

MODELO DE GESTION PARA FORTALECER LA ACTUACION DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL ANTE EL STAKEHOLDERS, CLIENTES,  
SOCIEDAD Y ALTA GERENCIA PARA INPROARROZ LTDA.

CLAUDIA MILENA REINA BELTRAN

CODIGO 40.431.182

GLADIS BELTRANCUELLAR

CODIGO 39.788.963

DAISSY CAROLINA BELTRAN ALBARRACIN

CODIGO 40.189.353

PAULA ANDREA BEDOYA ESCOBAR

CODIGO 40.028.662

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "UNAD"  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES,  
ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS  
OCTUBRE - 2012

MODELO DE GESTION PARA FORTALECER LA ACTUACION DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL ANTE EL STAKEHOLDERS, CLIENTES,  
SOCIEDAD Y ALTA GERENCIA PARA INPROARROZ LTDA.

CLAUDIA MILENA REINA BELTRAN

CODIGO 40.431.182

GLADIS BELTRANCUELLAR

CODIGO 39.788.963

DAISSY CAROLINA BELTRAN ALBARRACIN

CODIGO 40.189.353

PAULA ANDREA BEDOYA ESCOBAR

CODIGO 40.028.662

Presentado a:

GUSTAVO ADOLFO MANRIQUE

TUTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "UNAD"  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES,  
ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS  
OCTUBRE - 2012

## RESUMEN EJECUTIVO

### INPROARROZ LTDA “PRESENTE Y FUTURO DEL AGRO COLOMBIANO”

La importancia de la actividad arrocera en los llanos orientales ha incentivado y promovida la dinámica de toda una industria dirigida a brindar a todos los productores el apoyo que exige este cultivo en la comercialización y suministro de insumos y el desarrollo de nuevas tecnologías y materiales genéticos

El apoyo a los productores y arroceros llaneros quizás ha sido un compromiso para la industria productora de arroz Inproarroz desde 1986. Es así como esta empresa comercial y molinera, la más importante de los llanos orientales y de las más destacadas del país, su actividad principal es la compra de arroz paddy para su procesamiento industrial y la posterior comercialización del arroz blanco.

Para defender las cruciales necesidades del mercado a implementar, ha ampliado su infraestructura para optimizar sus productos y servicios, con ello nace el CIM, Centro de Investigación Microbiológico, contribuyendo a la necesidad del desarrollo biológico del agro, los agricultores, no obstante, genera un apoyo al impacto ambiental.

## ABSTRACT

The importance of rice activity in the eastern plains has encouraged and promoted the dynamic of an entire industry aimed at providing all the producers the support that demands this crop in marketing and input supply and the development of new technologies and genetic material.

The support for rice producers has been a commitment to the rice producer industry Inproarroz since 1986. Thus this trading company and mill, the largest in the eastern plains and one of the most important in the country, its main activity is the purchase of paddy rice for industrial processing and the subsequent marketing of white rice.

To defend the crucial market needs for implement, has expanded its infrastructure to optimize their products and services, thereby born MRC, Microbiological Research Center, contributing to the need of the biological development of agriculture, farmers, however, generates a support for environmental impact.

## INTRODUCCION

El siguiente informe tiene información detallada si Inproarroz es socialmente responsable y cumple con buenas prácticas de gobierno.

En reunión con la alta gerencia se realizó un informe donde se comunicó los aspectos a mejorar y su responsabilidad social empresarial.

Cuando hablamos de responsabilidad social es necesario saber las relaciones empresariales sus preocupaciones sociales, y medioambientales y su compromiso con los grupos de interés stakeholder.

La práctica empresarial responsable tiene connotaciones importantes iniciativas voluntarias que van más allá de la normativa legal y las obligaciones contractuales, con la implementación del manejo de buenas prácticas gerenciales se busca crear en la alta gerencia de Inproarroz conciencia sobre el manejo de buenas prácticas de gobierno empresarial.

Impactos de los Resultados Esperados con la Implantación de esta nueva práctica empresarial e información al consumidor.

