

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE
RESPONSABLE (P.G.I.S.R.)
PARA ENEBE REPRESENTACIONES S.A.
DESDE TRABAJO SOCIAL**

MYRIAN MARITZA MENESES ACELAS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL
BUCARAMANGA**

2011

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE
RESPONSABLE (P.G.I.S.R.)
PARA ENEBE REPRESENTACIONES S.A.
DESDE TRABAJO SOCIAL**

MYRIAN MARITZA MENESES ACELAS

**Trabajo de grado presentado como requisito
Para optar al título de Trabajadora Social**

**Directora
RUTH ZÁRATE RUEDA
Trabajadora Social**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL
BUCARAMANGA
2011**

A ese que desde el momento en que existe
ya nunca vuelves a dejar de sentirlo,
a ese gran amor,
que desde el primer instante
que lo tienes entre tus brazos
nunca más puedes dejar de amar,
a ese gran amor
que vez día con día crecer,
que cuando oyes su voz por primera vez
todo lo demás no importa,
todo es bello,
a ese gran amor,
que en las buenas y malas
tu estas con él,
a ese amor que te hace sentir
la mujer más feliz
y la más orgullosa del mundo,
a ese amor que solo puede sentir una mujer,
a ese amor que con el paso del tiempo
me ha enseñado a madurar,
si aunque a veces este amor me hace enojar,
llorar por cómo se porta también
fue este amor el que me hizo llorar de felicidad
cuando por primera vez su boquita dijo: MAMÁ.
Si a mi gran amor,
a este amor verdadero,
a esta clase de amor que jamás termina,
a este amor que es de por vida...

**Dedicado a mi hijo LUIS ALEJANDRO, a ti
sol de mis días, motivación y energía de mi
Vida.**

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por bendecirme con tantos valores y capacidades;
A mi nonita, María por su ejemplo de bondad y solidaridad;
A mis Padres, por guiarme por el camino del respeto, la responsabilidad y el compromiso;
A mi Esposo, por apoyarme incondicionalmente con su inmenso amor;
A mi Hijo, por el tiempo del que le he privado;
A mi Tía Martha, por cuidar con tanto amor a mi angelito;
A mi Hermana Meilín, por trasnocharse con mígo;
A Pedro, por su plena confianza y a todo el personal de la empresa que de una u otra forma contribuyeron a hacer realidad este proceso;
A mi amiga y guía la profe Ruth, por su ejemplo de vida y berraquera;
A mi querido profesor Eduardo Mantilla, por fomentar en mí una visión humana, social y ambiental de la empresa moderna;
A todos mis apreciados profesores y empleados de la UIS, que aportaron desde su profesionalismo y experiencia a ser de mí una trabajadora social consagrada y un ser humano con gran vocación y compromiso social.

A TODOS USTÉDES Y A LOS QUE NO NOMBRE AQUÍ, LOS LLEVO EN MI CORAZÓN POR APOYARME Y COLABORARME EN ESTE LARGO CAMINO QUE CONCLUYE PERO QUE ABRE OTRO NUEVO...

INFINITAS GRACIAS

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. HACIA LA TEORÍA PRÁCTICA DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE	20
2. DISPOSICIONES LEGALES FRENTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	37
3. ENEBE REPRESENTACIONES S.A. “PEOPLE PLAY´S”	46
3.1 RAZÓN SOCIAL Y NOMBRE COMERCIAL.	47
3.2 OBJETO SOCIAL.	49
3.3 IMAGEN INSTITUCIONAL.	49
3.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.	50
3.4 EL TALENTO HUMANO DE “PEOPLE PLAY´S”	51
3.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO: UN RETO INTERESANTE.	52
3.5.1 Política.	52
3.5.2 Misión.	53
3.5.3 Visión.	53
3.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: LA ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE PEOPLE PLAY´S.	53
4. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA: “HACIA EL RESPETO Y RECONOCIMIENTO DEL TALENTO HUMANO”	55
5. CARACTERIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA	62
5.1 TRABAJO SOCIAL IMPACTADO EN ENEBE REPRESENTACIONES S.A.	62
5.2 DIAGNÓSTICO SOCIAL:	63
5.3 JUSTIFICACIÓN.	69
5.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.	71

