

**ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR JOYERO EN
SANTANDER A PARTIR DEL CÓDIGO DE PRÁCTICAS DEL CONSEJO DE
JOYERÍA RESPONSABLE**

NATALIA STEFANIE DAZA CARVAJAL

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍA FISICOMECAÑICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN GERENCIA DE NEGOCIOS
BUCARAMANGA**

2016

**ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR JOYERO EN
SANTANDER A PARTIR DEL CÓDIGO DE PRÁCTICAS DEL CONSEJO DE
JOYERÍA RESPONSABLE**

NATALIA STEFANIE DAZA CARVAJAL

Directora: GLADYS ELENA RUEDA BARRIOS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍA FISICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN GERENCIA DE NEGOCIOS
BUCARAMANGA**

2016

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	13
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	17
3 OBJETIVOS	18
3.1 OBJETIVO GENERAL	18
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
4 MARCO TEÓRICO	19
4.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	19
4.1.1 RSE en Colombia	20
4.1.2 RSE en el Sector Joyero	21
4.2 CÓDIGO DE PRÁCTICAS DEL CONSEJO DE JOYERÍA RESPONSABLE	22
4.2.1 Requisitos generales	23
4.2.2 Cadenas de suministro responsables y derechos humanos	23
4.2.3 Derechos y condiciones laborales	24
4.2.4 Salud, seguridad y medio ambiente	24
4.2.5 Productos de diamantes, oro y metales del grupo del platino	24
4.2.6 Sector minero responsable	25
5 DIAGNÓSTICO	26
5.1 GENERACIÓN DE INFORMACIÓN	26
5.1.1 Cadena productiva de la Joyería	27
5.1.2 Joyería en Santander	28
5.1.3 Antecedentes de investigación de RSE en el sector	29
5.2 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
5.2.1 Diseño muestral	37
5.2.2 Aplicación del instrumento de recolección de información	39

5.3	ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS	40
5.4	ANÁLISIS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	50
5.4.1	Identificación de grupos de interés	50
5.4.2	Priorización de grupos de interés	52
5.5	CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO	54
6	ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO SECTORIAL	61
6.1	DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS	61
6.2	PLAN ESTRATÉGICO	66
6.2.1	Estrategias de Desarrollo Empresarial	66
6.2.2	Estrategias de riesgo comercial	70
6.2.3	Estrategias de Derechos Humanos	73
6.2.4	Estrategias de Condiciones laborales, seguridad y salud en el trabajo	74
6.2.5	Estrategias de Medio ambiente	77
6.3	PRIORIZACIÓN DE ESTRATEGIAS	79
6.4	SOCIALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS	80
7	CONCLUSIONES	84
8	RECOMENDACIONES	88
	BIBLIOGRAFÍA	90
	ANEXOS	93

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Relación con grupos de interés	53
Tabla 2. Oportunidades de mejora como base para el planteamiento de las estrategias	64
Tabla 3. Plan de acción para "Gestionar el direccionamiento estratégico Empresarial"	67
Tabla 4. Plan de acción para "Incentivar la formalización empresarial"	68
Tabla 5. Plan de acción para "Fomentar mejores relaciones con grupos de interés"	69
Tabla 6. Plan de acción para "Prevenir y disminuir los riesgos de corrupción dentro de las empresas"	71
Tabla 7. Plan de acción para "Promover buenas prácticas comerciales entre empresas competidoras, distribuidores, proveedores y clientes"	72
Tabla 8. Plan de acción para "Promover y proteger los derechos humanos"	74
Tabla 9. Plan de acción para "Promover salud y bienestar en colaboradores"	75
Tabla 10. Plan de acción para "Fomentar la seguridad en todos los grupos de interés"	77
Tabla 11. Plan de acción para "Mejorar el uso adecuado de los recursos y prevenir y disminuir el impacto ambiental"	78

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Árbol del problema	16
Figura 2. Cadena productiva de la Joyería, metales, piedras preciosas, bisutería en Colombia	27
Figura 3. Consecuencias del atraso técnico y tecnológico en la Joyería	35
Figura 4. Conocimiento previo de RSE y RJC por parte de los empresarios	41
Figura 5. Actividades para promover la participación de los grupos de interés	42
Figura 6. Características de la política empresarial	43
Figura 7. Principales actividades y/o procesos documentados	43
Figura 8. Riesgos de incurrir en faltas a los DDHH	44
Figura 9. Entrega de información clara de los productos a los clientes	45
Figura 10. Uso de contratos de modalidad prestación de servicios	46
Figura 11. Actividades de Seguridad y Salud ocupacional para empleados	48
Figura 12. Actividades para prevenir accidentes con sustancias peligrosas	49
Figura 13. Matriz Poder / Interés	52
Figura 14. Matriz de Holmes	80
Figura 15. Contenido de plegable de socialización de resultados	82

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Instrumento de recolección de información	94
Anexo B. Base de datos empresarial CDTPJ	101
Anexo C. Visualización de formulario en internet	102
Anexo D. Matrices poder/interés	103

RESUMEN

TÍTULO: ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR JOYERO EN SANTANDER A PARTIR DEL CÓDIGO DE PRÁCTICAS DEL CONSEJO DE JOYERÍA RESPONSABLE¹

AUTOR: Natalia Stefanie Daza Carvajal²

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social empresarial, joyería, Santander, prácticas responsables, estrategias, grupos de interés.

CONTENIDO

El presente proyecto comprende dos grandes fases, la primera consiste en realizar un diagnóstico del desempeño social, ambiental y económico actual de la joyería en Santander y la segunda, la formulación de estrategias que apoyen el desarrollo sostenible del sector teniendo en cuenta los lineamientos presentados en el Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable.

En el diagnóstico sectorial, se presenta además de los puntos críticos y las falencias que de manera trascendental generan grandes impactos en la sostenibilidad del sector, la identificación y el análisis de los grupos de interés que participan e influyen en empresas joyeras Santanderanas.

Durante la segunda fase y con el fin de apoyar la concientización que se está extendiendo frente al desarrollo de procesos socialmente responsables en el mundo, se formulan, describen y posteriormente se socializan con los empresarios del sector, las estrategias resultantes de este proyecto, ofreciendo a las empresas una guía para que desarrollen planes de acción enfocados a la responsabilidad social a través de proyectos y actividades de gestión, involucrando temas que van desde los derechos humanos, el impacto ambiental y uso adecuado de recursos, hasta el direccionamiento estratégico, la formalización empresarial y las buenas prácticas y relaciones con los grupos de interés, entre otros.

¹ Proyecto de grado.

² Facultad de Ingenierías Físico-mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Maestría en Gerencia de Negocios.

ABSTRACT

TITLE: STRATEGIES FOR THE STRENGTHENING OF THE JEWELRY INDUSTRY IN SANTANDER BASED ON THE PRACTICES CODE OF THE RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL¹

AUTHOR: Natalia Stefanie Daza Carvajal²

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, jewellery, Santander, responsible practices, strategies, stakeholders.

CONTENT

The present project comprises two phases, the first one is to make a diagnosis of the social, environmental and economic current development of Santander's jewelry industry and the second one, the formulation of strategies that support the industry's sustainable development, having present the Practices Code of the Responsible Jewellery Council.

The industry diagnosis, presents the critical points and the weaknesses that transcendently generate big impacts on the industry's sustainability, and the stakeholders's identification and analysis, who are Involved and have influence in the Santander jewellery companies.

During the second phase and in order to support the awareness that is spreading about the development of socially responsible processes in the world, here are formulated, described and then socialized with the entrepreneurs, the resulting strategies from this project, offering to the companies a guide to develop action plans focused on social responsibility through projects and activities management, involving issues like human rights, environmental impact and suitable use of resources and others like the strategic direction, business formalization and good practices and relationships with the stakeholders.

¹ Degree work

² Faculty of Physics and Mechanical Engineering. School of Industrial and Business Studies. Master in Business Management.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial no es solo filantropía, es una acción estratégica válida en la gestión empresarial, que genera valor a la empresa en la sociedad. "La responsabilidad de todos es unir lo económico, ambiental y social sobre todo en países como Colombia, donde los niveles de inequidad siguen estando entre los más altos de la región" (Porter, 2013).

Teniendo en cuenta el riesgo de enfermedades y la contaminación ambiental en zonas residenciales, como principales impactos causados por la producción de joyería en el país y la poca participación de empresas del sector en programas de conciencia ambiental y social (SENA, 2005), se ha determinado proponer estrategias para el fortalecimiento del sector enfocadas a la responsabilidad social empresarial aplicable en empresas joyeras a través del código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable, documento estándar de certificación internacional en prácticas sostenibles.

Para la creación de esta propuesta, se contará con información disponible en portales de internet, bases de datos y bibliotecas virtuales de entes reguladores y demás empresas nacionales e internacionales interesadas en el desarrollo del sector joyero, de la cual, se obtendrá un marco teórico suficiente para la sustentación del problema que genera la creación de estrategias de fortalecimiento del sector a través de la responsabilidad social para el sector joyero en Santander como trabajo de aplicación.

1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Santander es un departamento con actividades de explotación de minas de petróleo, carbón, oro, plata y otros minerales, actividad desarrollada principalmente de manera artesanal en minas como las ubicadas en los municipios de California y Vetás. El éxito de la minería ha hecho de la joyería a nivel nacional, uno de los sectores más fuertes en generación de empleo siendo en el 2013 responsable de 45.000 empleos con el 3,36% de estos en Santander, impulsando el crecimiento de empresas Santandereanas productoras de joyas, encontrándose en Bucaramanga, algunas de las más reconocidas del país, generando el 0,28% de la participación del sector joyero en el total de ocupados en Colombia (Fenalco, 2015).

A pesar de que el éxito de la minería repercute de manera directa en el fortalecimiento del sector, éste se ha visto afectado por otras variables que están limitando su crecimiento como por ejemplo, la dificultad de obtener oro certificado. "Colombia es uno de los 20 países que más exportan oro en el mundo. En 2013 las exportaciones fueron de 52 toneladas, equivalentes a 2.078 millones dólares y a Diciembre de 2014 se exportaron aproximadamente 48 toneladas, equivalentes a 1.581 millones de dólares, pero aún así, el sector no consigue quien les suministre oro legal para poder producir sus joyas, equivalente a 63,3 kilos mensuales, que es el 1% de la demanda interna de oro"¹. Una de las razones por lo que las joyerías no adquieren oro certificado, es porque el Banco de La República, quien de manera formal proveía este material, no lo hace desde Abril de 2013, según reporta Fenalco, porque los mineros e intermediarios tomaron la decisión de "no volverle a vender" debido a la cantidad de controles legales que el Banco ejercía sobre la materia prima (República, 2014). "Con la liberalización del

¹ Fenalco, *Análisis económico sobre el sector joyero en Colombia*. p.14.

mercado del oro, las ventas al Banco se redujeron de manera drástica, al pasar de 34,5 toneladas en 1991 (99% de la producción nacional) a 0,5 toneladas en 1997 (2,7%) y a cero en la actualidad". "En la medida en que las compras de oro se redujeron, también cayeron las existencias disponibles para la venta. El monto de ventas en los últimos años representó cerca del 5% de la demanda de la joyería, y se concentró en un grupo muy reducido de medianos y grandes joyeros"². Todos estos limitantes han presentado mayores ventajas para los comercializadores quienes encontraron más rentable exportar el oro a un mejor precio, que mantenerlo para consumo interno. Es entonces cuando "la gravedad de la situación es tal, que por no contar con un proveedor formal que dé cumplimiento a los requisitos legales, los joyeros más grandes se vean obligados a importar el mismo oro que exportamos, ya que para ellos no es una opción abastecerse en el mercado "sumergido", o de dudosa procedencia"³.

Además, existen otras razones que han causado en la región, un retraso en el crecimiento del sector, entre las que se destacan la informalidad laboral equivalente al 64% del empleo total generado por el sector en el 2015 donde el ingreso promedio del personal joyero es apenas superior al salario mínimo con el 46,52% ganando entre 1 y 2 SMMLV y solo el 18,68% con más de 2 SMMLV (Fenalco, 2015), esto entre otras cosas, por la falta de personal capacitado, pues en el país se ofrece solo desde hace menos de cinco años un programa de educación técnica formal enfocado a la Joyería por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

El aumento de la producción y exportación a Suramérica de bisutería con materiales no preciosos desde el 2010, la ilegalidad constante y la significativa disminución de kilogramos producidos en las minas de Vetas y California pasando de 271.406,06 en el 2014 a 33.364,82 al tercer trimestre del 2015 (Minas y

² Revista del Banco de la República, *Nota editorial número 1035*. p.7.

³ Fenalco, *Análisis económico sobre el sector joyero en Colombia*. p.14.

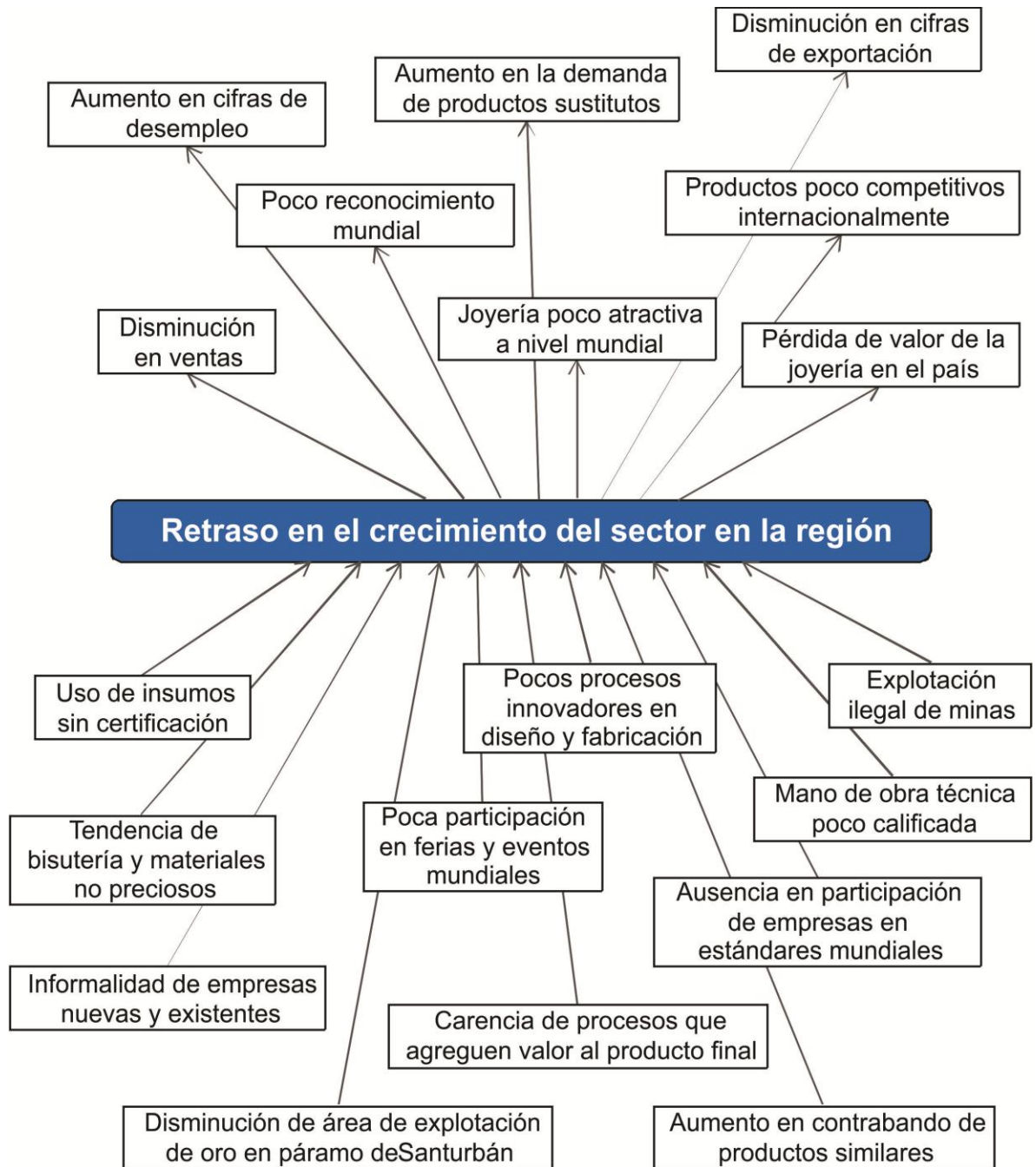
Energía, 2015), son otras de las causas obtenidas a través de la revisión de la teoría disponible.

Todas estas causas anteriormente planteadas han generado retraso en el sector en la región debido a la pérdida de valor que ha tenido la joyería en el país, lo poco atractiva y reconocida que está a nivel mundial por su poca innovación en diseño y fabricación, originando a su vez disminución en las cifras de exportación. Ver figura 1. "En el año 2008, las exportaciones eran principalmente a Sudamérica y Estados Unidos pero disminuyeron en los siguientes años hasta alcanzar valores cercanos a cero. Después, en el año 2011 se presentó un repunte de las exportaciones a Estados Unidos, pero fue algo circunstancial ya que el siguiente año volvieron a caer abruptamente"⁴. Estas cifras de exportación de joyería, han permitido el aumento en la demanda de productos sustitutos y bisutería en Suramérica principalmente. "Aunque hubo una caída en 2009, a partir de 2010 las exportaciones a Sudamérica volvieron a crecer ligeramente. Por su parte las exportaciones a la Unión Europea que se posesionaban como el segundo destino en 2008 continuaron con la caída después del año 2009, llegando incluso a ser superadas por Estados Unidos en el año 2012, cuando éste destino presentó un aumento"⁵.

⁴ Fenalco, *Análisis económico sobre el sector joyero en Colombia*. p.19.

⁵ Fenalco, *Análisis económico sobre el sector joyero en Colombia*. p.21.

Figura 1. Árbol del problema



2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Con el fin de contrarrestar parte de los problemas descritos anteriormente, el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería de Santander, ente de apoyo a unidades productivas del sector, trabaja desde hace poco más de un año con Ecooro, empresa Colombiana de exploración y desarrollo de metales preciosos, en un proyecto que impulsa el desarrollo de un clúster de joyería en la zona franca de Santander con cerca de 20 empresas, iniciando un proceso de concientización y la creación de un nuevo enfoque de gestión empresarial, donde las empresas del sector podrán desarrollar proyectos que permitan avalar y/o certificar procesos enfocados al desarrollo sostenible.

Teniendo como antecedente la concientización que se está realizando con empresarios del sector frente al desarrollo de procesos socialmente responsables, la propuesta que pretende este proyecto, es el planteamiento de estrategias de fortalecimiento empresarial en RSE para que el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería de Santander ofrezca a entidades que participan en la etapa productiva y de transformación del sector joyero en el departamento.

Estas estrategias aportarán al crecimiento de las empresas del sector en Santander, siendo una guía que les facilitará definir planes de acción y establecer nuevas prácticas enfocadas a la responsabilidad social teniendo en cuenta el estado actual que presenta la joyería en el departamento, dando la posibilidad a empresas manufactureras, de exportar "joyería ética" con el valor agregado que genera el hecho a mano, o de manera artesanal bajo formatos empresariales y aplicar a certificaciones enfocadas al desarrollo sostenible para participar a nivel mundial con productos que de manera similar tienen sellos ecológicos y orgánicos y de comercio justo, logrando impulsar el sector a nuevos mercados.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Plantear estrategias de fortalecimiento para empresas del sector joyero en Santander, a partir de los lineamientos presentados en el código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de la gestión social, ambiental y económica desarrollada actualmente en el sector, con base al código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable.
- Definir y priorizar estrategias de fortalecimiento enfocadas en los puntos críticos identificados en el sector.
- Formular las estrategias que aportarán al desarrollo sostenible del sector, a través del cumplimiento del código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable.
- Socializar las estrategias a empresarios del sector como validación de la propuesta planteada.