Como se mencionó anteriormente, la solución para el mejoramiento del área alta gerencia para lo cual nos permitimos presentar la propuesta para la implementación del nuevo sistema que nos genera los siguientes beneficios esperados.

Mayores ventas.

Se pretende elevar el número de ventas al obtener mayor información el cliente adquiere más producto.

Nuevos mercados

Gerencia socialmente responsable

Buenas prácticas empresariales

Existe actualmente un debate ético y económico sobre si las empresas asumen responsabilidades sociales atendiendo sólo a razones morales y económicas. La realidad muestra que un número significativo de empresas (generalmente firmas multinacionales o de gran tamaño) financian distintos programas y actividades educativas, culturales o sociales.

Las empresas son conscientes de sus actividades y de las externalidades que ocasionan, por tanto la gestión empresarial la orientan no sólo a la satisfacción de un stakeholder en particular, sino a los diferentes grupos de interés que forman parte del funcionamiento de la empresa.

## JUSTIFICACION

No cabe duda que día a día la Responsabilidad Social ha tenido una evolución significativa en nuestro País y ha adquirido una gran importancia en el mundo empresarial (pymes y multinacionales) Nacional e Internacional. Llegando así a convertirse en un requerimiento para la gestión de las organizaciones por el resultado positivo de las operaciones dadas dentro y fuera de la empresa (Inproarroz Ltda.), a su vez generar la confianza entre los directos beneficiados; los clientes, los empleados, la comunidad, proveedores entre otros.

Dado el valor al tema, los últimos años la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial se ha incorporado como parte primordial de la Gestión Organizacional más allá de las buenas practicas ejecutadas, considerando los aspectos ambientales, económicos y sociales.

Al utilizar la Responsabilidad Social Corporativa como un método de creación de valor y de manera estratégica, se concibe el objetivo de la empresa a tomar como ejemplo; Inproarroz. Los resultados de este método pueden ser analizados de cualitativa y cuantitativa.

# 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

### **Inproarroz Ltda. Está ubicada**

Planta principal Km. 15 Vía Puerto López

¿INPROAARROZ ES RESPONSABLE SOCIALMENTE CON LA COMUNIDAD Y LAS POLITICAS DE BUEN GOBERNO?

Se ha venido presentando inconformidad en cuanto manejo de la alta gerencia y sus prácticas empresariales que afecta directamente a los consumidores.

Las iniciativas voluntarias que van más allá de las obligaciones contractuales no se han desempeñado dentro de una organización de una empresa que cumpla con buenas prácticas de gobierno.

Su crecimiento empresarial hace cada vez más notorio las falencias en su programa orientado hacia una empresa socialmente responsable.

Para ello es necesario implementar un buen plan de comunicación entre el gobierno empresarial y los grupos de interés sus consumidores.

Con el fortalecimiento de la alta gerencia se busca tener un gobierno socialmente responsable comprometido con su entorno y la relación amigable con el medio ambiente.

## 1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Inproarroz maneja programas de responsabilidad social?
- ¿La alta gerencia incentiva a sus clientes, empleados y comunidad en general?
- ¿Tiene programas donde especifiquen los beneficios del consumo de productos a sus clientes?
- ¿Realiza actividades donde motiven, se reconozca e incentive a sus empleados?
- ¿Maneja algún tipo de programa en la que se vea involucrado la comunidad que los rodea y que además beneficie a esta?

## 2. FORMULACION DE HIPOTESIS

### 2.1 HIPOTESIS

¿Generar conciencia en la alta gerencia de Inproarroz sobre la importancia de las buenas prácticas de gobierno y su responsabilidad con el entorno?

Ho: Generar conciencia en la alta gerencia de Inproarroz sobre la importancia de las buenas prácticas de gobierno y su responsabilidad con el entorno.

Ha: Generar conciencia en la alta gerencia de Inproarroz sobre la importancia de las malas prácticas de gobierno y su responsabilidad con el entorno.

