

**Integración y Difusión de las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en
SuperGIROS, Cali, Valle del Cauca, 2020**

Nelson Santiago Guaca Campo

Olga Beatriz Collazos

Rocío del Carmen Narváez

Yhon Erick Flórez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

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

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Diciembre del 2020

**Integración y Difusión de las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en
SuperGIROS, Cali, Valle del Cauca, 2020**

Nelson Santiago Guaca Campo

Olga Beatriz Collazos

Rocío del Carmen Narváez

Yhon Erick Flórez

Henry Hurtado

Tutor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

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

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Diciembre del 2020

Tabla de Contenido

Lista de tablas	5
Lista de figuras.....	6
Lista de anexos.....	7
Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción	10
Antecedentes.....	12
Problema de Investigación.....	14
Planteamiento del Problema.....	14
Pregunta del problema	15
Justificación	16
Objetivos.....	18
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
Marcos Referenciales.....	19
Marco Conceptual.....	19
Marco Teórico	21
Marco Institucional	23
Marco Legal.....	27
Metodología	30
Tipo de Estudio.....	30
Período y lugar donde se realiza la investigación.....	30
Universo y Muestra.....	30
Método.....	30
Fuentes.....	31
Actividades	31
Estructura Organizacional	32
Mapa de Procesos	33
Resultados.....	34
Diagnóstico (Instrumento de Diagnóstico).....	34
Matriz de marco lógico	36
Situación Problemática	36
Análisis de los resultados de la Encuesta	37

Mapa de problemas de la empresa SuperGIROS de la ciudad de Cali	48
.....	48
Árbol de objetivos.....	49
Mapa Estratégico	50
Plan de Mejoramiento	51
Plan de acción y de seguimiento	51
Código de Ética.....	55
Conclusiones.....	56
Recomendaciones	57
Referencias Bibliográficas	58
Anexos	62
Anexo A. E Book de Ética para la Empresa SuperGIROS S.A.	62
Enlace al Código de Ética	62
Ilustración Portada y contraportada del Código de ética digital	62
Anexo B. Formato de Recolección de Información	63
Anexo C. Certificado de originalidad de Turnitin	69

Lista de tablas

Tabla 1. Diseño de Indicadores.....	34
Tabla 2. Plan de Acción-Dimensión Económica.....	53
Tabla 3. Plan de Acción-Dimensión Social.....	55
Tabla 4. Plan de Acción-Dimensión Ambiental.....	57

Lista de figuras

Figura 1. Ubicación Oficinas Administrativas	24
Figura 2. Misión SuperGIROS S.A.....	24
Figura 3. Visión SuperGIROS S.A.....	25
Figura 4. Confianza.....	26
Figura 5. Organigrama.....	32
Figura 6. Mapa de procesos.....	33
Figura 7. Identificación de stakeholders.....	36
Figura 8. Importancia de conocer el número de beneficiarios	37
Figura 9. Frecuencia de oportunidad laboral a personas con discapacidad.....	38
Figura10. Frecuencia con la que la empresa contrata personal.....	39
Figura 11. Periodicidad con que la empresa realiza campañas ambientales de educación y socialización	39
Figura 12. Porcentaje del presupuesto que destina la empresa a programas de RSE.....	40
Figura 13. Periodicidad con que la empresa realiza actividades de promoción de derechos y garantías para trabajadores.....	41
Figura 14. Periodicidad con que la empresa realiza programas para mejorar la calidad de vida de trabajadores.....	41
Figura 15. La empresa contempla apoyo para formación de sus trabajadores	42
Figura 16. La empresa realiza organigramas que garanticen el uso sostenible de recursos naturales..	43
Figura 17. Programas que utiliza la empresa para implementar uso sostenible de recursos naturales.	43
Figura 18. Cada cuánto la empresa evalúa los impactos ambientales en el desarrollo de procesos	44
Figura 19. A qué población la empresa hace donaciones o contribuciones financieras	45
Figura 20. Que tipo de programas promueve la empresa para el desarrollo económico y social de la región	45
Figura 21. De qué manera atiende la empresa las quejas y reclamos del cliente	46
Figura 22. Qué tipo de medios utiliza la empresa para el manejo de la información.....	47
Figura 23. Mapa de Problemas.....	48
Figura 24. Árbol de objetivos.....	49
Figura 25. Mapa de estrategias.....	50

Lista de anexos

Anexo A. Enlace Código de Ética	62
Anexo B. Formato Recolección de Información.....	63
Anexo C. Certificado de Originalidad.....	69

Resumen

Proyecto de Integración y Difusión de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en SuperGIROS, para optar por el título de Administradores de Empresas; Para recoger la información se realizó una investigación cuantitativa, donde los investigadores entrevistaron a los trabajadores de la empresa, a través de la aplicación del método evaluativo, se identificó el conocimiento que se tiene por parte del público interno de las actividades de RSE, el compromiso que se tiene con el entorno, su modelo organizacional e individualización de variables; aplicando el método estadístico para seleccionar la población objeto de estudio. Como resultado de la investigación y a través del análisis del problema, se realizó el mapa de problemas y objetivos, encontrando que la empresa presenta deficiente integración y difusión de las prácticas de RSE. Durante el estudio los investigadores elaboraron un mapa estratégico donde se analizaron los procesos de mercadeo, perspectiva financiera, procesos internos y crecimiento profesional a través de competencias como liderazgo, competitividad y responsabilidad social, que permitieron formular un plan de mejoramiento y de acción; también la creación del código de ética, que será la ruta a seguir para lograr los objetivos empresariales a través del compromiso de cumplimiento por parte de todos los públicos que en adelante intervengan en la empresa. De esa forma, este trabajo académico contribuye con la línea de investigación de la UNAD; Gestión de la Innovación y del conocimiento, sub línea de Investigación Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras claves: Inclusión, medio ambiente, responsabilidad social empresarial, stakeholders

Abstract

Project for the Integration and Dissemination of the Corporate Social Responsibility practices in SuperGIROS, to opt for the title of Business Administrators; To collect the information, a quantitative research was carried out, where the researchers interviewed the company's workers, through the application of the evaluative method, the knowledge that the internal public has of CSR activities, the commitment that one has with the environment, its organizational model and individualization of variables; applying the statistical method to select the population under study. As a result of the investigation and through the analysis of the problem, the map of problems and objectives was made, finding that the company presents poor integration and dissemination of CSR practices. During the study, the researchers drew up a strategic map where the marketing processes, financial perspective, internal processes and professional growth were analyzed through competencies such as leadership, competitiveness and social responsibility, which allowed the formulation of an improvement and action plan and the creation of the code of ethics, which will be the route to follow to achieve business objectives through the commitment of compliance by all the public that will henceforth intervene in the company. In this way, this academic work contributes to the research line of the UNAD; Innovation and knowledge management, sub-line of Corporate Social Responsibility Research.

Keywords: Environment, inclusion, corporate social responsibility, stakeholders

Introducción

Las empresas se desenvuelven en un entorno altamente cambiante, competitivo y cada vez más globalizado, por lo cual requieren estar en constante transformación, para satisfacer las necesidades de los clientes, que están muy informados de los avances de la tecnología; son más exigentes de productos y servicios de calidad y día a día más interesados por la protección y conservación del medio ambiente.

Estos nuevos comportamientos ciudadanos hacen que las empresas se vean en la necesidad de generar acciones para poder cubrir estos requerimientos y expectativas de la sociedad y es así como comienzan a integrar en su quehacer corporativo, temas de responsabilidad social.

Este proyecto de Integración y Difusión de las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en SuperGIROS, realizado por los estudiantes de administración de empresas como opción de grado, parte de una investigación realizada a través de la formulación de un diagnóstico de la empresa SuperGIROS S.A., sobre la forma cómo están implementado los programas de RSE, a partir de los siete aspectos fundamentales que se trabajan en la norma ISO 26000, mostrando resultados que arrojan la aplicación de indicadores de gestión.

A través de una encuesta realizada por correo electrónico en la que intervienen 56 trabajadores de la empresa, se logra tener un insumo dentro de la investigación para medir el nivel de conocimiento e interacción del público interno.

Dentro del trabajo académico se presentará el diseño de objetivos y estrategias a partir de una visión del problema central de la empresa, aplicando el marco lógico y los mapas estratégicos.

La investigación muestra que a pesar de los grandes esfuerzos que realiza SuperGIROS en la implementación y realización de programas sociales, hay una clara deficiencia en la integración y comunicación de los programas de RSE que ejecutan, lo que conllevará a que los investigadores planteen dentro del plan estratégico, un plan de mejoramiento y un plan de acción que permita realizar actividades a corto plazo para maximizar los resultados y el cumplimiento de objetivos empresariales.

Así mismo, dentro del proyecto de Integración y Difusión de las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en SuperGIROS, se construye un Código de Ética Empresarial en formato digital, que será la guía de cumplimiento de conducta para todos los trabajadores y los diferentes públicos que intervengan con la empresa, garantizando comportamientos éticos y morales que contribuyan con el mejoramiento de las relaciones laborales internas y externas y la conservación de una buena imagen corporativa.

Antecedentes

La Responsabilidad Social en las empresas colombianas ha venido avanzando a pasos agigantados, la implementación de políticas con humanidad desarrolladas por empresas con conciencia social, se ha convertido en una constante que ha permitido que muchos programas sociales que no logran ser atendidos por los entes gubernamentales, encuentren un doliente, beneficiando a las comunidades más vulnerables.

Colombia avanza en responsabilidad social empresarial RSE; en ética empresarial; en comprender la compatibilidad entre la rentabilidad económica y la rentabilidad social; y en el vital mejoramiento de las relaciones de las empresas con sus empleados, proveedores, consumidores y con la comunidad.

Colombia a mediados del siglo XX, obtuvo el liderazgo en América latina dentro de la creación de modelos empresariales, que mezclaron su desarrollo económico con políticas de desarrollo social para sus trabajadores y comunidades del entorno.

Empresas como Carvajal, Cafam, Éxito, Corona, marcaron una ruta que muy pronto y gracias a los excelentes resultados de reconocimiento por parte de la comunidad nacional e internacional, comenzaron a ser imitadas por otras compañías.

Empresas como Éxito, se dedicaron a la atención en alimentación de menores en estado de desnutrición.

Empresas como Carvajal, cuya matriz funciona en la ciudad de Cali, encontraron su vocación social en el distrito de Aguablanca, donde crearon un gran centro de capacitación para madres cabeza de familia y jóvenes, enfocando sus esfuerzos en formación para la vida laboral, convirtiéndose en modelo internacional.

La multinacional francesa Carrefour, centró sus esfuerzos en contratar para sus almacenes a personas en situación de desplazamiento.

El empresario Arturo Calle, propietario de una de las tiendas de ropa para hombre, más reconocidas del país, distribuye desde hace más de 20 años sus ganancias a través de apoyo mensual y permanente a 200 fundaciones sociales sin ánimo de lucro.

