

**Propuesta: Plan de Responsabilidad Social Empresarial para SPC S.A.S**

**Ingrid Yamile Verano Garcia**  
**Johane Alexander Suarez Jaimes**  
**John Edward García Blanco**  
**Yeimny Alexandra Amorocho**  
**Yuli Katherine Reatiga Almeida**

**Universidad Nacional Abierta Y A Distancia – UNAD**  
**Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios – ECACEN**  
**Administración de Empresas**  
**Junio de 2020**

**Propuesta: Plan de Responsabilidad Social Empresarial para SPC S.A.S**

**Ingrid Yamile Verano Garcia**  
**Johane Alexander Suarez Jaimes**  
**John Edward García Blanco**  
**Yeimny Alexandra Amorocho**  
**Yuli Katherine Reatiga Almeida**

**Asesor**

**Dr. Leonardo Artunduaga Polo**

**Universidad Nacional Abierta Y A Distancia – UNAD**  
**Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios – ECACEN**  
**Administración de Empresas**  
**Junio de 2020**

## Tabla de contenido

Lista de tablas .....	iv
Lista de figuras.....	v
Objetivos.....	1
Resumen .....	2
Palabras claves .....	2
Abstract .....	3
Introducción.....	4
Marco conceptual.....	5
Marco teórico.....	7
Presentación de la empresa seleccionada. ....	11
Criterios de selección. ....	11
Marco institucional .....	12
Instrumento de diagnóstico, resultados y análisis.....	14
Resultados.....	17
Análisis de resultados.....	20
Matriz de marco lógico.....	21
Árbol de problemas .....	21
Árbol de Objetivos .....	22
Explicación del marco lógico .....	23
Definición de Mapa estratégico .....	23
Imagen del mapa estratégico .....	24
Explicación del mapa estratégico a partir de la dimensión económica, social y ambiental.....	26
Plan estratégico de responsabilidad social .....	27
Situación actual.....	27
Plan estratégico de mejora.....	27
Conclusiones .....	30
Referencias .....	31
Anexos.....	33

## Lista de tablas

Tabla 1. Criterios de selección de la empresa.....	11
Tabla 2. Instrumento de diagnóstico, entrevista .....	14
Tabla 3. Línea base y meta .....	24
Tabla 4. Plan estratégico de mejora .....	28

## Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de SPC S.A.S .....	13
Figura 2. Formato de encuesta de responsabilidad social .....	16
Figura 3. Resultados de encuesta 1, 2, 3 .....	17
Figura 4. Resultados de encuesta 4, 5, 6 .....	18
Figura 5. Resultados de encuesta .....	19
Figura 6. Árbol de problemas .....	21
Figura 7. Árbol de objetivos .....	22
Figura 8. Mapa estratégico .....	24



## **Objetivos**

### **General**

Diseñar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa SPC S.A.S.

### **Específicos**

- Diseñar un instrumento de diagnóstico para identificar el problema central de la empresa SPC S.A.S.
- Definir el marco lógico y el mapa estratégico para la empresa SPS S.A.S
- Formular un plan de mejoramiento para la empresa SPC S.A.S
- Diseñar un código de ética para la empresa SPC S.A.S

## **Resumen**

El presente trabajo corresponde al desarrollo de un plan de responsabilidad social para la empresa SPC S.A.S ubicada en la ciudad de Bucaramanga, tomando como guía la norma ISO 26000 y su impacto frente a los grupos de interés que tiene la empresa.

Para cumplir con el objetivo se utilizaron diferentes herramientas y estrategias que permitieron identificar los elementos, las características y las formas de ética y de responsabilidad social empresarial, orientando los lineamientos para el plan de responsabilidad social.

Se seleccionaron dos mecanismos para la recolección de información, la entrevista y la encuesta, que permitieron analizar cada uno de los criterios que fueron seleccionados de la norma ISO 26000, este diagnóstico arrojó como resultado que la empresa SPC S.A.S cumple con la norma aunque su nivel de impacto con los programas y proyectos sociales y ambientales no presentan mayor cobertura ni conocimiento por parte de la comunidad. Con el diseño del marco lógico se establecieron los problemas reales que tiene la empresa frente a la responsabilidad social y ambiental, se definieron los objetivos que deben orientar las prácticas empresariales. Finalmente con el mapa estratégico se diseñaron las estrategias planteadas en el plan de mejora para el cumplimiento de los objetivos.

### **Palabras claves**

Responsabilidad social (16052), Grupos de interés (11653), código ético (3971), compromiso (53), Desarrollo comunitario (439 ).

## **Abstract**

This assessment relies on the development of a proposal for a social responsibility plan. It corresponds to the company SPC S.A.S which is located in the city of Bucaramanaga. The proposal is taken from the guideline standard ISO 26000 and the impact that SPC S.A.S has with the variety of groups that are part of this company.

To be able to meet the objective of the identified elements, characteristics and forms of ethics on corporate social responsibility a variety of strategies were used including interviews and surveys. The results allowed the business to develop the social responsibility plan within the company.

This diagnosis resulted in the company SPC SAS complying with the standard although their level of impact with social and environmental programs and projects did not present greater coverage or knowledge on that part of the community. Taking these results into account and to guide the company in this process, the logical framework was designed to allow the company to identify its social and environmental responsibility. This allowed the company to be clear about each of these problems to identify the objectives that must guide their business, environmental and social practices.

The strategic map is the most useful tool that allowed the company to reanalyse what are the possible solutions for the problems that arise in the social, environmental and economic fields. The strategies presented in the social responsibility improvement plan contain the objectives, indicators, costs and execution times for the company to comply with its legal and social responsibilities, allowing it to obtain great economic benefits and social recognition.

### **Key words**

Social responsibility, Interest groups, code of ethics, commitment, Community development.

## Introducción

El presente trabajo tiene como propósito, diseñar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa SPC S.A.S, en concordancia con la normatividad vigente que sirva para dar a conocer todos los programas que maneja la empresa con las comunidades, y también las políticas de promoción y prevención del medio ambiente que maneja, ya que es una empresa poco reconocida y de acuerdo a su actividad económica debe tener un gran compromiso de responsabilidad social, pues los proyectos que maneja interfieren directamente con el medio ambiente en las zonas rurales generalmente donde se realizan.

También se analizará a la empresa, como una instancia que aporta a la sustentabilidad de un país, ya que en términos de una política de gestión ambiental, su papel fundamental es preservar los recursos naturales, y con esto también contribuir a la disminución de los impactos negativos en el ambiente mediante el uso de nuevas tecnologías, el ahorro de recursos naturales como el agua y la energía, y motivando una cultura ecológica en todos los niveles.

La finalidad del plan de mejoramiento es fortalecer la inducción que se realiza a los trabajadores en los temas de seguridad y salud en el trabajo - SG-SST, y también de conservación del entorno donde realizan sus labores, debido a que muchos empleados no conocen los códigos y políticas con las que se rige la empresa, y esta falta de información les puede generar fallas en su entorno laboral poniendo en riesgo la salud. La vida y la integridad misma y la de las personas que los rodean.

## Marco conceptual

**Ética:** Es una disciplina creada por el ser humano para establecer las pautas o principios que le sirven como guía de comportamiento a los miembros de una comunidad con el fin de progresar y vivir en armonía. Gracias a estos principios se pueden identificar los pensamientos y acciones como buenas y malas y tomar conciencia en el proceso de toma de decisiones.

**Ética empresarial:** Son los principios y guías presentes en el actuar de los miembros de las empresas que rigen el funcionamiento y el cumplimiento de los objetivos, permitiendo crear relaciones perdurables con los clientes, proveedores y asociados, pues los compartimentos y decisiones son guiados por los valores y principios éticos establecidos por las empresas.

**Pensamiento estratégico:** Es la disposición y la actitud de diseñar estrategias dinámicas y flexibles para alcanzar los objetivos, modificar los planes que permitan enfrentar y superar los problemas o anticipar la soluciones a los inconvenientes futuros de una manera coherente y creativa. Es la principal cualidad que se debe destacar dentro de los líderes empresariales.