### 3. FORMULACION DE OBJETIVOS

#### 3.1 OBJETIVO GENERAL

- Crear y diseñar un modelo de Gestión Estratégica Responsable para aplicar programa de Responsabilidad Social en la empresa Inproarroz.

#### 3.2 Objetivos Específicos

- Conocer y aplicar las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial en la empresa
- Analizar estratégicamente la organización, la fusión de valores corporativos y la sustentabilidad de la empresa contenidos en la misión visión y estrategias de marketing stakeholders y cadena de valor.
- Suministrar al consumidor información, suficiente, clara y oportuna, que les permita a estos conocer adecuadamente sus derechos, obligaciones y los costos de los diferentes productos y servicios.
- Establecer y describir los lineamientos necesarios para el seguimiento en cada proceso con el fin de conocer los impactos que tiene en la organización.

## 4. MARCOS DE INVESTIGACION

### 4.1 MARCO TEORICO

Se entiende por gobierno de las empresas la forma en que estas se organizan, son dirigidas y controladas para alcanzar unos fines determinados. En términos generales y desde la perspectiva causa efecto, la consecución gobierno otorgaría a este el calificativo de bueno, podríamos decir, por lo tanto que el gobierno de la empresa es un instrumento para alcanzar los fines fijados, encontrándose en estos la inspiración ultima, razón de ser de aquel.

La resolución de conflictos y la satisfacción de la pluralidad de intereses comunes por parte, primero, de quienes deliberan sobre los asuntos de la organización, y segundo de quienes ejecutan las decisiones, es difícil de alcanzar de manera transparente si se carece de valores éticos. Para lograr buenos resultados en la política y en la gestión de un buen gobierno se requiere contar con gobernantes y funcionarios que hayan interiorizado los valores y posean una conducta íntegra pues son éstos servidores quienes marcan las directrices y operan las instituciones.

En función de tipo de fines (misión) que se fijen tendremos un gobierno de la empresa orientado en un sentido o en otro.

Los procesos del "buen gobierno" dan lugar a resultados que son análogos a los de las instituciones tradicionales de gobierno.

Suponer la presencia de las políticas de un buen gobierno en la organización sin el gobierno es concebir funciones que tienen que ser desempeñadas en cualquier sistema

humano viable... Entre las múltiples funciones necesarias están, por ejemplo, las necesidades en que todo sistema tiene que hacer frente a problemas externos, para evitar conflictos entre sus miembros... obtener recursos... y concebir metas y políticas que sirvan para alcanzarlos".

En última instancia, las políticas de un buen gobierno se ocupan de suscitar las condiciones necesarias para un gobierno ordenado y una acción colectiva. Sus resultados no son, por consiguiente, distintos de los del gobierno. Se trata más bien de una diferencia de procesos.

#### 4.2 MARCO GEOGRAFICO

Inproarroz Ltda., su sede principal se encuentra ubicada a 15 Km de la ciudad de Villavicencio, es de resaltar que cuenta con siete (7) sedes en la zona de la Orinoquia, de la siguiente manera. En el Meta (Acacias, Granada y Puerto López), y con (4) sedes en la zona del Casanare (Villanueva, Yopal, Aguazul y Trinidad), las cuales emplean a más de 500 personas, contribuyendo así la generación de empleo a estas regiones y por ende contribuye a una mejor calidad de vida a las comunidades.

#### 4.3. MARCO CONCEPTUAL

- MODELO
- GESTION
- CLIENTES
- SOCIEDAD
- ALTA GERENCIA
- BUEN GOBIERNO
- MEDIO AMBIENTE

- COMUNIDAD
- ESTRATEGIA
- ENTORNO
- VALORES
- CADENA DE VALOR
- ORGANIZACIONES
- COMUNICACIÓN
- RESULTADOS
- IMPLEMENTACION
- SOSTENIBILIDAD
- COMPROMISO

#### 4.4. MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL

Inproarroz Ltda. es una empresa llanera fundada en el año de 1986, pertenece a una sociedad limitada, y cuenta con la certificación ISO 9001.

