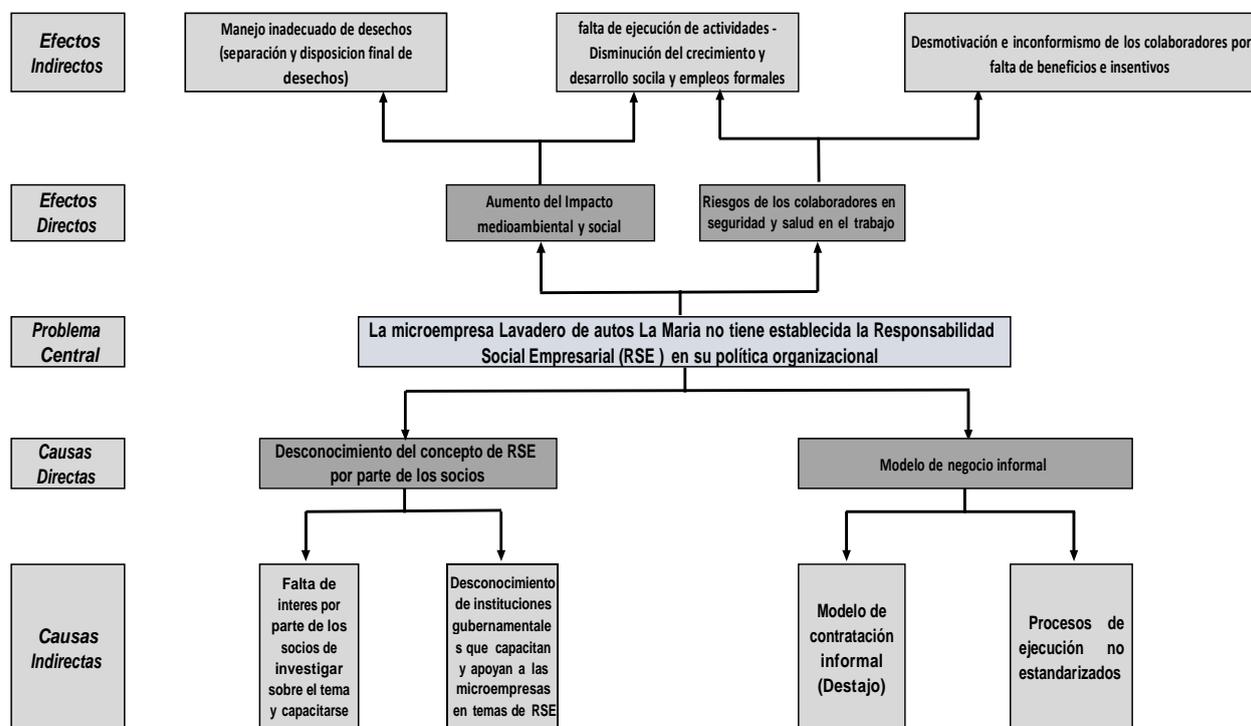
Árbol del Problema

A través del árbol de problemas se identifica la problemática central de la microempresa Lavadero de autos La María una vez realizado el análisis de la aplicación del instrumento a socios, colaboradores y clientes.

Para el caso de la microempresa Lavadero de Autos La María, el problema central detectado es que no tiene establecida al Responsabilidad Social Empresarial RSE en su política organizacional. Se identifica problemas en materia de Gobernanza, pues se presenta desconocimiento en tema relacionado con la RSE, siendo una microempresa con una actividad informal, lo que desencadena problemáticas en materia de Prácticas Laborales, pues sus colaboradores no tienen un contrato formal a través del cual se realice el pago de sus prestaciones de ley, presentando desmotivación. Se identifica además necesidad de capacitar al personal en temas de manejo de residuos para generar lo menos posible un impacto al medio ambiente (Ver Figura 2).

Figura 2.

Árbol de problemas para la empresa Lavadero de Autos La María



Nota. Árbol de problemas con su problemática central y sus causas y efectos directos e indirectos.