5.5 PROCESO METODOLÓGICO DE INTERVENCIÓN PROFESIONAL.	72
5.5.1 Operacionalización de los objetivos estratégicos.	72
5.6 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PROCESO DE INTERVENCIÓN.	98
6. ENEBE REPRESENTACIONES S.A HOY FRENTE A LA SOCIEDAD	143
7. ACERCÁNDONOS A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (R.S) Y SU ENFOQUE INTEGRAL	146
8. PRINCIPIOS DE LA R.S. ADOPTADOS POR ENEBE REPRESENTACIONES S.A.	150
9. LA GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE Y LA DINÁMICA CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE ENEBE REPRESENTACIONES S.A	152
10. GESTIÓN INTEGRAL DE ENEBE REPRESENTACIÓN S.A DESDE UN MARCO ÉTICO	156
11. ENEBE REPRESENTACIONES S.A Y SU ENTORNO	160
11.1 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA.	183
12. PROPUESTA: HACIA UNA EJECUCIÓN EFECTIVA DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE: <i>PLAN SOCIAL DE ENEBE REPRESENTACIONES S.A.</i>	186
12.1. JUSTIFICACIÓN.	186
12.2. OBJETIVOS	188
12.3. METAS GENERALES	189
12.4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS.	189
12.5. REQUERIMIENTOS DE IMPLEMENTACIÓN.	196
13. CONCLUSIONES	198
14. RECOMENDACIONES	200
BIBLIOGRAFÍA	202
ANEXOS	207

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Tabla 1: Que no es Responsabilidad Social	32
Tabla 2: Obligaciones legales de la empresa frente a su comunidad interna.	38
Tabla 3: obligaciones legales de la empresa frente a sus empleados.	39
Tabla 4: Obligaciones legales de la empresa frente a su población externa.	40
Tabla 5: Obligaciones legales de la empresa frente a sus proveedores.	42
Tabla 6: Obligaciones legales de la empresa frente a sus competidores.	42
Tabla 7: Obligaciones legales de la empresa frente a sus clientes.	43
Tabla 8: Obligaciones legales de la empresa frente al medio ambiente.	44
Tabla 9: Objetivo estratégico No. 1.	73
Tabla 10: Objetivo estratégico No. 2.	81
Tabla 11: Objetivo estratégico No. 3.	88
Tabla 13: Cronograma general del proceso de práctica 2010-2011.	96
Tabla 14: Cronograma general del proceso “construcción de la Política de Gestión Integral Socialmente Responsable (P.G.I.S.R) De ENEBE Representaciones S.A.”	97
Tabla 15: Estudio: diagnóstico estructura demográfica de la empresa.	119
Tabla 16: Planificación estratégica del proceso.	122
Tabla 17: Matriz categorial de análisis.	127
Tabla 18: línea estratégica N°1.	190
Tabla 19: línea estratégica N°2.	192
Tabla 20: línea estratégica N°3.	193
Tabla 21: línea estratégica N°4.	194
Tabla 22: línea estratégica N°5.	195
Tabla 23: Requerimientos De Implementación.	196

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfica 1: el Trabajo Social en la empresa.	22
Gráfica 2: espacios de intervención del Trabajador(A) Social en la empresa y el enfoque de R.S	22
Gráfica 3: objetivos de desarrollo del milenio. ONU.	31