**Desarrollo social:** Se refiere al bienestar humano dentro de las empresas y de la misma sociedad en el aspecto económico, laboral, cultural, político, etc., que favorezca una evolución y desarrollo positivo para cada miembro de manera digna.

**Desarrollo sostenible:** Es el pensamiento o idea presente en los planes empresariales de alcanzar los objetivos de desarrollo organizacional y humano y al mismo tiempo sostener la capacidad del ecosistema de proveer los recursos naturales, de los cuales dependen la economía y la sociedad permitiendo satisfacer las necesidades que se presenten en el ahora, pero sin comprometer los recursos para generaciones futuras.

**Excelencia empresarial:** Se refiere al resultado máximo de eficacia basada en la disciplina de la organización, en su estructuración y mejora continúa en los procesos y servicios para lograr y superar los objetivos y metas propuestos en la empresa. La excelencia empresarial es la suma de unas actuaciones sobresalientes en la administración de una empresa para conseguir los resultados esperados.

**Grupos de interés:** Son todas las personas que intervienen o hacen parte de las actividades empresariales y sienten el impacto de los objetivos trazados en una organización y que además pueden llegar a influenciar la estrategia de la empresa.

**Sostenibilidad:** Es el uso equilibrado y responsable que la empresa hace de los recursos naturales de modo que se pueda dar el desarrollo, económico, social y ambiental de una comunidad a muy largo plazo sin afectar las necesidades futuras.

**Estrategia:** Son las formas en que una organización podrá alcanzar sus objetivos definiendo las prácticas, etapas y recursos más adecuados para alcanzar los objetivos determinados.

**Gerencia estratégica:** Es una herramienta de formulación, ejecución y evaluación de acciones que permiten a una organización lograr los objetivos, que incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas y la determinación de las amenazas y oportunidades externas de la empresa, apoyadas en su capital humano para alcanzar las metas empresariales mediante la toma de decisiones que permiten orientar los lineamientos y estrategias para lograr el éxito empresarial.

## Marco teórico

La responsabilidad social empresarial es un pilar de gran importancia para las empresas de los mercados modernos, que se rige por principios y valores éticos en el cumplimiento de los objetivos corporativos. Se puede decir que la RSE es “producir bienes y servicios responsables, que satisfagan las necesidades de la sociedad y no sólo de las empresas, produciendo bajo prácticas honestas y de calidad, con materia prima en buen estado, pagada a precio justo, en condiciones higiénicas saludables, con respeto al medio ambiente, impulsando el desarrollo de la comunidad con la creación de empleos con sueldos justos, con condiciones de trabajo dignas y enriquecedoras, que incluyan la diversidad de género, étnica y personas con diversidad funcional. Es cumplir con las leyes, no es pagar impuestos solamente, es pagar todos los que tocan, sin evasión y sin corrupción.” (Vives, 2014, p37), incluye una toma de decisiones de responsabilidad social y no individual, en donde los líderes busque el beneficio colectivo y no sólo el personal.

Es por esta razón que la Comisión Europea la definió como “La integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (Europea, 2001, pág. 7) atendiendo a la voluntad de las empresas y de sus líderes se estableció un marco legal y jurídico que establece hasta dónde puede llegar una empresa con las acciones que impactan positiva o negativamente el desarrollo social, ambiental y empresarial. El ser socialmente responsable no solo implica cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, “sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores” (Montero, 2006, pág. 226)

El principal objetivo que acompaña la responsabilidad social empresarial consiste en generar un impacto positivo que dichas prácticas y decisiones, influenciando en los distintos ámbitos con los que se relaciona la empresa, de igual forma debe contribuir a la competitividad y sostenibilidad de la misma. Las empresas tienen como responsabilidad conocer el entorno en el que operan. Se debe tener un concepto claro de todo lo que rodea la empresa como la geografía externa, las reglas, las leyes que rigen la operación, y todas las actividades relacionadas directas e indirectamente con la empresa. Es importante reconocer que existen los “públicos interesados” que son todas aquellas personas a quienes el negocio afecta y se ven impactados de manera

negativa o positiva. La empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia el interior o hacia fuera de ella. En cada caso ya sea interno o externo, existen diferentes públicos interesados hacia donde puede focalizar su acción (Centra RSE, 2006), mediante programas, estrategias o alianzas que generen un beneficio económico, social, cultural o ambiental para el público determinando.

La RSE no se debe ver como filantropía, ya que esta no busca que las empresas se transformen en obras de beneficencia, puesto que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que “las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico” (Creadess, Julio de 2010). Cuenta con características muy importantes como el trabajo con problemas sociales (educación, comunidad y medio ambiente), Alianzas estratégicas con las organizaciones de la sociedad civil contribuyendo a un mejor desarrollo e impacto en los programas presentados, Medición y reporte de los resultados de las estrategias implementadas para llevar a cabo la RSE, Implementar la RSE no solo a comunidades externas si no a nivel interno aplicándola también a colaboradores, Implementación de negocios inclusivos Capacidad de innovación incluyendo la RSE

Estas características deben estar presente en todas las empresas que desarrollen estrategias de RSE sin importar su tamaño, capital o actividad económica ya que todas ellas manejan y tiene públicos de interés (consumidores, proveedores, empleados, etc.) con los cuales tiene responsabilidades y obligaciones que cumplir. No se puede dejar de lado y excusar a la pymes para que no aborden el concepto y las prácticas de la RSE. Contrariamente a lo que sostiene los siguientes autores “Se considera que el tamaño tiene un efecto positivo en el desempeño de la RSE, las empresas de mayor tamaño incorporan prácticas socialmente responsables debido a que sus resultados sociales son más visibles que las de menor tamaño y por lo tanto son más susceptibles a sufrir daños en su reputación” (Charlo et al., 2013, Artiach et al., 2010 y Fauzi et al., 2007). Stanwick y Stanwick (1998) “observaron que las empresas de mayor tamaño tienen mayores niveles de RSE, dado que son más propensas a adoptar estas prácticas debido a la presión ejercida por sus grupos de interés” (Boesso y Michelon, 2010).

La RSE refuerza las estrategias empresariales que complementan el modelo de gestión de los negocios en las empresas y refleja los verdaderos valores y la filosofía en la toma de

decisiones. Las empresas de excelencia buscan maximizar los resultados mediante un liderazgo y la implementación de modelos de gestión que atiendan los intereses de las personas, los clientes y la sociedad e integre una mejora continua a sus procesos internos.

“El CMI es una herramienta de trabajo que utiliza un conjunto de medidas para garantizar que la alta dirección tenga una visión rápida, pero comprensiva de su negocio”. (Kaplan & Norton, 1992). El CMI como modelo de gestión se ha convertido en una herramienta de vital importancia para las empresas, ya que además de medir factores financieros y no financieros de la gestión, es flexible y adaptable a los cambios en el entorno por lo que permite dar una rápida respuesta a los nuevos desafíos que se enfrentan las empresas en la actualidad. El CMI permite cumplir los objetivos de una organización enfocados en los principios de la ética, es decir la RSE orienta las estrategias no sólo porque lo requiere la ley o los intereses financieros, sino para hacer parte del nuevo enfoque empresarial que rigen los mercados.

El modelo de excelencia empresarial EFQM al igual que la RSE tiene como objetivo ayudar a las empresas a conocerse mejor a sí mismas y mejorar su funcionamiento con criterios de responsabilidad y desarrollo sostenible integrando aspectos no financieros sino a aspectos sociales y ambientales. Para lograrlo establecen una serie de principios básicos que guían la actuación de las empresas.

Podemos concluir que las compañías deben implementar la responsabilidad social empresarial, si bien es cierto es una labor que no es obligatoria o este en marcada en alguna ley, considero que si deben aplicar la RSE ya que traerá amplios beneficios para la compañía como lo es la mejora de la imagen corporativa, captación de los mejores talentos para la empresa, personas que van a llegar a dar mucho más de los que se les exige y comprometidos con esta labor adicional, hace que surjan propuestas innovadoras, y ayuda a ser una empresa atractiva para los clientes, quienes de alguna forma u otra se vinculan a esta causa.