Fuente. Elaboración propia

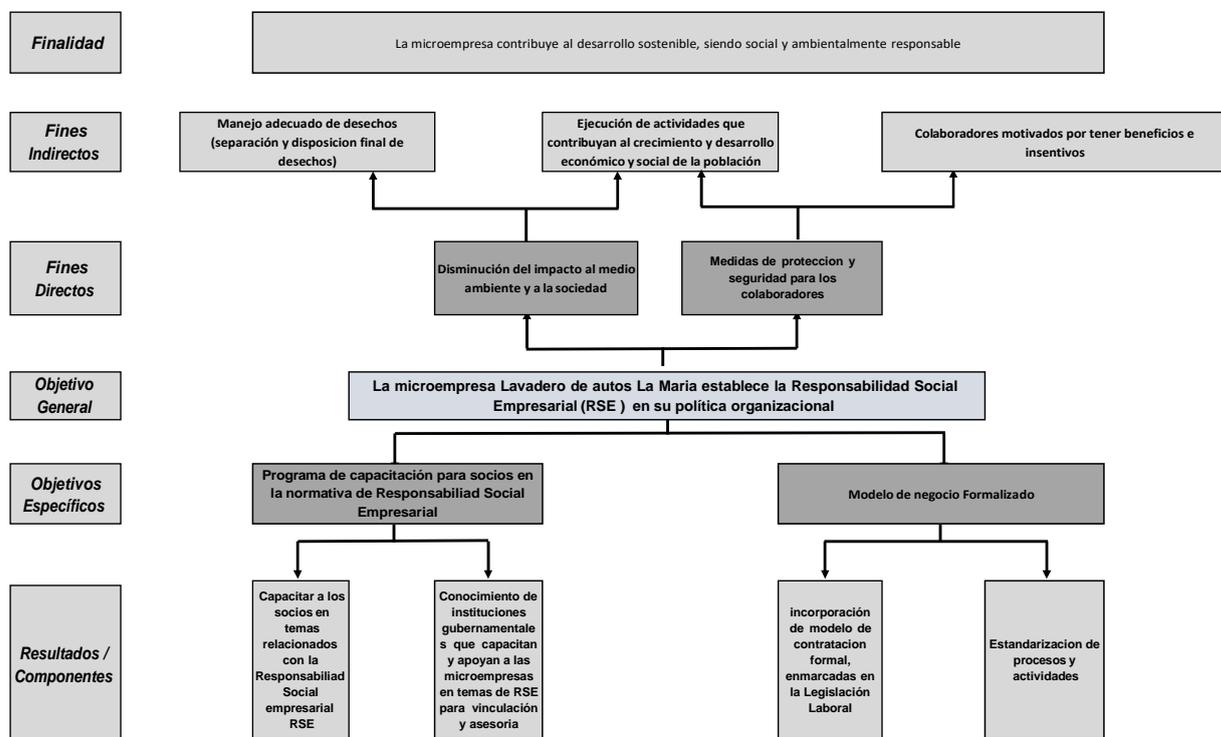
Árbol de Objetivos

El árbol de objetivos se elabora a partir del árbol de problemas, teniendo en cuenta cada una de las causas y efectos, éstos se convierten en afirmaciones positivas que ayudaran para plantear las estrategias de solución con el fin de dar cumplimiento a la normatividad en materia de RSE.

Una vez elaborado el árbol de problema se realiza la Matriz del Marco Lógico donde se identifica el fin, el objetivo del proyecto, los resultados y las actividades (Ver Figura 3).

Figura 3.

Árbol de Objetivos para la empresa Lavadero de Autos La María



Nota. Árbol de objetivos que describe el objetivo general con sus objetivos específicos, fines y resultados a lograr.