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: logotipo marca comercial.	50
Figura 2: Organigrama General ENEBE REPRESENTACIONES LTDA.	54
Figura 3: Organigrama Gerencia De Gestión Humana.	57
Figura 4: El proceso de gestión humana.	58
Figura 5: Objetivos G.G.H.	59
Figura 6: Integralidad Visión y Misión de la G.G.H.	60
Figura 7: Procesos a desarrollar: Intervención de Trabajo Social.	61
Figura 8: Ciclo de gestión en un enfoque socialmente responsable.	100
Figura 9: Hoja de ruta para la construcción de la P.G.I.S.R.	105
Figura 10: Equipo de trabajo para la construcción y gestión de la P.G.I.S.R.	110
Figura 11: Elementos y fines de la R.S.	146
Figura 12. Integralidad del enfoque de GSR y los SGO.	152

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato de Entrevista Gerente De Gestión Humana	207
Anexo B. Puntos De Venta	209
Anexo C. Material Fotográfico Ubicación Institucional E Inventario De Antecedentes	211
Anexo D. diagnóstico Integral De Responsabilidad Social	216
Anexo E. Formato Encuesta Para El Estudio Socio Demográfico	217
Anexo F. Formato Encuesta Estudio Evaluación De Clima Laboral	226
Anexo G. Formato Encuesta Estudio Servicio y Satisfacción Del Cliente	236
Anexo H. Formato Fichas de Registro De Actividades	237
Anexo I. Afiche Convocatoria Del Personal	238
Anexo J. Cartilla De Responsabilidad Social	239
Anexo K. Folleto De Responsabilidad Social Para Administrativos	243
Anexo L. Folleto De Responsabilidad Social Para El Personal	245
Anexo M. Esquema de Valores ENEBE Representaciones S.A.	247
Anexo N. Grupos de Interés De ENEBE Representaciones S.A.	248
Anexo O. Carta Postulación Adhesión Al Pacto Global De La ONU	249
Anexo P. Certificado De La P.G.I.S.R. ENEBE Representaciones S.A.	250
Anexo Q. Evaluación Profesional De Práctica Por Parte De La Empresa	251
Anexo S. Material Fotográfico Actividades Realizadas	257
Anexo T: Gráficas estudio socio-demográfico ENEBE Representaciones S.A.	260

RESUMEN

TITULO: CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE (P.G.I.S.R.) PARA ENEBE REPRESENTACIONES S.A. DESDE TRABAJO SOCIAL*.

AUTOR(A): MYRIAN MARITZA MENESES ACELAS**.

PALABRAS CLAVES: Trabajo Social En La Empresa, Empresa Privada, Responsabilidad Social, Gestión Integral, Desarrollo Sostenible, Grupos De Interés, Política Social De Gestión, Pacto Mundial ONU.

DESCRIPCIÓN:

El presente proyecto describe la experiencia práctica que desde el Trabajo Social se desarrolló al interior de la empresa ENEBE Representaciones S.A. presente en cuatro de las principales ciudades del país: Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla y Cartagena; dedicada a la importación, distribución y comercialización de artículos deportivos, caracterizada en el sector social por su constante y fuerte compromiso con el desarrollo de las regiones donde impacta y de la sociedad colombiana en general. La intervención profesional se orientó a apoyar desde los pre saberes del Trabajo Social Organizacional y su acción en las empresas, y los saberes desarrollados durante el proceso; a acompañar, apoyar y proponer acciones para la construcción de la política de gestión integral, que oriente las prácticas sociales de la organización, con miras al desarrollo sostenible, al crecimiento de la empresa y sus grupos de interés y la calidad de vida de todas las personas que allí convergen.

La experiencia exigió a la profesional en formación desplegar habilidades que permitieran acercarse a la institución, adentrándose en su dinámica socio-económica, diagnosticar sus procesos relacionados con la gestión social, formular y planear estrategias de intervención que respondieran a las demandas y necesidades de la empresa, ejecutar la planeación, monitoreando y evaluando continuamente los avances y resultados. Orientándose este proceso desde los lineamientos y referentes teóricos que definen la Responsabilidad Social y desarrollo sostenible, propuestos desde la ciencia social, la academia, y los organismos e instituciones líderes en la materia. La población sujeto de intervención fueron los trabajadores de toda la empresa y las comunidades donde la empresa está presente.