Las prácticas de RSE tienen un efecto sobre la rentabilidad y competitividad de la empresa y se convierten en instrumento de desarrollo, productividad y en especial de diferenciación. Frente a esto, las organizaciones resaltan la necesidad de tener una cultura de responsabilidad social que beneficia de una u otra manera la generación de los productos o servicios que proveen, lo cual puede hacer más atractiva la labor comercial de la organización para el cliente. Se busca generar conciencia que la labor de la organización va más allá de la generación de recursos monetarios ya que también busca minimizar la afectación del entorno

causada por el empleo de materiales propios de la actividad económica, lo que se refleja en aceptación por parte de los clientes en la preferencia de productos y servicios con respecto a la competencia (Vergara, 2014).”

### Presentación de la empresa seleccionada.



Para el desarrollo del trabajo el grupo selecciono la empresa SPC S.A.S, la empresa pertenece al sector industrial prestando servicios de ingeniería, la sede principal está ubicada en la calle 35 No. 17 – 77 oficina 706, en la ciudad de Bucaramanga Santander.

#### Criterios de selección.

Basados en la tabla 1 se logra identificar la accesibilidad a la empresa para el desarrollo del plan de responsabilidad social de la empresa SPC SAS.

*Tabla 1. Criterios de selección de la empresa*

<b>Empresa</b>	<b>Posibilidades de acceso a aplicar los instrumentos (Calificar de 1 a 5)</b>	<b>Posee un direccionamiento estratégico y una descripción, que puede ser incluida en el marco institucional del trabajo (Calificar de 1 a 5)</b>	<b>Posibilidad de evaluar las materias fundamentales del ISO 26000 (Calificar de 1 a 5)</b>	<b>Sumatoria total</b>
<b>HOMECENTER</b>	3	3	3	9
<b>TODO LIMPIO S.A</b>	2	2	3	7
<b>SPC SAS</b>	4	3	3	10
<b>REINCAR</b>	1	3	2	6
<b>CODIESEL SA</b>	3	1	3	7

*Fuente: González, Y. (2020).*

## **Marco institucional**

### **Misión**

SPC S.A.S es una empresa dedicada a Proveer soluciones de soporte operacional basado en tecnología de automatización, a la cadena de valor de las empresas de Exploración y Producción Petrolera, desde el modelamiento de las plantas y sistemas industriales hasta la implementación e integración de herramientas tecnológicas, puesta en marcha, estabilización y control de condiciones operacionales, para garantizar la eficiencia operacional. Nuestro compromiso está enmarcado con el mejoramiento continuo de nuestros procesos, productos y servicios basados en desarrollos innovadores, modernos y diferenciadores, para lo cual contamos con personal competente con formación continua, generando valor a sus clientes, proveedores, capital humano y accionistas, con Responsabilidad Social y preservando el Medio Ambiente.

### **Visión**

En el 2025 SPC S.A.S quiere ser reconocida como la compañía líder en proveer soluciones integrales de soporte operacional basado en tecnología, garantizando la máxima sostenibilidad, confiabilidad, operatividad y eficiencia de los procesos.

Orientaremos todos nuestros esfuerzos en ofrecer productos y servicios con los mejores estándares tecnológicos para ser la empresa referente para el sector de hidrocarburos e industrial, por capacidad técnica, compromiso y responsabilidad.

### **Valores**

Responsabilidad

Eficiencia

Respeto

Excelencia

### **Estructura Organizacional**

En la figura 1 se presenta la organización jerárquica presente en la empresa SPC S.A.S:



*Figura 1. Organigrama de SPC S.A.S*  
*Fuente. Elaboración Propia.*

Basados en la entrevista realizada a la señora Marly Trejos, encargada del área administrativa de la empresa SPC S.A.S, indica que la empresa tiene las siguientes acreditaciones nacionales e internacionales.

- a. ISO 9001:2015
- b. ISO 14001:2015
- c. OHSAS 18001:2007
- d. NORSOK S-006:2003

### **Instrumento de diagnóstico, resultados y análisis.**

Se realizó la entrevista de la tabla 2 a la persona encargada del área administrativa de la empresa, quien tiene las funciones de realizar la selección de los proveedores, contrataciones laborales, manejo y diseño de los planes de acción que contribuyen al cuidado del medio ambiente, desarrollo e implementación de programas sociales para la comunidad circundante de la empresa permitiéndoles retribuir en cierta medida al desarrollo de la comunidad mediante estos proyectos.

*Tabla 2. Instrumento de diagnóstico, entrevista*

---

#### **ENTREVISTA DE FUNDAMENTOS ISO 26000**

##### **EMPRESA: SPC S.A.S**

Entrevistada: Marly Trejos, encargada del área administrativa de la empresa SPC S.A.

**OBJETIVO:** Analizar cada una de las variables de la ISO 26000 y su grado de aplicación en la empresa.

#### **¿Qué criterios usa para la selección de proveedores?**

- a. Ubicación: En este caso, es una empresa que presta servicios de ingeniería, generalmente se busca trabajar con las personas que ya han tenido experiencia en la empresa en las obras, pero en varias ocasiones, buscamos también a personas de la comunidad o el lugar donde se va a realizar la obra, ya que es brindarles la oportunidad de trabajar y desarrollo para la misma comunidad.
- b. Tamaño de la empresa: Generalmente se tienen ya los convenios y contratos con las empresas para realizar las obras, pero cuando buscamos nuevos proyectos, miramos muchos aspectos, claramente que sea una empresa estable y con recorrido en el mercado que brinden seguridad.
- c. Facilidades de pago: Buscamos trabajar con proveedores que nos den un crédito por algunos meses, ya que las obras a medida que avanzan es que se recibe el pago.

#### **¿Qué programas de bienestar para empleados tiene la empresa?**

- a. Auxilios de educación para empleados e hijos: Tenemos auxilios para educación y prestamos con la empresa, es decir, facilitamos el pago del semestre al empleado que quiere estudiar y se descuenta por nómina, sin necesidad de intermediarios y sin intereses cobrados, con el fin de que nuestros empleados se desarrollen profesionalmente.
  - b. Programas de incentivos: Los incentivos se dan por metas alcanzadas, y por trabajos completados, no son regulares, pero si los tenemos para con los empleados, es una manera también de incentivarlos.
  - c. Programas deportivos y recreativos: Cada semana hay una sesión de rumbo terapia en la que se invita a los empleados a participar, con el fin de que tengan espacios de esparcimiento e interacción con otros empleados y sean más activos.
-

---

**¿Con que frecuencia realiza la empresa capacitaciones para protección ambiental?**

- a. Trimestral: Se tienen un cronograma de capacitaciones, no solo en el tema ambiental, sino en otros temas pertinentes para los empleados. Internamente se manejan políticas de ahorro, de cuidado y buena administración de los recursos que se tienen, por ejemplo, los espacios donde están las canecas de basura donde se separa estrictamente los materiales con el fin de reciclar y hacer una correcta selección de los recursos; También el tema de la reutilización del papel de oficina, ahorro de energía, entre otros.

**¿Qué estrategias utiliza la empresa para disminuir el gasto de agua?**

- a. Sistemas ahorradores en llaves: En la empresa se tienen sistemas que permiten ahorrar agua, en los baños oficinas.
- b. Publicidad interna para el ahorro del agua: Se tienen políticas de ahorro, donde incluso pueden recibir llamados de atención verbales aquellas personas que mal gasten los recursos de la empresa, eso incluye los servicios de agua, luz, etc.

**¿Qué usos le da la empresa a la información privada de los consumidores?**

En la empresa SPC S.A.S, tenemos estrictos lineamientos sobre el trato de la información privada, ya sea de clientes, proveedores, empleados etc.

Generalmente la información solo la conocen las personas encargadas de las áreas administrativas y se utilizan para actualizar datos de los proveedores y clientes, también para programar promociones y descuentos a los clientes, entre otras actividades.

**¿Qué porcentaje de empleados pertenecen a la región en donde se ubica la empresa?**

Un 60% de los empleados son de la ciudad donde funciona la empresa, el 40% restante, están ubicados en las zonas donde se realizan los trabajos de campo.