Es una agroindustria que procesa y comercializa arroz, semillas, agro insumos, arroz paddy y arroz procesado; consiente de la importancia de satisfacer las necesidades de sus clientes y consumidores. La alta dirección de Inproarroz Ltda. Tiene como compromiso el cumplimiento de los requisitos de calidad, legales, reglamentarios, del mercado y propios, al igual que el mejoramiento continuo de sus procesos y sistema de gestión, para lo cual aplica estrictos controles de calidad a sus productos. Emplea tecnología de punta y cuenta con un equipo de trabajo capacitado y comprometido contribuyendo al desarrollo de nuestro país.

## **5. DISEÑO DEL MODELO DE GESTION**

### **5.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA EMPRESA**

#### 5.1.1 Stakeholders afectados.

En Inproarroz Ltda. Según las investigaciones realizadas encontramos afectación en los siguientes stakeholders.

- Alta gerencia
- Clientes
- Empleados
- Entorno social

### 5.2 PLAN DE COMUNICACIÓN

#### 5.2.1 Que queremos conseguir

Que la empresa de Inproarroz sea una empresa social mente responsable en todas sus prácticas de responsabilidad social empresarial. Comprometida con la conservación de su entorno y reconocimiento como una de las empresas más pujantes de nuestro país.

##### 5.2.1.1 Objetivo general

Conocer los procesos técnicos empleados por Inproarroz en selección y calidad en prácticas empresariales responsables y su compromiso con los consumidores.

#### 5.2.1.2 Objetivo específico

- Hacer que Inproarroz ofrezca productos de excelente calidad y cumpla con sus buenas prácticas en el manejo de información al consumidor.
- Que Inproarroz se comprometa a informar al consumidor en cada empaque como se prepara un arroz que contiene y si los químicos empleados no son perjudiciales para la salud.
- Que Inproarroz en su planta técnica certifique que los herbicidas y fungicidas no son perjudiciales para la salud.

#### 5.2.2 A quien va dirigido

Nuestro plan va dirigido a la alta gerencia de Inproarroz ya que son ellos como empresarios los más interesados en el desarrollo de buenas prácticas socialmente responsables.

##### 5.2.2.1 Director/a – Gerente

La comunicación dentro de Empresa debe ser integral a su vez es necesaria, por cuanto quienes la componen se verán beneficiados. Esta misma ha evolucionado llevándola a un mundo más globalizado (todo ha cambiado).

La información a transmitir abarca todos los aspectos dentro y fuera de la misma; ambiental, interna, corporativa y demás. Al igual la comunicación se presenta de manera descendente, ascendente, lateral, horizontal y como todos la conocemos comúnmente verbal y no verbal.

La comunicación debe traspasar todas las barreras existentes dentro de una empresa. La persona responsable o delegada para transmitir la comunicación es sin duda el Director, el cual tiene la máxima responsabilidad sobre la imagen de la empresa. Esta persona debe ser idónea para dicha labor. Sus habilidades como director se resumen en:

- Comunicación fluida
- Capacidad de negocio
- Creativo
- Trabajador en equipo
- Líder
- Visionario

Sus funciones dentro de ella es establecer y entablar comunicación directa y verídica tanto a los clientes internos y externos (empleados y clientes). Del director se espera una comunicación integral y se determina como el único responsable de dicha comunicación.

Su trabajo se basa en

- Reflejar la imagen correcta
- Generador de comunicación y trasmisor de la misma
- Liderar la responsabilidad social
- Ser la voz líder
- Servicio

Dentro de las empresas la comunicación debe entenderse más allá que la visión misma. Esta debe ser estratégica y eficaz, como también corporativa, externa

(comercial), interna, al igual se maneja en estado de crisis, RSC y en las relaciones públicas.

Es de resaltar que de la buena o mala comunicación impartida por el director a las demás personas o entes involucrados se verá reflejados en los resultados a lo largo y ancho de la misma.

#### 5.2.2.2 Clientes

En cuanto a los clientes, se debe manejar una excelente imagen, por esta es generadora de percepciones positivas, por cuanto de ella dependen los resultados anhelados y más no una equivocada respuesta.