Mediante la experiencia, se evidencia la necesidad de formular una propuesta de intervención que materialice la Política de Gestión Integral Socialmente Responsable, que en el último capítulo se presenta como respuesta a esta necesidad tangible de continuidad a la gestión social de la organización.

* Trabajo de Grado.

** Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Trabajo Social. Universidad Industrial de Santander. Directora: Ruth Zárate Rueda.

SUMMARY

TITLE: CONSTRUCTION OF THE INTEGRAL MANAGEMENT POLICY SOCIALLY RESPONSIBLE (PGISR) FOR ENEBE REPRESENTATIONS SA. FROM A SOCIAL WORK PERSPECTIVE¹

AUTHOR: MYRIAN MARITZA MENESES ACELAS**

KEY WORDS: Social Work in the Enterprise, Private Enterprise, Social Responsibility, Integrated Management, Sustainable Development, Interest Groups, Social Policy Management, UN Global Compact.

DESCRIPTION:

This project describes the practical and professional experience from a Social Work perspective and Implemented within the company “ENEBE Representaciones SA”, which is present in four major cities in the country/Colombia: Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla and Cartagena, a company engaged in the importation, distribution and marketing of sporting goods, characterized in the social sector for their continued and strong commitment to the development in the regions where impacts and the Colombian society in general.

The Social Work professional intervention was aimed to support from the Social Work pre organizational knowledge and action in business and knowledge developed during the process, to accompany, support and propose actions for the construction of a comprehensive management policy to guide social practices of the organization, towards a sustainable development, the growth of the company and its stakeholders and the quality of life for all people who converge there.

The experience demanded at the professional on training to deliver professional skills that enable her to approach the institution, getting deeper into its socio-economic dynamics, diagnose its processes related to corporate management, design and planning intervention strategies to respond to the demands and needs of the company, perform planning, monitoring and continuously assessing the progress and results.

This process has been guided from the theoretical framework and guidelines that define social responsibility and sustainable development, proposed from social science, academia, and agencies and leading institutions in the field. The target population of the intervention was all the company's workers, customers and the communities where the enterprise operates.

From the professional experience, is evident a clear need to formulate a proposal to materialize a Comprehensive Policy Management Socially Responsible, base on the proposed intervention and presented in the last chapter, as a response to this tangible need to social continuity in the management of the organization.

* Work of Degree

** Faculty of Human Sciences. School of Social Work. Universidad Industrial de Santander. Director: Ruth Zárate Rueda.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de grado se refiere al tema de Responsabilidad Social (RS) enfocado a las organizaciones económicas, en el caso particular, a la gestión empresarial de ENEBE Representaciones S.A.; donde el acompañamiento desde el Trabajo Social, represento un elemento significativo en la labor interdisciplinaria y humana, que demanda la adopción de este enfoque integral.

La responsabilidad social como enfoque de gestión pretende que las organizaciones orienten sus procesos desde fundamentos éticos, morales y sobre todo humanos, que sustenten los compromisos tangibles y concretos que desde la conciencia de los impactos y beneficios que recibe de su entorno, tanto inmediato como externo, surjan compromisos que deben ser asumidos con voluntad propia y desde el interés de ofrecer posibilidades de mejora en la calidad de vida digna a todas las personas que de una u otra forma se relaciona con la empresa.

En general, se podría presentar este enfoque de gestión como un eje transversal a la organización que integre un marco de respeto y compromiso con los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, con el fin de contribuir con el crecimiento y desarrollo económico sostenible, con el desarrollo humano y social, y con la vida plena y digna de los seres humanos que convergen en la empresa y sus procesos.

La responsabilidad social debe considerar todos los “stakeholders” o partes interesadas, e integrar a sus prácticas la buena gobernabilidad, los derechos humanos, los procesos comunicativos asertivos y la participación propositiva, las prácticas laborales y operativas justas, el respeto al medio ambiente, los asuntos de consumidores y el desarrollo comunicativo y social.