Otras empresas colombianas como Alpina, crearon desde el 2008 su propia fundación, preocupados por garantizar seguridad alimentaria en la que se prioriza a la población infantil, allí niños que nacieron con SIDA o que padecen cáncer, reciben alimentación saludable

Las entidades gubernamentales como la Alcaldía de Cali y la Gobernación del Valle del Cauca, trabajan permanentemente con empresas de la región, que destinan utilidades, servicios o insumos para prestar apoyo en campañas sociales a población vulnerables a través de recreación, útiles escolares, mercados, donaciones de elementos de construcción y contratación a personas con discapacidad.

Problema de Investigación

Planteamiento del Problema

Aunque las primeras prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se registran desde mediados del siglo XX, es importante entender su evolución y cómo ha logrado conquistar espacios; convirtiéndose en una práctica indispensable para el crecimiento empresarial y global en el siglo XXI.

De acuerdo a lo manifestado por Long (2008) “las empresas buscan una gestión de RSE para ingresar a un mercado global” (págs. 315-320). Con este concepto es importante destacar que este tipo de prácticas son mejor evaluadas por los inversionistas internacionales, originando ventajas competitivas y económicas.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que no se puede construir una imagen positiva de una empresa, cuando las actividades que se realizan por loables que sean, no involucran al personal humano que lo compone, sea de forma directa o indirecta.

En ese sentido, el primer propósito que debe tener una empresa es mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y comunidad aledaña, así como involucrarlos en las actividades que se desarrollen para el beneficio de la comunidad; generando en ellos, además de sentimientos de agradecimiento, sentido de pertenencia por la empresa.

En Colombia cada año se mide el trabajo de las empresas, destacando el top 100 a las empresas que implementan acciones de RSE en los diferentes campos de acción, la característica encontrada en quienes aparecen en ese ranking es que, han integrado cada uno de sus procesos dentro de los objetivos misionales, para que acciones positivas que se emprendan no queden como ruedas aisladas.

Así mismo han establecido estrategias comunicacionales que permiten actuar y mostrar a los Stakeholders sus acciones, a través de diferentes estrategias como redes sociales, secciones institucionales en canales de televisión, avisos en la prensa local y nacional, que permiten difundir de forma masiva las actividades sociales que adelantan, generándoles una buena imagen.

Pregunta del problema

¿Los Procesos de responsabilidad Social que adelanta la empresa SuperGIROS, están integrados dentro de las actividades misionales?

Justificación

Esta investigación ha sido planteada dentro del Diplomado de Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social como opción de grado de Administración de empresas de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables Económicas y De Negocios –ECACEN de la UNAD.

Es importante entender que las organizaciones se encuentran inmersas en un ambiente altamente competitivo, dinámico y cambiante; la globalización trae consigo un entorno empresarial que obliga a la permanente transformación, presentando márgenes de ganancia estrechos, fronteras comerciales que van desapareciendo por la globalización de la economía y el uso de herramientas tecnológicas de la información y la comunicación.

Lo anterior trae como consecuencia unos clientes cada vez más exigentes con mayores necesidades y expectativas sobre la calidad, funcionalidad e impacto que los productos y/o servicios puedan llegar a tener; los clientes buscan productos de excelente calidad, de costo moderado y que su producción y comercialización genere el menor impacto ambiental y social.

Estos cambios de comportamiento de compra y de las necesidades de los clientes hace que las empresas tengan que realizar modificaciones en la forma cómo interactúan en la sociedad, ya que deben estar conscientes de la importancia del compromiso social que se tiene, de ahí la necesidad de que estas generen acciones en aras de crear una conciencia social.

Es así como las nuevas situaciones que el entorno impone, ha hecho que las organizaciones generen estrategias para tratar de atraer un impacto positivo en la sociedad, produciendo un reconocimiento de marca que los clasifique como empresa socialmente responsable y poder lograr la lealtad de sus clientes e incrementar nuevos consumidores, al ser

una empresa que posee reconocimiento por el compromiso y las labores sociales que desarrolla a través de un actuar de acciones éticas, morales, responsables y transparentes.

No obstante, la responsabilidad social empresarial tiene que ver con la planeación e implementación de estrategias que permitan generar una ventaja diferencial de las organizaciones; acciones de responsabilidad social empresarial ejecutadas de forma correcta se traducen en mejoras en la productividad y competitividad de las organizaciones, ya que se produce una transformación social tanto al interior de la empresa como al exterior de la misma.

Las organizaciones deben de conocer la importancia de la Norma ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social, que se convierte en una herramienta importante para la elaboración de planes de gestión y seguimiento a los indicadores de gestión, permitiendo realizar seguimiento al resultado de los programas implementados, así como ejecutar acciones de mejora en aras de tomar acciones correctivas para garantizar el cumplimiento de los resultados propuestos.

Para empresa SuperGIROS, con su programa de Responsabilidad Social Empresarial será importante el análisis que entregue esta investigación para el enfoque de resultados y la implementación de estrategias que permitan integrar a sus públicos con las acciones desarrolladas al tiempo, que visibilizan ante sus trabajadores los programas sociales que generan impacto en la comunidad, para que se conviertan en promotores de buenas noticias contribuyendo a mejorar la imagen y percepción ciudadana sobre la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Integrar y difundir el proceso de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa SuperGIROS con los Stakeholders.

Objetivos Específicos

Diagnosticar la empresa Red Empresarial de Servicios S.A. - SuperGIROS a partir del estudio de la norma internacional ISO 26000.

Diseñar objetivos y estrategias a partir de una visión del problema central de la empresa

Planificar acciones que permitan involucrar a los trabajadores en la solución del problema

Proponer un plan de acción que permita mejorar los resultados y definir el rumbo de la empresa

Construir normas de comportamiento al interior de la empresa con cada uno de sus públicos, para una sana convivencia.

Marcos Referenciales

Marco Conceptual

Dentro de la investigación académica, se utilizarán unos conceptos claves que permitirán entender al lector el significado de las palabras utilizadas y el contexto en que se ubican; de acuerdo a Long (2008) “las empresas buscan una gestión de RSE para ingresar a un mercado global” (págs. 315-320). Con este concepto es importante destacar que este tipo de prácticas son mejor evaluadas por los inversionistas internacionales, originando ventajas competitivas y económicas.

Ética: La ética estudia el comportamiento de las personas, donde le da una connotación determinando que es lo correcto, lo incorrecto, lo bueno, lo malo y de esta manera establece una escala de valores de comportamiento (De la Cruz & Fernández, 2016, págs. 69-118).

Ética Empresarial: La ética empresarial es el conjunto de normas de comportamiento y los valores corporativos que las personas que trabajan en cierta empresa deben de tener, hace parte de la cultura organizacional ya que rige todo el comportamiento interno que las personas deben de tener y como quieren proyectarse al entorno (Giovanola, 2009); (Rodríguez & Aguilera, 2005).

Pensamiento estratégico: El pensamiento estratégico es la forma cómo la organización se visualiza en el entorno global competitivo y a partir de este genera las estrategias organizacionales, realizando un proceso objetivo que le permite determinar dónde está, a dónde quiere llegar y qué debe hacer para lograrlo (Krell, 2009).

Desarrollo Sostenible: El desarrollo sostenible hace referencia a la responsabilidad que tiene la organización por el cuidado del medio ambiente en el cual se desenvuelve, es decir, la

empresa tiene la responsabilidad de generar desarrollo, pero garantizando la preservación del medio ambiente para generaciones futuras (Brundtland, 1987).

Excelencia empresarial: La excelencia operativa es la forma como se integran todos los procesos que hacen parte de una organización, los cuales requieren una visión sistémica que les permita funcionar como un todo y gestionar las interrelaciones de forma óptima y funcional (Drucker, 1986, págs. 3-10)

Grupos de interés (Stakeholders): Los grupos de interés son las diferentes segmentaciones que se pueden realizar en una organización, se selecciona un grupo de personas que poseen características que para la organización son importantes y se dedican a generar estrategias específicas para lograr satisfacer las necesidades y expectativas de ese determinado grupo de interés (Windsor, 1998).

Sostenibilidad: Sostenible significa ser capaz de satisfacer las necesidades de forma autónoma y responsable de tal manera que el actuar actual no comprometa el bienestar de generaciones futuras (Brundtland, 1987).

Estrategia: La estrategia es el conjunto de acciones que están encaminadas a cumplir los objetivos organizacionales, las estrategias permiten direccionar el actuar de las personas de forma objetiva, medible y comprobable (Chandler, 2003).

Gerencia Estratégica: La gerencia estratégica es la encargada de integrar las estrategias corporativas para el logro de los objetivos organizacionales, facilita la toma de decisiones y gestiona las acciones tener una óptima ejecución de las tareas y generar acciones para llegar a ser productivos y competitivos en el mercado en el cual se desenvuelven (Fred R, 2017).

Marco Teórico

Aunque las primeras prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se registran desde comienzos del siglo XX, es importante entender su evolución y cómo ha logrado conquistar espacios; convirtiéndose en una práctica indispensable para el crecimiento empresarial y global en el siglo XXI, desarrollo que en la mayoría de empresas este cimentado en propósitos que buscan cumplir metas de carácter económico, pero que se presentan al mundo maquilladas como altruistas o filantrópicas.

Cansino, C y Morales, M (2008) categorizan las Teorías Clásicas de la Responsabilidad Social Empresarial en 4 ámbitos así: Integradoras, de carácter político, instrumentales y de la ética y la moral en los negocios.

Para el desarrollo de esta investigación y con el propósito de responder a la pregunta del problema, que busca conocer si los procesos de Responsabilidad Social que adelanta la empresa SuperGIROS, están integrados dentro de las actividades misionales; abordaremos el concepto planteado de la teoría integradora, que aborda una serie de principios de carácter económico, legal, ético y filantrópico, que de acuerdo a esa hipótesis deben estar inmersos dentro de cualquier empresa al momento de crearse, por lo que se hace necesario incluirlos dentro de la misión empresarial y los objetivos.

Carroll, A. (1979) en su trabajo “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, plantea la responsabilidad Social Empresarial como un instrumento que debe incorporar en su esencia lo económico, legal, lo ético y discrecional. Lo económico, pues indudablemente toda sociedad mercantil persigue la obtención de utilidades, contemplando actividades que coadyuven al enriquecimiento de sus socios. Lo legal, ya que una empresa para su permanencia, debe apegarse a un marco normativo que le dé la validez en su ejercicio. Lo ético,

sin lo cual no existiría el equilibrio social, aun cuando la legislación no prevea la conducta fundada en valores y principios, la misma debe guiarse a través de la ética lo que ocasionará la protección social y ambiental. Finalmente, lo discrecional, que no se encuentra plasmado en la ley - al igual que la ética- y que dependerá de la voluntad del ciudadano corporativo en contribuir o no con causas sociales, que en algunos casos pueden consistir en donaciones filantrópicas que por naturaleza no le proporcionara ganancias. (pág. 501)

Es importante entender que cuando se habla de integración, cada uno de los comportamientos debe estar concatenados, con el propósito de crear una armonía entre el ser y el deber ser; la palabra y la acción.