4 MARCO TEÓRICO

4.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Sedes (2013) señala: “La RSE es un instrumento eficaz que permite gestionar tanto riesgos de potenciales impactos sociales y ambientales de la organización, como las oportunidades del desarrollo de productos y servicios innovadores, que contribuyan a dar respuesta a los retos sociales y ambientales de la sociedad y que conduzcan a nuevas formas de creación de valor compartido. En definitiva, productos y servicios que contribuyan a la mejora de la vida de las personas, como el apoyo a una sociedad que envejece, la inclusión socio-laboral de las personas con discapacidad, el tratamiento de personas con enfermedades crónicas, la mejora de la eficiencia energética, la lucha contra el cambio climático, etc. De esta forma, la RSE podrá representar nuevos caminos para el crecimiento económico y para el desarrollo de sociedades más sostenibles”.

De manera concluyente, la responsabilidad social empresarial, evalúa los ámbitos social, ambiental y económico, conformando la triple cuenta relacionada al desempeño sustentable que presentan las empresas. Cada uno de estos ámbitos, formula diferentes variables que se deben tener en cuenta dependiendo principalmente del tipo de negocio, el lugar donde se encuentra ubicado, y la actividad que realiza.

A nivel mundial, las variables que tienen mayor participación en la evaluación de las empresas que se consideran responsables son el comportamiento ético, la transparencia y el buen gobierno, la responsabilidad con los empleados, el compromiso con el medio ambiente, el cambio climático y la contribución a la comunidad (Mercado, 2013).

4.1.1 RSE en Colombia

Como estrategia gerencial, la RSE evidencia un mayor compromiso de las empresas con su entorno. En Colombia, "de acuerdo con la encuesta publicada por la ANDI, de las 292 empresas del país entrevistadas, el 78% cuentan con una política de RSE con iniciativas enfocadas en sostenibilidad del medioambiente, reducción de la pobreza extrema y el hambre, la promoción de la equidad de género y educación. Estos indicadores son muestra tangible de la relevancia que ha cobrado la formulación de estrategias corporativas que le apuesten a la construcción integral de su relación con los distintos grupos de interés y con su entorno"⁶.

Las empresas Colombianas consideradas socialmente responsables son, como lo referencia la encuesta anteriormente citada, las más grandes como Pacific Rubiales, Terpel, Epm, Bancolombia, Bavaria y Alimentos polar, con proyectos de gestión ambiental, de apoyo para la creación y fortalecimiento de microempresas, acompañamiento social y educativo a comunidades y aseguramiento de servicios públicos en zonas apartadas del país, entre otros.

En América latina, la responsabilidad social no ha tomado la suficiente fuerza en empresas pequeñas y medianas, "el 55% de las empresas que diseñan y ejecutan estrategias de RSE, son compañías grandes con más de 250 empleados y los sectores con mayor participación son el industrial y el financiero con 28% entre los dos", confirma la encuesta del centro regional de apoyo al Pacto mundial de las Naciones Unidas, realizada a inicios de 2014.

⁶ Mónica Contreras, gerente general de PepsiCo Alimentos para Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia. *Revista RS 57, Creación de valor compartido*, p. 28.

4.1.2 RSE en el Sector Joyero

Sabiendo que la responsabilidad social empresarial apunta a la competitividad, el planteamiento y desarrollo de este trabajo, hace parte del propósito de que la joyería Santandereana, pueda retomar su crecimiento y lograr tener nuevamente una participación significativa en el mercado mundial, además de obtener mayor progreso económico y contribuir al desarrollo social del país.

En el sector minero - joyero, teniendo en cuenta la revisión teórica que se ha realizado de las diferentes normativas aplicables, los proyectos de RSE se enfocan principalmente en actividades de gestión social con políticas de contratación, salarios justos, reconocimiento de trabajadores y prioridad de ingreso laboral a personas de la región y de gestión ambiental con conservación de la naturaleza, disminución de emisiones, tratamiento de aguas y uso de recursos naturales.

En Santander, las empresas joyeras son en su mayoría Micro y Pymes, lo que genera dificultad en la realización de proyectos muy ambiciosos para cada empresa de manera particular, es por eso, que en gran parte se han desarrollado muchos de los que requieren de la participación de estas empresas, de manera asociativa. Aún así y con la dificultad que estos procesos generan, estas actividades usualmente resultan factibles teniendo en cuenta que desde 1930, las empresas de joyería y el volumen de oro procesado, han hecho de Bucaramanga, un importante polo de crecimiento y desarrollo del sector de la joyería en Colombia (Sánchez, Álvaro y Sanabria, Leonardo, 2010), garantizando la viabilidad de éxito de proyectos enfocados a actividades joyeras.

Una de las principales desventajas que presenta el sector para la implementación de estas actividades corporativas, es la informalidad de muchos de los talleres de producción de joyas, pues en la mayoría de los casos las joyerías son conocidas

como negocios de supervivencia, sin misión y visión empresarial y con fallas en su estructura empresarial. La inestabilidad de este sector, se debe en parte a que muchas de las empresas cuentan con poca calificación de mano de obra, bajas remuneraciones y modalidades de contratación informales, malas condiciones laborales. falta de estándares de producción y deficiencias en aspectos ambientales que logran generar fuertes impactos sociales, económicos y ambientales.

Algunos de los proyectos realizados en el gremio, se han desarrollado en conjunto a través del Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, asociación civil de carácter mixto sin ánimo de lucro, integrada por empresarios del sector de joyería del área metropolitana de Bucaramanga, que cuenta con el apoyo de entidades como la Universidad Industrial de Santander, la Corporación Escuela Tecnológica del Oriente Colombiano CETO, la Agremiación Colombiana de Joyeros y Actividades Afines ACOLOJOYAS y la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias ACOPI Seccional Santander, para el desarrollo de proyectos sectoriales.

4.2 CÓDIGO DE PRÁCTICAS DEL CONSEJO DE JOYERÍA RESPONSABLE

El consejo de joyería responsable es "una organización dedicada a establecer y certificar estándares a lo largo de la cadena de suministros de los diamantes, el oro y los metales del grupo de platino empleados en la industria de la joyería"⁷.

El código de prácticas, es un estándar creado por el RJC (Responsible Jewellery Council), para que las empresas del sector minero y joyero logren certificarse como miembros del consejo de joyería responsable al incluir gran cantidad de

⁷ Responsible Jewellery Council. *Manual de certificación - Traducción en español*. Noviembre 2.013, p.3.

temas relacionados con la cadena de suministro de la industria de la joyería. Presenta lineamientos que establecen prácticas responsables teniendo en cuenta los derechos humanos y laborales, el medio ambiente y la ética comercial.

El objetivo de implementar estas guías y normas, es lograr que los procesos que se desarrollan durante la transformación de materias primas en joyas, se hagan de manera responsable con el fin de reducir los impactos sobre los grupos de interés constantemente afectados.

Éste estándar está compuesto por cuarenta cláusulas que se agrupan en los siguientes temas:

4.2.1 Requisitos generales

El conocimiento y cumplimiento de la legislación vigente incluyendo registros e informes contables y políticas enfocadas a las prácticas comerciales, son los requisitos que el Consejo de Joyería Responsable considera como elementales para lograr la certificación de una empresa del sector.

4.2.2 Cadenas de suministro responsables y derechos humanos

El respeto de los derechos humanos es fundamental durante la actividad en general de las empresas, esto incluye desde los posibles impactos que pueden haber sobre los stakeholders por el desarrollo de la actividad productiva, hasta promover prácticas comerciales responsables en socios comerciales (proveedores y aliados estratégicos) e impedir los sobornos, lavado de dinero y cualquier acción que financie o promueva al terrorismo.

4.2.3 Derechos y condiciones laborales

Las condiciones legales con las que deben contar todos los empleados, el horario de trabajo y pago justo por sus horas laborales, son tan importantes para el Consejo de Joyería Responsable como los procesos disciplinarios y de quejas y reclamos y el derecho a la asociación y negociación de convenios colectivos entre empleados y empleador.

El trabajo forzado, y la explotación infantil son rechazados por la Organización internacional de trabajo que junto con la promoción de la no discriminación, permiten que las empresas garanticen la participación exclusiva de la población en edad de trabajar PET en actividades productivas en el sector.

4.2.4 Salud, seguridad y medio ambiente

En las instalaciones de la empresa, los empleados y visitantes deben contar con instalaciones seguras y deben conocer los procedimientos en caso de emergencia. Además, la legislación y las normas internacionales de trabajo exigen unas condiciones laborales seguras para los trabajadores, el uso de elementos de protección personal y la capacitación en el manejo de sustancias peligrosas y residuos, para prevenir accidentes y riesgos medioambientales.

4.2.5 Productos de diamantes, oro y metales del grupo del platino

La "publicidad engañosa" o la falsa información comercial de los productos es ilegal. Los productos fabricados deben presentar información relevante sobre sus características físicas destacando principalmente la procedencia de los materiales preciosos y la calidad de los mismos, a la vez que garantizan que no compran o venden materiales de zonas de conflicto.

4.2.6 Sector minero responsable

Las empresas que operen en el sector minero, deben evaluar el impacto de la minería artesanal sobre las comunidades y los grupos indígenas afectados con el fin de disponer de planes de gestión ambiental y social y minimizar o mitigar los impactos negativos. Deben tener planes de respuesta para situaciones de emergencia y deben respetar las áreas protegidas o áreas clave en términos de biodiversidad.

5 DIAGNÓSTICO

5.1 GENERACIÓN DE INFORMACIÓN

En el departamento, existen grandes empresas productoras y comercializadoras de joyería que han tenido vínculo con el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, a través de las cuales se evaluará la participación del sector en actividades de responsabilidad social empresarial.

Para el desarrollo del presente trabajo de aplicación, se determinó usar el Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable como el documento guía para plantear estrategias de fortalecimiento enfocadas en prácticas responsables y justas aplicables a empresas joyeras en Santander, por ser el estándar que presenta mayor cantidad de variables a tener en cuenta en la evaluación del desempeño sustentable empresarial, enfocado a la joyería a nivel mundial.

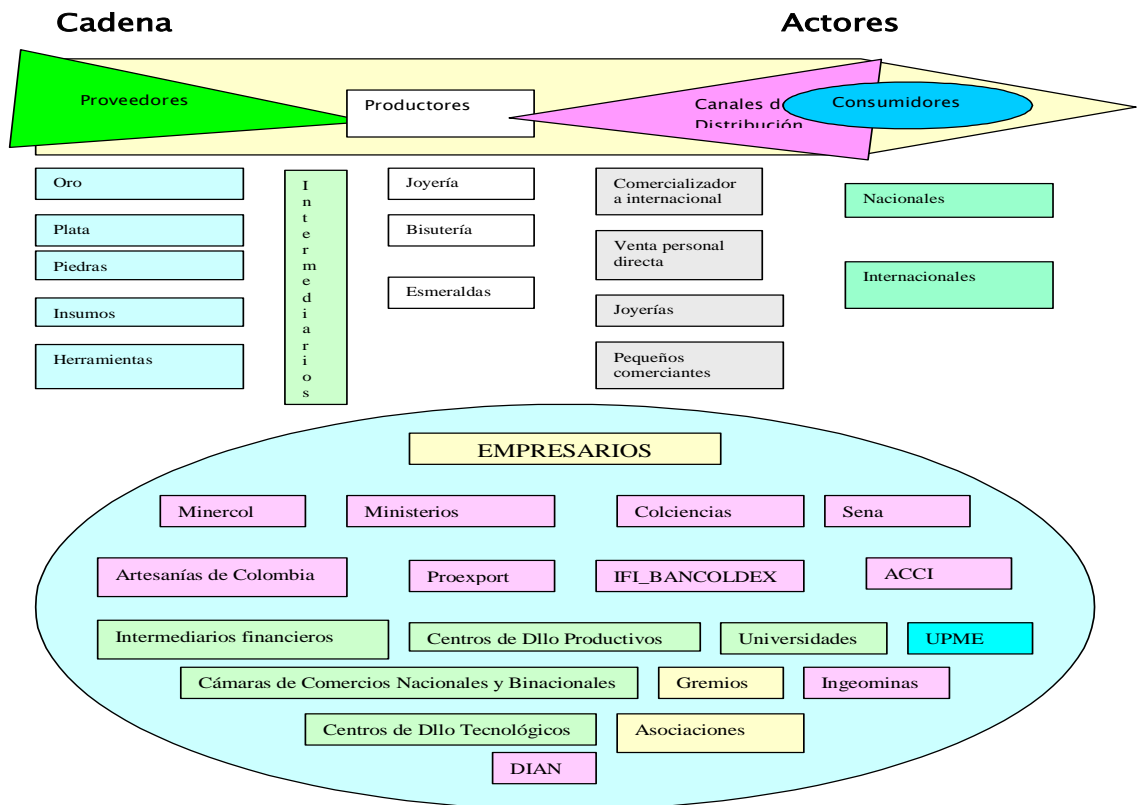
La fuente de investigación primaria que se utilizará, será un formato de encuesta, que será utilizado durante entrevistas programadas con los directivos de las empresas joyeras. Además, se obtendrá información a través de documentos sectoriales, visitas a las unidades productivas con el fin de identificar de primera mano junto con los empresarios, las posibles debilidades o fortalezas que estas empresas presentan en referencia a procesos amigables y socialmente responsables.

Durante este diagnóstico, se obtendrá el Consentimiento Informado por parte de las personas participantes en la investigación documental como lo exige el comité de ética para la Investigación Científica CIENCI-UIS y se tendrán en cuenta las consideraciones éticas planteadas en la propuesta de este trabajo de aplicación.

5.1.1 Cadena productiva de la Joyería

La cadena productiva de la joyería, metales, piedras preciosas y bisutería en Colombia no está integrada, causando limitaciones de tipo organizacional, tecnológico, económico, falta de articulación y encadenamiento frenando el mejoramiento y superación de los obstáculos que se presentan en el sector (Ministerio de comercio, 2.003). Con el fin de identificar los eslabones que hacen parte de esta cadena de abastecimiento, se establecen tres grandes grupos de actividades básicas: minería, joyería y comercialización. Ver figura 2.

Figura 2. Cadena productiva de la Joyería, metales, piedras preciosas, bisutería en Colombia.



Fuente: Política nacional de apoyo a la cadena productiva, 2003.

La Joyería en el país es una actividad predominantemente artesanal, compuesta básicamente por pymes y microempresas familiares, con escasa capacitación y tecnología, mínimo capital y poca posibilidad de acceder a actividades crediticias. Para lograr el desarrollo del sector hacia una verdadera industria de la joyería, es necesario promover procesos, maquinaria y tecnología moderna, que permita aprovechar los recursos mineros del país y fortalecerse como fuente generadora de divisas (Fenalco, 2015).

En Colombia de acuerdo con el tipo de producto que se fabrica, la joyería se clasifica generalmente en tradicional, de diseño y artística. "La joyería tradicional del país se encuentra localizada en Mompo (Bolívar), Barbacoas (Nariño) y Santa Fe de Antioquia, destacándose en ellas la aplicación de la filigrana; la joyería de diseño se localiza en las grandes ciudades del país como, Bogotá, Medellín y Bucaramanga, y la artística o no tradicional se produce en los talleres de las pequeñas localidades y en ciudades intermedias, como: Cauca (Antioquia), Quinchía (Risaralda) y Marmato (Caldas)"⁸.

5.1.2 Joyería en Santander

En Santander y específicamente en Bucaramanga y su área metropolitana, la Joyería ha sido una labor tradicional con reconocimiento nacional e internacional por la calidad de sus productos y su competitividad. De un sistema artesanal de producción, se pasó a un nivel medio de industrialización con la consecuente aumento de productividad y lógicamente, con un mayor impacto hacia el entorno.

Desde hace varios años, los principales impactos negativos, son causados por ausencia de conciencia ambiental empresarial, desconocimiento empresarial acerca del uso de tecnologías apropiadas, ausencia de servicios sectoriales

⁸ Ministerio de comercio, cultura y turismo. *Política nacional de apoyo a la cadena productiva de la industria de la joyería, metales, piedras preciosas y bisutería en Colombia*. Junio 2003, p.12.

adecuados para el tratamiento de residuos y la desarticulación entre la legislación y la normatividad ambiental. De manera consecuente estos atrasos en los sistemas de producción han ocasionado mayor contaminación ambiental, altos costos de producción asociados a los procesos, riesgos para la seguridad industrial y la salud ocupacional e inestabilidad laboral por el cierre, migración e informalidad de las unidades productivas (Daza, 2014).

Para inicios de Marzo del presente año, existen registradas bajo el código 3210 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU "Fabricación de joyería, bisutería y artículos conexos", 244 empresas en el departamento de Santander, con 230 ubicadas en Bucaramanga y su área metropolitana. (Cámara de comercio de Bucaramanga, 2016). Estas empresas en el departamento, están representadas por dos tipos de unidades productivas: Los talleres artesanales que son "famiempresas" en general de tipo informal que vienen desarrollando esta actividad basadas en la transmisión de conocimientos y técnicas de mayores a jóvenes, en los cuales la utilización de mano de obra es intensiva y el valor agregado al producto es poco, y los talleres semiindustrializados en su mayoría de carácter formal, que poseen procesos de fabricación semiautomatizados permitiendo alcanzar mayores volúmenes de producción y con la capacidad innovadora de proveer una amplia gama en diseños de productos (SENA, 2005).

5.1.3 Antecedentes de investigación de RSE en el sector

El sector de la joyería en Santander, a pesar de ser uno de los más reconocidos a nivel nacional, tiene muy poca información disponible de manera pública acerca de las actividades relacionadas con el desarrollo de mejoras aplicables a los procesos productivos en el sector, en términos de responsabilidad social.

Entre 2004 y 2006, el CDTPJ junto con la CDMB iniciaron la formulación de una *Guía de gestión ambiental del sector Joyería*, donde participaron 15 empresas

interesadas principalmente en disminuir los inconvenientes para la asignación de licencias de funcionamiento que se dificultaban gracias al perjuicio del impacto ambiental generado por esta actividad. Este proyecto desarrollaría visita a talleres, análisis y descripción de procesos, propuesta de medidas preventivas y correctivas, programa de asesoría técnica y educación ambiental a los empresarios y montaje de una planta piloto, pero el proyecto y el documento final nunca fue completado ni divulgado y/o socializado con los empresarios ni demás entes interesados⁹.

Alguna información del sector de los últimos años, está disponible en el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería de Santander, en documentos que a nivel empresarial, la entidad ha realizado a través de proyectos de grado y otros proyectos presentados a diferentes organizaciones con el fin de obtener recursos para implementar mejoras en el sector. La información disponible relacionada con el campo de investigación desarrollado en este proyecto, se enfoca principalmente en la evaluación de impactos ambientales generados por insumos utilizados durante la fabricación de las joyas y la tecnificación disponible para disminuir estos impactos.