Por otra parte, la gestión humana como proceso clave en la administración organizativa tiene una relación inherente con la responsabilidad social, en la medida que ambas implican una posición ética ante el ser humano y a la vez se

configuran como potentes estrategias de negocio. Es necesario que esta gestión trascienda la administración del recursos humano o del personal, dejando de lado la tendencia mecanicista; en la empresa moderna se requiere dejar de concebir al hombre y a la mujer como máquinas, reconociendo la naturaleza misma del ser humano, donde siempre está presente la necesidad de sentirse importante, reconocido, valorado e involucrado en los procesos de la organización.

Desde los anteriores planteamientos se pretende fundamentar lo que fue la experiencia de práctica profesional al interior de la empresa ENEBE Representaciones S.A, llevada a cabo durante el segundo semestre de 2010.

ENEBE Representaciones S.A en su interés por fortalecer sus procesos de gestión y acercar a la organización a lo que es la empresa moderna, se traza el reto de direccionar sus principios éticos, morales, de gestión, gobernabilidad, administración y producción hacia un enfoque socialmente responsable, donde los seres humanos desde su dignidad y complejidad natural, sean el epicentro del buen gobierno y la gestión responsable y comprometida con el desarrollo, no solo de la misma, sino de sus entornos sociales.

Es aquí donde surge la necesidad de crear lo que se tituló posteriormente "*La Política De Gestión Integral Socialmente Responsable*", para lo cual se hizo necesaria la conformación de un equipo de trabajo idóneo y sobre todo comprometido con la causa; capacitado y orientado en el desarrollo de acciones estratégicas necesarias para su planeación, construcción y ejecución. Con el objetivo de integrar este equipo desde la interdisciplinariedad, surge el interés por vincular un profesional en formación de Trabajo Social, donde el rol de la estudiante sería trascendental, donde sus capacidades y habilidades profesionales y humanas se pondrían a prueba considerablemente, en un entorno dinámico e influyente como lo son las organizaciones productivas.

A lo largo del presente proyecto se pretende mostrar a grandes rasgos el proceso desarrollado desde la intervención del Trabajo Social en la construcción de la

política que orientara la gestión social de ENEBE Representaciones S.A.; experiencia que represento, un verdadero reto para la estudiante como para la misma Escuela.

El proceso permitió hacer un verdadero despliegue de habilidades, conocimientos y actitudes que definen la profesión, generando el logro de los objetivos propuestos, de las metas trazadas y sobre todo fortaleciendo la imagen que en la organización se tenía del (a) profesional de Trabajo Social de la Universidad Industrial De Santander.

Mediante la experiencia profesional expuesta en este informe, se pretende contribuir a una nueva forma en el Trabajo Social Organizacional y el rol del (a) trabajador (a) social, en contextos reales definidos cada vez más por las dinámicas económicas y globalizantes de la sociedad, que se transforman en exigencias inmediatas de fortalecimiento científico, metodológico y humano de los profesionales en formación.

Con el objetivo de dar continuidad al interés organizacional frente a la gestión socialmente responsable e iniciar la materialización de la Política Integral De Gestión Socialmente Responsable, surge la propuesta de intervención dirigida a proponer una serie de estrategias que acerquen a la empresa a sus grupos de interés, con el objetivo de ofrecer acciones concretas orientadas al cumplimiento de los compromisos asumidos con sus “stakeholders”, con el desarrollo sostenible y el desarrollo humano.

Como punto de partida para el desarrollo del presente proyecto de grado, se considero fundamental realizar un acercamiento teórico y conceptual, enfocado a tres aspectos conexos para el logro de los objetivos de la intervención, de la organización y de la construcción de la Política de Gestión Integral Socialmente Responsable. En un primer momento, se fundamentó el ser y deber ser del Trabajo Social en la empresa, con miras a sustentar la importancia de la intervención profesional en este campo.