Para la investigación también será importante tener en cuenta el planteamiento teórico de Eccles, R. G. (2014) en *The impact of Corporate sustainability on organizational processes and performance*. *Management Science*, cuando dice:

La integración de la RSE en los consejos de administración garantiza el retorno de la inversión y la vida útil de la empresa. Las empresas que adoptan un conjunto integral de políticas corporativas relacionadas con el medio ambiente, los empleados, la comunidad, los productos y el medio ambiente superan a sus contrapartes a largo plazo, tanto en términos de desempeño bursátil como contable. Las empresas de alta sustentabilidad prestan atención a las externalidades y se caracterizan por mecanismos de gobernanza que involucran directamente al directorio en temas de sustentabilidad, vinculando la compensación ejecutiva con los objetivos de sustentabilidad. (pág. 2837)

Esta teoría invita a las empresas a trabajar con los diferentes grupos de interés, como herramienta de evaluación para medir el impacto que se pueda generar en la comunidad y la

sostenibilidad de cada una de las acciones implementadas, teniendo presente las diferentes percepciones que se pueden causar en los públicos de acuerdo a su interés y/o motivación.

Convoca a evaluar permanentemente los resultados hasta encontrar el enfoque que sea mejor recibido por los Stakeholders, teniendo en cuenta que no son iguales los intereses de los accionistas a lo que busca la comunidad; además, cuando se habla de públicos externos se puede estar refiriendo al sector académico, político, económico, religioso o social donde cada uno de ellos persigue sus propios intereses.

Por lo tanto, se hace indispensable ponderar las diferentes posturas de acuerdo a cada grupo poblacional, sin olvidar que las percepciones de las partes interesadas son esenciales para el futuro de la empresa.

Marco Institucional

Este escrito se realiza con el propósito de dar a conocer la misión, visión y los valores que la empresa SuperGIROS S.A. ha establecido como política institucional para dar respuesta a sus clientes en la prestación de un buen servicio. Además, en este ejercicio, se demuestra la localización de la organización a nivel nacional y la importancia que ésta tiene y representa en el aporte para el desarrollo de la nación.

La empresa Red empresarial de servicios SuperGIROS S.A, pertenece al sector Terciario, el cual presta su servicio de envío de dinero a nivel local, regional y nacional. Tiene su principal centro de operación en la ciudad de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca, se la puede ubicar en la dirección Calle 22 Norte No. 6an-24 en el Centro de Negocios Santa Mónica.

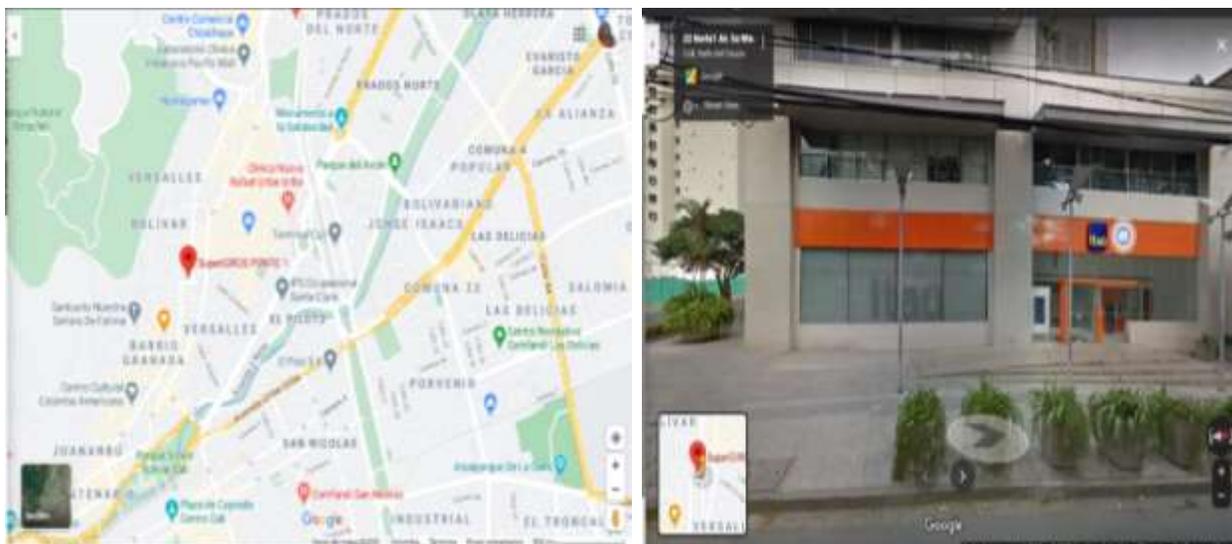


Figura 1. Ubicación Oficinas Administrativas. Localización de la empresa SuperGIROS en la ciudad de Cali, Departamento del Valle del Cauca

Fuente: Google map (2017) SuperGIROS Punto 1. Recuperado de

<https://www.google.com/maps/uv?pb=!1s0x8e30a7a8a7d0e8e9%3A0x229a371cdb9629ff!3m1!7e115!4s%2Fmaps%2Fplace%2Fsupergiros%2Bcali%2Bvalle%2Bdel%2Bcauca%2BCalle%2B22%2BNorte%2BNo.%2B6an-24%2Ben%2Bel%2BCentro%2Bde%2BNegocios%2BSanta%2BM%25C3%25B3nica.%2F%403.464012>

La empresa SuperGIROS tiene como Misión, prestar el servicio de envío y traslado de dinero, aportando de manera significativa al desarrollo económico y social del país, generando alianzas estratégicas para ampliar la cobertura y ofrecer un mejor servicio (Red Empresarial de Servicios , 2019).



Figura 2. Misión SuperGIROS S.A. Refleja la misión de la empresa

Fuente: Red Empresarial de Servicios S.A. (2019) *Misión SuperGIROS*. Recuperado de

<https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129387/mision/#:~:text=Brindar%20a%20la%20comunidad%20el,que%20brindan%20la%20mejor%20cobertura.>

La empresa SuperGIROS tiene como Visión, convertirse en el año 2020 en la empresa de envíos de dinero preferida por los clientes y usuarios que hacen uso de este tipo de servicio. Además, será reconocida por la excelencia en la prestación y atención de sus servicios a nivel interno y externo, haciendo énfasis en la innovación y con una alta gama de portafolio de servicios presenciales y utilizando plataformas digitales que incidan en la consolidación, rentabilidad y auto sostenibilidad de la empresa. (Red Empresarial de Servicios, 2019)



Figura 3. Visión SuperGIROS S.A. Refleja la visión de la empresa

Fuente: Red Empresarial de Servicios (2019) *Visión SuperGIROS S.A.* Recuperado de

<https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129388/vision/>

La empresa Red empresarial de servicios SuperGIROS S.A., también ha establecido como Valores empresariales:

La Confianza, con alto grado de honestidad y transparencia en nuestros procedimientos, aportando a establecer relaciones de beneficio en doble dirección entre sus asociados (Red Empresarial de Servicios S.A, 2019).

Otro valor a destacar es la Responsabilidad, cumpliendo con nuestros deberes sujetos a las condiciones, que lo tenemos que hacer (Red Empresarial de Servicios S.A, 2019).

Se tiene como política institucional, la Innovación, orientando los procesos al mejoramiento continuo para conseguir los propósitos establecidos (Red Empresarial de Servicios S.A, 2019).

Por último, se tiene presente la Pasión, desarrollando nuestras funciones con mucho esmero, entrega, dedicación y mucho compromiso, en pro de conseguir la excelencia (Red Empresarial de Servicios S.A, 2019).



Figura 4. Confianza. Representa el valor de la empresa SuperGIROS

Fuente: Red Empresarial de Servicios S.A.(2019) *Valores corporativos SuperGIROS*. Recuperado de

<https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129389/valores-corporativos/>

En conclusión, se destaca que la empresa SuperGIROS tiene una gran aspiración en convertirse en una empresa líder a nivel nacional e internacional en el envío de dinero. También se puede concluir, que esta empresa se preocupa de manera constante en adelantar en sus procesos comerciales, el mejoramiento continuo para el logro de sus metas.

Además, se puede considerar que es de interés empresarial, atender con responsabilidad, eficiencia, pasión y de manera oportuna a sus clientes para que se sientan a gusto con el servicio que se les presta.

Es de anotar que la empresa SuperGIROS S.A. realiza innovaciones para ajustarse a los nuevos cambios tecnológicos e informáticos para responder a las exigencias del mercado.

Marco Legal

En el año 2009 se publica la norma internacional ISO 26000, que ofrece guías voluntarias y orientación para la responsabilidad social, sin embargo, no es una norma certificable, más bien es una herramienta de gestión que utilizan muchas organizaciones de cualquier sector para mejorar su capacidad de competitividad, su valor agregado, la sostenibilidad y el crecimiento de la entidad a largo plazo.

El proceso de normalización de la responsabilidad en Colombia, comienza en el año 2002 con la iniciativa de funcionarios de la empresa Comfama, departamento de Antioquia, quienes manifiestan la preocupación por el tema y mandan una carta al ICONTEC como organismo colombiano de normalización, quien inicia el proceso de creación del respectivo documento, con el apoyo de universidades, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, sindicatos, empresas e industrias. (Correa, 2007, pág. 98)

Comfama presenta el primer documento para comenzar la realización de la guía técnica colombiana en responsabilidad social, insumo llamado estado del arte de la RS, con respecto a la difusión, normalización y certificación a nivel mundial.

La finalidad de ICONTEC y más de 200 organizaciones involucradas, fue establecer directrices y orientaciones que deben tomar las organizaciones en el ejercicio responsable de las actividades empresariales, con el objetivo de generar oportunidades para todos los grupos de interés, que representen equidad social, oportunidades, protección del entorno; por ende mejor calidad de vida.

Más tarde, exactamente en junio del 2008, el contenido de la guía técnica colombiana 180 de responsabilidad social fue aprobada por el concejo técnico de ICONTEC, en asamblea general, dando paso a las posibilidades de carácter voluntario a involucrar tales directrices y orientaciones en la gestión de cada empresa, ya que proporcionan una gestión socialmente responsable en la gobernanza de las organizaciones, más allá de un marco legal es aportar al desarrollo sustentable y sostenible, para el bienestar y la mejor calidad de vida de las personas.

Todas las materias fundamentales de la norma ISO 26000 son pertinentes y contienen varios asuntos, por lo cual, cada organización puede identificar qué asuntos son importantes y pertinentes para ser elegidos por la organización.

Frente al tema de la RS, claramente se establece en la Ley 136 de 1994 en el Artículo 3 que habla de las funciones del municipio, en el numeral 6, se decreta que el ente territorial debe velar por el adecuado manejo de los recursos naturales y el medio ambiente, además se establece el numeral 7, que el municipio debe promover el mejoramiento económico y social de sus habitantes.

(Constitución Política de Colombia, 1991)

Como se puede evidenciar en la anterior disposición legal, que es deber del municipio como empresa, orientar esfuerzos hacia la búsqueda de mejorar las condiciones de vida de las personas y trazar políticas públicas en defensa y protección de los recursos naturales.