5.1.3.1 Contaminación generada por residuos durante la producción

La preocupación evidente que el gobierno y la comunidad en general tienen acerca de los significativos impactos ambientales, son causados por los residuos generados durante el proceso productivo. Los aspectos considerados causantes de estos impactos son principalmente (Daza, 2014):

⁹ Centro de desarrollo tecnológico y productivo de Joyería, *Estrategia de producción más limpia de sector Joyería del área metropolitana de Bucaramanga*.

- Ausencia de conciencia ambiental empresarial: El desconocimiento de los residuos contaminantes generados durante algunas actividades, genera impactos al ambiente y a la salud de los trabajadores.
- Desconocimiento empresarial acerca del uso de tecnologías apropiadas: En países como Alemania, Italia y Suiza, con altos estándares regulatorios ambientales, la fabricación de joyería ha requerido de adecuar sus sistemas productivos y tratamiento de residuos para cumplir estos requerimientos. En Colombia, el empresario común del sector, desconoce estos métodos de producción y el consecuente tratamiento de sus residuos no existe o es incompleto e inadecuado.
- Ausencia de servicios sectoriales adecuados para el tratamiento de residuos: En Colombia, y en Santander en particular, aún a pesar de esfuerzos realizados por instituciones como el CDTP de Joyería y algunas universidades, no existe en el medio una adecuada asistencia técnica disponible de manera permanente ni la infraestructura tecnológica para ofrecer servicios a empresarios del sector.
- Desarticulación entre la legislación y la normatividad ambiental: El nuevo Plan de Ordenamiento Territorial obliga a la mayoría de las unidades productivas de fabricación de joyería a reubicarse en sectores destinados a uso industrial al considerarse de alto impacto, lo que implica la destinación de recursos importantes por parte de las empresas para su reubicación en las zonas permitidas.

Los residuos que se generan durante la manufactura de la joyería son de tres tipos y deben ser tratados principalmente para lograr la eliminación de su impacto en el medio ambiente y por economía, extrayendo y reciclando los metales preciosos en las condiciones adecuadas para su reutilización. Estos son:

1. Residuos sólidos que no pueden ser reutilizados en el proceso: Retales de aleaciones de metales preciosos, soldaduras, metales y aleaciones contaminadas por otros metales que aumentan su fragilidad o disminuyen la pureza, limaduras contaminadas, metal adherido a los abrasivos utilizados en los acabados superficiales, restos de metal adherido a los crisoles de fundición, material particulado contenido en los residuos barridos, en la ropa de los trabajadores y en los sistemas de extracción o de aire acondicionado, aleaciones soldadas de distintos metales bases (por ejemplo Ag y Cu) o de distinta pureza, Al o Cu residual utilizados como metal de relleno para fabricar piezas huecas que no es eliminado adecuadamente.
2. Efluentes contaminados: Soluciones líquidas de pulimento químico, de electrodeposición, de decapado, de limpieza de las piezas, de las aguas de lavado de la ropa de los operarios, soluciones de las que se han precipitado los metales preciosos, soluciones de metales preciosos para recubrimientos por inmersión.
3. Emisiones presentes en distintos procesos como: fundición de aleaciones, pulimento químico, recubrimientos electrolíticos, reciclaje y refinación de aleaciones de metales preciosos, soldadura y pulimento mecánico.

5.1.3.2 Tecnología en procesos de fabricación y tratamiento de residuos

El uso y la mejora constante de tecnología ha sido planteada como herramienta para impulsar el desarrollo del sector desde hace muchos años. Dentro del *Plan prospectivo de ciencia y tecnología para Santander* realizado por la Secretaria de Planeación de la Gobernación del departamento en 1997, se presenta la falta de tecnología como un problema que no permite que la joyería se considere más allá

que un trabajo artesanal sin progreso evidente: "existe rezago tecnológico, producto de una cultura empresarial resistente al cambio, debido al proteccionismo del estado que limitó durante décadas la adaptación de alternativas de innovación tecnológica, la adquisición de maquinaria y equipo necesario que ofrecían los mercados internacionales llegándose a una situación en donde se puede afirmar que la mayor parte de las empresas realiza de una manera muy precaria y rudimentaria sus procesos productivos".

Casi veinte años después, éste es un problema persistente, donde el atraso técnico y tecnológico en los sistemas de producción sostenibles ambientalmente en la joyería Santandereana y Colombiana ocasiona impacto ambiental debido a la contaminación no controlada, altos costos de producción asociados a los procesos, riesgos para la seguridad industrial y la salud ocupacional e inestabilidad laboral por el cierre y migración e informalidad de las unidades productivas. Ver figura 3.

La refinación y la recuperación de metales son algunas de las actividades que mayor retraso tecnológico presentan por lo que en los últimos años las propuestas de adquisición de maquinaria realizadas por entidades sectoriales, se han planteado como una solución con alcance colectivo y no individual debido a su alto costo de adquisición y funcionamiento (Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, 2014). Por ejemplo, la recuperación de metales, en particular de metales preciosos, a partir de desechos electrónicos, requiere de los siguientes procesos¹⁰:

1. Trituración mecánica.
2. Separación magnética.

¹⁰ Gómez H.O, *Metodología para recuperar metales preciosos: oro, plata y grupo del platino, presentes en desechos electrónicos.*

3. Enfriamiento criogénico, cuando por las características de los materiales al disminuir su temperatura se facilita su trituración.
4. Disolución ácida.
5. Refinación térmica y química.
6. Pirólisis e hidrólisis, donde se recuperan los metales preciosos

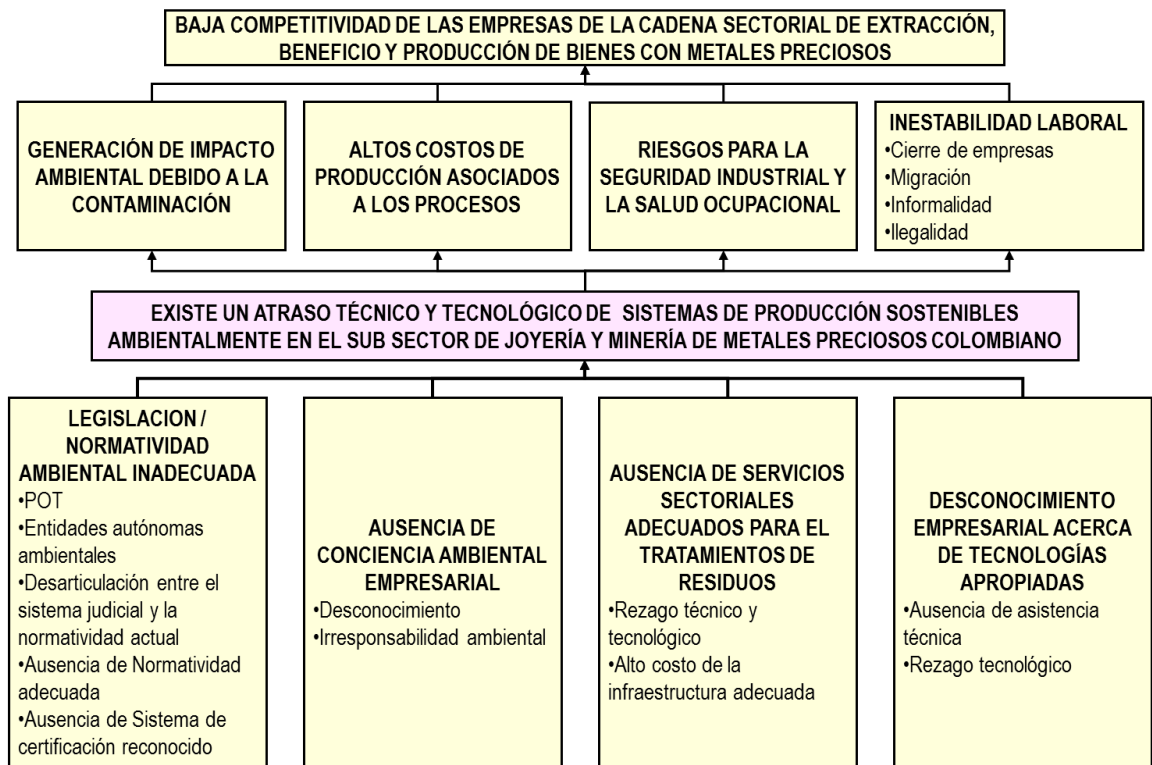
Procesos que requieren de tecnologías específicas para su desarrollo y para el correcto manejo de los residuos generados.

Desde hace dos años, el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería está desarrollando un proyecto que busca la implementación de sistemas de extracción, producción y certificación sostenibles ambientalmente que atenderá cuatro componentes para dar solución a la actualización de la cadena productiva a través de la adecuación de la legislación y normatividad ambiental, la concientización empresarial sobre la sostenibilidad ambiental, la dotación de infraestructura técnica adecuada para el tratamientos de residuos y el diseño e implementación de programas de prevención ambiental integral – seguridad industrial y salud ocupacional¹¹.

A través de la adopción de nuevas tecnologías, se logrará un manejo eficiente y eficaz de los metales e insumos utilizados en los procesos. Para este proceso, se contará con la asesoría directa de una empresa alemana, referente mundial que ha prestado sus servicios de asesoría y proveeduría de tecnología e infraestructura técnica a los sectores de minería y joyería para el mejoramiento de sus procesos y el tratamiento y reciclaje de sus desechos. La adquisición y transferencia de estas nuevas tecnologías, serán utilizadas para aumentar la oferta de servicios del CDTP de Joyería, aportando una solución a las problemática ambiental del sector (Daza, 2014).

¹¹ CDTPJ, *Propuesta de actualización normativa, técnica y tecnológica para la cadena de producción de bienes con metales preciosos de Santander, mediante la implementación de sistemas de extracción, producción y certificación sostenibles ambientalmente.*

Figura 3. Consecuencias del atraso técnico y tecnológico en la Joyería



Fuente: Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería

5.2 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Con el fin de establecer el cumplimiento de las cláusulas establecidas en el Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable, se determinó realizar un cuestionario con preguntas enfocadas a cada una de estas para comparar el enfoque empresarial actual con los propósitos del estándar.

Para generar de las preguntas, se revisaron los documentos desarrollados por el Consejo de Joyería Responsable "Código de Prácticas" y "Manual de Evaluación" con los que se establecieron inicialmente los temas que evalúa la certificación del

RJC y las variables específicas para cada uno de los temas. Con la lectura detallada de cada una de las cláusulas contempladas en el Código de Prácticas, se determinaron las exigencias y la forma en la que se pueden verificar y con base en estas recomendaciones, se redactaron las preguntas que abarcan la evaluación del cumplimiento de los temas y variables formuladas.

Durante la estructuración de esta herramienta y en visitas realizadas al Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, se realizaron con Juan Carlos Daza, director de la entidad y algunos empresarios del sector, conversaciones informales que se aprovecharon para obtener opiniones claras acerca de las prácticas que de manera habitual se realizan en el sector. Esto permitió obviar algunos temas y enfocar el cuestionario en otros específicos, disminuyendo la cantidad de preguntas y facilitando obtener información más puntual acerca de las cláusulas a evaluar. De esta forma, se conoció por ejemplo, que de manera general, las empresas joyeras en el departamento, no generan informes de sostenibilidad, permitiendo encaminar esta parte del cuestionario, a obtener información acerca del conocimiento de estos informes y la posibilidad de realizarlo en un futuro próximo y no en el tipo de informe generado, sus resultados y seguimiento. Otra de las conclusiones que se obtuvo, es que los insumos no se adquieren directamente de las minerías artesanales y de pequeña escala, sino de comerciantes intermediarios, eliminando así, la evaluación de la cláusula de abastecimiento directo de éstas fuentes.

Debido a la informalidad de la mayoría de talleres de joyería, se dedicará una significativa parte de las preguntas, a las condiciones laborales y programas de salud ocupacional, pues será información clave para conocer acerca del compromiso de estas empresas, con su personal empleado.

La herramienta resultante después de tres revisiones con las que se logró consolidar y garantizar un documento amigable, se usó como instrumento de

apoyo investigativo y fue enviado por vía electrónica para ser resuelto. En algunos casos no se obtuvo respuesta por este medio, por lo que se utilizó el mismo formulario en físico durante encuentros tipo entrevista con los empresarios. La mayoría de las preguntas ofrecían opciones de respuesta ya predeterminadas que facilitaron el análisis de los datos, incluyendo en su mayoría preguntas de selección múltiple y otras abiertas con posibilidad de obtener mayor información, dependiendo del tipo de tema que se estaba abordando. Ver anexo A. Para promover la colaboración de los empresarios, a quienes participaron, se les ofreció participación en la socialización de los resultados al finalizar la investigación.

5.2.1 Diseño muestral

Para la obtención de las empresas que de manera directa participaron de la investigación, se definieron las siguientes variables necesarias para la estimación de un diseño muestral:

- **Población objetivo:** La población objetivo está definida por las 244 empresas de joyería registradas con el CIIU 3210 "Fabricación de joyería, bisutería y artículos conexos", ubicadas en el departamento de Santander¹².
- **Unidad de muestreo:** Empresas de joyería vinculadas al Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería de Santander, ubicadas en el área metropolitana, sin restricción de tamaño.
- **Marco muestral:** 50 empresas existentes en la base de datos empresarial del Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería de Santander, reconocidas y valoradas por esta organización, como empresas

¹² Cámara de comercio de Bucaramanga, *Observatorio de competitividad y centro de documentación*.

Santandereanas que hacen parte de la cadena de abastecimiento de la joyería como fabricantes, comercializadores y proveedores de materias primas. Ver anexo B.

- **Técnica de muestreo:** La técnica utilizada para seleccionar la población que generó los temas analizados en éste diagnóstico fue no probabilística debido a que debió sujetarse a los elementos que estaban disponibles y de manera voluntaria quisieron participar, intentando además incentivar la participación de empresas de diferente tamaño y enfoque empresarial.

- **Tamaño de la muestra:** Para este proyecto, el tamaño de la muestra fué la cantidad de empresas que deberían ser investigadas para obtener una muestra poblacional. Para esto, se tuvieron en cuenta las siguientes variables:
 - N = 50 Empresas registradas en la base de datos empresarial del Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería de Santander.
 - Nivel de confianza = 90%
 - Z = Valor según distribución normal = 1,645
 - p = Probabilidad de éxito = 50%*
 - q = Probabilidad de fracaso = 1 – p = 50%
 - d = Error = 10%
 - n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

$$n = 25 \text{ empresas}$$

Con el fin de obtener información precisa de las prácticas realizadas en empresas joyeras en Santander, se contactaron a las cincuenta empresas registradas en la

base de datos suministrada por el CDTPJ, teniendo en cuenta que su participación estaba sujeta a la disponibilidad y voluntad de los empresarios para vincularse a la investigación. De esta manera, se llegó a cada uno de ellos con el fin de lograr completar la cantidad estimada de empresas requeridas en el diseño muestral.

5.2.2 Aplicación del instrumento de recolección de información

En la base de datos suministrada por el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, se encuentran empresas que participan a lo largo de la cadena de abastecimiento de la joyería en Santander. El 80% de las empresas conocidas y referenciadas por el CDTPJ, están dedicadas a la fabricación de joyas y comercialización al por mayor, de las cuales el 14% tienen venta directa al público; el 8% del total de empresas son comercializadoras y el 12% proveedores de materias primas.

Con las actividades anteriormente nombradas, fue necesario crear categorías a través de las cuales se clasificaron las empresas para la aplicación del instrumento de recolección de información. De esta manera, al momento de aplicar la herramienta, se tuvieron en cuenta los temas relevantes para cada uno de los tres tipos de empresa, evitando solicitar la información que no fuera aplicable a la actividad a la que se dedica.

La aplicación del instrumento se realizó durante un periodo de cuatro meses. Inicialmente como se especificó en el numeral anterior, se envió a las empresas registradas un correo electrónico con un link que direccionaba a un formulario de google con el cuestionario específico para el tipo de empresa que se contactó (fabricante, comercializador ó proveedor) obteniendo el 46% de respuesta sobre la totalidad de las encuestas finalmente registradas. Ver anexo C. Las demás empresas, fueron contactadas vía telefónica y a través de entrevista personal,

hasta lograr confirmar la mayor cantidad de empresarios que de manera voluntaria quisieron participar.

5.3 ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS

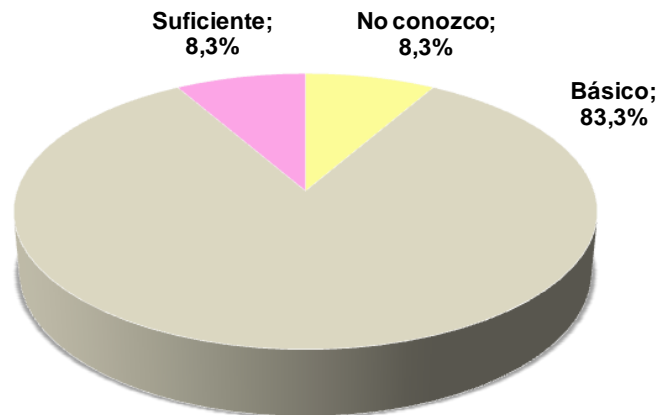
Como punto de partida para el diagnóstico sectorial, se realizó un análisis estadístico de los datos obtenidos de trece encuestas completamente diligenciadas. A pesar de que el tamaño de la muestra obtenido según el diseño muestral anteriormente planteado fue de veinticinco empresas, el resultado se presenta con la información suministrada por trece organizaciones que después de mucha insistencia intentando acceder a los empresarios, voluntariamente y con disposición de colaboración, accedieron a participar de la investigación.

A continuación se analiza la distribución de frecuencias obtenidas en cada una de las preguntas expuestas en el formulario planteado como instrumento de recolección de información de las empresas participantes, teniendo en cuenta que al ir evaluando los resultados obtenidos, esta cantidad de empresas presentó una tendencia evidentemente definida manteniendo el comportamiento constante en los resultados:

RSE y Sostenibilidad

Al solicitar información acerca del conocimiento del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y el Consejo de Joyería Responsable y su aplicabilidad en las empresas, la mayoría de los empresarios consideran que su conocimiento es básico, pero a todos los participantes les interesaría conocer más e implementar algunas políticas de RSE en sus organizaciones.

Figura 4. Conocimiento previo de RSE y RJC por parte de los empresarios

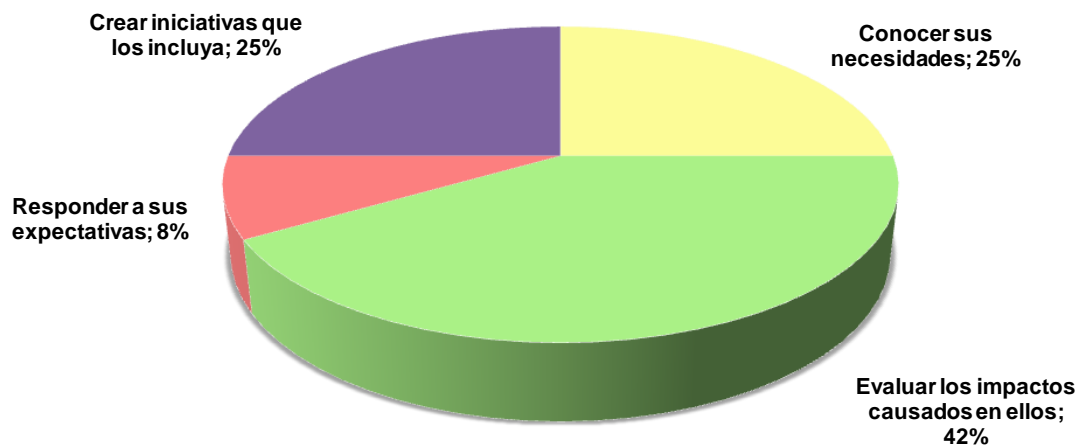


Al indagar acerca de la influencia de los grupos de interés, los empresarios consideran que los empleados son quienes causan mayor influencia sobre la empresa, a la vez que son los más impactados junto con los accionistas por sus actividades empresariales, mientras que consideran que el gobierno y los proveedores no tienen participación significativa en su organización.