A su vez los clientes necesitan:

- Respeto
- Comunicación real
- Atención oportuna
- Seguridad
- Calidad y demás

Al cliente sin lugar a duda ha de presentarle todos y cada uno de los beneficios que recibirá al ser parte de nuestra empresa. Generar confianza con la comunicación impartida directa e indirectamente por el personal idóneo puesto a su servicio. En este ejemplo, los ingenieros agrónomos, los cuales son los directos responsables de otorgar una comunicación honesta con nuestros clientes, los agricultores.

### 5.2.2.3 Proveedores

En Inproarroz, los proveedores son de vital importancia, ya que son seleccionados según los estándares establecidos por la empresa. La comunicación impartida o recibida se presenta mediante oficios, comunicados, llamadas, correos electrónicos y mediante comunicación verbal, siendo esta última la más empleada.

Es de resaltar la importancia de las expectativas esperadas por ellos y para ellos. Valores a tener presente:

- Fidelidad de ambas partes
- Confianza
- Apoyo
- Respaldo
- Seguridad
- Lealtad

Esta empresa cuenta con un amplio portafolio de insumos y fertilizantes como también de proveedores, este último se destaca por tener a los mejores tanto a nivel nacional como internacional. A de resaltar a los mejores importadores del oriente, entre ellos de la China.

Los proveedores al igual que los clientes tienen estrecha comunicación con el departamento de insumos, siendo el director de insumos y su asistente técnico su comunicador principal.

### 5.2.2.4 Competencia

La competencia para Inproarroz es sin lugar a duda Fedearroz, siendo este un importador, productor y distribuidor de insumos agrícolas gigantesco a nivel regional y

nacional. La competencia se ha manejado por medio de las directivas y jefes medios desde el punto de vista del Respeto, Honestidad y una sana Competencia, llevando está a un grado Leal.

- Respeto

#### 5.2.2.5 Colaboradores

Para Inproarroz ser una empresa líder en el meta ha necesitado de la colaboración de muchas personas que a través de toda su trayectoria la ha ayudado a crecer, desde las directivas, hasta la clase obrera todos aportan su granito de arena, es allí donde es necesario implementar una buena comunicación, realizar actividades que motiven a sus colaboradores tanto internos como externos, promover capacitaciones e incentivar el respeto de los unos a los otros sin importar que cargo ocupemos.

- Igualdad
- Respeto
- Comunicación

#### 5.2.2.6 Entorno social y ambiental

Inproarroz es una empresa comprometida con el sector arrocero, brinda calidad en sus productos, pero también debe implementar compromisos con su entorno social y ambiental, generando capacitación para la conservación del medio ambiente y mejorar la calidad de vida se la comunidad que la rodea.

Comunicar a sus empleados y comunidad los compromisos ambientales a través de campañas de conservación del medio ambiente.

- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto

### 5.3 CUAL ES LA IDEA

Implementar un programa de comunicación donde Inproarroz, dé a conocer las prácticas de responsabilidad social que tiene con sus empleados, sus clientes. Sus proveedores, el medio ambiente y la comunidad que los rodea.

### 5.4 FIJAR PRESUPUESTO

- Realización de capacitaciones
- Impresión de afiches informativos
- Instalación de sistema de audio
- Impresión de manuales informativos

### 5.5 QUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE VAN A EMPLEAR

Internamente se utilizara el medio de comunicación a través de comunicados, afiches informativos, anuncio por medio auditivo, en la parte externa a través de la actualización de la página web de la empresa en donde se agregará un ítem donde se encontrara todas las políticas de responsabilidad social a las que se compromete Inproarroz.