Vale la pena resaltar lo establecido en la Constitución Política de 1991 en el art 79, en donde se establece que:

Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines. (Constitución Política de Colombia, 1991)

Se destaca la sana intención del Estado colombiano en promulgar normas como lo establece nuestra carta magna, en establecer como derecho fundamental para todas las personas de disfrutar de un ambiente agradable.

Metodología

Dentro de la Investigación se caracterizó a la población objeto de estudio con el propósito de conocer los tipos de Stakeholders a los se dirige la empresa.

Tipo de Estudio

El estudio se realizó a través de Investigación de tipo cuantitativo, con un ámbito específico y delimitado, abordando exclusivamente el proceso de RSE de la empresa SuperGIROS.

Período y lugar donde se realiza la investigación

El período de recolección de información primaria fue de dos días, 16 y 17 de octubre, por motivos de pandemia, se realizó encuesta a través de herramientas digitales como correos electrónicos y WhatsApp. El tiempo fue concomitante

Universo y Muestra

Se realizaron encuestas a 56 personas que trabajan en la empresa SuperGIROS.

Método

Para comprobar la información que se quería conseguir, se diseñó un modelo de encuesta que permitiría identificar el conocimiento y participación de los trabajadores de la empresa SuperGIROS dentro del proceso de RSE, con la información recopilada se aplicó el método estadístico y se analizó la información.

A través de la utilización de las 7 variables de RSE y los indicadores planteados para cada una de ellas, se consiguió información de los balances de gestión y rendición de cuentas de la

empresa SuperGIROS, permitiendo diseñar indicadores para medir los resultados de las actividades implementadas.

Fuentes

Dentro del proceso de investigación se utilizaron fuentes primarias y secundarias.

La fuente primaria, se hizo directamente con trabajadores de la empresa e informes administrativos oficiales.

Las fuentes secundarias se obtuvieron a través periódicos locales e información de leyes, normas y teorías de RSE que se obtuvieron a través de la biblioteca de la UNAD.

Actividades

A continuación, se relacionan las actividades más importantes que permitieron el alcance de los objetivos específicos:

- Se realizó revisión bibliográfica que permitió determinar el impacto de las actividades de RSE implementadas por la empresa en la comunidad.
- Se determinaron las variables de estudio para diseñar el instrumento de levantamiento de la información.
- Se determinó el método y se diseñó el instrumento para la toma de datos generales de las empresas.
- Se aplicó el instrumento para la toma de datos generales.
- Se diseñaron variables para realizar el diagnóstico
- Se realizó análisis de la información
- Se identificó la situación problemática a través de árbol de problemas y objetivos

- Se diseñaron estrategias para la solución problemática.

Desarrollo de la Investigación

1. Estructura Organizacional

A continuación, se presentará el organigrama de la empresa y el mapa de procesos herramientas que permitirán la identificación de roles y funciones para la optimización del recurso humano y los resultados de producción.

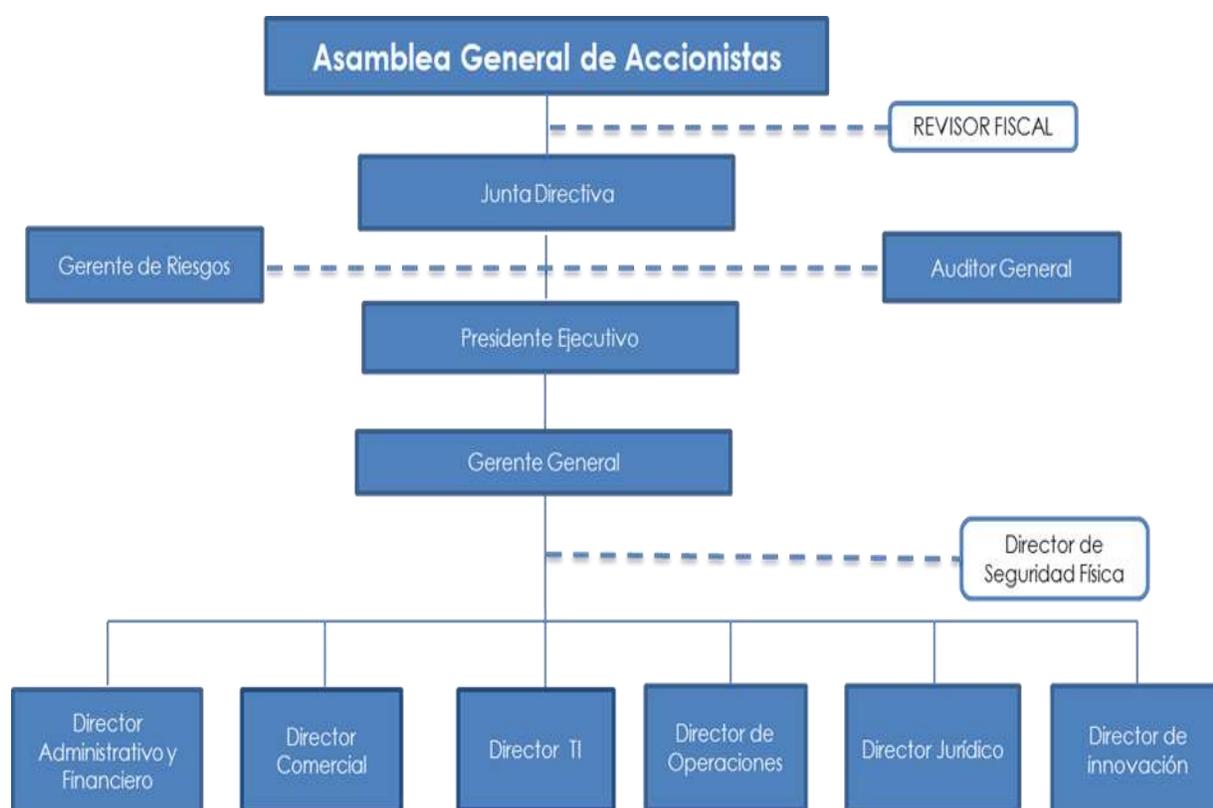


Figura 5. Organigrama. Representación gráfica de la estructura interna de la empresa.

Fuente: Informe Interno SuperGIROS

Mapa de Procesos



Figura 6. Mapa de procesos. Representa los procesos de la organización SuperGIROS S.A., el cual nos ayudará a identificar las interrelaciones de cada uno de ellos.

Fuente: Informe Interno SuperGIROS

Resultados

Diagnóstico (Instrumento de Diagnóstico)

Para desarrollar el instrumento de diagnóstico, los investigadores tuvieron en cuenta las 7 variables de RSE, además de construir indicadores para cada una de ellas.

Tabla 1

Diseño de Indicadores

Materia Fundamental o Variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental
Gobernanza de la organización.	1. Desempeño Organizacional mes de septiembre
	$\frac{6 \text{ de objetivos logrados}}{6 \text{ de objetivos planteados}} \times 100 = 100\%$
Derechos humanos	2. Solución de los problemas a la comunidad
	$\frac{542 \text{ problemáticas solucionadas}}{833 \text{ #problemáticas registradas}} \times 100 = 65,0\%$
	1. Personas con discapacidad contratadas directamente
	$\frac{10 \text{ personas con discapacidad contratadas}}{193 \text{ total, de trabajadores}} \times 100 = 5\%$
	Personas con discapacidad contratadas indirectamente
	$\frac{140 \text{ personas con discapacidad contratadas}}{30.000 \text{ total, de trabajadores}} \times 100 = 0,4\%$
2. Edad del personal que conforma la organización	
$\frac{36 \text{ de trabajadores mayores de 45 años}}{193 \text{ total, de trabajadores}} \times 100 = 18,6\%$	
$\frac{68 \text{ trabajadores entre 30 y 45 años}}{193 \text{ total de trabajadores}} \times 100 = 35\%$	
$\frac{66 \text{ de trabajadores entre 20 y 35 años}}{193 \text{ total, de trabajadores}} \times 100 = 34,1\%$	
$\frac{23 \text{ de trabajadores menores de 20 años}}{193 \text{ total, de trabajadores}} \times 100 = 12\%$	

	1- Realización del personal informe a 2018	
		$\frac{\$942.900 \text{ Salario mínimo SuperGIROS}}{\$828.116 \text{ Salario mínimo de ley}} \times 100 = 13,86\% \text{ superior}$
Prácticas laborales	2 -Contratación con beneficio social	
		$\frac{25 \text{ madres cabeza de familia contratadas directamente}}{91 \text{ mujeres contratadas directamente}} \times 100 = 27\%$
	1. Gasto en programas ambientales	
Medio Ambiente	3-Criterios de Desarrollo Sostenible implementados/o ejecutados	$\times 100 = 100\%$
	3-Criterios de desarrollo sostenible planificados	
	2. Uso de materia prima contaminante	
		$\frac{15 \text{ toneladas de papel en el 2019}}{30 \text{ toneladas de papel 2018}} \times 100 = 50\% \text{ reducción de papel}$
	1. Criterios de selección y evaluación de proveedores	
Prácticas justas de operación	2. Porcentaje de empleados directos formados en las políticas y Procedimientos anticorrupción de la organización.	
		$\frac{193 \text{ de trabajadores formados en Políticas y PR anticorrupción}}{193 \text{ total de trabajadores}} \times 100 = 100\%$
	1. Reclamos mes de septiembre	
Asuntos de consumidores		$\frac{15.091 \text{ llamadas atendidas}}{17.299 \text{ llamadas recibidas}} \times 100 = 87.2\%$
	2. Llamadas atendidas por incidentes	
		$\frac{44960 \text{ llamadas por incidentes solucionadas}}{45797 \text{ llamadas recibidas por incidentes}} \times 100 = 98.1\%$
	1. Conocimiento de la comunidad	
Participación activa y desarrollo de la comunidad	10.000 familias de personas beneficiadas en el año con mercados	$\times 100 = 1,7\%$
	556.810 familias aproximadamente en Cali	
	2. Participación de los trabajadores directos	
		$\frac{193 \text{ trabajadores participantes en actividades}}{193 \text{ total de trabajadores}} \times 100 = 100\%$

Nota. Construcción del instrumento de recolección de información a partir del estudio de la norma internacional ISO 26000, teniendo en cuenta las siete variables de RSE y los indicadores para cada una de ellas.

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de marco lógico

Situación Problemática

Identificación de Stakeholders.