A pesar de estos resultados, los participantes confirman que estarían dispuestos a promover la participación de los grupos de interés, iniciando con la evaluación de los impactos causados en ellos para conocer sus necesidades y crear iniciativas que los incluya.

Los informes de sostenibilidad no son realizados ni reconocidos en el sector. Los empresarios dicen no conocerlos ni saben cómo realizarlos pero al 42% de los entrevistados les interesaría realizarlos, rectificando la teoría de que la mayor debilidad del sector es la informalidad y el desconocimiento de actividades socialmente responsables.

Figura 5. Actividades para promover la participación de los grupos de interés



Normatividad legal

En cuanto a la registros de ley, aproximadamente el 60% de las empresas participantes confirman que no realizan auditorías de sus registros contables y en más del 40% no hay quién responda por el cumplimiento de las leyes aplicables a sus empresas, porque entre otras razones, los empresarios consideran que por ser sus empresas pequeñas, no es importante y necesario tener un responsable directo para estas actividades, pero teniendo en cuenta las posibles transacciones ilegales de las cuales pueden ser víctimas, estarían dispuestos a realizar las actividades necesarias para capacitarse y crear acciones preventivas.

Estrategia empresarial

Con el fin de verificar la existencia, el registro y la comunicación que se hace de los procesos y estrategias empresariales, se indagó acerca de la existencia de una política empresarial y la documentación de algunos de los principales procesos administrativos, resultando que en el 50% de las empresas, no existe una política empresarial y aproximadamente en el 70% no se documenta ningún proceso y/o actividad.

Figura 6. Características de la política empresarial

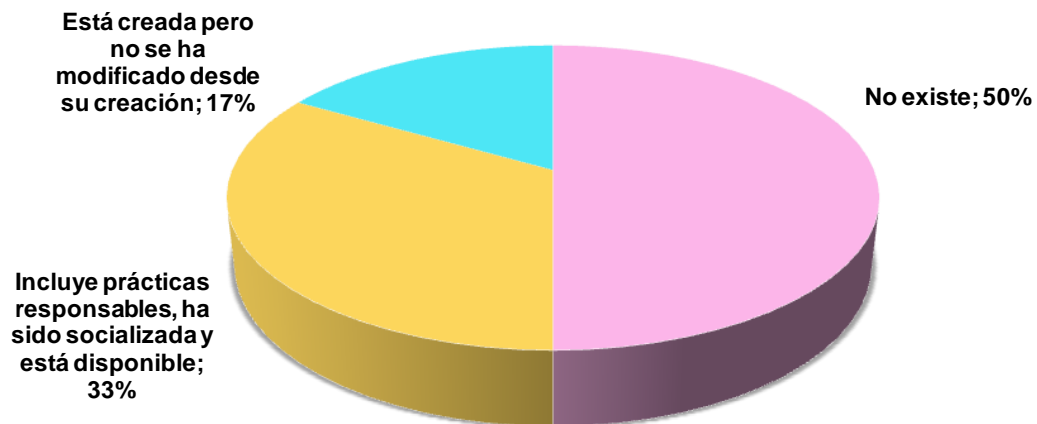


Figura 7. Principales actividades y/o procesos documentados



Socios comerciales

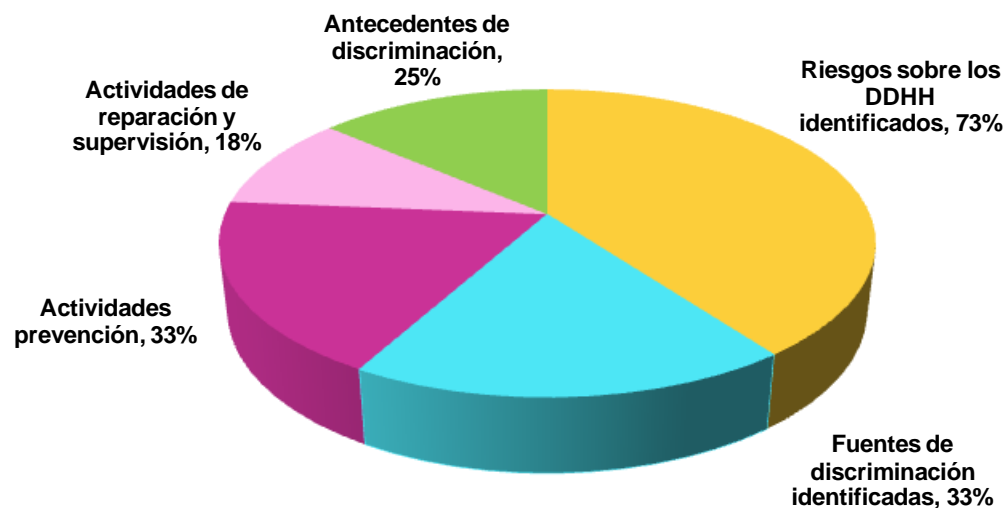
A pesar de que el 90% de los empresarios participantes dicen reconocer a sus principales socios comerciales, solo el 64% considera que tienen una comunicación efectiva y el 55% conoce los riesgos de su relación comercial, aunque entre el 60 y el 70% confirma que tienen códigos de conducta y promueve en ellos prácticas responsables. Lo que refuerza la poca participación de proveedores, distribuidores y agencias de contratación outsourcing en el desarrollo de las empresas joyeras.

Derechos humanos

Con relación a los derechos humanos DDHH, tema de gran importancia en la evaluación de prácticas responsables en el sector, el 70% de los empresarios considera que conoce los riesgos de su actividad que pueden atentar los DDHH y solo el 25% dice que en su empresa ha habido antecedentes de discriminación entre sus empleados. Entre el 20 y el 35% confirman que tienen identificadas las fuentes de discriminación y han creado mecanismos de prevención, reparación y supervisión de estos impactos, resultando un bajo porcentaje teniendo en cuenta que como se mencionó anteriormente, los DDHH son factor relevante en el diagnóstico.

Otro factor relevante en este mismo tema es la seguridad física dentro de la empresa, para la cual, el 33% de los empresarios confirman que no realizan ninguna actividad con el fin de promover la seguridad o priorizar la protección de empleados y propiedades.

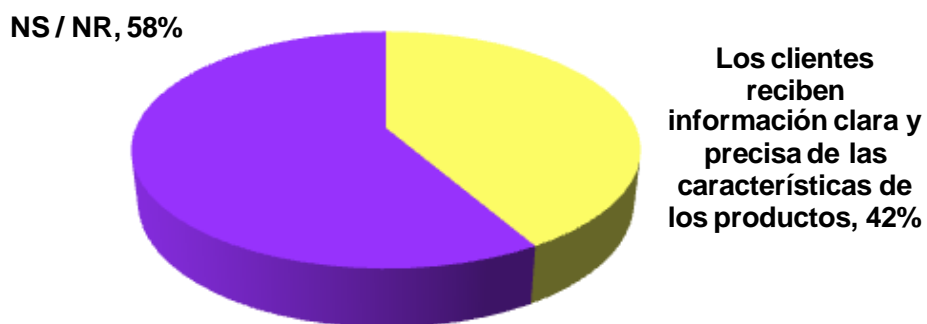
Figura 8. Riesgos de incurrir en faltas a los DDHH



Insumos certificados

La certificación de materias primas es un elemento determinante para lograr una buena comercialización de los productos fabricados sin atentar de manera indirecta contra los DDHH al adquirir productos garantizados que han sido obtenidos a través de minería legal sin explotación laboral, ni daño ambiental, entre otros. Aunque ésta certificación está disponible a nivel internacional, nacional y local, ofreciendo a los empresarios la posibilidad de conocer la procedencia de los principales insumos usados en la industria, los resultados evidencian que no conocen entidades y procesos dedicados a estas certificaciones diferentes al Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, limitando los referentes que puedan usar para verificar calidad y procedencia de los insumos adquiridos. Aún así, casi el 50% de los empresarios confirman que entregan al cliente información clara y precisa de las características de los productos que adquieren, mientras que el 50% restante no da razón acerca de los certificados de origen expirados por proveedores y la información suministrada a sus clientes.

Figura 9. Entrega de información clara de los productos a los clientes

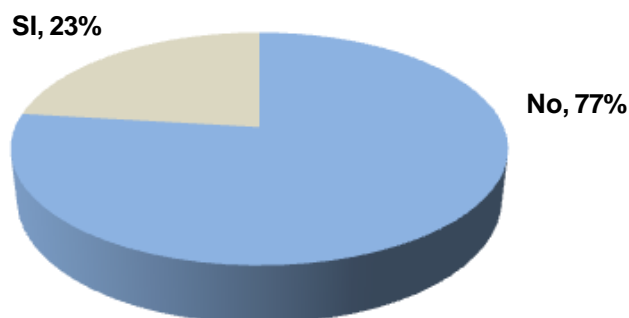


Condiciones laborales

Las condiciones laborales en las empresas joyeras en Santander son justas teniendo en cuenta que ofrecen a sus empleados como mínimo, el cumplimiento de las responsabilidades legales exigidas en Colombia. El registro y pago de tareas a destajo, diligenciamiento y firma de un contrato escrito, salario en relación con los estándares de la industria garantizando que sea por lo menos un SMMLV y pagado con frecuencia fija con su respectivo recibo de pago, trabajo máximo establecido por las horas diarias y semanales legales, vacaciones anuales legales, seguridad social, ARL y demás prestaciones son las principales garantías en el sector.

Para los contratos bajo la modalidad de prestación de servicios realizada en menos del 40% de las empresas participantes, los empresarios garantizan el cumplimiento de los requisitos que exige la ley para estos trabajadores a través del establecimiento de funciones claras, garantizando cuotas mínimas diarias o semanales, realizando el pago de los requisitos de ley y exigiendo el pago de la seguridad social por parte del trabajador para la vinculación y el pago de honorarios durante su permanencia en la empresa.

Figura 10. Uso de contratos de modalidad prestación de servicios



Para los contratos directos, se preguntó a los empresarios si la empresa garantiza al trabajador que reciba al menos el SMMLV así tenga compromisos financieros con la empresa (descuentos por préstamos, deudas, faltantes, etc), obteniendo respuesta afirmativa del 85%, lo que indica desconocimiento de esta exigencia legal y falta de asesoría en estos temas en algunas empresas.

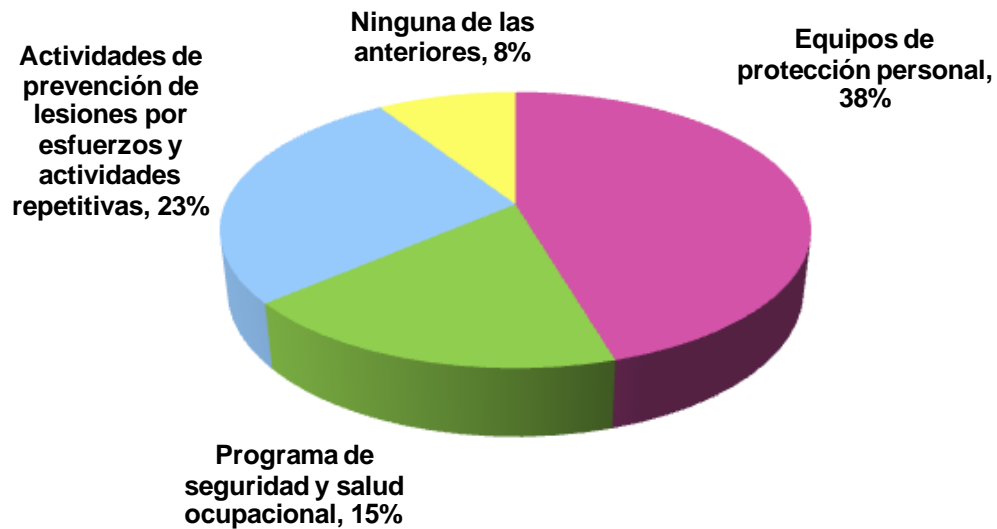
Aunque los resultados generan que en las empresas no se han registrado convenios entre empleados y empleadores, el 38% de las empresas tienen en la gerencia una persona encargada de las negociaciones con los trabajadores y en el 10% se tiene o se ha promovido la representación de los empleados, entre otras causas, porque la cantidad de trabajadores es pequeña y no lo consideran necesario. Aún así, el 15% de los empleadores garantizan que los procesos de quejas y reclamos son efectivos, por lo que creen tener buena comunicación con sus empleados.

Salud ocupacional y seguridad industrial

Los programas y capacitaciones de salud y seguridad en esta industria, deberían ser actividades permanentes en la mayoría de las empresas teniendo en cuenta los posibles riesgos por sustancias y materiales peligrosos.

Al preguntar acerca de los medios que las empresas ofrecen a sus empleados, el 38% priorizó la entrega y disponibilidad de elementos de protección personal, aproximadamente el 40% cuentan con programa de seguridad y salud ocupacional y realizan actividades de prevención de lesiones por esfuerzos y actividades repetitivas, mientras que menos del 10% ofrecen programas de bienestar adicional al legalmente obligatorio.

Figura 11. Actividades de Seguridad y salud ocupacional para empleados



En cuanto a las acciones que realizan las empresas para disminuir y/o evitar riesgos de salud y seguridad sobre sus grupos de interés, aproximadamente el 50% tiene identificadas y tiene mecanismos de tratamiento para las emisiones, efluentes y material particulado producido en la producción de joyas; algunos tienen programas y protocolos de mantenimiento de equipos y manipulación de residuos, pero ninguno de los entrevistados asegura que realiza simulacros de evacuación ni tienen brigadistas o personal capacitado y cerca del 10% afirma que no realiza ninguna acción de prevención en particular.

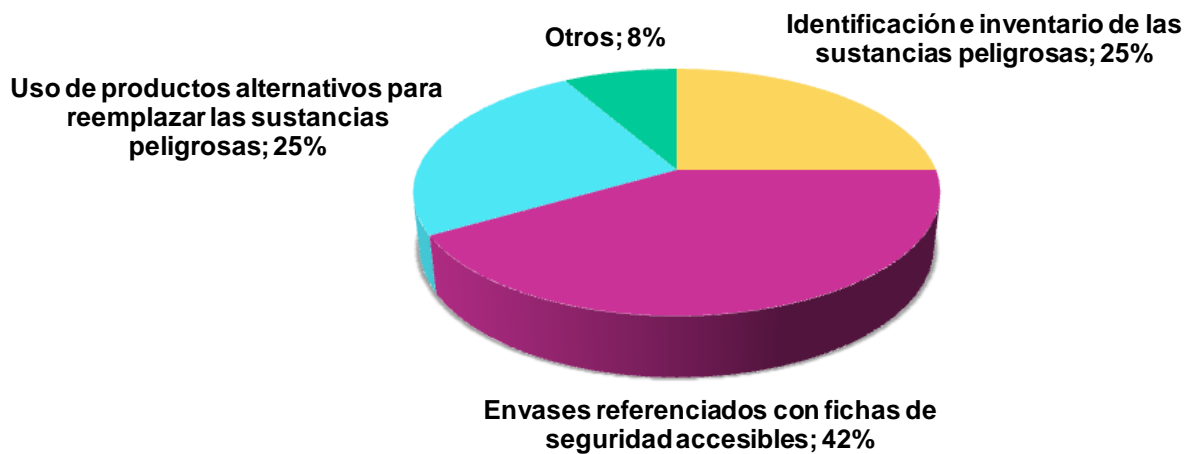
Impactos ambientales

De manera introductoria, se informó a los empresarios los principios para la disminución del impacto generado por residuos: reducir, reutilizar, reciclar y recuperar. Algunas de las acciones que en sus empresas realizan para disminuir este impacto son la reducción y recuperación de basuras, recuperación de metales preciosos, protección de gases y residuos en las áreas productivas y entrega de

sustancias peligrosas a empresas dedicadas a su manipulación, almacenaje y tratamiento.

Además, en relación al manejo de sustancias peligrosas, los empresarios sostienen que las actividades que realizan para prevenir accidentes con ellas son principalmente el uso de envases referenciados con fichas de seguridad, inventario e identificación de sustancias peligrosas y uso de productos alternativos que reemplacen dichas sustancias.

Figura 12. Actividades para prevenir accidentes con sustancias peligrosas



La energía y el agua son los principales recursos de los que a nivel mundial se debe realizar un uso más eficiente. Los empresarios confirman que de estos dos recursos, el agua es el que se usa en menor cantidad, pues el proceso productivo no requiere alto consumo, mientras que la energía es la que mayor carga genera para la empresa por su uso permanente en el funcionamiento de maquinaria y equipos principalmente. Aún así, solo en el 17% de las empresas participantes, tienen un plan de mejoramiento ambiental estructurado cuyo objetivo principal es disminuir el uso de productos que afectan el medio ambiente.

5.4 ANÁLISIS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Como se ha descrito anteriormente, los grupos de interés o stakeholders, son los grupos de individuos que afectan o se pueden ver afectados por las actividades de la empresa.

Para realizar un análisis de los grupos de interés, inicialmente se deben identificar, para luego priorizarlos y poder integrar sus expectativas y necesidades en la gestión estratégica de las empresas, con el fin de construir una mejor comunicación entre la empresa y su entorno social, ambiental y económico.

5.4.1 Identificación de grupos de interés

Los grupos de interés varían de una empresa a otra, por lo que para el caso de este proyecto y del sector joyero en Santander, se reconocerán como grupos de interés, los que de manera general participan e influyen significativamente en empresas de joyería.

Durante la investigación realizada para generar el diagnóstico de RSE a través del instrumento de recolección de información y las charlas con algunos de los empresarios, se indagó acerca de las personas o grupos que generan mayor impacto sobre la empresa y los que son más afectados por la empresa. De esta forma se identificaron como grupos de interés, los siguientes:

1. Accionistas: Socios, propietarios, empresarios, dueños y gerentes de las empresas joyeras.

2. Socios estratégicos: Operadores logísticos y de transporte, personas o Empresas de tercerización o outsourcing, Compañías de consultoría y apoyo empresarial y Entidades sectoriales principalmente.
3. Empleados: Personas vinculadas a la empresa como trabajadores que presentan subordinación laboral con el empleador.
4. Gobierno: Entidades gubernamentales que tienen relación con las empresas del sector, principalmente Alcaldía, Gobernación, Superintendencias, Ministerios, Fiscalías, Defensorías y Banco de la república.
5. Clientes: Personas o empresas que adquieren los productos fabricados por las joyerías, desde Distribuidores hasta el Consumidor final.
6. Competidores: Empresas del sector con productos iguales o similares a los ofrecidos, entre los que se encuentran principalmente Empresas fabricantes, importadoras, exportadoras y comercializadoras de joyería, bisutería y accesorios.
7. Proveedores: Comercializadores de artículos de aseo y cafetería, Papelerías y Empresas de servicios públicos, son algunos proveedores de recursos básicos, mientras que los Distribuidores de metales y piedras preciosas, Vendedores e Importadores de maquinaria, herramientas y equipos para joyería y Comercializadores de minerales proveen las materias primas e insumos de mayor importancia en la actividad industrial.
8. Comunidad local: Vecinos, empresas y grupos de personas ubicados en cercanía a las sedes de las empresas o a su área de influencia.