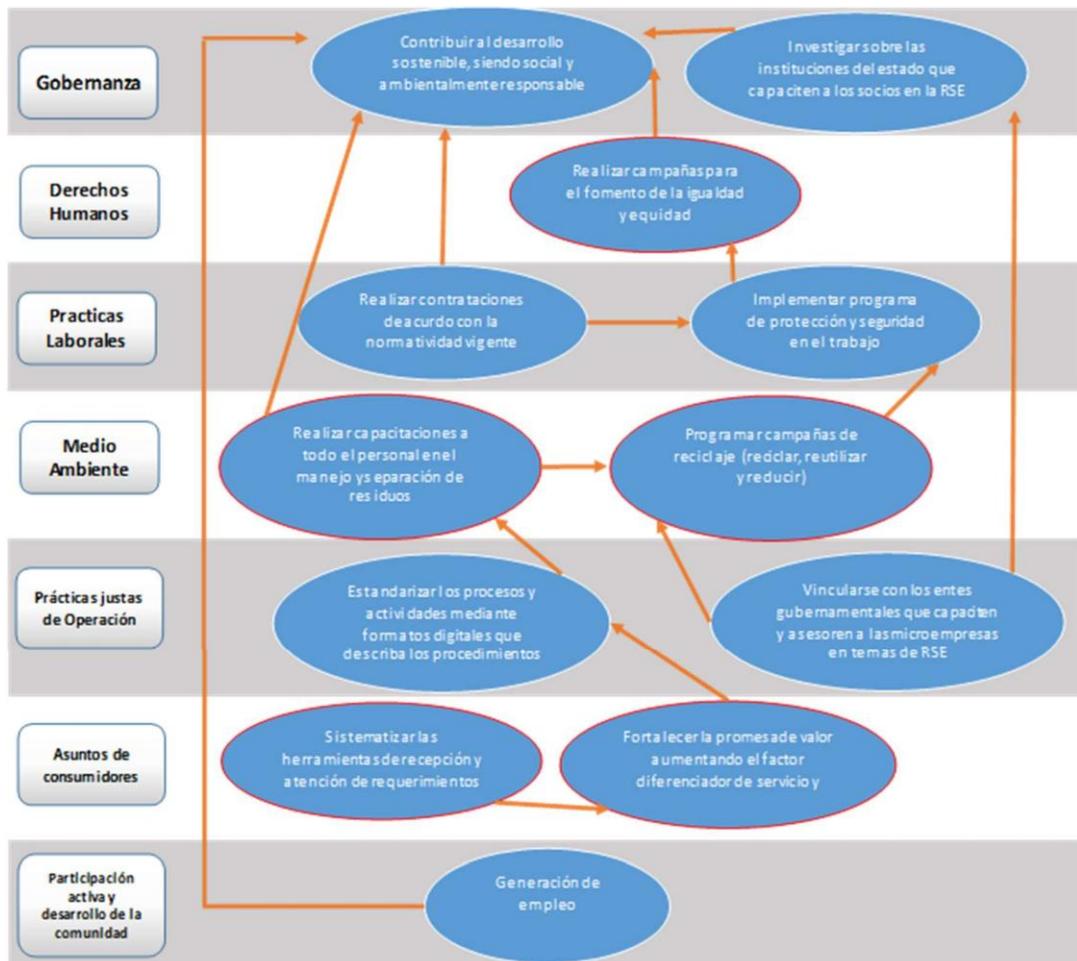
Fuente. Elaboración propia

Mapa Estratégico

Un mapa estratégico representa de manera visual la relación causa y efecto que hay entre los objetivos trazados y las siete (7) materias fundamentales: Gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad (Ver Figura 4).

Figura 4.

Mapa Estratégico para la empresa Lavadero de Autos La María



Nota. Relación entre las 7 materias fundamentales y los objetivos a realizar.
Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Un plan de mejoramiento es un conjunto de acciones y medidas estratégicas que se llevan a cabo luego de un diagnóstico con el fin de mejorar el desempeño y obtener mejores resultados que permitan alcanzar los objetivos de cada dimensión.

Plan de Acción y de Seguimiento

Un plan de acción es una herramienta diseñada para guiar la gestión de quienes conforman una empresa en la ejecución de las medidas que ayudarán a conseguir los objetivos propuestos. Dicho plan de acción debe ser monitoreado constantemente para evaluar el avance y los resultados e identificar los aspectos a mejorar y modificaciones.