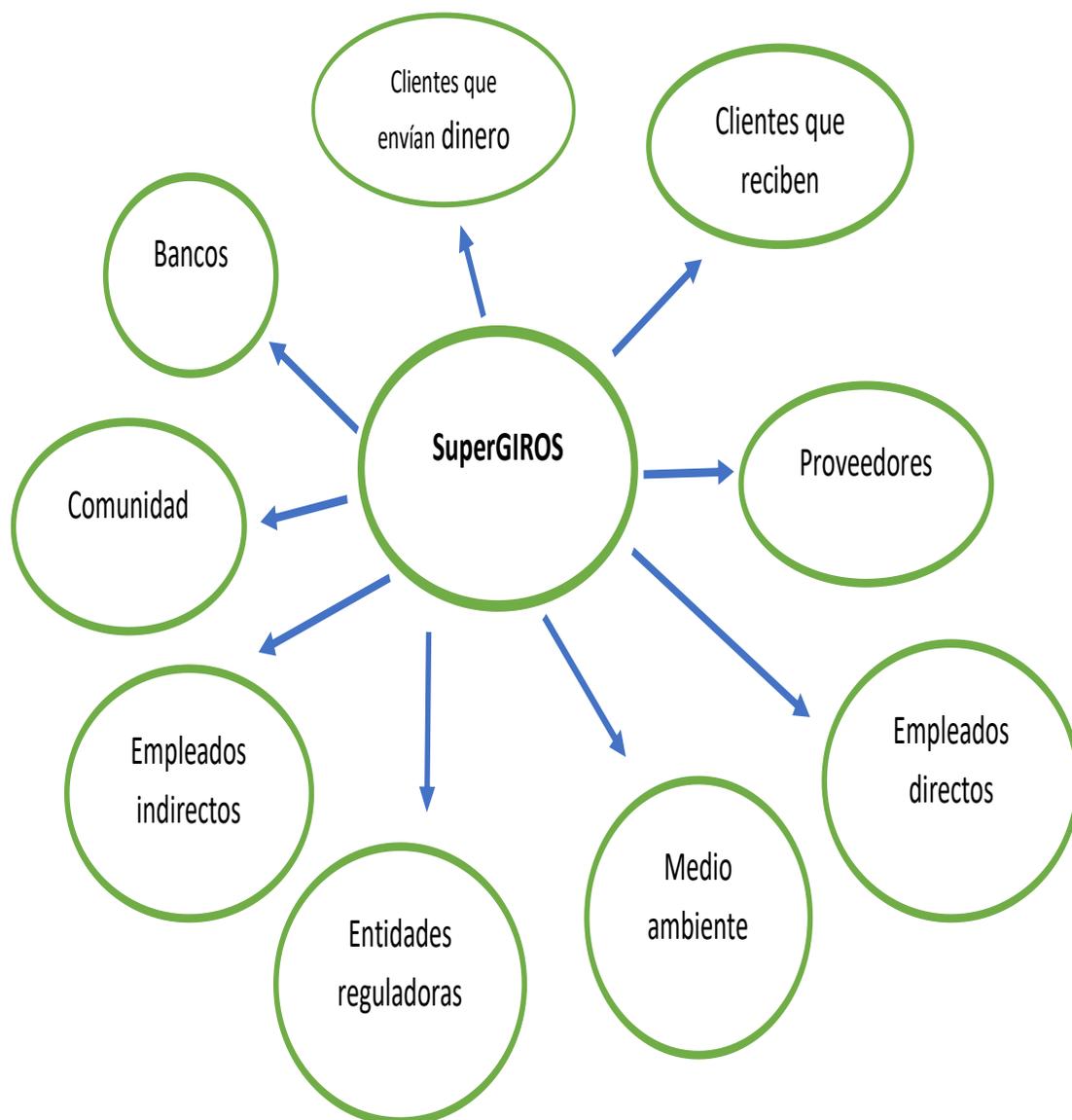


Figura 7. Identificación de Stakeholders. Se observa que los involucrados provienen tanto de la Sociedad Civil como del Sector Gobierno y del Sector Privado.

Fuente: Elaboración propia

Análisis de los resultados de la Encuesta

Con el propósito de responder al objetivo a través del diagnóstico que permitirá medir el conocimiento que los trabajadores tienen de la empresa y el grado de compromiso se realiza una encuesta y se analizan los resultados.

Universo de la encuesta: Con un total de personas encuestadas que trabajan a la empresa SuperGIROS de cincuenta y seis (56).

Forma de recolección de la información: Personalizada, a través de correo electrónico y grupo de WhatsApp de empleados de la empresa

Período de recolección de encuesta: viernes 16 y sábado 17 de octubre de 2020

Objetivo: Medir el conocimiento que se tiene al interior de la empresa de los programas de RSE adelantados

1. ¿Qué tan importante es para usted conocer el número de beneficiarios que tiene por año su empresa?

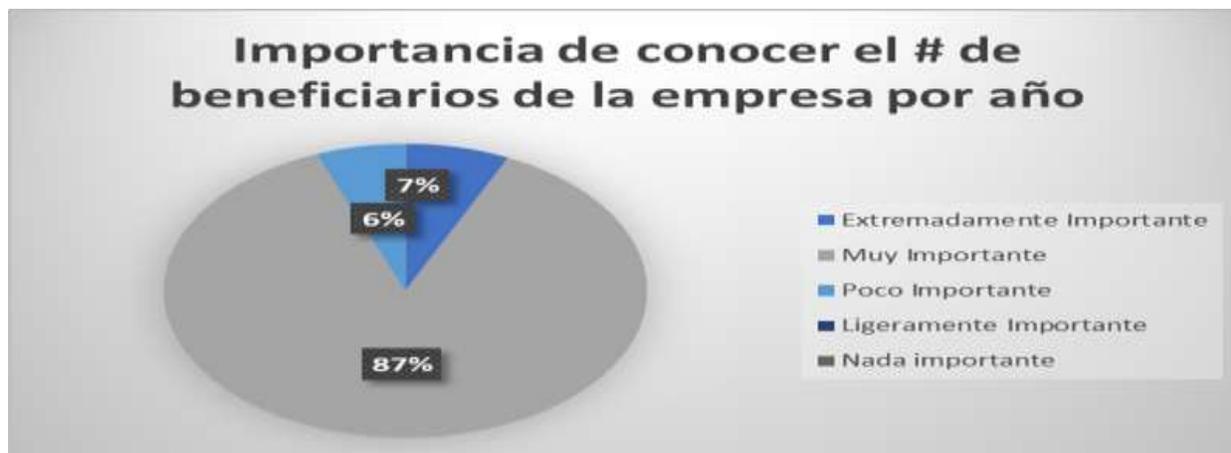


Figura 8. Importancia de conocer el número de beneficiarios

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos, con un 87%, es decir, más de la mitad de los distintos funcionarios de la empresa SuperGIROS, consideran muy importante conocer el número de personas que beneficia cada año la organización, esto es un reflejo de la sociedad, lo cual necesita conocer qué tan responsable es la empresa y cómo se comporta con sus partes interesadas.

2. En general, ¿Con qué frecuencia la empresa brinda oportunidad laboral a personas con discapacidad?



Figura 9. Frecuencia de Oportunidad Laboral a personas con Discapacidad

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el 53% de funcionarios de la empresa considera que la vinculación mayoritaria de personas con algún tipo de discapacidad se hace cada 6 meses, pero también un 20% considera que se tiene en cuenta de una manera reducida cada año y esporádicamente a esta clase de población, lo cual podemos decir, que es una empresa inclusiva y se fija en la capacidad mental de sus trabajadores.

3. ¿Con qué frecuencia la empresa contrata personal?

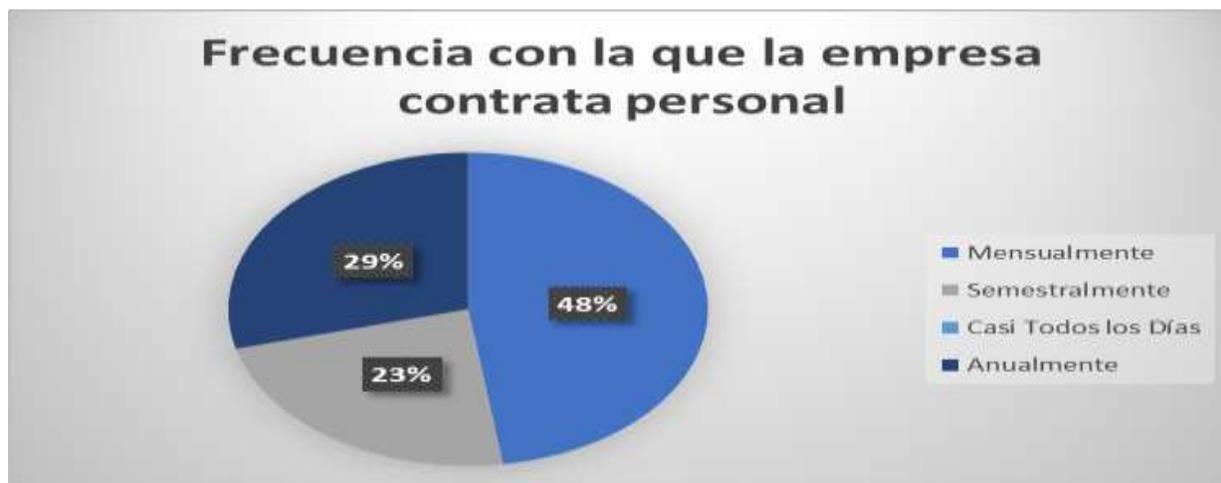


Figura 10. Frecuencia con la que la empresa contrata personal

Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos, el 41% de encuestados considera que la empresa contrata la mayoría de sus trabajadores mensualmente, esto lo hace para generar oportunidad laboral y beneficio a la comunidad, de igual manera contrata semestral y anualmente según sus necesidades que presenten sus procesos de operación.

4. ¿Con qué periodicidad la empresa realiza campañas ambientales de educación y socialización?

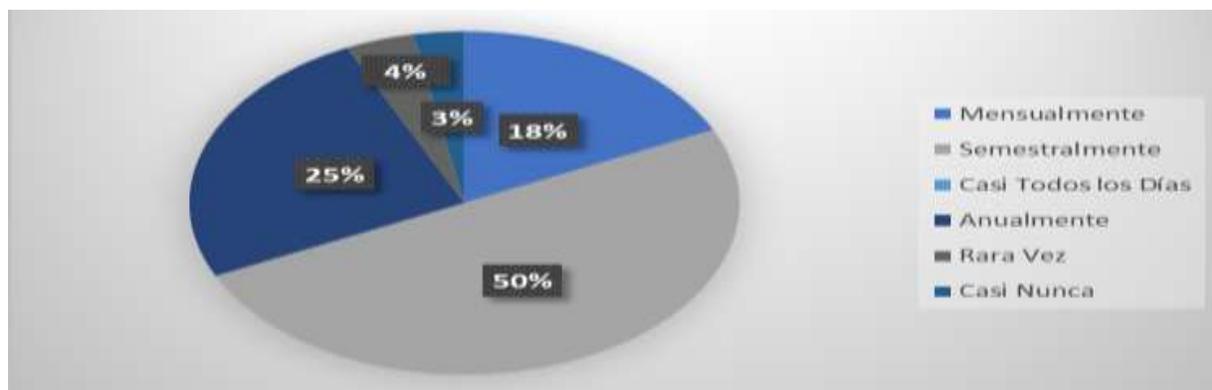


Figura 11. Periodicidad con que la empresa realiza campañas ambientales de educación y socialización

Fuente: Elaboración propia

Los empleados de la empresa reconocen en un 50% que la empresa SuperGIROS adelanta campañas ambientales de forma semestral y en un 25% de forma anual.