5.4.2 Priorización de grupos de interés

Por ser este proyecto, una ayuda para las empresas del sector y no un análisis o mapa de diálogo entre la empresa y los grupos de interés para una empresa en particular, se realizará la priorización de manera amplia para las categorías antes descritas, pues cada empresa tiene características y prioridades específicas en relación con sus grupos de interés.

Para esto, se determinará el grado de participación de los grupos de interés en la empresa, a través de la matriz poder/interés.¹³

Figura 13. Matriz Poder / Interés

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
PODER	Bajo	A Mínimo esfuerzo	B Mantenerlos informados
	Alto	C Mantenerlos satisfechos	D Agentes clave

Fuente: Cámara de comercio de Valencia

Esta matriz, se alimenta con la información obtenida en la consulta con los empresarios acerca del impacto de los grupos de interés en sus empresas. Ver anexo D. Los resultados, se ubican en un cuadro (Ver Tabla 1) que expone los requerimientos de relación que las empresas del sector tienen con cada grupo, de manera que se puedan orientar las acciones a realizar con cada uno de los grupos de interés teniendo en cuenta la siguiente información (Cámara de comercio de Valencia):

¹³ La matriz poder/interés es propuesta por la Cámara de Comercio de Valencia en "El diagnóstico previo y plan de acción en RSE" para clasificar a los grupos de interés en referencia al poder que poseen y al grado en que, potencialmente, demuestra interés por las estrategias de la empresa.

Tabla 1. Relación con grupos de interés

Categoría Grupos de interés	Descripción	Requerimiento de relación
Accionistas	Socios, propietarios, empresarios, dueños y gerentes de las empresas joyeras	Agentes clave
Socios estratégicos	Compañías que actúan como apoyo a la actividad principal de las empresas	Mínimo esfuerzo
Empleados	Personas vinculadas a la empresa como trabajadores que presentan subordinación laboral con el empleador	Agentes clave
Gobierno	Entidades gubernamentales que tienen relación con las empresas del sector	Mínimo esfuerzo
Clientes	Personas o empresas que adquieren los productos fabricados por las joyerías	Mantenerlos satisfechos
Competidores	Empresas del sector con productos iguales o similares a los ofrecidos por las empresas de joyería	Mantenerlos informados
Proveedores	Comercializadores de materias primas e insumos	Mantenerlos informados
Comunidad local	Empresas y grupos de personas ubicados en cercanía a las sedes de las empresas o a su área de influencia	Mantenerlos satisfechos

- Los grupos de interés en el **grupo A** requieren sólo de *esfuerzos y supervisión mínimos*.
- Los grupos de interés en el **grupo B** deben *de mantenerseles informados*. Ellos pueden ser importantes para influenciar a los grupos de interés más poderosos.
- Los grupos de interés del **grupo C** son poderosos, pero su nivel del interés en las estrategias de la empresa es bajo. Son generalmente pasivos, pero pueden emerger repentinamente como resultado de ciertos acontecimientos, moviéndose para dicha situación a la posición del grupo D. *Debe mantenerseles satisfechos*.
- Los grupos de interés en el **grupo D** son poderosos y altamente interesados en las estrategias de la empresa. La aceptación de las estrategias por parte de

estos jugadores dominantes debe ser tomada como una *consideración importante en la evaluación de nuevas estrategias*.

5.5 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

En base a los resultados obtenidos de las encuestas a empresarios y las charlas realizadas con algunos de ellos durante el proceso de recolección de información, se obtienen las siguientes conclusiones acerca del estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial en la joyería en Santander.

1. A pesar de que el conocimiento de los empresarios del sector referente a la Responsabilidad Social Empresarial es muy bajo, la gran mayoría está interesada en conocer y aprender más acerca de la RSE pues reconocen que puede aportar y mejorar a un desarrollo sostenible a través de:
 - Mejora de las condiciones laborales de los empleados.
 - Productos con mayor valor agregado al presentar certificación de producción responsable.
 - Procesos tecnificados que apoyen la disminución de impactos ambientales.
 - Actualización constante de procesos que ayuden a fortalecer el sector.
 - Aumentar beneficios a stakeholders.
 - Mejorar el desempeño de la empresa a partir de propuestas estratégicas.

2. Así como el desconocimiento acerca de la RSE en el sector es alto, la falta de información acerca de códigos de prácticas también lo es. De manera general los proyectos de producción responsable que se conocen en el sector, son los estándares y certificaciones enfocados a la minería que por ser la actividad

que produce impactos más relevantes y significativos sobre el ambiente y la comunidad, son los más divulgados.

3. Por ser la joyería una industria tradicional con empresarios que han heredado su actividad joyera por décadas, el reconocimiento y la identificación de los grupos de interés es limitada. Los empresarios consideran que los principales participantes en su empresa son los empleados y accionistas, pero también reconocen que la identificación de los demás stakeholders y el conocimiento de sus necesidades es obligatorio para responder ante ellos con iniciativas de inclusión.

Del análisis de los grupos de interés realizado, se obtiene que los que juegan el papel más importante para las empresas del sector son los accionistas y los empleados, seguidos de los clientes y la comunidad local quienes tienen alto impacto sobre la empresa aunque normalmente no muestren interés por las acciones y los proyectos que éstas tienen. Aunque los socios estratégicos y el gobierno resulten clasificados como grupos que requieren mínima supervisión, es necesario tener en cuenta que junto con los competidores y los proveedores, no deben ser aislados porque incluso pueden influir en las estrategias y decisiones futuras referentes a las políticas estratégicas empresariales.

4. Las alianzas estratégicas y el fortalecimiento de relaciones con socios comerciales no son actividades comunes en el sector debido a que persiste la idea de la competencia desleal y el celo informativo entre pares. El desconocimiento de los beneficios que genera un trabajo en sinergia para alcanzar objetivos mutuos, limita la posibilidad de que empresarios busquen colaboración en empresas del sector limitando el crecimiento empresarial y sectorial.

5. La comunicación poco efectiva con los socios comerciales y la inexistencia de evaluaciones de riesgo, genera inseguridad y posibilidad de soborno y corrupción dentro de la empresa y con otras empresas, pues no tener claridad acerca de las actividades y/o procesos en los que son frágiles y la desconfianza e incertidumbre constante con sus socios comerciales, genera relaciones intermitentes y discontinuas y finalmente vulnerabilidad empresarial.

Algunas de las actividades que de manera puntual exponen los empresarios que generan sensación de riesgo en sus empresas son:

- Incertidumbre en el pago de cartera de clientes y distribuidores.
 - Desconfianza en la calidad de materias primas de proveedores (metales preciosos y gemas).
 - Riesgo de pérdida total o parcial de mercancía con empresas de transporte de mercancía.
 - Competencia desleal por parte de otras empresas del sector.
6. En Colombia la ilegalidad, la explotación laboral, el trabajo infantil y el daño ambiental en minas, son los principales problemas que popularmente se le atribuyen a la producción y comercialización de productos de joyería con metales y piedras preciosas. Para garantizar la legalidad y el buen procesamiento de los recursos, existen certificaciones que verifican la procedencia de estos insumos.

Según el Registro único de Comercializadores de Minerales RUCOM, "los joyeros deben demostrar la procedencia lícita del mineral con el correspondiente certificado de origen y el certificado del comercializador autorizado de minerales (proveedor); así mismo, debe llevar un registro de

todas las compras de minerales que realice durante el año"¹⁴, por esto, es importante que los empresarios entiendan la obligación de exigir los certificados a sus proveedores y suministrar información suficiente a sus clientes acerca de la procedencia de los materiales que usan en la fabricación de sus productos, actividad que no se realiza actualmente en su totalidad.

7. En el sector no se realizan e incluso la mayoría de empresarios desconoce los informes de sostenibilidad pero al hacerles una pequeña introducción acerca de su función, se genera interés en ellos por realizarlos en un futuro con el fin de compartir información con sus grupos de interés.
8. Gran parte de las falencias de las empresas del sector relacionadas con actividades socialmente responsables, se debe a la informalidad de las mismas ya que los empresarios consideran que por su tamaño, no requieren de auditorías de sus registros contables, seguimiento a registros de ley, documentación de procesos e incluso políticas y objetivos empresariales, entre otros. Aún así y entendiendo que además de la importancia de tener propósitos visionarios para lograr crecer hacia un enfoque deseado, existen algunos riesgos a los que se exponen por desconocimiento, considerando importante recibir asesoría acerca de las actividades que omiten y deben realizar como empresas legalmente constituidas.
9. La prevención, reparación y supervisión de los impactos negativos sobre los Derechos Humanos DDHH es de las principales cláusulas contempladas en el Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable. Al evaluar algunas características de los DDHH, se obtuvo que aunque de manera general no existen antecedentes, los empresarios no conocen las posibles fuentes de discriminación en su empresa pero si podrían identificar algunos otros riesgos en los que se pueda incurrir. Con el fin de evitar exclusión o desigualdad entre

¹⁴ Grupo RUCOM. Consulta a través del portal Contáctenos ANM. Abril 2.016

los empleados, los empresarios están interesados en identificar los posibles riesgos a los que se exponen en el sector empresarial y joyero y algunas actividades preventivas y correctivas que se puedan realizar para mitigarlo.

La seguridad de la planta física, trabajadores y demás grupos de interés es importante para los empresarios aunque algunos de ellos no realizan actividades específicas que la promuevan.

10. Los trabajadores de las empresas joyeras son en su mayoría vinculados a través de contratación directa con horario laboral fijo o con trabajo a destajo y en muy pocas ocasiones a través de prestación de servicios, debido a la actividad productiva que desempeñan. Las empresas garantizan salarios, prestaciones de ley y demás actividades legalmente exigidas en el país.

Se encuentra una falencia relevante en que todos los trabajadores no tienen la garantía de recibir su salario con un valor igual o superior al SMMLV cuando tienen compromisos financieros con la empresa, pues por desconocimiento de la norma, algunas empresas no se lo garantizan a algunos de sus trabajadores.

11. Para la mayoría de empresarios, la seguridad industrial y salud ocupacional está limitada al uso de elementos de protección personal EPP y el mantenimiento ocasional de la maquinaria y equipos de mayor antigüedad. Existe un desconocimiento general del alcance que tiene la SySO en las empresas y de algunas normas y exigencias que se deben tener en cuenta en plantas productivas como por ejemplo los simulacros de evacuación y la disponibilidad de personal capacitado en atención a casos de emergencias, actividades que no se conocen en ninguna de las empresas participantes por lo que es indiscutible la falta de información de la normatividad existente en este campo. La inexistencia de programas de salud y seguridad y de planes

de capacitación y prevención de accidentes y lesiones, son otras acciones que deben realizar las empresas con el fin de evitar o minimizar los riesgos en salud y seguridad en los trabajadores dentro de la empresa, mientras que los protocolos de seguridad para visitantes y comunidad local se deben disponer para promover la protección de externos.

12. Las empresas joyeras son conscientes del daño que causa la emisión de gases y la generación de efluentes y material particulado por lo que realizan acciones puntuales como la recuperación de materiales, protección de emisiones en áreas productivas y tercerización en la manipulación de sustancias peligrosas, entre otras, para disminuir el impacto generado por estos.

El uso eficiente del agua y la energía cada vez es más exigente y con el paso del tiempo será reglamentario el ahorro de estos recursos. Para el control del su consumo, las empresas realizan principalmente las siguientes acciones de control:

- Supervisión en los procesos de lavado.
- Recipientes especiales para uso y recolección del agua.
- Recolección de aguas lluvias.
- Uso de luces LED y bombillos ahorradores.
- Control en el uso eficiente de maquinaria eléctrica.
- Uso de iluminación en puestos de trabajo solo cuando se está en el sitio.
- Uso de gas natural para calentamiento y tratamiento térmico, generando menor contaminación y ahorro económico.
- Comparación en niveles de consumo mensual y revisión diaria del contador de energía.
- Adquisición y readecuación de maquinaria con menor consumo energético.

Estas acciones anteriormente nombradas, son iniciativas que de manera voluntaria han decidido realizar los empresarios dentro de sus compañías, reafirmando el interés por disminuir el impacto ambiental generado durante los procesos productivos.

6 ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO SECTORIAL

6.1 DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS

Con el fin de plantear estrategias de fortalecimiento para el sector Joyero en Santander, se analizaron los puntos críticos identificados en el diagnóstico sectorial enfocados a la Responsabilidad Social Empresarial.

Para iniciar, se tuvieron en cuenta las siguientes falencias encontradas durante la realización del diagnóstico que de manera importante, generan grandes impactos en la sostenibilidad del sector. Además, se exponen para cada una de ellas, las acciones de interés presentadas por los empresarios:

1. Desconocimiento de RSE y Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable

- Impactar a la sociedad y al ambiente positivamente.
- Fabricar productos certificados para agregar valor al proceso de exportación.
- Tecnificar procesos de manera responsable.
- Actualizar constantemente procesos para fortalecer sector.

2. Desconocimiento de la influencia de comunidad local, proveedores, competidores y gobierno en su empresa

- Evaluar los impactos, identificar necesidades y crear iniciativas de inclusión para los grupos de interés.
- Lograr mayores beneficios para stakeholders.

3. Desconocimiento de informes de sostenibilidad

- Realizar informes de sostenibilidad.

4. Informalidad en empresas pequeñas

5. Alto riesgo de soborno y corrupción

- Fomentar relaciones de confianza con socios comerciales.
- Realizar evaluaciones de riesgo para identificar grado de vulnerabilidad.
- Capacitación y desarrollo de actividades preventivas para evitar caer en transacciones ilegales.
- Crear políticas antisoborno y desarrollar programas de anticorrupción.

6. Inexistencia y falta de registro y comunicación de procesos y estrategias empresariales

- Realizar informes de gestión.

7. Comunicación poco efectiva y sensación de riesgo con socios comerciales

- Incertidumbre en el pago de cartera de clientes y distribuidores.
- Desconfianza en la calidad de materias primas adquiridas (metales preciosos y gemas).
- Riesgo de pérdida total o parcial de mercancía con empresas de transporte.
- Competencia desleal de empresas del sector.
- Relaciones intermitentes y discontinuas con proveedores y comercializadores.

8. Riesgos de incurrir en faltas a los DDHH

- Evitar discriminación entre empleados.

9. Desconocimiento de procesos de certificación de insumos

10. Desconocimiento de actividades que afectan las condiciones laborales de empleados

- Pago mínimo a los empleados, teniendo en cuenta los descuentos a los que aplique.
- Mejorar condiciones de empleados y sus familias.

11. Desconocimiento de la importancia y el alcance de las actividades de Seguridad en el trabajo y Salud ocupacional

- Normatividad de SySo para Microempresas y Pymes.

12. Desconocimiento de actividades y/o procesos que de manera efectiva disminuyan los Impactos ambientales

- Procedimientos para reciclar y reutilizar.
- Formulación e implementación un plan de mejoramiento ambiental.
- Procedimiento para manipulación, tratamiento y supervisión de residuos.

Con base a estos resultados y a los intereses manifestados por los empresarios para los diferentes temas presentados en el código de prácticas, se plantean unas oportunidades de mejora sobre las cuales se trabajaron las estrategias de fortalecimiento. Ver Tabla 2.

En esta misma tabla, se evidencia que gran parte de las falencias encontradas son generadas por el desconocimiento que se tiene acerca del significado real y el alcance de la Responsabilidad Social Empresarial. Por eso, gran parte de las oportunidades de mejora planteadas, se enfocan en socialización y capacitación en temas de sostenibilidad, entre otros.

Tabla 2. Oportunidades de mejora como base para el planteamiento de las estrategias.

FALENCIAS ENCONTRADAS	POSIBLES SOLUCIONES DE MEJORA
Desconocimiento de RSE y Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable	Capacitación en RSE en el Sector
	Socialización de códigos de prácticas y herramientas para implementar políticas de responsabilidad social empresarial
	Socialización de procesos, tecnología y actividades disponibles para mantener prácticas responsables
Desconocimiento de la influencia de comunidad local, proveedores, competidores y gobierno en su empresa	Capacitación sobre la importancia de los stakeholders para la empresa
	Socialización de actividades realizadas entre empresas del sector y los grupos de interés
	Socialización de la importancia de relaciones y alianzas estratégicas con socios comerciales
Desconocimiento de informes de sostenibilidad	Socialización de informes de sostenibilidad de grandes empresas
	Capacitación en informes de sostenibilidad y otros reportes de prácticas sociales y de gestión
Informalidad en empresas pequeñas	Capacitación en exigencias legales y normatividad
	Socializar la importancia de la formalización empresarial independientemente del tamaño o actividad que realiza
Alto riesgo de soborno y corrupción	Capacitación para la realización de evaluaciones de riesgo
	Capacitación en prevención de actividades de corrupción y soborno a las que son vulnerables
	Capacitación en formulación de políticas y programas de desarrollo empresarial
Inexistencia y falta de registro y comunicación de procesos y estrategias empresariales	Socializar la importancia de disponer y vincular a los stakeholders a una orientación empresarial
	Capacitación para la realización de informes de gestión
	Socialización de los principales procesos y actividades enfocados a prácticas organizacionales, que deben ser documentados
	Capacitación acerca de los estándares para la documentación de actividades y/o procesos

FALENCIAS ENCONTRADAS	POSIBLES SOLUCIONES DE MEJORA
Comunicación poco efectiva y sensación de riesgo con socios comerciales	Promover compra de materiales preciosos y gemas certificados
	Promover políticas y códigos comerciales entre empresa y clientes/distribuidores para minimizar y/o evitar incertidumbre en pago de cartera
	Revisión de políticas de garantías ofrecidas por empresas de transporte para mercancía frágil y costosa
	Promover alianzas estratégicas entre socios comerciales para evitar competencia desleal y fomentar relaciones duraderas
Riesgos de incurrir en faltas a los DDHH	Socialización de posibles riesgos de impactar DDHH en el sector joyero
	Capacitación acerca de los DDHH promovidos por la OIT dentro de las condiciones laborales
	Socialización de actividades de prevención, reparación y supervisión de faltas a los DDHH
	Promover la contratación de personal de seguridad capacitado
	Socialización de actividades de promoción de seguridad y protección en las empresas
Desconocimiento de procesos de certificación de insumos	Socialización acerca de entidades certificadoras de materiales e insumos
	Promover la compra certificada de insumos varios
	Promover la entrega de información clara a los clientes acerca de los insumos utilizados en la producción de sus joyas
Desconocimiento de actividades que afectan las condiciones laborales de empleados	Capacitación acerca de los derechos de los trabajadores, adicionales a las mínimas obligaciones legales
	Socialización acerca del tipo de contrato de prestación de servicios
	Promover programas de bienestar para empleados
Desconocimiento de la importancia y el alcance de las actividades de Seguridad en el trabajo y Salud ocupacional	Socializar riesgos de SySO en el sector
	Promover la capacitación de personal en prevención de accidentes
	Socialización de acciones de seguridad en caso de incendios, terremotos y demás accidentes naturales
	Promover importancia de la seguridad y salud de visitantes y comunidad local
Desconocimiento de actividades y/o procesos que de manera efectiva disminuyan los Impactos ambientales	Capacitación en manejo de residuos: reciclar, reutilizar, reducir y recuperar
	Capacitación en tipos de emisiones, efluentes y material particulado, tratamiento, manipulación y supervisión
	Capacitación en tipos de sustancias peligrosas para el desarrollo de actividades propias del sector
	Planes sectoriales para ahorro de energía
	Socialización de nuevas tecnologías que disminuyen el consumo de agua y energía
	Capacitación en reutilización de agua

6.2 PLAN ESTRATÉGICO

Este plan estratégico le permitirá al sector consolidar esfuerzos hacia la ejecución de prácticas socialmente responsables.