**¿A qué normativas ambientales y sociales se acoge la empresa?**

La empresa SPC S.A.S, tiene las siguientes acreditaciones nacionales e internacionales:

- a. ISO 9001:2015
- b. ISO 14001:2015
- c. OHSAS 18001:2007
- d. NORSOK S-006:2003
- e. ISO 26000: Responsabilidad Social

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO

---

*Fuente. Elaboración propia*

El instrumento de diagnóstico seleccionado para la empresa es la encuesta de la figura 2 efectuada de forma virtual.

Ling: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe6L2dI013OwvoGAZ6Uit6UdC2a90P2tw-tha5LMaWW2m3Wg/viewform>

### Encuesta sobre empresa SPC S.A.S

Encuesta dirigida a empleados y clientes de la empresa SPC S.A.S, con el fin de conocer los procesos de la empresa en cuanto a responsabilidad social empresarial.

\*Obligatorio

---

**Nombre \***

Tu respuesta

---

**Tipo de persona \***

Elige

---

**Sabe usted si la empresa está legalmente constituida y si tiene certificaciones de calidad? \***

Elige

**La empresa es responsable con el pago a sus acreedores y empleados?, conoce si cumple lo que ordena la normalidad laboral? \***

Elige

---

**Conoce los protocolos de calidad y seguridad que maneja la empresa, con sus empleados y clientes? \***

Elige

---

**Sabe si la empresa participa en proyectos sociales en beneficio de la comunidad? \***

Elige

---

**Si la respuesta fue afirmativa, seleccione cuales conoce:**

- Espacios deportivos para la comunidad
- Espacios recreativos para la comunidad
- Empleo
- Programas de educación
- Otro:

**Sabe usted si la empresa realiza capacitaciones, con respecto al cuidado de los recursos no solo de la empresa, sino de la comunidad? \***

Si

No

---

**Que estrategias utiliza la empresa para el cuidado y ahorro de los recursos naturales?**

Tu respuesta

---

**Que tan satisfecho esta usted con el servicio prestado por la empresa, a los empleados, cliente y comunidad en general?**

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

---

**Que recomendación o aporte le haria a la empresa, para que pueda aportar más a la comunidad en general?**

Tu respuesta

**Enviar**

*Figura 2. Formato de encuesta de responsabilidad social*  
*Fuente propia*

## Resultados

La figura 3 presenta los resultados para las preguntas 1, 2, 3 de la encuesta aplicada en línea:

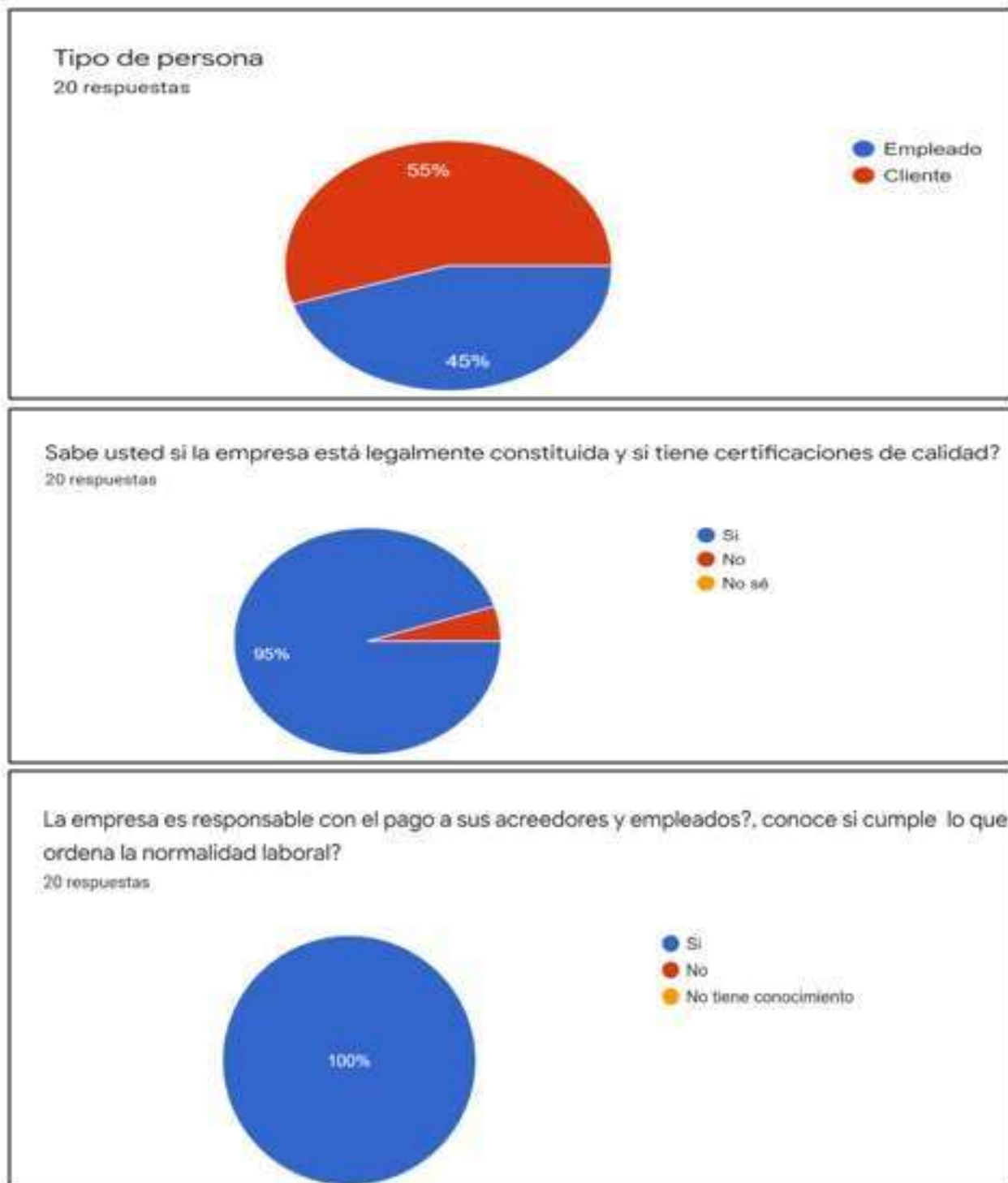


Figura 3. Resultados de encuesta 1, 2, 3  
Fuente. Elaboración propia

La figura 4 presenta los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta para las preguntas 4, 5 y 6 que se realizó en línea:

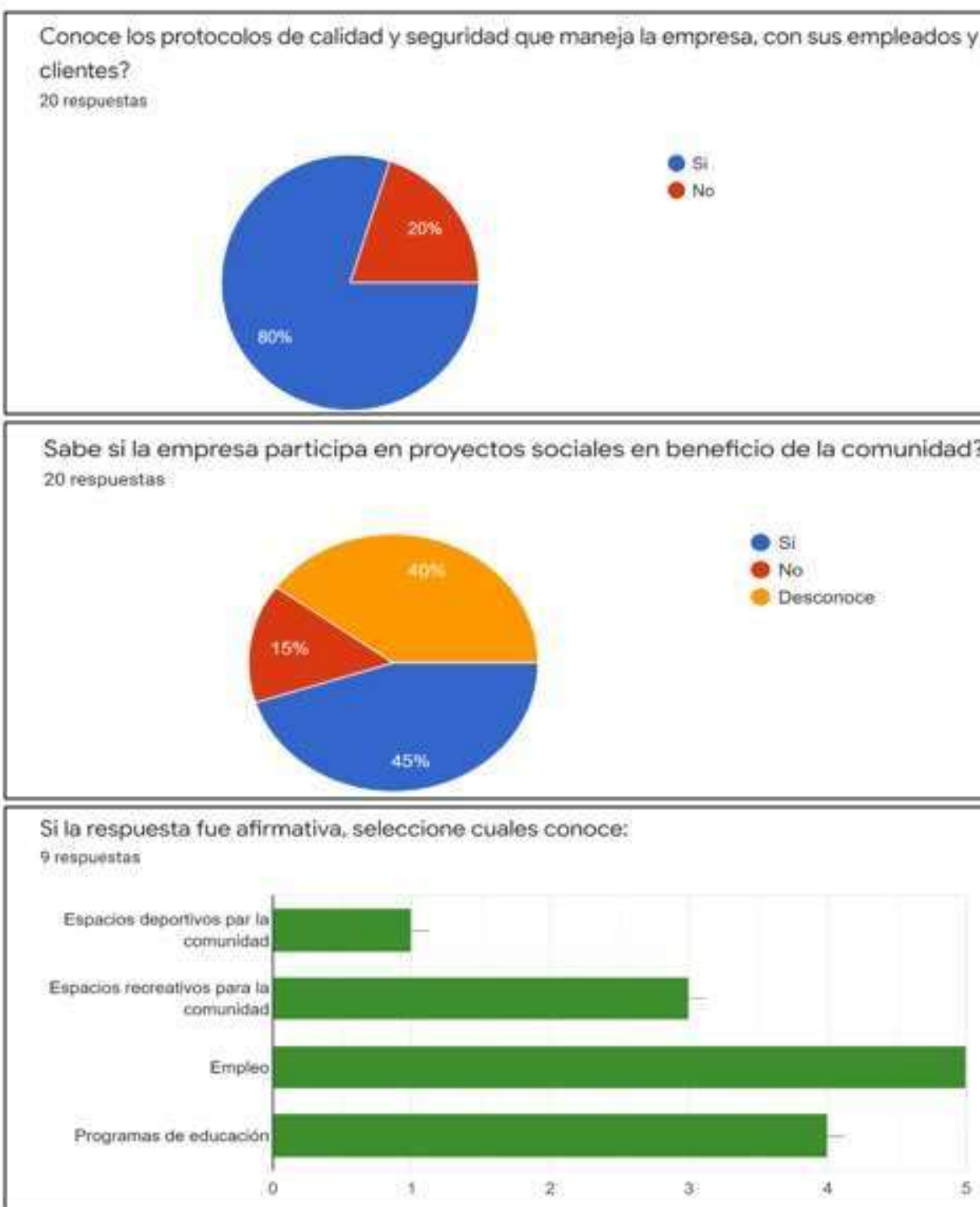


Figura 4. Resultados de encuesta 4, 5, 6  
Fuente: Elaboración propia

La figura 5 presenta los resultados de la encuesta a las preguntas 7 y 8 aplicadas en línea:

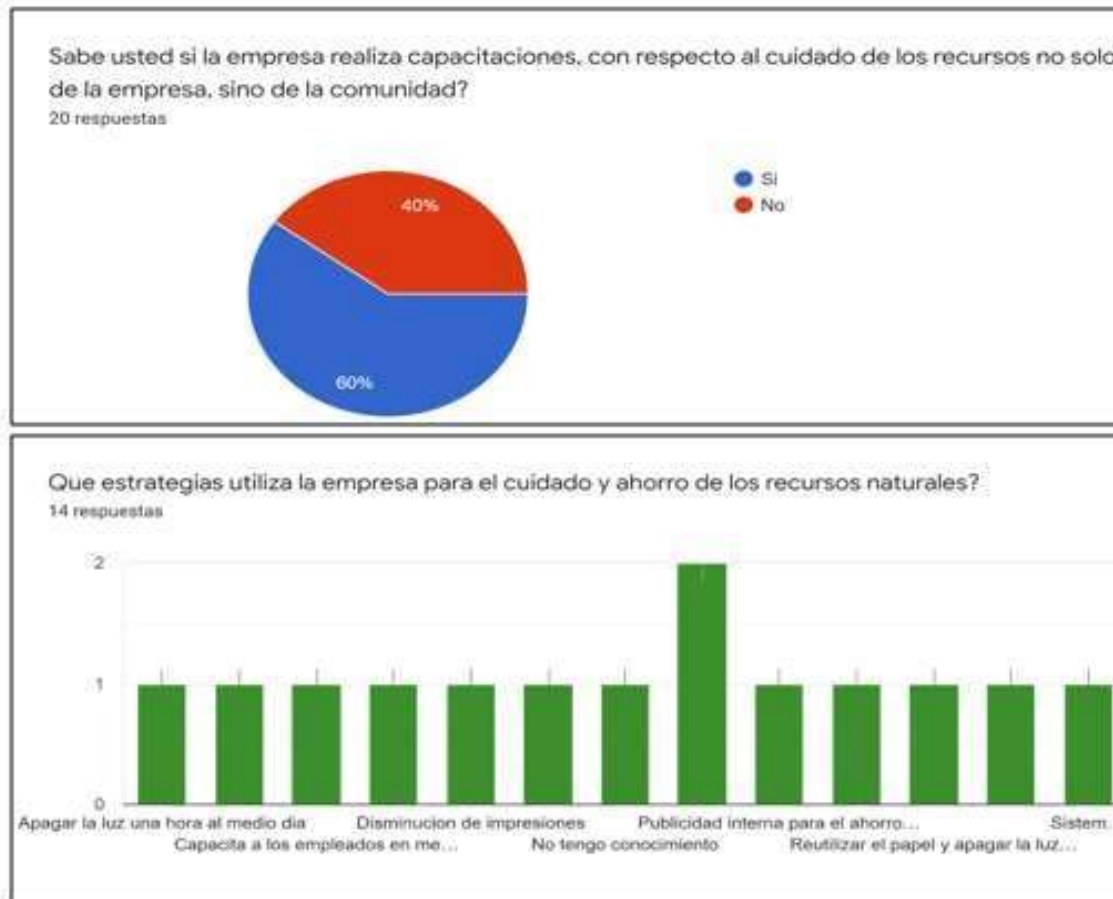


Figura 5. Resultados de encuesta

Fuente. Elaboración propia

**¿Qué recomendación o aporte le haría a la empresa, para que pueda a portar más a la comunidad en general?**

- Más programas de empleo y educación
- Que se integre con la comunidad y haga ayudas solidarias
- Que continúe llegando a más comunidades
- Integrar a los clientes en todas las actividades
- Proyectos con niños vulnerables
- Todo muy bien por el momento
- Campañas en zonas rurales
- Que tengan en cuenta las opiniones de los clientes
- Que conserven su disposición y amabilidad con el cliente
- Que den a conocer sus actividades para clientes

### **¿Qué estrategias utiliza la empresa para el cuidado y ahorro de los recursos naturales?**

- Reciclaje, y disposición correcta de residuos de basura
- No tengo conocimiento
- Sensibilización y capacitación a la comunidad
- Sistemas ahorradores en llaves de agua
- Reutilizar el papel y apagar la luz una hora al medio día
- El aire acondicionado se prende una hora más tarde del inicio de la jornada
- Capacitar a los empleados en medio ambiente para el tratamiento final de los desechos.
- Disminución de impresiones

### **Análisis de resultados**

En los resultados de la encuesta se evidencia que los clientes tuvieron un nivel de participación del 55% del total de los encuestados, son clientes que tiene conocimiento de la empresa ya que por su relación comercial les permite saber que está legalmente constituida, la reconocen como una empresa responsable y cumplidora de sus deberes, el 45% de los encuestados es conocedora de los proyectos sociales que realiza para beneficio de la comunidad y además la identifican como una empresa generadora de empleo lo cual es muy importante para el desarrollo económico de la región.

Así como muchos clientes y empleados tienen conocimiento de las políticas y prácticas productivas que la empresa realiza en pro de la comunidad, son conscientes que se deben realizar tareas de socialización de esta información que es tan valiosa y que se necesita que todos la conozcan, primero para que sean beneficiados de todos los proyectos y actividades que se programen y segundo para que los empleados contribuyan al cumplimiento de los objetivos.

El resultado de la encuesta nos permite evidenciar que la empresa S.P.C S.A.S, cuenta con altos estándares de calidad ya que como se evidencia cumple con las normas estipuladas por la ley, de igual forma se resalta la satisfacción de los empleados y proveedores al reconocerla como una empresa de responsabilidad social y ejemplo para muchas otras en el mercado regional.