### 5.6 RECURSOS

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Revisión preliminar	Informe de lo que se percibe en la empresa	Lo que queremos lograr	Conferencia, como creamos conciencia social	Importancia de la responsabilidad social y el entorno
Con la alta gerencia de Inproarroz	Análisis sobre fortalezas y debilidades	Implementación del proyecto a realizar	Creación de valor empresarial	Deberes de los empresarios frente a RS

<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>	<b>2.900.000</b>
----------------------------	------------------

<b>PROFESIONALES</b>	Conferencista	1.000.000
----------------------	---------------	-----------

<b>TECNICOS</b>	Adecuación de sala de juntas	250.000
-----------------	------------------------------	---------

<b>FINANCIEROS</b>	ORIGEN	Gerencia de la empresa	0
--------------------	--------	------------------------	---

<b>ACTORES DIRECTOS</b>	COMITÉ Y GERENCIA INPROARROZ		0
-------------------------	------------------------------	--	---

	PERFIL			
<b>PSICOLOGO</b>	Psicología Organizacional, es un experto en estos campos y su contribución al logro de las metas organizacionales es cada vez mas importante donde quiera que se den las relaciones interpersonales.			1.000.000
<b>GRUPO RESPONSABLE DE LA IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA</b>	TRANSPORTE - ALIMENTACIÓN Y GASTOS GENERALES			250.000

<b>MATERIAL DIDACTICO</b>	AFICHES Y MANUALES INFORMATIVOS			400.000
---------------------------	---------------------------------	--	--	---------

## **6. RESULTADOS**

### **6.1 ¿POR QUE HACERLO?**

Para la alta gerencia, los consumidores, empleados y el entorno social es muy importante estar informados y tener participación en las actividades que realiza Inproarroz para su propio beneficio y el de los demás factores.

### **6.2 ¿COMO HACERLO?**

La forma más adecuada para realizar dicha labor es:

- Buscando el foco del problema
- Llegando a la necesidad del problema
- Planteando la solución al problema
- Otorgando los puntos positivos de la solución
- Llevando a cabo la solución planteada.
- Se van revisando los resultados para demostrar la efectividad de la solución propuesta.

### **6.3 ¿DONDE HACERLO?**

En Inproarroz Ltda. Son los trabajadores, clientes, consumidores finales, comunidad local, accionistas, proveedores y futuras generaciones. Para Inproarroz la responsabilidad social comienza a convertirse en parte integral de la estrategia corporativa es como una nueva visión de negocios que incorpora la preocupación por el desempeño económico y su impacto con los stakeholders.

Debido a estos síntomas que se presentan en esta área se planteó la solución proponiendo que cada empaque de arroz tenga la información necesaria. En cuanto a la alta gerencia se acordó hacer semanalmente una actualización sobre las buenas prácticas de gobierno con talleres para evaluar lo aprendido. Y el compromiso que tienen como empresarios con la comunidad y su entorno.

## **6.4 RESULTADOS ESPERADOS**

En un entorno empresarial tan exigente como el actual, necesita con frecuencia obtener mejores resultados en el menor tiempo posible. Con las soluciones empresariales y las herramientas de productividad adecuadas se puede realizar mejores prácticas y clientes satisfechos.

Impactos de los Resultados Esperados con la Implantación de esta nueva práctica empresarial e información al consumidor.

Como se mencionó anteriormente, la solución para el mejoramiento del área alta gerencia para lo cual nos permitimos presentar la propuesta para la implementación del nuevo sistema que nos genera los siguientes beneficios esperados.

### **6.4.1 mayores ventas.**

Se pretende elevar el número de ventas al obtener mayor información el cliente adquiere más producto.

- Nuevos mercados
- Gerencia socialmente responsable
- Buenas prácticas empresariales.

## 7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	SEMANAS																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Cuestionarios y entrevistas																								
Detectar el problema																								
Revisar porque se produce este problema																								
Informar a la Gerencia cual es la falla en responsabilidad social																								
Proponer y presentar el organigrama																								
Revisar los puntos sobre los cuales se desea mejorar																								
Inducción sobre beneficios de buenas prácticas de responsabilidad social																								
Seguimiento y verificación																								
Conocer de fuentes cercanas los cambios como																								



## **8 PLAN DE MEJORAMIENTO**

### **8.1 PLANEACION DEL PROYECTO**

En esta fase se definen los objetivos, dimensionamiento, recursos y alcances del proyecto. Se utilizan la metodología de reuniones y seminarios para afianzar conceptos del negocio con ejecutivos y los gerentes del mismo estableciendo su estructura.