A continuación se relacionan nueve estrategias vinculadas a seis enfoques claramente definidos, para cada estrategia se plantean algunos programas y/o planes para apoyar su cumplimiento, los grupos de interés involucrados y los indicadores de verificación, además de las posibles barreras que se puedan presentar y los resultados esperados para cada una de ellas.

6.2.1 Estrategias de Desarrollo Empresarial

1. Gestionar el direccionamiento estratégico empresarial

Las estrategias organizacionales son modelos de decisiones que a través de acciones integradas, buscan asegurar ventajas competitivas sostenibles. Éstas se generan a través de actividades de planeación y de pensamiento estratégico definidas por quienes planean, dirigen, organizan, ejecutan y controlan las organizaciones.

La capacitación y orientación a accionistas y directivos de las empresas, facilitará la formulación de estrategias corporativas, fortaleciendo la gestión y promoviendo el crecimiento empresarial.

Resultados esperados:

- Creación de planes estratégicos que motiven la actividad gerencial como pieza clave en la generación de valor empresarial.

- Concientización y sensibilización a empresas joyeras Santandereanas, acerca de la importancia de la gestión de actividades administrativas y gerenciales.
- Fortalecimiento de la planeación, control y dirección organizacional sectorial, enfocada al desarrollo sostenible.

Tabla 3. Plan de acción para "Gestionar el direccionamiento estratégico empresarial"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Programa de sensibilización y orientación estratégica	Accionistas	Planes estratégicos empresariales
	Proveedores	
Programa de fortalecimiento empresarial a través del crecimiento y desarrollo sostenible	Accionistas	Empresas participantes
	Proveedores	

Posibles barreras:

- Grupo insuficiente de empresas que decidan participar en los programas sectoriales de fortalecimiento empresarial.
- Participación poco activa y discontinua de los directivos y accionistas durante la ejecución de las actividades de capacitación programadas.
- Resistencia de los accionistas y gerentes a los cambios que se pueden proponer durante el direccionamiento estratégico en sus empresas.
- Falta de voluntad de los gerentes para desarrollar estrategias empresariales orientadas al desarrollo sostenible.

2. Incentivar la formalización empresarial

La legalidad empresarial está limitada por el cumplimiento de normas legales para la constitución y operación de las empresas. Esto, sumado a la adopción e implementación de buenas prácticas empresariales, además de facilitar la

permanencia de las empresas en el mercado, define el concepto de formalidad empresarial.

Las buenas prácticas de gestión empresarial, se abordan de manera constante durante la mayoría de estrategias presentadas como resultado de este proyecto, por lo que en este caso, se hará énfasis en la promoción de la legalización empresarial a través de actividades sectoriales.

Resultados esperados:

- Concientización y sensibilización a empresarios del sector, acerca de la importancia de la formalización empresarial.
- Mayor visibilidad de las empresas joyeras para el estado y para otras empresas, alcanzando mayor posicionamiento, desarrollo y expansión.
- Mayor facilidad de acceso a redes empresariales del sector, con el fin de lograr alianzas estratégicas y de cooperación.
- Acceso de empresas legalmente conformadas a créditos, apoyos técnicos y tecnológicos y programas de capacitación que promuevan el crecimiento y la mejora de la actividad sectorial.

Tabla 4. Plan de acción para "Incentivar la formalización empresarial"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Plan sectorial para promover la legalización empresarial	Accionistas	Empresas legalmente constituidas a partir de la ejecución del plan
	Proveedores	
	Gobierno	

Posibles barreras:

- Dificultad en el proceso de concientización a los empresarios acerca de los beneficios y ventajas otorgados por la legalidad empresarial, teniendo en

cuenta la parcialidad evidente en la que la mayoría de empresarios contempla la legalidad como alto pago de impuestos y demás obligaciones tributarias principalmente.

- Altos costos de legalización representados en registros, trámites y obligaciones económicas significativas.

3. Fomentar mejores relaciones con grupos de interés

Como ha sido concluyente durante la investigación, la participación de los grupos de interés en la gestión estratégica empresarial es fundamental para el desarrollo de la misma. El conocimiento de las características, los temas de interés, expectativas y requerimientos de relación con los grupos de interés del sector joyero, permitirán a los empresarios analizar el impacto y la participación que estos tienen en la empresa.

Tabla 5. Plan de acción para "Fomentar mejores relaciones con grupos de interés"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Plan de concientización de la importancia de todos los participantes en la cadena de suministro del sector	Accionistas	Empresas participantes
	Socios estratégicos	
	Proveedores	

Resultados esperados:

- Estrategias pro-activas que fomentan relaciones positivas con los grupos de interés.
- Comunicación constante entre las empresas y sus grupos de interés generará actualización permanente de sus expectativas y necesidades para que sean interiorizadas de manera inmediata en la gestión estratégica empresarial.

- Concientización acerca de la importancia de promover la producción y comercio legal de insumos y productos a lo largo de toda la cadena de abastecimiento de la joyería.

Posibles barreras:

- Participación limitada de los diferentes actores de la cadena de suministro durante las actividades de concientización.
- Inexistencia o deterioro en la comunicación entre los participantes de la cadena de abastecimiento.

6.2.2 Estrategias de riesgo comercial

1. Prevenir y disminuir los riesgos de corrupción dentro de las empresas

El soborno y los pagos para facilitar trámites son las actividades de corrupción más comunes en el ámbito empresarial. La corrupción como abuso del poder para beneficio propio es un acto ilegal condenable en nuestro país.

La ética empresarial es un factor determinante en la creación de organizaciones socialmente responsables, pues una gestión negativa afecta la integridad de las empresas, degradan el ambiente institucional y derriban las ventajas competitivas existentes, por lo que es importante prevenir y disminuir los posibles riesgos de incurrir en actividades ilícitas dentro de las empresas y en su entorno comercial.

Resultados esperados:

- Programas de anticorrupción desarrollados en empresas del sector.
- Concientización y sensibilización a empresarios del sector, acerca de los riesgos de corrupción a los que están expuestos en su actividad productiva y comercial.

- Empresas con mapas de riesgos propios, contruidos a partir del análisis y la evaluación de riesgos visibles o latentes.

Tabla 6. Plan de acción para "Prevenir y disminuir los riesgos de corrupción dentro de las empresas"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Programa de capacitación en riesgos de corrupción y soborno	Accionistas	Empresas y personas participantes
	Empleados	
	Proveedores	

Posibles barreras:

- Dificultad en la realización del análisis interno empresarial en relación con actos de corrupción.
- Baja participación de empresarios durante el programa de capacitación.
- Tiempo limitado de los empleados del sector, para participar en las actividades de capacitación.
- Información incierta acerca de posibles actividades corruptas existentes en las empresas del sector, generada por la prevención de exponer posibles faltas legales.

2. Promover buenas prácticas comerciales entre empresas competidoras, distribuidores, proveedores y clientes

Los competidores, proveedores, distribuidores y clientes hacen parte de las empresas como stakeholders y así como los empleados y accionistas, son grupos de interés importantes para el desarrollo y el crecimiento de las empresas.

Una buena relación con ellos, garantiza la sostenibilidad de las empresas en el tiempo ya que participan de manera directa en el suministro o la entrega de los

insumos y productos terminados. Un proveedor que promueve buenas prácticas tanto de producción como de comercialización, garantiza insumos óptimos para la empresa compradora. De igual manera si un distribuidor, comercializador o cliente final desarrolla sus procesos de manera responsable, da un buen uso al producto, manteniendo la calidad del mismo.

Tabla 7. Plan de acción para "Promover buenas prácticas comerciales entre empresas competidoras, distribuidores, proveedores y clientes"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Programa de implementación de buenas prácticas comerciales empresariales	Accionistas	Políticas y códigos comerciales
	Socios estratégicos	
	Empleados	
	Clientes	
	Competidores	
	Proveedores	
Programa de capacitación en certificación de materiales y minerales preciosos	Accionistas	Empresas participantes
	Proveedores	
Plan para fomentar la entrega de certificado de origen de los productos a los clientes	Accionistas	Certificados de origen otorgados a partir de la ejecución del plan
	Clientes	
	Proveedores	

Resultados esperados:

- Mayor reconocimiento comercial de las empresas, debido a la implementación de certificaciones en sus procesos e insumos.
- Mayor percepción de valor de los productos elaborados, por tener fabricación certificada..
- Clientes más satisfechos al recibir información clara y precisa acerca del producto adquirido y el origen de sus insumos.
- Empresas joyeras con políticas comerciales claras y definidas.

Posibles barreras:

- Altos costos de la implementación de los procesos de certificación.
- Alto consumo de minerales y piedras preciosas que obliguen a registrar las empresas como certificadoras de los insumos.
- Empresarios reacios a promover uso de insumos certificados, por costos, procedimientos y demás requerimientos.
- Baja participación de los empresarios en los programas de capacitación.

6.2.3 Estrategias de Derechos Humanos

1. Promover y proteger los derechos humanos

Los derechos humanos incluyen además de los sociales, culturales y económicos, los laborales, cívicos y políticos, relevantes en todas las empresas independientemente de su actividad, tamaño, etc.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos es el instrumento internacional más conocido. Éste junto con la Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), son las principales referencias para apoyar el respeto a los Derechos Humanos en el sector privado con el fin de evitar, prevenir o mitigar los posibles impactos negativos causados sobre los Derechos humanos.

Es importante el conocimiento de estos instrumentos por parte de la empresa privada, para promover y proteger a todos sus stakeholders de posibles consecuencias negativas causadas por actividades realizadas o productos producidos en sus organizaciones.

Resultados esperados:

- Disminución de riesgos a los que están expuestos los stakeholders de las empresas joyeras en la ciudad en relación con los DDHH.
- Empresarios y empleados con mayor conocimiento acerca de los Derechos Humanos.
- Políticas empresariales en relación con el respeto a los Derechos Humanos.
- Disminución en las posibles actividades de discriminación laboral que se presentan incluso de manera involuntaria en el sector joyero.

Tabla 8. Plan de acción para "Promover y proteger los derechos humanos"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Plan de sensibilización de los posibles riesgos de impacto sobre los DDHH en actividades joyeras	Accionistas	Empresas participantes
	Empleados	
	Proveedores	
Programa de capacitación en actividades de prevención, reparación y supervisión de faltas a los DDHH	Accionistas	Empresas participantes
	Empleados	
	Proveedores	

Posibles barreras:

- Falta de participación de empresarios en los programas de capacitación y sensibilización.
- Dificultad en ampliar las limitantes percepciones de los accionistas acerca de la relevancia y el amplio contenido de los Derechos Humanos.

6.2.4 Estrategias de Condiciones laborales, seguridad y salud en el trabajo

1. Promover salud y bienestar en colaboradores

Los empresarios del sector consideran a los colaboradores como parte fundamental de sus empresas por lo que les interesa mantener con ellos una buena y sana relación. Promover un ambiente de bienestar y generar condiciones saludables, es fundamental para garantizar un mejor entorno laboral.

Resultados esperados:

- Mejor disposición y rendimiento de los trabajadores durante la jornada laboral.
- Mejor ambiente laboral en las empresas que desarrollen actividades de bienestar.
- Disminución de enfermedades laborales y problemas de salud en trabajadores.

Tabla 9. Plan de acción para "Promover salud y bienestar en colaboradores"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPO DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Plan de promoción de programas de bienestar	Accionistas	Programas de bienestar resultantes a partir de la ejecución del plan
	Empleados	

Posibles barreras:

- Dificultad en la mejora de la percepción de los empresarios en referencia a la dificultad y el alto costo para el desarrollo de programas de bienestar.
- Tiempo limitado para que los empleados participen en actividades de bienestar.

2. Fomentar la seguridad en todos los grupos de interés

Las empresas tanto públicas como privadas, deben responsabilizarse por asegurar y proteger el personal y las propiedades de actos violentos. Existen muchos riesgos a los que todos los grupos de interés están expuestos, desde hurtos hasta posibles accidentes causados por actividades o elementos dentro de la empresa.

Para promover la seguridad en los stakeholders es necesario identificar posibles riesgos y amenazas para prevenir daños y establecer procedimientos de seguridad.

Resultados esperados:

- Reconocimiento de riesgos de seguridad comunes en empresas joyeras.
- Programas de gestión de salud y seguridad diseñados para cada empresa en particular.
- Mejores condiciones de seguridad para el personal vinculado de manera directa a la empresa.
- Programas de Salud y Seguridad en el trabajo creados en las empresas.

Posibles barreras:

- Existencia de múltiples enfermedades laborales causadas por el desarrollo de actividades repetitivas y exposición a productos químicos tóxicos que necesiten planes de acción adicionales.
- Poca participación de los grupos de interés en capacitaciones de prevención y acciones de seguridad.

Tabla 10. Plan de acción para "Fomentar la seguridad en todos los grupos de interés"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Plan de sensibilización de los posibles riesgos de impacto en seguridad y protección empresarial	Accionistas	Empresas participantes
	Empleados	
	Clientes	
	Comunidad local	
Programa de capacitación en manejo de sustancias peligrosas	Accionistas	Empresas participantes
	Socios estratégicos	
	Empleados	
	Comunidad local	
Plan para cumplimiento de normatividad referente a prevención y capacitación en acciones de seguridad	Accionistas	Programas de seguridad resultantes a partir de la ejecución del plan
	Empleados	
	Gobierno	
	Comunidad local	

6.2.5 Estrategias de Medio ambiente

1. Mejorar el uso adecuado de los recursos y prevenir y disminuir el impacto ambiental

El mejor uso de los recursos naturales y el cuidado del medio ambiente hacen parte de los principales elementos contemplados en todas las políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Como uno de los mayores impactos en la actividad joyera, se resalta el uso de sustancias tóxicas que pueden contaminar el ambiente y el agua principalmente, para eso, el uso de nueva tecnología es una de las mejores acciones que contrarresta los posibles impactos ambientales. Además de esta, es importante detectar las demás fuentes contaminantes para prevenirlas, mitigarlas, tratarlas o en lo posible eliminarlas.

Resultados esperados:

- Disminución en el consumo de recursos naturales.
- Sistemas de reciclaje para los talleres de producción.
- Proyectos sectoriales para promover compra de nueva tecnología.
- Sistemas de gestión efectiva de residuos, emisiones, efluentes y material particulado.

Tabla 11. Plan de acción para "Mejorar el uso adecuado de los recursos y prevenir y disminuir el impacto ambiental"

ACCIÓN / PROGRAMAS	GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS	INDICADOR
Plan de concientización ambiental para el uso de los recursos naturales	Accionistas	Empresas y personas participantes
	Socios estratégicos	
	Empleados	
	Proveedores	
	Comunidad local	
Programa de capacitación en manejo de residuos, emisiones, efluentes y material particulado (tratamiento, manipulación y supervisión)	Accionistas	Empresas participantes
	Empleados	
	Comunidad local	
Plan sectorial para ahorro de agua y energía	Accionistas	Disminución en consumo de agua y energía eléctrica en empresas participantes, a partir de la ejecución del plan
	Empleados	
	Gobierno	
	Comunidad local	

Posibles barreras:

- Resistencia de los empresarios a la posible adquisición de nueva tecnología ambientalmente responsable por sus elevados costos.
- Poca participación de empresarios y empleados a las jornadas de capacitación.

- Dificultad en la implementación de programas de manejo de residuos en las empresas, por falta de estandarización en los procesos productivos.

6.3 PRIORIZACIÓN DE ESTRATEGIAS

De acuerdo a la importancia e impacto sobre el desarrollo sostenible del sector, se priorizarán las estrategias a través del uso de la Matriz de Holmes. Para esto, se calificarán con valores entre 0 y 1 las opciones a comparar, aplicando mayor valor a las que generan más impacto sobre la sostenibilidad sectorial.

Esta priorización se realizó con la información obtenida del diagnóstico y la colaboración del Director del Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, como representante y conocedor del sector.

Con los resultados obtenidos de la matriz (Ver figura 14), se obtuvo una priorización inicial con dos parejas de estrategias empatadas en las posiciones 3 y 4 y 7 y 8 que posteriormente se evaluaron de manera particular y se ordenaron con base en la información obtenida en la investigación realizada para finalmente, establecer la priorización de la siguiente manera:

1. Gestionar el direccionamiento estratégico empresarial.
2. Promover y proteger los derechos humanos.
3. Promover buenas prácticas comerciales entre empresas competidoras, distribuidores, proveedores y clientes.
4. Mejorar el uso adecuado de los recursos y prevenir y disminuir el impacto ambiental.
5. Incentivar la formalización empresarial.
6. Promover salud y bienestar en colaboradores.
7. Fomentar la seguridad en todos los grupos de interés.

8. Prevenir y disminuir los riesgos de corrupción dentro de las empresas.

9. Fomentar mejores relaciones con grupos de interés.

Figura 14. Matriz de Holmes

IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL SECTOR

ESTRATEGIAS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	TOTAL
1	Gestionar el direccionamiento estratégico empresarial	1	1	1	0,5	0,5	0,5	1	0,5	6	
2	Incentivar la formalización empresarial	0	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	4	
3	Fomentar mejores relaciones con grupos de interés	0	0,5	0,5	0	0	0,5	0,5	0	2	
4	Prevenir y disminuir los riesgos de corrupción dentro de las empresas	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3	
5	Promover buenas prácticas comerciales entre empresas competidoras, distribuidores, proveedores y clientes	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	4,5	
6	Promover y proteger los derechos humanos	0,5	0,5	1	0,5	0,5	1	1	0,5	5,5	
7	Promover salud y bienestar en colaboradores	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	3,5	
8	Fomentar la seguridad en todos los grupos de interés	0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3	
9	Mejorar el uso adecuado de los recursos y prevenir y disminuir el impacto ambiental	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	4,5	

6.4 SOCIALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS

Como acción final para la validación de la propuesta planteada, se socializaron las estrategias con los empresarios participantes durante la investigación del diagnóstico.

Inicialmente se planteó la socialización como un encuentro con los empresarios en las instalaciones del Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, pero debido a la baja participación de ellos durante la investigación y su poca disponibilidad de tiempo, se decidió realizar un práctico documento que presenta de manera resumida el trabajo realizado durante este proyecto.

El documento se realizó tipo plegable y registra definiciones concretas de la Responsabilidad Social Empresarial, la sostenibilidad y los grupos de interés, el Consejo de Joyería Responsable y su Código de prácticas y la cadena de abastecimiento de la Joyería. Comprende además los resultados de la identificación y el análisis de los stakeholders para la industria joyera en el departamento y los puntos críticos determinados durante el diagnóstico sectorial, para finalizar con las estrategias de fortalecimiento empresarial enumeradas en orden de prioridad y con la definición del plan de acción propuesto para cada una de ellas. Ver figura 15.

Es importante resaltar que el documento de socialización se desarrolló de manera creativa y práctica para explicar fácilmente a los empresarios, los temas más relevantes y a través de él, promover el crecimiento sectorial sostenible basado en las prácticas responsables contempladas en el Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable. El plegable se envió a través de correo electrónico con un mensaje donde además se ofreció a los empresarios la disponibilidad del proyecto completo a través del CDTPJ, y se entregó impreso a algunos de ellos.