## Matriz de marco lógico

### Árbol de problemas

La figura 6 destaca los principales problemas y falencias que presenta la empresa SPC S.A.S tras la realización del diagnóstico de la fase anterior:

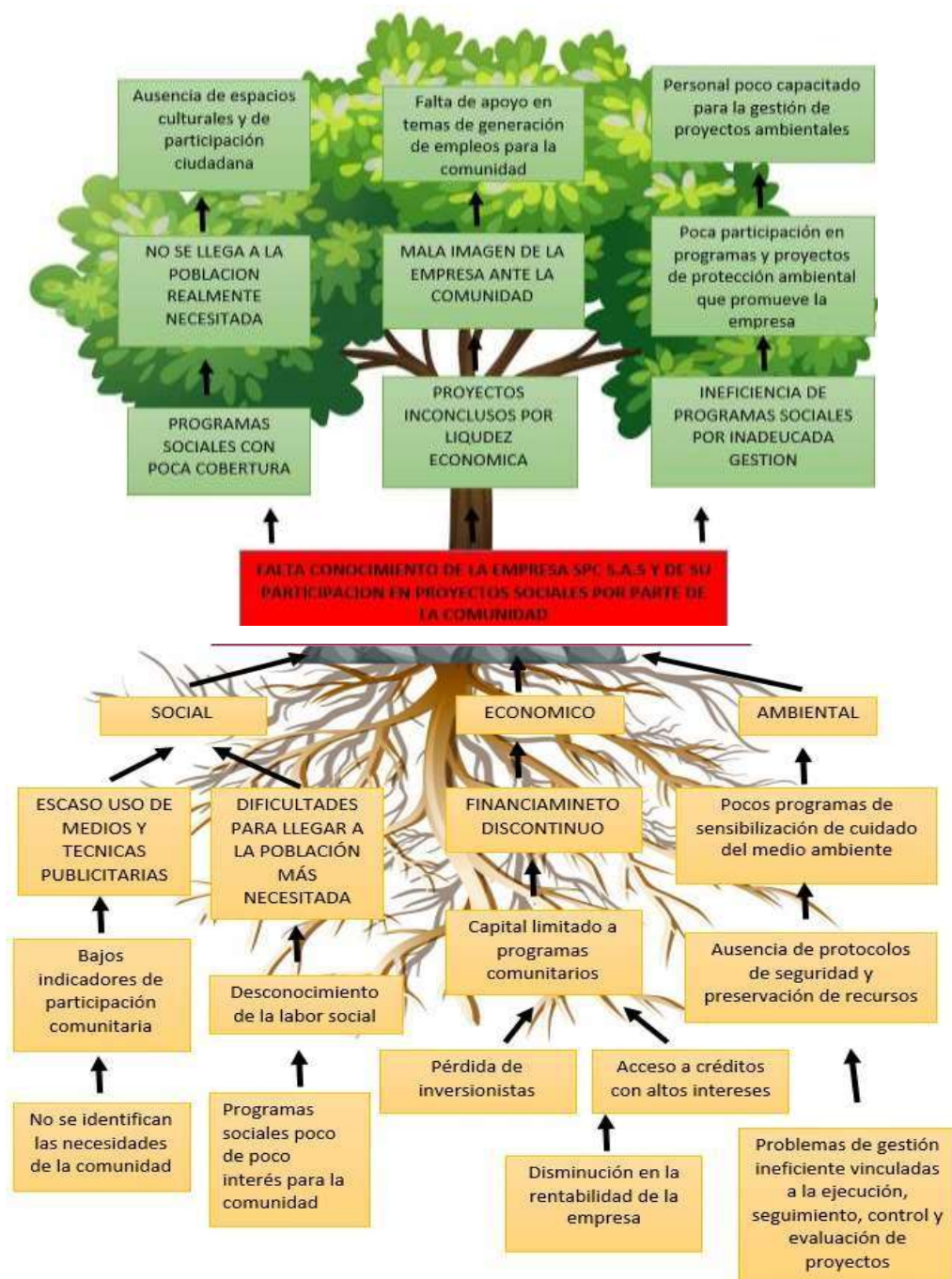


Figura 6. Árbol de problemas

Fuente. Elaboración propia

## Árbol de Objetivos

En la figura 7 se presentan los principales objetivos en los que debe trabajar la empresa para la realización de su plan de responsabilidad social:

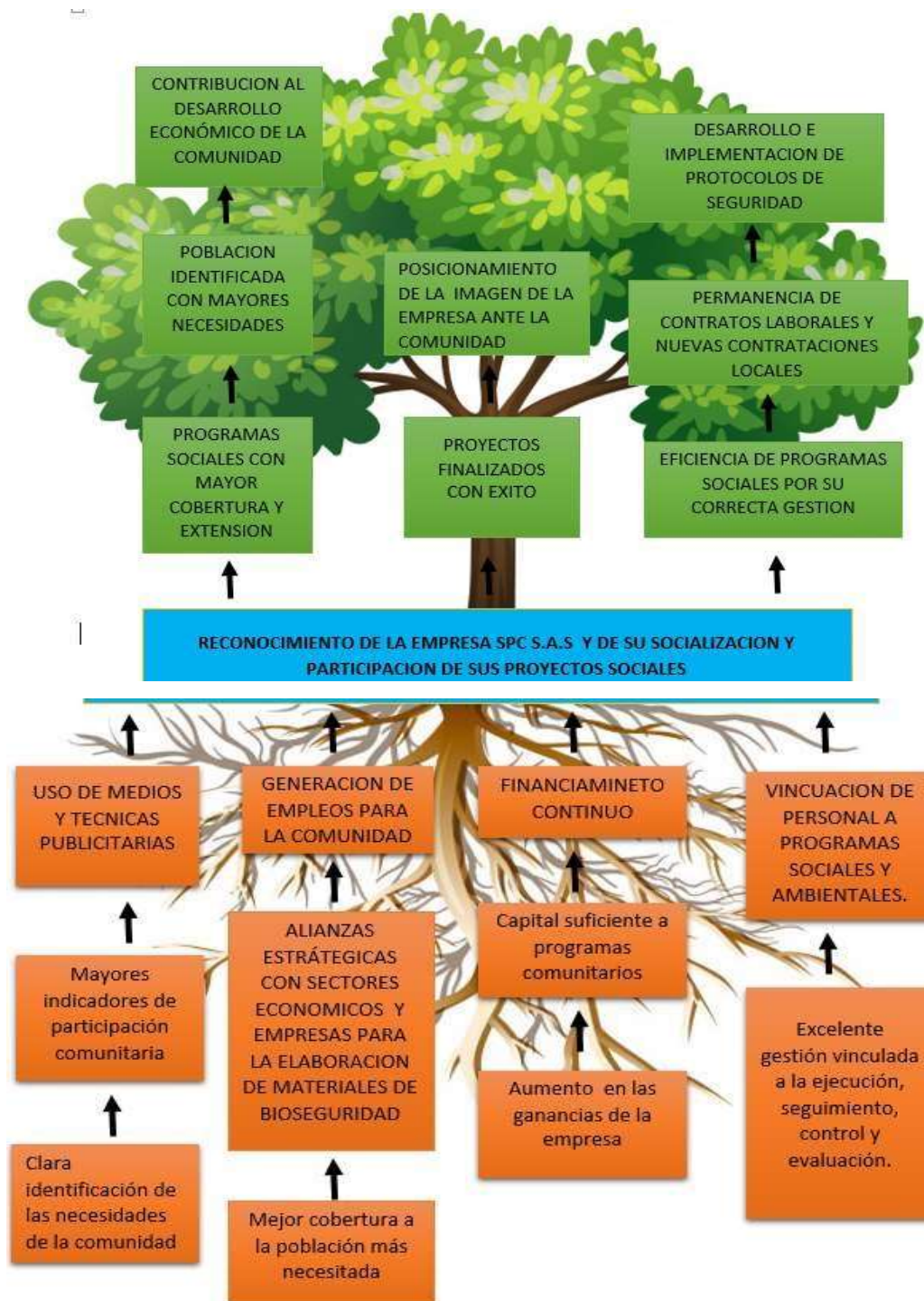


Figura 7. Árbol de objetivos

Fuente. Elaboración propia

### **Explicación del marco lógico**

Para empezar, definiremos el significado de la Matriz marco Lógico, para conocer su importancia, esta es una herramienta de trabajo con la cual se puede examinar el desempeño de un proyecto en todas sus etapas, también permite presentar de forma sistémica y lógica los objetivos de un proyecto y las causas que se presentan. También sirve para evaluar, los objetivos alcanzados y para definir los factores externos que pueden incluir en el programa.