Seguidamente, se planteó la relación teórica y metodológica que confluye en la RS, donde los elementos intrínsecos de este enfoque, como la Ética, los Derechos Humanos, la Dignidad Humana, el Desarrollo Humano, el Desarrollo Sostenible, los Objetivos Del Milenio, entre otros; permiten el entendimiento y el aprovechamiento de los referentes metodológicos y técnicos del enfoque, existentes a nivel internacional y nacional, como la ISO 26000 y la GTC 180 de ICONTEC. Posteriormente, y no menos relevante, se definió un mínimo de referentes legales; que si bien, para la RS específicamente no se han prescrito, en cada uno de sus intereses y objetivos se puede detectar acciones jurídicas y normativas que los respaldan.

Posterior al acercamiento teórico y legal, se presenta una breve descripción del sector económico en el cual está inmersa la empresa, acompañado de un análisis relacional de este con el desarrollo social; el cual, permito una primera aproximación al carácter y la esencia de la organización donde se llevaría a cabo la intervención profesional. Por otra parte, Identificar y describir los aspectos esenciales de la organización y del área a la cual se vincularía la estudiante, constituyo otro de los procesos imprescindibles, tanto para el logro de la ubicación institucional por parte de la practicante; como, para la planeación de la construcción de la P.G.I.S.R.

Mediante la caracterización de la experiencia, se describe como el Trabajo Social hizo presencia, impactando en proceso fundamentales de la gestión organizacional; además, se presenta el diagnóstico social de la empresa, la justificación, los objetivos estratégicos de la intervención profesional y el proceso metodológico desarrollado con base en cuatro objetivos estratégicos: **1)** Facilitar el acercamiento de la organización y todo su personal a lo que es, e implica la responsabilidad social para la empresa; **2)** Identificar y caracterizar los elementos constitutivos de la gestión socialmente responsable de la empresa; **3)** Definir los componentes de la gestión socialmente responsable que guiara el rumbo de la

organización; y por último, **4)** Estructurar el proceso de implementación de la gestión socialmente responsable de la empresa.

Seguidamente, se puede apreciar la descripción y el análisis del proceso de intervención y su respectiva evaluación, donde a partir de los elementos ofrecidos por el marco de referencia teórico y conceptual, se pretendió sustentar y apreciar el trabajo realizado en la organización. A partir de este ejercicio, surge y se fundamenta la propuesta de intervención, orientada a dar continuidad al ciclo de la gestión integral socialmente responsable e implementar la P.G.I.S.R., llamada “HACIA UNA EJECUCIÓN EFECTIVA DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE: PLAN SOCIAL DE ENEBE REPRESENTACIONES S.A.”.

Culminando el proyecto se presentan las conclusiones y recomendaciones, emergentes del proceso de práctica académica y de la experiencia profesional en la organización.

1. HACIA LA TEORÍA PRÁCTICA DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

El Trabajo Social se destaca por ser una profesión donde “convergen diversas disciplinas que le otorgan una visión integral para identificar y atender problemas y necesidades sociales, con el objetivo de alcanzar el bienestar común, así mismo, el trabajo social identifica las potencialidades del quehacer humano y las incrementa para el beneficio de las comunidades”².

Dentro de los elementos que integran la definición que el Trabajo Social hace del *factor sociocultural* como “la relación del ser humano con su medio... en la cual se crea una red de características, como lo son costumbres, valores, educación, tradiciones, códigos, etc.”³, se encuentra el medio laboral, integrado por los grupos de trabajo y organizaciones productivas y económicas, medio que influye determinantemente en la configuración de lo sociocultural y por ende en la dinámica de una sociedad. El ser humano por naturaleza es un ser con necesidades constantes, las cuales busca suplir en sus espacios habituales, por tanto, su entorno laboral constituye uno de los contextos que más le ofrece la posibilidad de acceso a estos satisfactores requeridos, “la satisfacción de las necesidades del trabajador hace que tenga una actitud positiva frente al trabajo y esté interesado en su propio desarrollo y en el de su empresa”⁴.