Figura 15. Contenido de plegable de socialización de resultados

ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ENFOCADAS EN PRÁCTICAS RESPONSABLES APLICABLES A EMPRESAS DE JOYERÍA EN SANTANDER



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE-

La **RSE** permite gestionar los riesgos de potenciales impactos causados por la organización para dar respuesta a los retos sociales, económicos y ambientales de la sociedad y generar nuevos caminos para el crecimiento económico y el desarrollo de sociedades más sostenibles.

SOSTENIBILIDAD

La **sostenibilidad** hace referencia a atender las necesidades actuales, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. Un **desarrollo sostenible** se logra al no comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las necesidades actuales.

STAKEHOLDERS

Los grupos de interés o stakeholders, son los grupos de individuos que afectan o se pueden ver afectados por las actividades de la empresa.

CADENA DE SUMINISTRO DE LA INDUSTRIA DE LA JOYERÍA



Extracción y beneficio de minerales

Proveedor

Fabricante

Canales de distribución

Cliente

CONSEJO DE JOYERÍA RESPONSABLE -RJC-

Organización dedicada a establecer y certificar estándares a lo largo de la cadena de suministros de los diamantes, el oro y los metales del grupo de platino empleados en la industria de la joyería.

CÓDIGO DE PRÁCTICAS

El código de prácticas, es un estándar creado por el RJC (Responsible Jewellery Council) que presenta lineamientos que establecen prácticas responsables teniendo en cuenta los derechos humanos y laborales, el medio ambiente y la ética comercial.

RELACION EMPRESA - GRUPOS DE INTERÉS

La relación entre las empresas de joyería y los grupos de interés en Santander, se especifica de la siguiente manera:

Grupos de interés	Descripción
Accionistas	★ Socios, propietarios, empresarios, dueños y gerentes de las empresas joyeras
Socios estratégicos	👤 Compañías que actúan como apoyo a la actividad principal de las empresas
Empleados	★ Personas vinculadas a la empresa como trabajadores que presentan subordinación laboral con el empleador
Gobierno	👤 Entidades gubernamentales que tienen relación con las empresas del sector
Clientes	😊 Personas o empresas que adquieren los productos fabricados por las joyerías
Competidores	☑ Empresas del sector con productos iguales o similares a los ofrecidos por las empresas de joyería
Proveedores	☑ Comercializadores de materias primas e insumos
Comunidad local	😊 Empresas y grupos de personas ubicados en cercanía a las sedes de las empresas o a su área de influencia

★ **Agentes claves:** Son poderosos por lo que la aceptación de las estrategias por parte de estos jugadores es una consideración importante.

😊 **Mantenerlos satisfechos:** Son poderosos pero pasivos debido a su bajo interés en las estrategias de la empresa pero pueden llegar a ser claves.

☑ **Informarlos constantemente:** Son importantes y pueden influenciar a los grupos de interés más poderosos.

👤 **Dedicarles más esfuerzo:** No han impactado de manera significativa a la empresa, por lo que es necesario supervisarlos y dedicarles mayor esfuerzo.



ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Las estrategias formuladas, son una guía que les facilitará a los empresarios del sector joyero, definir planes de acción y establecer nuevas prácticas enfocadas a la responsabilidad social teniendo en cuenta el estado actual que presenta la joyería en Santander.

PRINCIPALES PUNTOS CRÍTICOS

- Desconocimiento de RSE y Código de prácticas del RJC.
- Desconocimiento de la influencia de comunidad local, proveedores, competidores y gobierno en su empresa.
- Desconocimiento de informes de sostenibilidad.
- Informalidad en empresas pequeñas.
- Alto riesgo de soborno y corrupción.
- Inexistencia y falta de registro y comunicación de procesos y estrategias empresariales.
- Comunicación poco efectiva y sensación de riesgo con socios comerciales.
- Riesgos de incurrir en faltas a los DDHH.
- Desconocimiento de procesos de certificación de insumos.
- Desconocimiento de actividades que afectan las condiciones laborales de empleados.
- Desconocimiento de la importancia y el alcance de las actividades de seguridad en el trabajo y Salud ocupacional.
- Desconocimiento de actividades y/o procesos que de manera efectiva disminuyan los Impactos ambientales.

Estrategias de desarrollo empresarial

Estrategias de riesgo comercial

Estrategias de Derechos Humanos

Estrategias de Condiciones laborales, seguridad y salud en el trabajo

Estrategias de medio ambiente

Promover y proteger los derechos humanos 2

1. Plan de sensibilización de los posibles riesgos de impacto sobre los DDHH en actividades joyeras.
2. Programa de capacitación en actividades de prevención, reparación y supervisión de faltas a los DDHH.

Mejorar el uso adecuado de los recursos y prevenir y disminuir el impacto ambiental 4

1. Plan de concientización ambiental para el uso de los recursos naturales.
2. Programa de capacitación en manejo de residuos, emisiones, efluentes y material particulado (tratamiento, manipulación y supervisión).
3. Plan sectorial para ahorro de agua y energía.

Promover salud y bienestar en colaboradores 6

1. Plan de promoción de programas de bienestar.

Prevenir y disminuir los riesgos de corrupción dentro de las empresas 8

1. Programa de capacitación en riesgos de corrupción y soborno.

Gestionar el direccionamiento estratégico empresarial 1

1. Programa de sensibilización y orientación estratégica.
2. Programa de fortalecimiento empresarial a través del crecimiento y desarrollo sostenible.

Promover buenas prácticas comerciales entre empresas competidoras, distribuidores, proveedores y clientes 3

1. Programa de implementación de buenas prácticas comerciales empresariales.
2. Programa de capacitación en certificación de materiales y minerales preciosos.
3. Plan para fomentar la entrega de certificado de origen de los productos a los clientes.

Incentivar la formalización empresarial 5

1. Plan sectorial para promover la legalización empresarial.

Fomentar la seguridad en todos los grupos de interés 7

1. Plan de sensibilización de los posibles riesgos de impacto en seguridad y protección empresarial.
2. Programa de capacitación en manejo de sustancias peligrosas.
3. Plan para cumplimiento de normatividad referente a prevención y capacitación en acciones de seguridad.

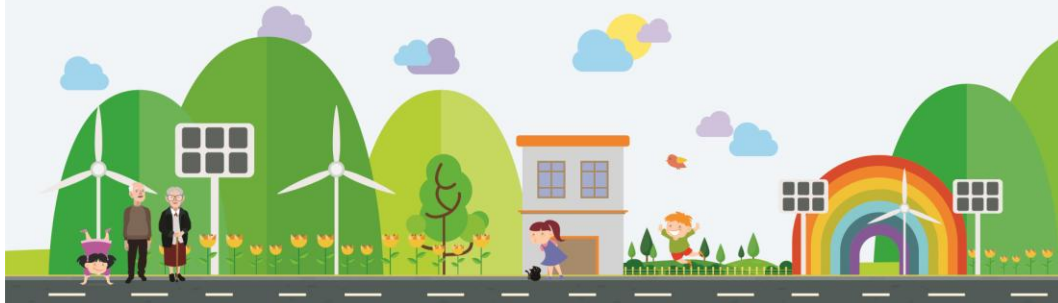
Fomentar mejores relaciones con grupos de interés 9

1. Plan de concientización de la importancia de todos los participantes en la cadena de suministro del sector

Socialización de resultados del proyecto "Estrategias para el fortalecimiento del sector joyero en Santander a partir del Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable".

Si desea conocer con mayor detalle los resultados de este proyecto, por favor solicite el documento completo al Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería al correo electrónico cdtpjjoyeria@gmail.com

Elaborado por Natalia Daza Carvajal



7 CONCLUSIONES

- El código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable es un documento que de manera completa abarca los principales aspectos relevantes en el tema de Responsabilidad Social Empresarial en la joyería y minería a nivel mundial. Las estrategias que se presentan como resultado de este proyecto, se formulan con un lenguaje y un proceso de implementación sencillo, con la intención de que sean fácilmente entendibles y aplicables por los empresarios del sector joyero.
- La realización de un diagnóstico sectorial presenta múltiples dificultades a la hora de su ejecución. En este caso una de las principales restricciones que además era determinante a la hora de establecer tendencias de comportamiento, fue la baja participación de los empresarios durante el desarrollo de la investigación, pues son ellos quienes fuera de la literatura y la documentación sectorial disponible, tienen información primaria acerca de las condiciones actuales de las empresas en temas de ámbito social, económico y ambiental. Aún así, la información obtenida de primera mano de los empresarios, evidenció una tendencia en el comportamiento de los resultados que permitió realizar el análisis sectorial.
- La poca información documentada acerca del sector a nivel regional, fue otra limitante relevante durante la investigación, pues por ser Santander un departamento donde la mayoría de sus joyerías funcionan de manera informal o no están vinculadas al único centro de apoyo sectorial, no existen estadísticas o registros actualizados que sirvan de base para establecer informes de la industria.

- El Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable presenta lineamientos claros y definidos con enfoques específicos para su valoración. Durante el diagnóstico se evaluaron aspectos económicos, sociales y ambientales presentados en el Código de prácticas y desarrollados durante toda la cadena de abastecimiento del Sector minero-joyero, dando como resultado que las empresas joyeras por desconocimiento de las diferentes variables que pueden afectar su desarrollo, tienen riesgos de generar impactos negativos a través de sus actividades.
- Entre los aspectos evaluados, en el ámbito social, la interacción con los grupos de interés no genera impactos negativos significativos, pese a que los empresarios no tienen claridad acerca de quienes son sus stakeholders, su relación y sus condiciones se desarrollan de manera positiva y trabajan constantemente por ofrecer mejores opciones durante la actividad empresarial. Evaluando el aspecto ambiental, se evidenció que el uso de sustancias peligrosas, la emisión de gases y la generación de efluentes y material particulado sigue siendo una constante desde los inicios de esta industria, pero el interés por parte de empresarios de causar menores impactos al ambiente, ha generado la implementación de actividades y acciones de control. Y finalmente, en el ámbito económico, se encontró que existen muchas actividades que pueden aportar al crecimiento económico y sostenible del sector, la creación de informes de sostenibilidad, la exigencia de certificados de origen a proveedores y la entrega de información precisa a distribuidores y clientes, serán herramientas que permitirán lograr un mayor reconocimiento de la industria, garantizando un mayor alcance comercial.
- Establecer y vincular las estrategias a enfoques puntuales de Responsabilidad Social Empresarial en base a los puntos críticos

identificados durante el diagnóstico, resulta conveniente y fácilmente aplicable debido a que surgieron de las condiciones actuales propias del sector y de las acciones de interés propuestas por los empresarios, permitiendo que la adopción de estas estrategias se realice con mayor facilidad.

- Como resultado de la fase de formulación de estrategias, se plantearon seis enfoques definidos por el desarrollo empresarial, el riesgo comercial, los Derechos Humanos, las condiciones laborales, seguridad y salud en el trabajo y el medio ambiente, con nueve estrategias vinculadas que pretenden promover la Responsabilidad Social Empresarial y lograr resultados verdaderamente significativos para la sostenibilidad sectorial.
- Con el fin de exponer a los empresarios el amplio alcance de las estrategias propuestas y a la vez facilitar la implementación de estas, se formularon además de los resultados esperados y las posibles barreras, planes de acción con programas y/o actividades específicas que permitirán a las empresas y entidades sectoriales desarrollarlas y así iniciar una gestión de Responsabilidad Social Empresarial.
- La mayoría de los planes de acción propuestos para cada una de las estrategias se enfocan en la capacitación y formación a empresarios y trabajadores en temas de RSE, pues durante la evaluación y diagnóstico sectorial, se evidenció que las principales deficiencias encontradas surgen por el desconocimiento de conceptos, normatividad, procesos y actividades de gestión. A su vez y por el desarrollo de la investigación del proyecto, estas estrategias apuntan de manera directa al cumplimiento de las cláusulas del Código de prácticas aplicables a las empresas de joyería, permitiéndoles además, aspirar en un tiempo futuro a la certificación del Consejo de Joyería Responsable, válido a nivel mundial.

- Debido a la limitada participación de los empresarios durante las actividades propuestas para el desarrollo de este proyecto, se determinó realizar la socialización de los resultados a través de un documento diseñado de manera creativa, que presenta los principales conceptos trabajados para llegar de manera más amigable a ellos.
- La cartilla informativa y su disponibilidad para las empresas de joyería en el departamento, es un apoyo importante para promover la creación de estrategias y planes de Responsabilidad Social Empresarial en entidades del sector, pues a través de esta investigación se ha logrado que accionistas, proveedores y distribuidores principalmente, ahora conozcan un poco más acerca del tema y consideren necesario profundizar en prácticas responsables para así lograr mayores impactos positivos en sus empresas y consecuentemente un mayor reconocimiento sectorial.
- La cartilla contiene conceptos generales de Responsabilidad Social Empresarial, la identificación, evaluación y relación entre la empresa y los grupos de interés, un diagrama con la cadena de abastecimiento sectorial y otro con el paso a paso para lograr la formulación de las estrategias, los puntos críticos identificados en las dos primeras fases del proyecto y finalmente las nueve estrategias con sus respectivos planes de acción.

8 RECOMENDACIONES

- El sector de la joyería como cualquier sector manufacturero, necesita actualización constante acerca de nuevas tecnologías y procesos que apoyen el crecimiento empresarial. En este caso en particular, las actividades de capacitación en temas administrativos, operativos y tecnológicos podrán impulsar la participación de las empresas en proyectos de fortalecimiento que generen mejoras continuas en la industria.
- Los programas de formación enfocados a actividades operativas y de gestión desarrolladas en empresas joyeras, pueden ser realizados en entidades de formación complementaria o desarrollarse como materias electivas o de profundización en Universidades o como talleres o cursos cortos en Escuelas de diseño, artes y oficios en Colombia. Esto garantizaría un mayor alcance a personas que puedan trabajar de manera directa en estas actividades, promoviendo a la vez la educación formal en el sector.
- El acceso a créditos y a proyectos de fortalecimiento empresarial, son algunas opciones con las cuales se puede promover la participación de las empresas en procesos de tecnificación, a través de la adquisición de tecnología, logrando además disminuir los impactos causados por el uso de la maquinaria y herramientas actuales, que son carentes de tecnología ambientalmente sostenible.
- El conocimiento innato que presentan los empresarios y empleados de las organizaciones acerca de la actividad que desempeñan es muy importante como fuente de información en cualquier tipo de negocio. De manera recurrente deberían realizarse actividades para unificar y aprovechar estos

conocimientos con el fin de generar documentos con información relevante y suficiente, que sirvan para evaluar y en base a eso, promover mejoras en las prácticas y procesos o cualquier otra acción que impacte de manera positiva la actividad empresarial.

- Las entidades sectoriales son organizaciones debidamente informadas y preparadas para ofrecer apoyo constante a las empresas. El fortalecimiento de estas, garantiza la sostenibilidad de las empresas agremiadas, pues son quienes a través de capacitación, asesoría, asistencia técnica, servicios industriales y de orientación, ayudan a fortalecer y mejorar el desempeño empresarial. En el gremio joyero, existe actualmente la oportunidad de apoyar el crecimiento del centro sectorial para reforzarlo y a través de él, aportar al desarrollo sostenible de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- BANCO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Revista del Banco de la República número 1035, Nota editorial, El mercado del oro en Colombia.
- CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, Observatorio de Competitividad y Centro de Documentación, Marzo 3 de 2016.
- CÁMARA DE COMERCIO DE VALENCIA, ESPAÑA, Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social Empresarial para Pyme, Cuaderno 1: El diagnóstico previo y el plan de acción en RSE.
- CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO Y PRODUCTIVO DE JOYERÍA, Estrategia de producción más limpia de sector Joyería del área metropolitana de Bucaramanga, Sinopsis del proceso 2003 - 2007.
- CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO Y PRODUCTIVO DE JOYERÍA, Septiembre de 2014. Propuesta de actualización normativa, técnica y tecnológica para la cadena de producción de bienes con metales preciosos de Santander, mediante la implementación de sistemas de extracción, producción y certificación sostenibles ambientalmente.
- DAZA, Juan Carlos, Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, Julio de 2014. Documento preliminar del proyecto innovación técnica y tecnológica para la prevención y el tratamiento de residuos contaminantes del subsector de Joyería mediante el diseño y la adopción de metodologías ambientales sostenibles, para el SIGP – sistema integral de gestión de proyectos de Colciencias.
- CENTRO INTERNACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD. Revista RS 57. Creación de valor compartido.
- CENTRO INTERNACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD. Revista RS Edición especial Sector Minero - energético.

- CENTRO INTERNACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD. Revista RS Edición especial Gestión social sostenible, prácticas comunitarias.
- COMPROMISO RSE, Enero 21 de 2013. Reportaje "La RSE como factor clave para aumentar la competitividad. <<http://www.compromisorse.com/reportajes/2013/01/21/la-rse-como-factor-clave-para-aumentar-la-competitividad/>>
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACIÓN ISO, 2010. Folleto Descubriendo ISO 26000.
- SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA, Enero de 2005. Caracterización ocupacional de la cadena productiva de la joyería en Colombia.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES FENALCO. Análisis económico sobre el sector joyero en Colombia 2015.
- FUNDACIÓN ALIANZA POR LA MINERÍA RESPONSABLE, Abril 2014. Estándar Fairmined para oro de minería artesanal y de pequeña escala, incluyendo metales preciosos asociados.
- GLOBAL REPORTING INICIATIVE. Colecciones de aprendizaje del GRI "La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?".
- GOBERNACIÓN DE SANTANDER, Secretaría de Planeación, Noviembre de 1.997. Plan prospectivo de ciencia y tecnología para Santander 1997 - 2010, Capítulo 6. Investigación y desarrollo tecnológico en el sector Joyería.
- GÓMEZ H. O., Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín, 2011. Metodología para recuperar metales preciosos: oro, plata y grupo del platino, presentes en desechos electrónicos.

- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Bogotá, Colombia, Junio 4 de 2.003. Política Nacional de apoyo a la cadena productiva de la joyería, metales, piedras preciosas y bisutería en Colombia.
- MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, Noviembre de 2.015. Boletín Producción y exportación de metales preciosos III trimestre 2.015.
- MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA - MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Guía minero ambiental, Beneficio y transformación.
- RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL, Noviembre de 2013. Código de prácticas - Traducción en español.
- RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL, Noviembre de 2013. Manual de certificación - Traducción en español.
- REVISTA GERENTE, Número 194. Las empresas más responsables.
- REVISTA MERCADO, Argentina, Noviembre 2.012. El libro blanco de la responsabilidad social. Las 100 mejores empresas.
- REVISTA SEMANA, Abril 1 de 2.015. Medio ambiente, El nuevo flagelo que devora a Colombia.
- SÁNCHEZ, Álvaro y SANABRIA, Leonardo, 2010. Caracterización y diagnóstico de la cadena productiva de la joyería en Santander: Un enfoque estratégico para su desarrollo competitivo.
- SERVICIO INTERNACIONAL DE APRENDIZAJE SENA. Portal de Oferta Educativa. <www.senasofiaplus.edu.co>

ANEXOS

Anexo A. Instrumento de recolección de información

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La Responsabilidad Social Empresarial es un instrumento eficaz que permite gestionar los riesgos de potenciales impactos sociales y ambientales de la organización y las oportunidades del desarrollo de productos y servicios innovadores que contribuyen a dar respuesta a los retos sociales y ambientales de la sociedad y conducen a nuevas formas de creación de valor compartido. A su vez, el Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable, es un estándar que incluye las buenas prácticas y el desempeño sustentable empresarial, enfocado a la joyería a nivel mundial.