Podemos observar que en la dimensión económica del plan de acción y seguimiento se enfoca en el desarrollo de capacitaciones para el personal en normativa de RSE, contratación laboral y estandarización de procesos por medio de alianzas gubernamentales en un plazo de seis meses (Ver Tabla 3).

Tabla 3.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Invertir en programas de capacitación para el personal administrativo en normativa de Responsabilidad Social Empresarial, contratación laboral y estandarización de procesos	Crear alianzas con instituciones gubernamentales que brinden capacitación a socios o administrativos en la normatividad vigente de RSE, así como asesorías en la contratación laboral y estandarización de los procesos internos.	Semestral	\$10'000.000 semestrales	- # de socios capacitados/ Total de socios x 100 - Vinculaciones con instituciones gubernamentales - # de capacitaciones realizadas/ Total capacitaciones programadas x 100 - # de conductas demostradas por la persona/# total de conductas esperadas

Nota. Dimensión económica del plan de acción y seguimiento con su objetivo, estrategia, plazo y costo para lograrlo e indicador para medir resultados.

Fuente: Elaboración propia

La dimensión social del plan de acción y seguimiento está basada en la constitución de un modelo de negocio formal que contribuya al desarrollo de los colaboradores y la generación de empleo legal, para ello se hace necesario regirse en la normatividad laboral y estandarizar los procesos de la empresa (Ver Tabla 4).

Tabla 4.
Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	Incorporar un modelo de negocio formal que contribuya al crecimiento y desarrollo de sus colaboradores y la sociedad promoviendo la generación de empleo	Llevar a cabo contrataciones formales enmarcadas en la legislación laboral que motiven a la permanencia de sus colaboradores. Estandarizar y sistematizar los procesos.	Anual	\$20'000.000 anuales	- # de contratos formales / total de contratos x 100 - # de Procesos estandarizados y sistematizados / Total de procesos x 100 - Reducción tiempos de entrega. - Total gasto en procesos de reclutamiento / vacantes completas

Nota. Dimensión social del plan de acción y seguimiento con su objetivo, estrategia, plazo y costo para lograrlo e indicador para medir resultados.

Fuente: Elaboración propia

El principal objetivo del plan de acción a nivel ambiental es que los colaboradores estén capacitados en cuanto al manejo adecuado de recursos y desechos, esta capacitación se haría de manera trimestral con el fin de hacer énfasis en este aspecto (Ver Tabla 5).

Tabla 5.*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Implementar programas de capacitación con énfasis en el manejo adecuado de recursos y desechos (Separación y disposición final de desechos)	Crear e implementar proyecto de capacitación para el personal de la empresa sobre el uso responsable de los recursos y el adecuado manejo de desechos y el reciclaje (Separación y disposición final)	Trimestral	\$5'000.00 0 trimestral es	- # de capacitaciones / capacitaciones programadas x 100 - Reportes de supervisión de la disposición final de los desechos - Cumplimiento con la normatividad - Cantidad de residuos de manejo especial recogidos en el año.

Nota. Dimensión ambiental del plan de acción y seguimiento con su objetivo, estrategia, plazo y costo para lograrlo e indicador para medir resultados.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

La empresa no tiene un sistema o modelo de negocios basados en un plano estrategia de mercado, impera el informalismo en sus procesos, por lo cual presenta su vez una oportunidad de mejora en esta unidad de negocios basados en la eficiencia enfocados en todas las partes involucradas (Stakeholders).

Se evidencia durante el proceso de investigación la necesidad de mejorar la calidad y ambiente laboral dentro de la empresa, dando un énfasis en el bienestar de todos sus clientes internos al mejorar las condiciones laborales, garantizar los derechos legales y fomentar dentro del grupo de colaboradores el trabajo en equipo y aplicación de los principios de RSE.

Se identifica que se pueden mejorar los procesos que implican el uso de elementos de lavado, insumos de aseo y utilización de adecuada y optima de los servicios públicos, así mismo se puede implementar un mejor programa de disposición de residuos que reduzcan el impacto ambiental en la comunidad local.