#### 8.1.1 Actividades a realizar

##### 8.1.1.1. Análisis

Desarrollo de las bases (GENERACION DE CONCIENCIA) para la formulación los alcances del proyecto, los objetivos estratégicos de medición de desempeño tiempos y recursos involucrados.

##### 8.1.1.2 reunión preliminar

- Revisión de los sistemas actuales
- Preparación, revisión y aprobación del Informe de Análisis de Bases y Antecedentes del proyecto.

##### 8.1.1.3 selección del equipo del proyecto

Con base en la gerencia de la empresa y el comité directivo en conjunto establecerá la Organización del Proyecto y deberá obtener el compromiso del personal involucrado.

Las responsabilidades organizacionales deberán estar bien documentadas. Las tareas de esta actividad son:

- Selección del equipo del proyecto
- Asignación de roles y responsabilidades.

## CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social en el nivel empresarial y en los demás espacios es y será día a día una exigencia de todos y cada uno de los grupos de interés; los accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, usuarios entre otros.

En una empresa que añade de la magnitud como Inproarroz Ltda. La Responsabilidad Social Empresarial a sus políticas promueve un proceso que lo llevara a conseguir ser más sostenible y por ende a ser una empresa más competitiva.

Toda empresa sin importar su tamaño debe establecer dichas estrategias. Sus resultados y beneficios son enormes frente al costo que se emplea a la hora implantarlo. Con esto se llega a no presenciar tantos errores y toma de riesgos, por otro lado se evidencia la unión en cada uno de los participantes de stakeholders.

De no emplear estas estrategias conlleva a comportamientos socialmente responsables negativos y estos se ven reflejados en la empresa clientes, accionistas, trabajadores hasta inclusive en la capacidad de mantener la cadena de valor.

Para empujar la responsabilidad social en Inproarroz es necesario contar con la alta dirección o gerencia y a su vez estos tenga la absoluta voluntad de querer gestionarla en dicha empresa.

La directora Dra Nelly Rojas y dirección deberán tomar el riesgo de gestionar la Responsabilidad Social Empresarial en el centro de su gestión, manifestando su alto compromiso, solo de esta manera se verán reflejadas las mejoras en los diferentes ámbitos de la empresa. Ha de resaltar que lo más importante es que los directivos

comprendan de los beneficios, ventajas y necesidades del haber gestionado la Responsabilidad Social Empresarial.

El buen gobierno asume un papel clave en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial y el modelo de gestión genera un cambio en los modelos mentales. Esta gestión no es solo convencer, educar y comunicar a todos y a cada uno de los stakeholders.

## BIBLIOGRAFIA

**Morros Ribera Sordi**

**Vidal Martínez Isabel**

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

FC EDITORIAL

Fondo confendal

**LIBRO VERDE** Fomentar marco europeo para responsabilidad empresas 2001

Bruselas 18.7.2001

**Libro Blanco de la Responsabilidad Social Corporativa**

Editorial CEOE CEPYME - Cantabria 2011 - Rualasal, 8 Planata 6

**Dávila, A.** “El cuadro de Mando Integral” Revista de Antiguos Alumnos del IESE, nº 75.

Barcelona 1999

**García Vilches Emilio José**

El cuadro de mando integral para el desarrollo de una estrategia de sostenibilidad.

Técnica Industrial 268 Marzo – Abril 2007

**Cancino del Castillo Christian**

**Morales Panague Mario**

Responsabilidad Social Empresarial

Serie documento docente N° 1 / diciembre 2008

**Berbel Giménez Gaspar**

**Reyes Gómez Juan David**

**Gómez Villegas Mauricio**

La Responsabilidad Social en las Organizaciones (RSO)

Revista INNOVAR, vol 17, N° 29 Enero – Junio de 2007

**Hamburgués Fernández Álvaro Andrés**

Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

Magnamente, año XVI, N° 28 Julio – Diciembre 2007, p 109-124.