5. ¿Qué porcentaje del presupuesto anual destina la empresa para para programas de RSE?



Figura 12. Porcentaje del presupuesto que destina la empresa a programas de RSE

Fuente: Elaboración propia

El 64% de los empleados indica que la empresa destina entre el 10% al 15% de su presupuesto para realizar programas de RSE, el 32% dice que entre el 5% al 10% y el 4% de los trabajadores encuestados dicen que se destina menos del 5%.

6. ¿Con qué periodicidad la empresa realiza actividad para promover el respeto y garantía de los derechos para con sus trabajadores?



Figura 13. Periodicidad con que la empresa realiza actividades de promoción de derechos y garantías para trabajadores

Fuente: Elaboración propia

Los trabajadores reconocen que la empresa SuperGIROS realiza actividades para promover el respeto y garantía de derechos, con un 43% de forma mensual y un 39% de forma semestral. El 18% de los trabajadores dicen que se hace anualmente.

7. ¿Cada cuánto la empresa ofrece programas para mejorar la calidad de vida de los empleados?



Figura 14. Periodicidad con que la empresa realiza programas para mejorar la calidad de vida de trabajadores

Fuente: Elaboración propia

Los empleados de SuperGIROS perciben los programas que la empresa adelanta para mejorar la calidad de vida de sus trabajadores en un 64 % de forma semestral, en un 20% de forma mensual y en un 16% de forma anual.

8. ¿La empresa contempla políticas de apoyo para estudio y formación de los empleados?



Figura 15. La empresa contempla apoyo para formación de sus trabajadores

Fuente: Elaboración propia

Los empleados de SuperGIROS, perciben en un 48% apoyo para estudio y formación por parte de la empresa semestralmente; mientras que un 29% dice recibir apoyo de forma anual y un 23% de forma mensual.

9. ¿La empresa realiza programas que garanticen el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?



Figura 76. La empresa realiza programas que garanticen el uso sostenible de recursos naturales

Fuente: Elaboración propia

Los empleados de SuperGIROS, reconocen que la empresa realiza semestralmente programas que garantizan el uso sostenible de recursos naturales en un 55% de las personas encuestadas, mientras que el 23% dice que se realizan mensualmente y el 22% dice que es de forma anual.

10. ¿Qué tipo de programas ha implementado la empresa para garantizar el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?



Figura 87. Programas que utiliza la empresa para implementar uso sostenible de recursos naturales

Fuente: Elaboración propia

Los empleados de SuperGIROS, se identifican con las campañas de manejo del medio ambiente y conservación de recursos naturales implementada al interior de la empresa, en un 48 % con la reutilización de papel, mientras que el 27 % con la separación y manejo adecuado de residuos sólidos y un 21 % con ahorro de agua. Se evidencia que la empresa contribuye activamente con la preservación del medio ambiente.

11. ¿Cada cuánto la empresa evalúa los impactos ambientales en el desarrollo de sus procesos?

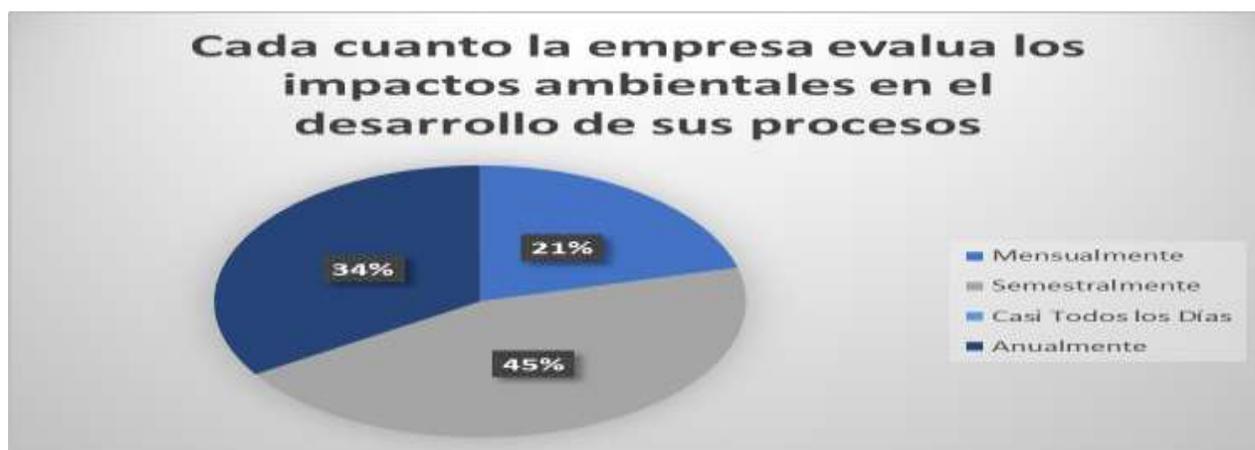


Figura 98. Cada cuánto la empresa evalúa los impactos ambientales en el desarrollo de sus procesos

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, los empleados de SuperGIROS, reconocen que la empresa realiza la evaluación de impactos ambientales en un 45% semestralmente, en un 34% anualmente y un 21% mensualmente.

12. ¿Qué población la empresa hace donaciones de caridad o contribuciones financieras?

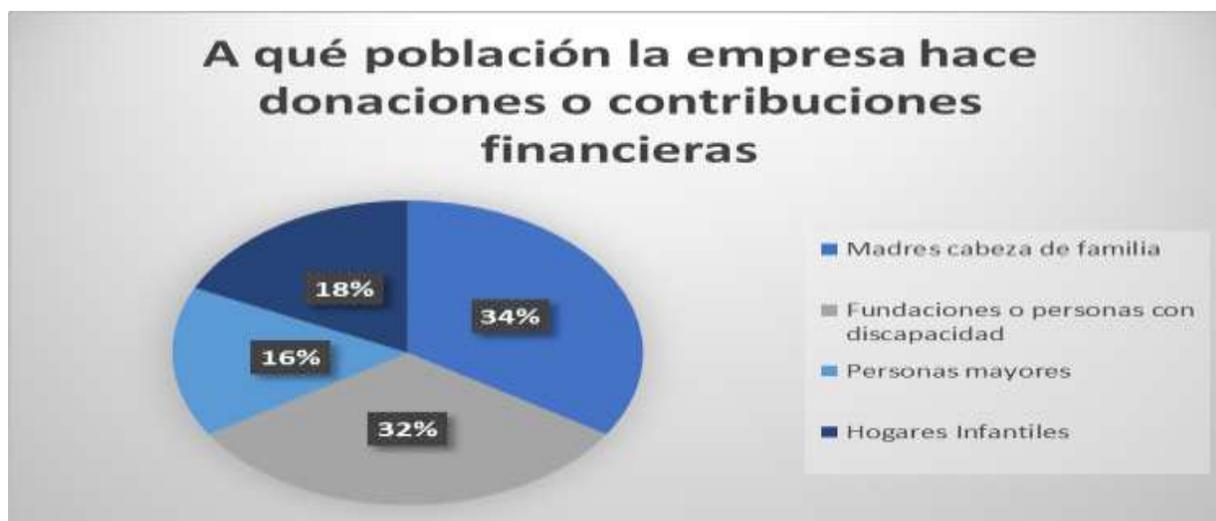


Figura 19. A qué población la empresa hace donaciones o contribuciones financieras

Fuente: Elaboración propia

Del total de trabajadores encuestados, el 34 % reconoce el trabajo social que realiza la empresa para beneficiar a madres cabeza de familia, mientras que el 32 % reconoce el trabajo realizado hacia las personas con discapacidad, el 18% dice que se ayuda a hogares infantiles y el 16% de los trabajadores encuestados reconoce el trabajo hacia las personas mayores.

13. ¿Qué tipo de programas promueve la empresa para el desarrollo económico y social de la región?



Figura 20. Qué tipo de programas promueve la empresa para el desarrollo económico y social de la región

Fuente: Elaboración propia

Aunque la empresa SuperGIROS, realiza diferentes actividades enfocadas a beneficiar a la comunidad, los trabajadores de la empresa se identifican y reconocen en un 30% los programas de apoyo a comunidades vulnerables, seguido de los programas ambientales con un 27%, un 19% a programas educativos y un 11% dice que a programas de convivencia y 7% a programas de seguridad.

14. ¿De qué manera atiende la empresa las quejas y reclamos del cliente?



Figura 21. De qué manera atiende la empresa las quejas y reclamos del cliente

Fuente: Elaboración propia

Aunque la empresa SuperGIROS, tiene implementados diferentes mecanismos para atender las quejas y reclamos de los clientes, en su mayoría se reciben a través del buzón de PQRS arrojando un 43 % de recepciones, mientras que el 34 % se recibe a través de la oficina de atención al cliente y son recepcionadas de forma personal, un 14% a través de línea telefónica y un 9% a través de correo electrónico.

15. ¿Qué tipo de medios utiliza la empresa para el manejo de la información?

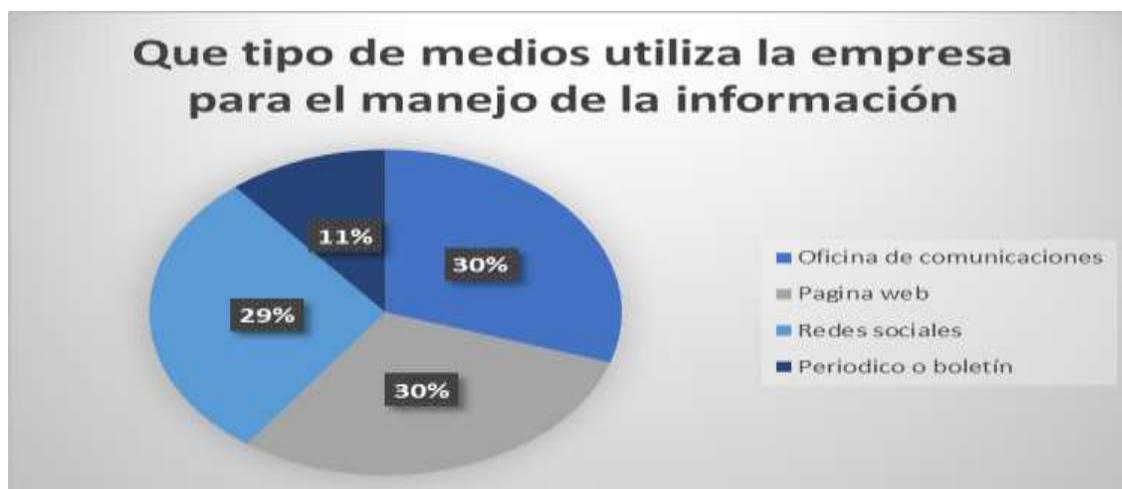


Figura 22. *Qué tipo de medios utiliza la empresa para el manejo de la información*

Fuente: Elaboración propia

Aunque la empresa SuperGIROS, emplea diferentes herramientas para el manejo de la información, los empleados manifiestan que se enteran el 29% a través de las redes sociales, el 30 % a través de la oficina de comunicaciones, el 30% se informan a través de página web y el 11 % a través de boletines o periódicos.