Es definitivo que el factor socio cultural, se encuentra involucrado en el dinamismo de las empresas; a través de la historia de la humanidad, se ha visto como, muchos de los problemas y grandes conflictos de la sociedad han estado estrechamente vinculados a dinámicas económicas y de producción. Por tanto, es fundamental que toda organización económica (independientemente de su

²HERRERA, Angélica. Trabajo social en empresa. En: SANCHEZ, Manuel: Manual De Trabajo Social, 2 edición, México, PLAZA y VALDÉS, S.A, 2004.p.205-222. ISBN: 970-722-275-1.

³ Ibíd., p.205.

⁴ Ibíd., p.206.

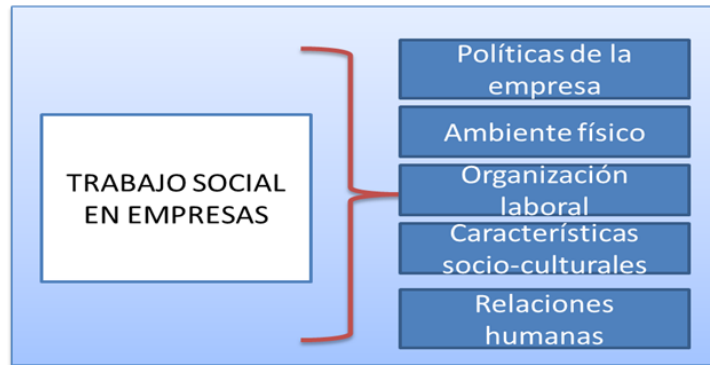
naturaleza productiva) integre a sus procesos y gestión lo que se denomina “LO SOCIAL”, con miras a brindar espacios sociales adecuados para el desarrollo y la calidad de vida de su personal y de la sociedad en general. El trabajador social “ofrece la experiencia y el saber trabajar con seres humanos en grupo, comunidades y de forma individual, atendiendo específicamente este aspecto y sin dejar de considerar al trabajador como ser integral, es decir un ser biopsisocial”⁵. Desde la óptica de la profesión se configura la empresa a partir de su función social, determinándola como una agrupación social “productiva”, de aquí se justifica y se hace necesaria la presencia del Trabajo Social en las empresas.

Con el objetivo de acercarnos a lo que es el trabajo social en empresas se plantea el concepto que HERRERA (2004) ha formulado: “el trabajo Social en empresas identifica, diagnóstica y contextualiza problemas y necesidades de la empresa, de la organización y de los empleados, desde una perspectiva integral que considera los aspectos económicos, psicológicos y sociales, con la finalidad de poder conocer la relaciones productivas y humanas, tendiendo hacia el aumento de la productividad, en un ambiente cordial y agradable”⁶. Permitiendo identificar como objetivo de la intervención en el área organizacional el fomento de procesos de desarrollo, que influyan en el incremento de la productividad mediante el reconocimiento de los factores socioculturales de la organización y de su personal; además, de la puesta en marcha de estrategias y programas orientados a la atención social.

⁵ Ibíd.

⁶ Ibíd., p 2007

Gráfica 1: el Trabajo Social en la empresa.



Fuente: HERRERA, 2004.

A partir del reconocimiento de la intervención del Trabajo Social en una empresa, se puede plantear que frente a la gestión socialmente responsable se goza de un radio amplio de acción, a continuación se pretende hacer un acercamiento a los posibles procesos de la Responsabilidad Social en que se puede intervenir desde la profesión:

Gráfica 2: espacios de intervención del Trabajador(A) Social en la empresa y el enfoque de R.S



Fuente: Autora 2010, basado en: Herrera 2004 y GTC 180 ICONTEC: Responsabilidad social.