Teniendo en cuenta los impactos causados por la producción de joyería en el país y la necesidad de identificar la realidad del sector frente a estos temas para proponer acciones, actualmente se está desarrollando el proyecto "Estrategias para el fortalecimiento del sector joyero en Santander a partir del Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable", como Trabajo de Grado del Programa de Maestría Gerencia en Negocios de la Universidad Industrial de Santander. El proyecto pretende plantear estrategias enfocadas a la Responsabilidad Social Empresarial aplicables a empresas joyeras teniendo en cuenta el código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable. Estas estrategias aportarán al crecimiento de las empresas del sector en Santander, siendo una guía que les facilitará definir planes de acción y establecer nuevas prácticas enfocadas a la Responsabilidad Social teniendo en cuenta el estado actual que presenta la joyería en el departamento.

Para lograr los objetivos propuestos, es necesario obtener información de fuentes primarias sobre la aplicación de prácticas responsables y sostenibles en el sector de la joyería que dan soporte a los resultados que se esperan de la investigación, motivo por el que su empresa ha sido seleccionada para participar en el estudio, dado que es reconocida por el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, como una compañía con trayectoria en Santander.

La participación de su empresa en este proceso, se hace de manera autónoma y voluntaria, mediante la realización de una entrevista y/o encuesta donde se solicitará información relacionada con el sector y algunas prácticas empresariales desarrolladas en su empresa, sin indagar puntualmente en procesos productivos y/o logísticos que considere de su know how o que representen para su empresa, alguna ventaja competitiva. La información suministrada por parte de ustedes como empresa, tendrá un tratamiento confidencial, y en ningún caso se publicarán resultados del estudio de manera particular. De la información obtenida en este estudio, se obtendrán las fortalezas y debilidades generales del sector detectadas por los empresarios y se formularán estrategias de fortalecimiento para los puntos críticos resultantes. El documento final será socializado con los participantes, quienes además lo tendrán disponible para su consulta en el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería.

Si usted tiene alguna pregunta o aclaración con respecto a su participación, puede solicitar aclaraciones y asesoría con la confianza de obtener respuesta veraz acerca de la investigación que se realiza.

Luego de leer y comprender lo anterior, acepta hacer parte de manera libre y voluntaria, de la investigación empresarial desarrollada en el proyecto titulado "Estrategias para el fortalecimiento del sector joyero en Santander a partir del Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable".

Firma: _____

Nombre participante: _____

Empresa: _____

Contacto investigación:

Natalia Stefanie Daza Carvajal
Investigador principal
Estudiante de Maestría en gerencia de negocios
Universidad Industrial de Santander
nataliasdc@hotmail.com

Contacto Comité de Ética: Para preguntas o aclaraciones acerca de los aspectos éticos de ésta investigación puede comunicarse con el Comité de Ética para la Investigación Científica CIENCI-UIS, Oficina 245. Sede Bucarica (carrera 19 #35 -02 centro). Teléfono 634 4000 Extensión 3808.

Las preguntas planteadas a continuación están organizadas por temas específicos, aplicables a empresas del sector:

Rse y sostenibilidad

1 Considera usted que su conocimiento acerca de la Responsabilidad Social Empresarial y el Consejo de Joyería Responsable es:

Suficiente Básico No conozco No me interesa

2 La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) busca un mejor desempeño a las empresas que de manera voluntaria, adoptan prácticas que aportan al desarrollo social, económico y ambiental.

Le interesaría implementar políticas de RSE en su empresa?

Si No No veo ventajas al hacerlo

3 Los grupos de interés o stakeholders, son los grupos de individuos que afectan o se pueden ver afectados por las actividades de la empresa.

A Señale y priorice los que considere que generan mayor impacto sobre la empresa, enumerando con el 1 el más influyente

Accionistas Empleados Clientes Proveedores
 Socios Gobierno Competidores Comunidad
estratégicos

Otros _____

B Señale y priorice los que considere que son más afectados por la empresa, enumerando con el 1 el más impactado

Accionistas Empleados Clientes Proveedores
 Socios Gobierno Competidores Comunidad
estratégicos

Otros _____

4 Teniendo en cuenta la importancia de los grupos de interés para el desarrollo empresarial y la comunidad en general, que propondría en su organización para promover su participación? Marque con una x las que considere necesarias.

Conocer sus necesidades Crear iniciativas que los incluya
 Responder a sus expectativas Evaluar los impactos causados en ellos

Otros _____

5 Los informes de sostenibilidad comunican la medición, el análisis y seguimiento del desempeño social, económico y ambiental de la empresa a los grupos de interés.Cuál es su posición frente a estos reportes?

No los conozco No podría hacerlos por falta de información
 No los considero útiles Me interesaría realizarlos

Normatividad legal

6 En su empresa hay una persona responsable de garantizar el cumplimiento de las normas, leyes, permisos y licencias aplicables a su empresa?

Si No

7 Ha realizado auditorías internas de sus registros contables?

Si No

8 En Colombia son ilegales los sobornos y pagos para facilitar trámites y generan riesgos a las personas involucradas y a la empresa, por lo tanto es importante identificar transacciones sospechosas y prevenirlas.

Cuál o cuáles de éstas actividades realizaría para evitarlo?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Desarrollar programas anticorrupción | <input type="checkbox"/> Fomentar una relación de confianza con socios comerciales para identificar posibles sospechas |
| <input type="checkbox"/> Realizar capacitaciones antisoborno a los grupos de interés | <input type="checkbox"/> Crear políticas antisoborno |
| <input type="checkbox"/> Realizar evaluaciones de riesgo para identificar vulnerabilidad | |

Otras _____

Estrategia empresarial

9 Marque con una x las características con las que cumple su política empresarial:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> La empresa no cuenta con política empresarial | <input type="checkbox"/> Es revisada y/o modificada una vez al año |
| <input type="checkbox"/> La política está escrita | <input type="checkbox"/> No ha sido modificada desde que se creo |
| <input type="checkbox"/> Ha sido socializada con los grupos de interés | <input type="checkbox"/> Incluye prácticas responsables |
| <input type="checkbox"/> Está disponible para cualquier persona | <input type="checkbox"/> Incluye el respeto por los Derechos Humanos |
| | <input type="checkbox"/> Incluye la lucha contra el trabajo infantil |

10 Por favor seleccione los procesos y/o actividades que son documentados:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Políticas de procesos disciplinarios | <input type="checkbox"/> Informe de gestión (incluye logros obtenidos y retos pendientes, resumen y avance de proyectos y actividades) |
| <input type="checkbox"/> Procesos de quejas y reclamos | <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores |
| <input type="checkbox"/> Procesos exigidos por ISO 9001 - Gestión de la calidad- | |

Socios comerciales

11 Los socios comerciales son empresas con las que se realiza compra o venta directa de productos o servicios que participan en los procesos de fabricación y comercialización de los productos de joyería, por ejemplo: proveedores de materias primas, comercializadoras, empresa de seguridad, agencias de contratación de personal, etc.

- | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| A. Reconoce quienes son sus principales socios comerciales? | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| B. Tiene comunicación constante y efectiva con ellos? | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| C. Conoce los riesgos de esa relación comercial? | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| D. Comparten códigos de conducta? (el código es la declaración de compromiso del cumplimiento de normas, valores y prácticas comerciales entre la empresa y | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| E. Promueve en ellos prácticas responsables? | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |

Derechos humanos

- 12 Los derechos humanos son derechos inherentes a los seres humanos, sin distinción ni discriminación alguna. En todas las empresas existe el riesgo de incurrir en faltas a los DDHH.

- La empresa conoce los riesgos de su actividad que pueden impactar los DDHH
- Se conocen las posibles fuentes de discriminación en la empresa
- Se conocen los riesgos y se han creado mecanismos para su prevención
- Existen mecanismos de reparación y supervisión de estos impactos
- Entre los empleados se han generado algunos problemas de discriminación
- Ninguna de las anteriores

Seguridad física

- 13 La seguridad es una necesidad básica que garantiza la protección de los empleados, propiedades y la reputación de la empresa.

Marque con un x las actividades que se cumplen en su empresa:

- La política de seguridad promueve seguridad para todos los grupos de interés
- La política de seguridad prioriza la protección de las personas
- El personal de seguridad es capacitado e inducido en actividades propias de la empresa
- La empresa tiene evaluación de los riesgos de seguridad
- Ninguna de las anteriores

Insumos certificados

- 14 Los siguientes son entidades y procesos que certifican la calidad y procedencia de algunos insumos. Por favor marque los que conozca:

- Proceso Kimberley (certificación que garantiza que los diamantes no son de zonas de conflicto)
- Diamond book (Terminología y clasificación de diamantes)
- Precios metal book (Terminología y clasificación de metales preciosos)
- Confederación internacional de Joyeros CIBJO
- World Diamond Council
- World Gold Council
- Ninguna de las anteriores

- 15 Acerca de los certificados de origen.

Por favor marque con una x las que se cumplan en su empresa:

- La empresa genera informe de clasificación y valuación de diamante al consumidor final ESTA AFIRMACIÓN SOLO ES VÁLIDA PARA EMPRESAS QUE VENDAN DIRECTAMENTE AL CONSUMIDOR FINAL (VENTA DIRECTA AL PÚBLICO)
- La empresa está inscrita en el RUCOM (Registro único de comercializadores de minerales)
- Los clientes reciben información clara y precisa de las características de los productos
- Los proveedores son comerciantes autorizados y expiden certificados de origen
- Los proveedores no expiden certificados de origen pero existen mecanismos con los que la empresa garantiza que los diamantes no hacen parte de zonas de conflicto y son legalmente extraídos
- Ninguna de las anteriores

Condiciones laborales

- 16 Por favor seleccione con cuales de las siguientes garantías cuentan los empleados:
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Contrato escrito | <input type="checkbox"/> Manual de funciones |
| <input type="checkbox"/> Igualdad de oportunidad al momento de aspirar a un cargo | <input type="checkbox"/> Seguridad social, ARL y demás prestaciones |
| <input type="checkbox"/> Trabajo máximo establecido por las horas diarias y semanales legales | <input type="checkbox"/> Registro y pago de horas extras según ley |
| <input type="checkbox"/> Descanso semanal legal | <input type="checkbox"/> Registro y pago de tareas a destajo |
| <input type="checkbox"/> Pago de salario con frecuencia fija | <input type="checkbox"/> Horas extras voluntarias |
| <input type="checkbox"/> Entrega de recibo de pago del salario | <input type="checkbox"/> Salario mínimo ofrecido es el SMMLV |
| <input type="checkbox"/> Licencias legales | <input type="checkbox"/> Salario relacionado con los estándares de la industria |
| | <input type="checkbox"/> Vacaciones anuales legales |

- 17 Para los contratos bajo la modalidad de prestación de servicios, de qué forma garantiza los beneficios laborales y seguridad social de los empleados?
-
-

- 18 A los empleados que realizan tareas a destajo les garantiza cuota mínima diaria o semanal?
- Si No

- 19 El pago de salario a los empleados al realizarle los descuentos por préstamos y demás, siempre es igual o mayor al SMMLV?
- Si No

- 20 Las asociaciones de empleados tienen el objetivo de defender y promover los intereses de los trabajadores y los convenios colectivos definen términos y condiciones de empleo entre los trabajadores y el empleador.

Por favor marque con una x las actividades realizadas en su empresa:

- Ya existe o ha promovido la conformación de asociación entre los empleados
- En la gerencia hay una persona encargada de las negociaciones con los trabajadores
- Los convenios entre empleados y empleadores se registran por escrito y se firman
- Los procesos de quejas y reclamos son efectivos
- Ninguna de las anteriores

Salud ocupacional y seguridad industrial

- 21 Cúales de las siguientes acciones le ofrece la empresa a sus empleados?

- Programa de seguridad y salud ocupacional
- Actividades de prevención de lesiones por esfuerzos y actividades repetitivas
- Equipos de protección personal
- Programa de salud y bienestar adicional al legalmente obligatorio
- Capacitación en controles y procedimientos en caso de emergencia
- Ninguna de las anteriores

22 Cuáles de las siguientes acciones realiza la empresa para disminuir y/o evitar riesgos de salud y seguridad sobre los grupos de interés?

- Existe una persona responsable de la seguridad industrial y salud ocupacional
- Revisión y mantenimiento frecuente de maquinaria y equipos
- Simulacro de evacuación con todos los empleados por lo menos una vez al año
- Programas de seguridad y salud para visitantes y comunidad local
- Existen mecanismos de extracción de gases, olores y productos químicos
- Bigadistas y personal capacitado dotados con herramientas de prevención
- Protocolos para manipulación, almacenamiento y transporte de residuos
- Supervisión constante al tratamiento de desechos y residuos
- Ninguna de las anteriores

Impactos ambientales

23 Tiene identificados los desechos y emisiones que se generan durante el proceso productivo?

- Si No

24 Los principios para la reducción de residuos son reducir, reutilizar, reciclar y recuperar. Por favor relacione las acciones que ha identificado para reducir desechos y emisiones en la empresa.

25 Las sustancias peligrosas son insumos o materias primas que presentan amenaza a la salud o al medio ambiente y se manipulan durante los procesos productivos. Marque las actividades que realiza para prevenir accidentes con ellas:

- Identificación e inventario de las sustancias peligrosas
- Evases referenciados con fichas de seguridad accesibles
- Uso de productos alternativos para reemplazar las sustancias peligrosas

26 Qué tipo de control ejerce para el uso eficiente de la energía y el agua?

27 Qué actividades considera que puede implementar para mejorar el desempeño ambiental de la empresa, minimizando o eliminando los posibles impactos?

Anexo B. Base de datos empresarial CDTPJ

BASE DE DATOS EMPRESAS

	RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD
1	ALQUIMIA JOYERÍA	Fabricación
2	AVILAH TALLADORES	Fabricación
3	C.I. COLOMBIAN E.U	Fabricación
4	C.I. METALES Y DERIVADOS S.A.	Fabricación
5	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL AMEXPROCOLOMBIA	Comercialización
6	COORPORACION TECNOLOGICA DEL ORIENTE	Fabricación
7	CRAW	Comercialización
8	CRISOL JOYEROS	Fabricación
9	CW JOYEROS	Fabricación
10	DAVID'S JOYEROS	Fabricación
11	DISEÑOS FB JOYERÍA	Fabricación y Comercialización al detal
12	FASHION GOLD	Fabricación y Comercialización al detal
13	G&G JOYEROS	Fabricación
14	GAD JOYEROS	Proveedor
15	GF ORO PLATA JOYERÍA	Fabricación
16	HERRAMIENTAS E INSUMOS	Proveedor
17	INFRAFICIE	Proveedor
18	JAIME EDUARDO SEQUEDA BECERRA	Fabricación
19	JESED JOYAS Y MÁS	Fabricación y Comercialización al detal
20	JOYAS EL PENTÁGONO	Fabricación
21	JOYERÍA D'FRANKLIN	Fabricación
22	JOYERIA PUMA	Comercialización
23	JP joyas	Fabricación
24	JSC JOYEROS	Fabricación
25	LA SALVE	Fabricación
26	LOPEZ Y CEBALLOS	Proveedor
27	MARIAN JOYERIA	Comercialización
28	MARVANT JOYEROS	Fabricación y Comercialización al detal
29	MULTIDETALLES	Fabricación
30	MULTIJOYAS	Fabricación
31	NAPOLEÓN ESPINOSA	Fabricación
32	NORBERTO RANGEL JEWELRY	Fabricación y Comercialización al detal
33	OC JOYEROS	Fabricación y Comercialización al detal
34	ORFEBRES JOYERIA GRANADOS	Fabricación
35	ORO & ARTE	Fabricación
36	PEDRO ABEL RODRIGUEZ	Fabricación
37	PEDRO PINTO	Proveedor
38	PEÑA METAL	Fabricación
39	PRODUJOYAS LTDA	Fabricación y Comercialización al detal
40	REYES ARISTIZABAL Y CIA LTDA	Fabricación
41	RGC JOYEROS	Fabricación
42	ROLE JOYEROS	Proveedor
43	SANTIAGO RUGELES	Fabricación
44	SORELLE -PRODUJOYAS	Fabricación
45	STEIN JOYAS	Fabricación
46	SW HERRAMIENTAS	Fabricación
47	VELKIOR	Fabricación
48	WILLINTON GORDILLO	Fabricación
49	XUE Designs	Fabricación
50	YS JOYEROS	Fabricación

Anexo C. Visualización de formulario en internet



SOLICITAR ACCESO DE EDICIÓN

Responsabilidad social empresarial en la Joyería en Santander

La Responsabilidad Social Empresarial es un instrumento eficaz que permite gestionar los riesgos de potenciales impactos sociales y ambientales de la organización y las oportunidades del desarrollo de productos y servicios innovadores que contribuyen a dar respuesta a los retos sociales y ambientales de la sociedad y conducen a nuevas formas de creación de valor compartido. A su vez, el Código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable, es un estándar que incluye las buenas prácticas y el desempeño sustentable empresarial, enfocado a la joyería a nivel mundial.

Teniendo en cuenta los impactos causados por la producción de joyería en el país y la necesidad de identificar la realidad del sector frente a estos temas para proponer acciones, actualmente se está desarrollando el proyecto "Estrategias para el fortalecimiento del sector joyero en Santander a partir del Código de Prácticas del Consejo de Joyería Responsable", como Trabajo de Grado del Programa de Maestría Gerencia en Negocios de la Universidad Industrial de Santander. El proyecto pretende plantear estrategias enfocadas a la Responsabilidad Social Empresarial aplicables a empresas joyeras teniendo en cuenta el código de prácticas del Consejo de Joyería Responsable. Estas estrategias aportarán al crecimiento de las empresas del sector en Santander, siendo una guía que les facilitará definir planes de acción y establecer nuevas prácticas enfocadas a la Responsabilidad Social teniendo en cuenta el estado actual que presenta la joyería en el departamento.

Para lograr los objetivos propuestos, es necesario obtener información de fuentes primarias sobre la aplicación de prácticas responsables y sostenibles en el sector de la joyería que dan soporte a los resultados que se esperan de la investigación, motivo por el que su empresa ha sido seleccionada para participar en el estudio, dado que es reconocida por el Centro de Desarrollo Tecnológico y Productivo de Joyería, como una compañía con trayectoria en Santander.

La participación de su empresa en este proceso, se hace de manera autónoma y voluntaria. La información suministrada por parte de ustedes como empresa, tendrá un tratamiento confidencial, y en ningún caso se publicarán resultados del estudio de manera particular.

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)

Google Forms

Anexo D. Matrices poder/interés.

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
ACCIÓNISTAS	Bajo		
	Alto		X

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
SOCIOS ESTRATÉGICOS	Bajo	X	
	Alto		

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
EMPLEADOS	Bajo		
	Alto		X

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
GOBIERNO	Bajo	X	
	Alto		

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
CLIENTES	Bajo		
	Alto	X	

		INTERÉS	
		Bajo	Alto
COMPETIDORES	Bajo		X
	Alto		

Proveedores		INTERÉS	
		Bajo	Alto
PODER	Bajo		X
	Alto		

Comunidad local		INTERÉS	
		Bajo	Alto
PODER	Bajo		
	Alto	X	