Al implementar políticas de RSE dentro de su plan estratégico para impulsar su modelo de negocios en la ciudad, los objetivos irán direccionados a la sostenibilidad financiera y también al respecto por las personas, las necesidades de la comunidad y el medio ambiente.

La RSE permite generar más valor a la empresa además de los servicios que vende, es decir basa su modelo y visión de negocios teniendo en cuenta al individuo, las necesidades del entorno, la ética y aporta bienestar a la comunidad donde desarrolla sus actividades económicas. Finalmente se promueve una cultura de respeto y clima laboral optimo al implementar los principios de RSE lo que generar una mejoría en la calidad de vida de socios y colaboradores y fortalece las virtudes de la empresa.

Referencias

- Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nósis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- Crespo, M. F. (2003). *Lo ético de la ética empresarial* *Revista Venezolana de Gerencia* [versión electrónica]. Recuperado el 26 de agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29002207.pdf>
- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.

- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.
- Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., & Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., & Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.
- González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- ISO INTERNACIONAL 26000 Traducción Oficial Official Translation Traduction Officielle*. (2010). <Http://AmericalatinaGenera.Org/Newsite/Images/U4ISO26000.Pdf>
- ISO - International Organization for Standardization. (2021, October 15). *ISO 26000:2010*. ISO. <https://www.iso.org/standard/42546.html>

- Labarca, N. (2008). Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. Recuperado en 26 de agosto de 2021, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100004&lng=es&tlng=es
- Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.
- López, C., López, E. & Ancona, I. (2005). Desarrollo sustentable o sostenible: una definición conceptual. Recuperado el 29 de agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4578/457845044002.pdf>
- Martínez, J. A. (2015). *La Gestión Estratégica de la Responsabilidad Social en las Pymes Venezolanas*. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187244133010/html/index.html>
- Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Medina, M & Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.

Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Norma ISO (2010). ISO 26000. *Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.

Ortegón, G., Castrillón, O & Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ramírez, I, Nelson, L, & Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.

Ramírez, R., Lay, N. & Sukier, H. (2020). Gerencia estratégica para la gestión de personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000100133

Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (2021). *Sostenibilidad: qué es, definición y concepto, tipos y ejemplos*. Recuperado el 29 de agosto de 2021, de

<https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.

Secretaría de Economía - Materias Fundamentales. (2012). Economía.gob.mx. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/normalizacion/normalizacion-internacional/iso-26000/materias-fundamentales>

Tene, E. (2018). *El desarrollo humano y social* [Archivo PDF].

https://www.researchgate.net/publication/328126507_El_desarrollo_humano_y_social

Urdaneta, L. (2009). Desarrollo social como estrategia para el impulso de las organizaciones humanas en las zonas portuarias. Recuperado el 29 de agosto de 2021, de <file:///D:/Leidy/Downloads/Dialnet-DesarrolloSocialComoEstrategiaParaElImpulsoDeLasOr-5114811.pdf>

Uribe, M. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial y el Enfoque Estratégico de la Organización: Evidencia Empírica de dos Sectores*. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v19n1/2539-0554-tend-19-01-00113.pdf>

Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor-storage.reedsy.com/books/618db71f1ae37e57ce2b2bdd/exports/success/0ff262d3-3e1c-4eaf-8c2b-06ba83c2f702/202111281322-codigo-de-etica-para-la-empresa-lavadero-de-autos-la-maria.zip>

Anexo B. Formato de Recolección de Información

Encuesta Gerente o Socios

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf3BpdGYTP_KGykAj82fkQs6jKOPvWz5en-0dwzkqLuTKp2Ig/viewform

Encuesta Colaboradores

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdsg_FFU2GD3AGM568yXUHiXGrHB8SdAfhDhOyPd8X7GZU1WQ/viewform

Encuesta Clientes

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScMvjodk9bprVSTdt8RX1RnM21PEOwIGBXQgC_nfls1bDDoww/viewform