Esta se utiliza para comunicar de manera resumida y confiable, la información más importante de un proyecto, como vemos en el árbol de problemas y soluciones, vemos que la empresa tiene muchas falencias aún en el tema de cercanía con la comunidad y de comunicación de sus programas, lo que produce que al no ser conocida en el mercado, no sea atractiva para nuevos inversionistas y no se pueda tener el capital suficiente para poner en marcha los programas de responsabilidad social que se tiene planteados, o mantener los que se vienen trabajando.

Para esto se definen actividades necesarias para lograr esos objetivos, como por ejemplo, utilizar medios publicitarios para darse a conocer, apoyarse en alianzas con otras empresas para poner en marcha los programas de capacitación y prevención en estos tiempos de pandemia que estamos atravesando, también es importante tener programas que gestionen nuevos empleos para las personas de la comunidad.

Es importante que la empresa tome en cuenta todos estos planteamientos para poder tener éxito en los planes que tienen a corto, mediano y largo plazo, ya que se quiere lograr que la empresa SPC S.A.S, sea reconocida por su compromiso y acompañamiento a las comunidades y su buena gestión en temas de responsabilidad social.

### **Definición de Mapa estratégico**

Los mapas estratégicos son herramientas utilizadas por las empresas para describir de manera visual los procesos que se desarrollan dentro de ella, permitiendo establecer objetivos y crear estrategias para las diferentes perspectivas que se analizan. Son de gran importancia ya que gracias a estos las empresas y sus directivos pueden tomar decisiones y ajustar sus estrategias, métodos y procesos para lograr cumplir las metas planteados en su plan de mercadeo.

En la figura 8 se presenta el mapa estratégico diseñado para la empresa SPC S.A.S:

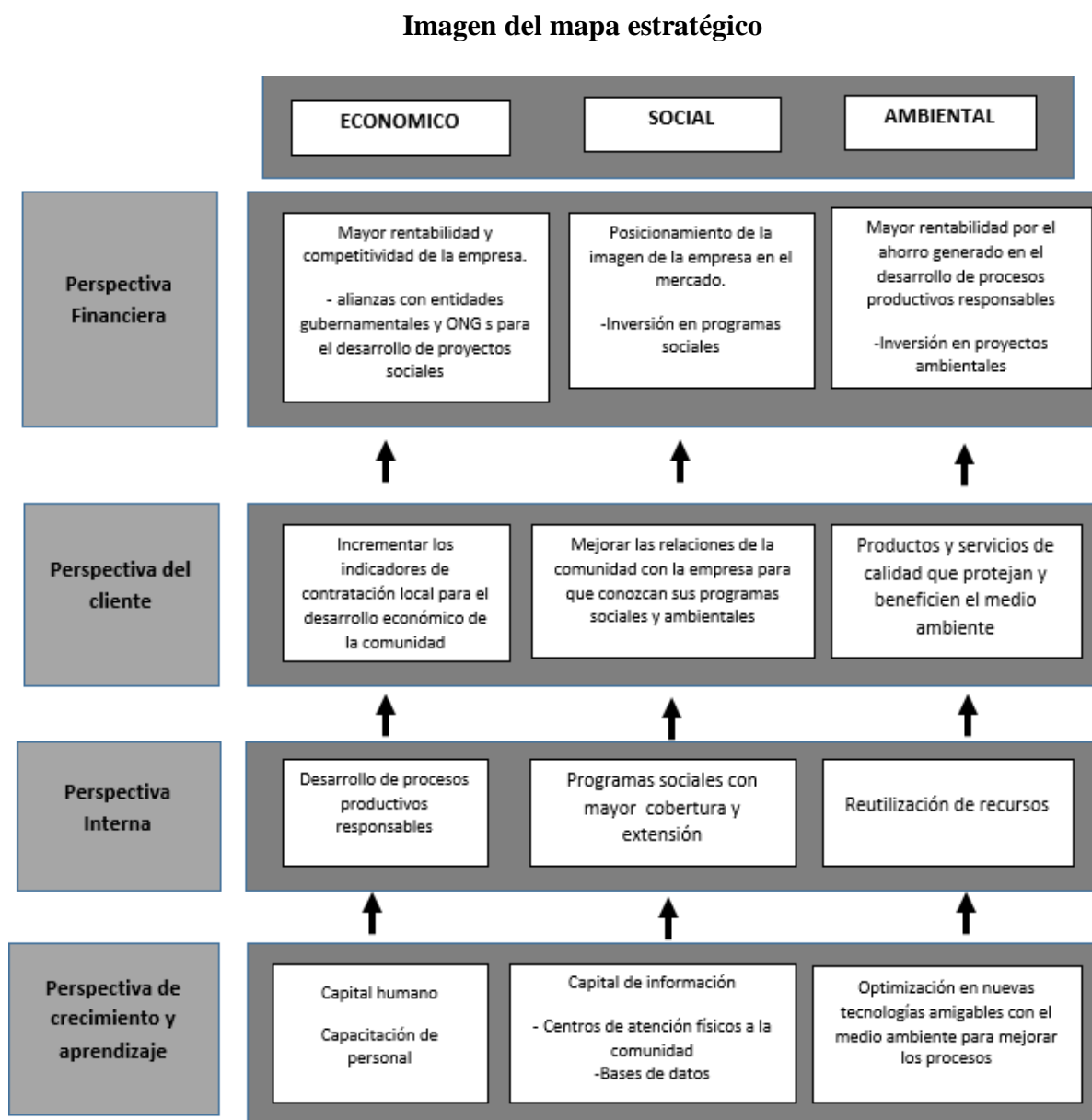


Figura 8. Mapa estratégico  
Fuente. Elaboración propia

Tabla 3. Línea base y meta

PERSPECTI VA	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	INDICADORE S	LINE A BASE	META
<b>Perspectiva de</b>	Capacitación de personal	Productividad el empleado	50%	70%

<b>crecimiento y aprendizaje</b>	Centros de atención físicos a la comunidad -Bases de datos	Porcentaje de clientes atendidos	40%	80%
	Optimización en nuevas tecnologías amigables con el medio ambiente para mejorar los procesos	Porcentaje de recursos ahorrados	30%	60%
<b>Perspectiva Interna</b>	Desarrollo de procesos productivos responsables	Eficiencia del proceso de fabricación	35%	65%
	Programas sociales con mayor cobertura y extensión	Porcentaje de personas beneficiadas	20%	55%
	Reutilización de recursos	Calidad de producto	30%	50%
	Contratación local	Satisfacción del cliente	20%	60%
<b>Perspectiva del cliente</b>	Mejorar las relaciones de la comunidad con la empresa para que conozcan sus programas sociales y ambientales	Fidelización del cliente	20%	50%
	Productos y servicios de calidad que protejan y beneficien el medio ambiente	Calidad de materias primas	30%	45%
<b>Perspectiva Financiera</b>	Mayor rentabilidad y competitividad de la empresa. Alianzas con entidades gubernamentales y ONG para el desarrollo de proyectos sociales	Crecimiento y ampliación de capital	20%	45%
	Posicionamiento de la imagen de la empresa en el mercado.	Ventas semanales del productos y servicios	30%	45%
	ahorro generado en el desarrollo de procesos productivos responsables	Porcentaje de reconocimiento local	10%	40%

*Fuente. Elaboración propia*

### **Explicación del mapa estratégico a partir de la dimensión económica, social y ambiental.**

En el mapa estratégico lo que se busca es definir cuáles son los objetivos y de qué forma vamos a lograrlo, para la dimensión económica para llegar a la meta que la perspectiva financiera debemos pasar por ciertos escalones que debemos plantear muy bien para tener éxito en lo que queremos lograr para a empresa y la clave está en el capital humano debemos tener una proyección de crecimiento, capacitación del personal, motivación del personal, luego debemos plantear los objetivos por los que vamos a trabajar los cuales deben ser reales, con gran posibilidad de cumplimiento y lo más importante que sean productos y servicios responsables ya que de esto depende el siguiente paso que es el cliente donde se debe trabajar de forma conjunta con la comunidad para generar mayor desarrollo, de esta forma la empresa va a tener resultados financieros deseables y permitirá que la empresa pueda expandirse generando mayor rentabilidad.