Mapa de problemas de la empresa SuperGIROS de la ciudad de Cali

Con la realización del Mapa de problemas, los investigadores buscan identificar la situación negativa que presenta la empresa, analizando las relaciones causa-efecto



Figura 23. Mapa de problemas. De acuerdo a los resultados del diagnóstico hecho a la empresa en cuanto al estado actual de su responsabilidad social empresarial se encuentra que tiene una deficiente integración y difusión de las prácticas de RSE, identificamos las causas y los efectos del problema central detectado.

Fuente: Elaboración propia

Árbol de objetivos



Figura 24. *Árbol de objetivos*. De acuerdo al mapa de problemas encontrado en la empresa SuperGIROS, construimos el árbol de objetivos. El análisis de los objetivos permite describir la situación futura a la que se desea llegar una vez se han resuelto los problemas y al hacer esto, todas las que eran causas en el árbol de problemas se transforman en medios en el árbol de objetivos, los que eran efectos se transforman en fines y lo que era el problema central se convierte en el objetivo central o propósito del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Mapa Estratégico

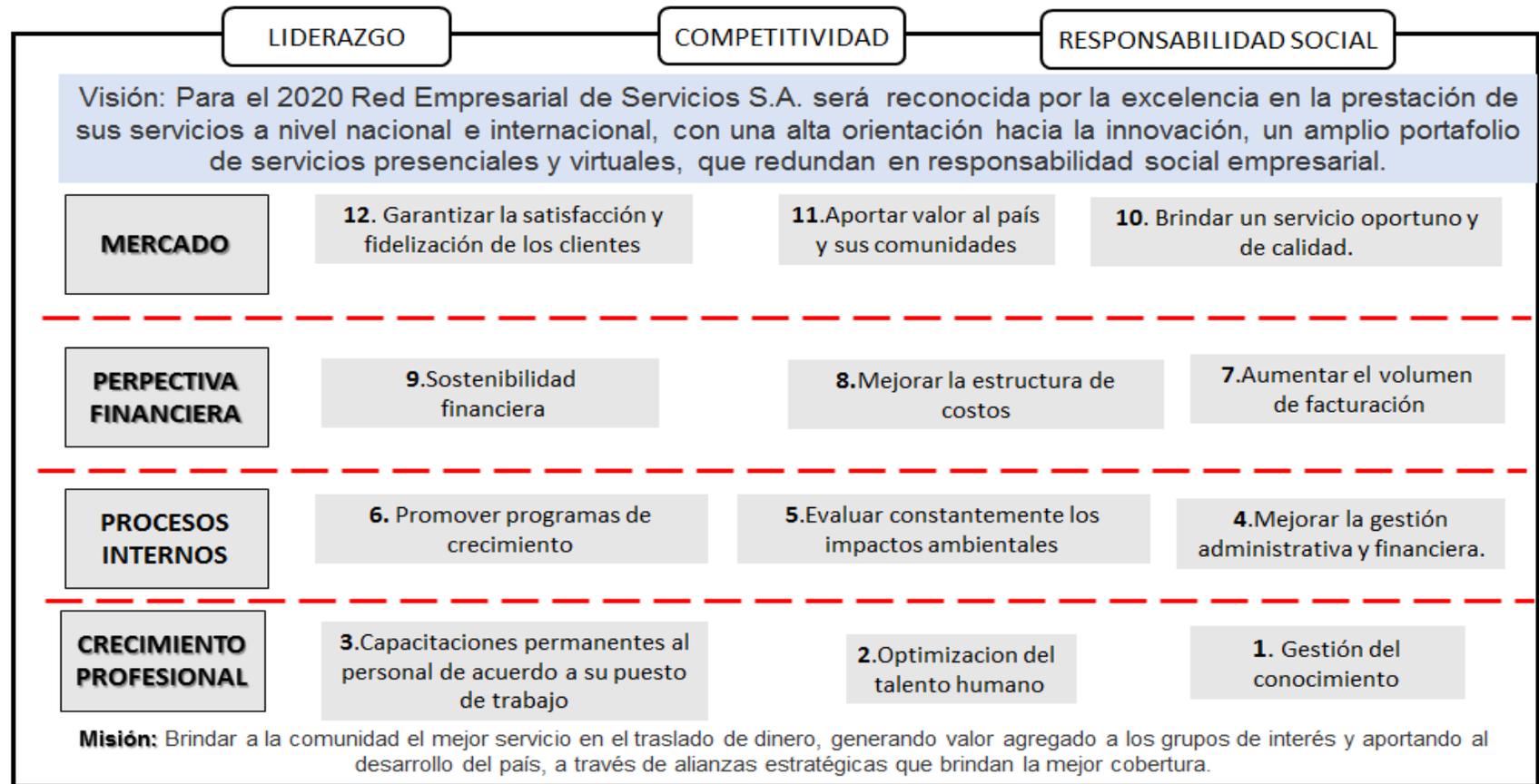


Figura 25. Mapa estratégico. Con la construcción del mapa estratégico, mostraremos la relación causa-efecto entre los diferentes objetivos estratégicos encontrando las características y problemas que pudieran presentarse.

Fuente: Elaboración propia

Plan de Mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento

El siguiente Plan está enmarcado bajo las dimensiones: económica, social y ambiental, para los cuales se definen objetivos y se establecen estrategias encaminadas a su cumplimiento, estas son medibles y cuantificables; se establecen un plazo de ejecución y se asignan recursos económicos, así como responsables de cada una de las acciones.

El plan de acción y seguimiento, trabaja en la evolución significativa de ingresos y retornos, consiguiendo responsable y sosteniblemente, beneficio para los interesados, contribuyendo paulatinamente a dar mayor valor a las personas y a la sociedad. Todo lo anterior con la motivación de los colaboradores como elemento clave de la interacción de la empresa con la sociedad, además de incorporarlos en la cultura organizacional de la empresa.

Tabla 2

Plan de Acción. Dimensión Económica

DIMENSIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR	Responsables
Económica	Implementar acciones de RSE para SuperGIROS incrementa la reputación de la marca, la competitividad y rentabilidad de la empresa	Incrementar los recursos financieros mediante la digitalización de los procesos.	1 año	200 SMMLV	$\frac{\text{Número de procesos digitalizados}}{\text{Número de procesos de la organización}} \times 100$	Área Financiera
		Mantener presencia activa en la sociedad generando proyectos de RSE.	3 meses	50 SMMLV	$\frac{\text{Número de proyectos de RSE realizados}}{\text{Número de beneficiarios por proyecto}} \times 100$	Área de Responsabilidad Social
		Optimizar los procesos claves de la organización logrando la disminución de costos operativos.	3 meses	25 SMMLV	% Disminución de costos operativos	Área de calidad

Nota. Construcción del plan de acción para la empresa SuperGIROS, el cual orienta la forma de cumplir los objetivos y se relaciona con los stakeholders claves y la dimensión económica de la responsabilidad social empresarial.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Plan de Acción- Dimensión Social

DIMENSIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR	Responsables
Social	Promover entre los empleados la cultura del crecimiento de manera sostenida	Mejorar las competencias laborales de los colaboradores mediante la capacitación virtual.	6 meses	20 SMMLV	$\frac{\text{Número de trabajadores capacitados}}{\text{Número de trabajadores de la empresa}} \times 100$	Área de talento humano
		Realizar mediciones periódicas del clima organizacional.	3 meses	8 SMMLV	Indicador de clima organizacional	Área de Talento Humano
		Mejorar los sistemas de comunicación interna	3 meses	10 SMMLV	$\frac{\text{Número de canales de comunicación empresaria}}{\text{Número de canales de comunicación interna}}$	Comunicaciones y prensa

Nota. Construcción del plan de acción para la empresa SuperGIROS, el cual orienta la forma de cumplir los objetivos y se relaciona con los stakeholders claves y la dimensión social de la responsabilidad social empresarial.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Plan de Acción. Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR	Responsable
Ambiental		Implementar prácticas ambientales que garanticen la sostenibilidad del medio ambiente.	3 meses	20 SMMLV	$\frac{\text{Número de practicas implementadas}}{\text{Número de practicas propuestas}} \times 100$	Área PGIRS
	Ofrecer una alternativa de consumo respetuosa del medio ambiente	Evaluar constantemente las prácticas ambientales.	3 meses	2 SMMLV	$\frac{\text{Nivel de ejecución de prácticas ambientales}}{\text{Meta de ejecución prácticas ambientales}}$	Área PGIRS
		Concientizar acerca el cuidado de los recursos naturales mediante capacitaciones.	6 meses	5 SMMLV	% Cumplimiento de indicadores medio ambientales (agua, energía, papel)	Área PGIRS

Nota. Construcción del plan de acción para la empresa SuperGIROS, el cual orienta la forma de cumplir los objetivos y se relaciona con los stakeholders claves y la dimensión ambiental de la responsabilidad social empresarial.

Fuente: Elaboración propia

Código de Ética

Con la construcción de un código de Ética a través de un formato digital, establecemos una ruta de comportamiento, por medio del cual cada uno de los trabajadores, proveedores, accionistas; se comprometen a cumplir, con el propósito de garantizar el cumplimiento de principios fundamentales de ética y moral que harán parte de la cultura organizacional de la empresa.

El departamento de talento humano, servirá como garante para que toda persona que sea contratada por la empresa sea como trabajador, proveedor, accionista o colaborador externo, esté obligado a leer el documento y firmar un documento de compromiso y cumplimiento con lo que allí se encuentra consignado.

El documento establece las medidas sancionatorias que podrán los directivos de la empresa, de comprobarse el incumplimiento de alguna de estas normas de conducta.

El documento digital este compuesto por 26 páginas, que podrán ser consultadas a través del siguiente link:

https://www.canva.com/design/DAEOkt_I6DI/OBTg0V2jqHG0HArRV_7-CA/view?utm_content=DAEOkt_I6DI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebut

Conclusiones

La responsabilidad social trae consigo una transformación de la cultura organizacional de las empresas, ya que implica una adaptación de los valores éticos y principios organizacionales que incorporen en sus acciones, el actuar de forma consciente y responsable en aras de ofrecer a la comunidad, productos y servicios de calidad que generen valores agregados a las personas, pero que por sobre todas las cosas, actúen de forma responsable, impactando de forma positiva en el desarrollo social y sostenible de la sociedad en la que se desenvuelven.

La formulación de proyectos de responsabilidad social empresarial, requiere de la elaboración adecuada del diagnóstico de la situación actual, problema o de la necesidad insatisfecha, de ahí la importancia que los actores involucrados en el problema muestren la percepción del mismo, utilizando diversas técnicas como la del árbol del problema, donde se analizan las causas y los efectos de la situación en estudio; utilizar la metodología del marco lógico, nos permitió profundizar en la situación problema, analizar de forma integral todos los actores que hacen parte de este e involucrarlos de forma participativa a la generación de acciones de mejora para dar solución al caso en estudio correspondiente a la forma cómo la empresa SuperGIROS genera acciones de responsabilidad social empresarial en la comunidad, sobre la cual genera influencia.