El sector social es un sector muy importante el cual la empresa en ningún momento puede dejar de lado ya que realizando un correcto desarrollo en este sector vamos a lograr objetivos que ayudan al fortalecimiento continuo de la empresa, para ello la empresa debe hacerse visible colocando puntos de atención donde las personas puedan conocerla y puedan familiarizarse con su razón social, además la empresa debe estar constantemente identificando las necesidades de la comunidad creando así programas sociales que impacten de forma positiva a la comunidad logrando mayor acercamiento y conocimiento de la comunidad con la empresa, con dichas relaciones la empresa va a lograr posicionamiento de marca que por supuesto ayudará de manera significativa a las perspectivas y objetivos financieros propuestos.

Por último, pero no menos importante tenemos el sector ambiental el cual es muy importante que la empresa tenga planes de acción para ayudar a contribuir al cuidado del medio ambiente y dejar huellas positivas en él, para ello trabajaremos en la utilización de nuevas tecnologías que sean amigables con el medio ambiente, reutilización de recursos, productos que protejan el medio ambiente y que ayuden a su cuidado, de esta forma tendremos reconocimiento en medidas ambientales, mayor rentabilidad, ahorro generado en el desarrollo de procesos productivos responsables y así mismo mayor inversión en proyectos ambientales que beneficien las comunidades y sobre todo el ambiente en el que vivimos.

## **Plan estratégico de responsabilidad social**

### **Situación actual**

Hoy en día la empresa S.P.C S.A.S ubicada en la ciudad de Bucaramanga, Santander, está certificada en las normas ISO: 9001 VERSION 2015, ISO: 14001 versión 2015, OSHAS 18001 versión 2007 Y NORSOK S-006 versión 2003, bajo el sello Icontec, sumado a esto cuenta con un informe de sostenibilidad para el proceso de Responsabilidad Social Empresarial, cuenta con altos estándares de calidad, toda vez que cumple con todas normas exigidas por ley, es reconocida por sus proveedores y empleados como una empresa de responsabilidad social y modelo para el sector regional a nivel empresarial.

En el plano económico es identificada como una de las empresas que generan empleo lo cual es preponderante en el desarrollo regional, dedicada a proveer soluciones de soporte operacional para ello cuenta con tecnología de automatización a la cadena de valor de las empresas de exploración y producción petrolera, garantiza la eficiencia operacional desde el modelamiento de las plantas y sistemas industriales hasta la implementación e integración de herramientas tecnológicas, puesta en marcha, estabilización y control de condiciones operacionales.

Son conscientes que se debe implementar más tareas en cuanto a socialización de información de políticas que se realizan en pro de la comunidad para lograr llenar el 100 % de las expectativas del cliente y así dar un excelente rendimiento en el servicio orientados hacia la eficiencia, se evidencia el compromiso en cuanto al mejoramiento continuo de todos los procesos, servicios y productos, enfocados con procesos modernos, innovadores, la formación continua del personal mejorando sus capacidades competitivas.

### **Plan estratégico de mejora**

El plan estratégico para la empresa SPC S.A.S se encuentra detallado en la tabla 4, en donde se explican los tiempos, costos, indicadores y estrategias propuestas para el cumplimiento de objetivos.

Tabla 4. Plan estratégico de mejora

<b>DIMENSION</b>	<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PLAZO</b>	<b>COSTO</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>ECONÓMICA</b>	Incrementar los indicadores de contratación local para el desarrollo económico de la comunidad.	Realizar procesos de contratación específicamente para mano de obra regional.	4 meses	\$4.000.000	Porcentaje de productividad de cada empleado.
	Capacitación de personal	Programas de capacitación continua para empleados permitiendo un mejor desempeño en los procesos productivos y de ventas de la empresa.	2 meses	\$3.000.000	Ventas semanales de productos y servicios
	Mayor rentabilidad y competitividad de la empresa.	Realizar estudios de mercados y de competencia permanente para ajustar las estrategias corporativas.	3 meses	\$4.000.000	Rentabilidad deseada vs rentabilidad obtenida
<b>SOCIAL</b>	Mejorar las relaciones de la comunidad con la empresa para que conozcan sus programas sociales y ambientales	Desarrollar actividades y espacios de integración entre la empresa y la comunidad donde se den a conocer los programas y proyectos sociales, ambientales y así generar recordación de la marca en la comunidad.	Continuo	\$8.000.000	Satisfacción del cliente.

	Posicionamiento de la imagen de la empresa en el mercado.	Asignar un área específica para la atención de la comunidad y cada integrante del área se encarga de zonas puntuales.	2 meses	\$1.500.000	Porcentaje de reconocimiento local
	Diseñar programas sociales con mayor cobertura y extensión	Más que oficinas, implementar centros de experiencia donde el cliente sentirse acogido, cómodo y siempre quiera volver.	12 meses	\$6.000.000	Fidelización del cliente
	Diseñar Centros de atención físicos a la comunidad			\$2.000.000	Porcentaje de clientes atendidos.
	Optimizar en nuevas tecnologías amigables con el medio ambiente para mejorar los procesos	Hacer referenciación con empresas extranjeras o nacionales que utilicen nuevas tecnologías y haya funcionado en su corte de negocio.	6 meses	\$4.000.000	Porcentaje de ahorro de recursos.
<b>AMBIENTAL</b>	Generar productos y servicios de calidad que protejan y beneficien el medio ambiente	Diseño y uso de empaques y materias primas amigables con el medio ambiente.	8 meses	\$5.000.000	Calidad de materias primas
	Crear estrategias para la reutilización de recursos	Realizar labores de tratamiento de residuos industriales y en los casos requeridos depuración de residuos.	6 meses	\$10.000.000	Porcentaje de reutilización de recursos

*Fuente. Elaboración propia*

## Conclusiones

El diseño y aplicación del instrumento de diagnóstico tuvo como objetivo principal identificar el problema central de la empresa, en este caso fueron seleccionados como instrumentos la entrevista y la encuesta y su análisis de resultados arrojaron que los programas sociales no tienen el impacto esperado por la empresa SPC S.A.S ni el conocimiento por parte de la comunidad. Por esta razón se realizó la construcción del marco lógico el cual permitió identificar la información más importante a través del árbol de problemas y soluciones, en él se confirmó que la situación principal es la falta de promoción, comunicación y cercanía con la comunidad, como solución se plantea mayor uso de medios publicitarios, redes sociales, alianzas estratégicas con diferentes empresas donde se pueda poner en funcionamiento programas de capacitación a la comunidad y empleados y además gestionar nuevos empleos que ayuden al desarrollo y progreso de los habitantes de la región.

Las estrategias planteadas en el plan de mejora se centraron en llevar a cabo procesos de contratación específicamente para mano de obra regional., promover programas de capacitación continua para empleados, realizar estudios de mercados y de competencia permanentes, desarrollar actividades y espacios de integración entre la empresa y la comunidad, crear un área para la atención a la comunidad, rediseñar y usar empaques y materias primas amigables con el medio ambiente y realizar labores de tratamiento de residuos industriales y en los casos requeridos depuración de residuos.

La RSE no solo es compromiso de las empresas, sino que debe hacer parte de toda la sociedad, si bien las empresas son los mayores contaminantes de fuentes hídricas, aire, y hasta contaminación auditiva, la población en general debe hacer un compromiso de prevención y cuidado del medio ambiente, y que es algo que nos compromete a todos y nos vemos afectados por las distintas manifestaciones del entorno.

## Referencias

- Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). *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*, 2, 79.
- 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.
- Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. *Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE)*, 13(4), 18–32.
- 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.
- Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor.
- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144.
- 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\*. *Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.
- 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.

- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217.
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. *CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 137–178.
- Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78.
- Ramírez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. “Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile.” *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Vargas-Chaves, I & 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**

<https://drive.google.com/file/d/1byKIPJ8WTSEEEKdjP1K3N7EDsmWqAPIi/view?usp=sharing>