Es importante dentro de los procesos de RSE involucrar a los diferentes Stakeholders en la planeación, ejecución y evaluación de actividades, esto permite que además de integrar las acciones a los procesos misionales de la empresa, se logre una mayor comunicación y difusión con los públicos externos, permitiendo el objetivo final que es mejorar la imagen de la empresa.

Recomendaciones

Interiorizar en los trabajadores de SuperGIROS la Norma ISO 26000 permitirá que cada uno de ellos se sienta involucrado y puedan detectar a tiempo las falencias que se presenten, a través de un análisis DOFA podrán medir las ventajas, desventajas, fortalezas y debilidades de forma interna y externa de una forma fácil y concisa. Es importante que se les explique a las personas que hacen parte del diagnóstico, la importancia de brindar información veraz y oportuna; la información debe ser analizada de forma neutral para evitar sesgos que lleguen a distorsionar los resultados reales.

Es importante contar con la participación de la comunidad empresarial interna y externa de la empresa SuperGIROS, para que se pueda analizar los problemas de forma global y que se tengan diferentes puntos de vista del problema a solucionar y la forma cómo se debe abordar, esto en aras que las personas se involucren en el plan estratégico de responsabilidad social y de esta manera se logre dar una solución integral a los problemas detectados.

La empresa SuperGIROS debe fortalecer los canales de comunicación interna, permitiendo que los trabajadores se enteren de las actividades que realizan con el propósito de servir como voceros de noticias positivas ante los clientes externos; es importante involucrarlos en la planeación de actividades, para que aporten nuevas ideas, realicen sugerencias, reporten situaciones atípicas, permitiendo que se conviertan en parte activa de la solución y de una correcta ejecución de las acciones enunciadas en el programa de RSE.

Referencias Bibliográficas

- Brundtland. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- Carroll, A. (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*.
- Castro Caycedo, G. (2020). *Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <https://www.andacol.com/index.php/77-revista-anda/revista-anda-39/501-30-anos-responsabilidad-social-empresarial>
- Chandler. (2003). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación*. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518>
- Constitución Política de Colombia (1991). Artículo 79. Recuperado de <https://colombia.justia.com/nacionales/constitucion-politica-de-colombia/titulo-ii/capitulo-3/>
- Cortina, A. (2004), “El concepto moderno de empresa ha de incluir necesariamente cuestiones éticas” [en línea], disponible en: http://www.manosunidas.org/opinion/adela_cortina.htm, recuperado: 30 de mayo de 2008 39 IBIDEM
- Correa, J. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social*. *Redalyc. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 10(20), 87-102 .
- 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>
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2020).

- Drucker, P. (1986). *"La disciplina de la innovación"*; *Harvard-Deusto Business Review*; 2° trimestre de 1986.
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Eccles, R. (2014). *The impact of Corporate sustainability on organizational processes and performance*. *Management Science*.
- Flórez, M. (2020). *Marco legal de la responsabilidad social empresarial en Colombia*. Recuperado de <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/447/TODAS/Marco-legal-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia>
- Fred R, D. (2017). *Gerencia estratégica*. Recuperado de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1334/Gerencia%20estrat%C3%A9gica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Giovanola, B. (2009). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/41785/1/03.pdf>
- Google map. (10 de 01 de 2017). *SuperGIROS Punto 1*. Recuperado de <https://www.google.com/maps/uv?pb=!1s0x8e30a7a8a7d0e8e9%3A0x229a371cdb9629ff13m1!7e115!4s%2Fmaps%2Fplace%2Fsupergiros%2Bcali%2Bvalle%2Bdel%2Bcauca%2BCalle%2B22%2BNorte%2BNo.%2B6an-24%2Ben%2Bel%2BCentro%2Bde%2BNegocios%2BSanta%2BM%25C3%25B3nica.%2F%403.464>
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- 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

- Isotoools Excellence. (17 de 04 de 2017). *¿La excelencia empresarial es un gran reto para las organizaciones?* Obtenido de <https://www.isotoools.org/2017/04/17/excelencia-empresarial-gran-reto-organizaciones/>
- Krell, H. (2009). *El pensamiento estratégico (versión electrónica)*. Recuperado de http://www.ilvem.com/shop/otras_paginas.asp?paginanp=348&t=EL-PENSAMIENTO-ESTRAT%C3%89GICO.htm.
- Long, J. (2008). “From cocoa to CSR. Finding sustainability in a cup of hot chocolate”, *Thunderbird International Business Review*, Vol. 50 No. 5, pp. 315-320. <https://doi.org/10.1002/tie.20215>
- Méndez, F. (2007). Recuperado de <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf> pagina 22
- Real Academia de la Lengua Española. (2020).
- Red Empresarial de Servicios . (2019). *Misión SuperGIROS*. Recuperado de <https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129387/mision/#:~:text=Brindar%20a%20a%20comunidad%20el,que%20brindan%20la%20mejor%20cobertura>.
- Red Empresarial de Servicios. (2019). *Visión SuperGIROS S.A.* Recuperado de <https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129388/vision/>
- Red Empresarial de Servicios S.A. (2019). *Valores Corporativos*. Recuperado de <https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129389/valores-corporativos/>
- Red Empresarial de Servicios S.A. (2017). *Organigrama SuperaGIROS S.A.*
- Rodríguez, A., & Aguilera, J. (2005). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/41785/1/03.pdf>
- SuperGIROS (2019). Plan de sostenibilidad SuperGIROS. Recuperado de <https://www.supergiros.com.co/publicaciones/129509/plan-de-sostenibilidad-supergiros/>
- 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. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.61c76f17644f498cba5f59d3917aefb9&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Velázquez, M (2006) *Ética en los negocios. Conceptos y casos*. Sexta edición. Editorial Pearson Educación. México.

Windsor. (1998). *Grupos de interés y desarrollo local*. Recuperado de <file:///D:/DESCARGAR/Dialnet-GruposDeInteresYDesarrolloLocal-3996728.pdf>

Anexos

Anexo A. E Book de Ética para la Empresa SuperGIROS S.A.

Enlace al Código de Ética

A través del link:

https://www.canva.com/design/DAEOkt_I6DI/OBTg0V2jqHG0HArRV_7-CA/view?utm_content=DAEOkt_I6DI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton

Ilustración Portada y contraportada del Código de ética digital



Anexo B. Formato de Recolección de Información**Cuestionario****Empresa SuperGIROS**

Esta encuesta la realizamos un grupo de estudiantes de la UNAD, con el fin aplicar los instrumentos de diagnóstico en esta empresa seleccionada. Agradecemos a usted el tiempo destinado para responder las siguientes preguntas.

Nombre _____

Edad _____

Sexo: Hombre____ Mujer____

Número de personas encuestadas: 56

Forma de recolección de la información: Personalizada, a través de correo electrónico y grupo de WhatsApp de empleados de la empresa

Periodo de recolección de encuesta: viernes 16 y sábado 17 de octubre de 2020

1- ¿Qué tan importante es para usted conocer el número de beneficiarios que tiene por año su empresa?

Extremadamente importante

Muy Importante

Poco Importante

Ligeramente Importante

Nada Importante

2-En general, ¿Con qué frecuencia la empresa brinda oportunidad laboral a personas con discapacidad?

Mensualmente	Rara vez
Semestralmente	Casi todos los días
Anualmente	Casi nunca

3- ¿Con qué frecuencia la empresa contrata personal?

Mensualmente	Rara vez
Semestralmente	Casi todos los días
Anualmente	Casi nunca

4- ¿Con qué periodicidad la empresa realiza campañas ambientales de educación y socialización?

Mensualmente	Rara vez
Semestralmente	Casi todos los días
Anualmente	Casi nunca

5- ¿Qué porcentaje del presupuesto anual destina la empresa para para programas de RSE?

Menos del 5%	Entre el 15 al 20%
Entre el 5% al 10%	Más del 20%
Entre el 10 al 15%	

6- ¿Con qué periodicidad la empresa realiza actividad para promover el respeto y garantía de los derechos para con sus trabajadores?

Mensualmente	Rara vez
Semestralmente	Casi todos los días
Anualmente	Casi Nunca

7- ¿La empresa ofrece programas para mejorar la calidad de vida de los empleados?

Mensualmente	Rara vez
Semestralmente	Casi todos los días
Anualmente	Casi Nunca

8- ¿La empresa contempla políticas de apoyo para estudio y formación de los empleados?

Mensualmente	Rara vez
Semestralmente	Casi todos los días
Anualmente	Casi Nunca

9- ¿Qué tipo de programas ha implementado la empresa para garantizar el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?

Ahorro de agua

Reutilización de papel

Separación y/o Manejo adecuado de residuos sólidos

Siembra de árboles

Otros

10- ¿La empresa realiza programas que garanticen el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?

Mensualmente

Rara vez

Semestralmente

Casi todos los días

Anualmente

Casi Nunca

11- ¿Cada cuánto la empresa evalúa los impactos ambientales en el desarrollo de sus procesos?

Mensualmente

Rara vez

Semestralmente

Casi todos los días

Anualmente

Casi Nunca

12- ¿A qué población la empresa hace donaciones de caridad o contribuciones financieras?

Niños huérfanos

Madres Cabeza de familia

Personas mayores

Fundaciones o personas con discapacidad

Hogares infantiles

Refugios de animales

Otros

Ninguna

13- ¿Qué tipo de programas promueve la empresa para el desarrollo económico y social de la región?

Apoyo a campañas políticas

Apoyo a líderes comunitarios (Jac y Jal)

Apoyo a organizaciones sociales

Apoyo a organizaciones de derechos humanos

Ninguna de las anteriores

Otras

14- ¿Qué tipo de programas desarrolla la empresa en beneficio de la comunidad?

Programas ambientales

Programas Educativos

Programas de seguridad

Programas de convivencia

Programas de reinserción carcelaria y desplazados

Programas de apoyo a comunidades vulnerables

Otros

Ninguno

15- ¿De qué manera atiende la empresa las quejas y reclamos del cliente?

Buzón PQRS

Oficina de atención al cliente

Correo electrónico para PQRS

Línea telefónica de PQRS

Otros

Ninguna

16- ¿Qué tipo de medios utiliza la empresa para el manejo de la información?

Oficina de comunicaciones

Redes Sociales

Página web

Periódico o boletín

Otros

Ninguno

Anexo C. Certificado de originalidad de Turnitin

Trabajo Final

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	0%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Colegio Sebastián de Benalcázar <small>Trabajo del estudiante</small>	2%
2	es.scribd.com <small>Fuente de Internet</small>	1%
3	idoc.pub <small>Fuente de Internet</small>	1%
4	Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras <small>Trabajo del estudiante</small>	1%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 1%
Excluir bibliografía	Activo		