➤ ***Fundamentos teóricos de la Responsabilidad Social (RS) como enfoque de gestión.***

A continuación, se pretende lograr una aproximación a los referentes teóricos y conceptuales que permitan desde el trabajo social, intervenir en la gestión de la empresa ENEBE Representaciones S.A, la cual estará orientada a apoyar activamente la construcción de la “Política de Gestión Integral Socialmente Responsable (P.G.I.S.R.)” para La Organización.

La progresiva influencia de las asociaciones productivas y el influyente rol de estas desde finales del siglo XIX, han llamado la atención de la sociedad y sus instituciones científicas y académicas, hacia el estudio sus características y dinámicas, debido a la acelerada consolidación de estas, como uno de los epicentros determinantes para el desarrollo y el crecimiento de la sociedad. Una de las conexiones de la Responsabilidad Social (R.S) con las empresas y la sociedad hoy en día, ha influenciado una derivación importante en la economía, conocida como la económica social, VIDAL (2001) la define así: “la economía social es la concepción de la actividad económica que prima los proyectos empresariales y económicos que tratan de implantar la solidaridad sin el olvido de la rentabilidad y eficacia económicas”⁷; y su gestión demanda la convergencia de la sociedad y el Estado, fundamentada la acción económica sobre “la conexión de una serie de valores éticos, tales como la corresponsabilidad en el desarrollo de la empresa y los trabajadores, la libre adhesión, la organización democrática, la soberanía del trabajo, la participación en la gestión, la solidaridad retributiva, la transformación social, el carácter universal de la intervención y la primacía y fomento de la educación y la formación”⁸.

⁷ VIDAL, Isabel. La capitalización de los proyectos de economía social. (En línea) <[http: www.mes-d.net](http://www.mes-d.net)>. Citado por CARNEIRO, Manuel. La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos. Madrid: ESIC, Editorial, 2004.p.100.

⁸ ORMAECHEA, J.M. Orígenes y claves del cooperativismo de Mondragón. Guipúzcoa, Otálora: 1997.citado por CARNEIRO, Manuel.

Mediante la definición de la economía social es posible realizar un primer acercamiento a lo que es el Enfoque de Responsabilidad Social; en la medida en que ambos se enfocan hacia la construcción de una sociedad más justa, la apuesta por el desarrollo profesional de los trabajadores y el desarrollo sostenible de la sociedad, materializado en acciones y proyectos dirigidos a la mejora de la realidad social; es aquí, donde se debe abordar otro enfoque imperante de lo que debe ser una gestión socialmente responsable, reconocido como *Desarrollo Sostenible*; que en 1987, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, en su *Informe Sobre Nuestro Futuro Común*, define el desarrollo sostenible o sustentable como “un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias”⁹. Lo que se pretende con este enfoque es generar estrategias que permitan a las comunidades alcanzar el desarrollo económico, considerando que a la vez sea beneficioso al medio ambiente y a la calidad de vida; Este enfoque complementa y a la vez se complementa con la Responsabilidad Social, ambos fundamentados en las acciones humanas basadas en la ética y la moral.

Dentro de las actuaciones humanas que tienen consecuencias en la cotidianidad del mundo en el que el ser humano se desarrolla, ha tenido gran injerencia lo que se determina como errado o acertado, la delgada línea entre el bien y el mal, es así, como dentro de los diferentes escenarios, se contempla la ética como una forma de calificar los distintos planteamientos, específicamente, en el área empresarial que dependen, de una fuerte esfera de mercado exigente y además excluyente. En la actualidad las estrategias para llegar a un cliente cada vez más susceptible, ha llevado a que se tomen decisiones gerenciales de cambio, que han abierto nuevos caminos hacia la sociedad; la Responsabilidad Social, se retoma como “una expresión de una ética a lo público. Implica un discernimiento de la realidad, a partir de la valoración que podemos hacer de la misma, desde los criterios de justicia, de la equidad y la democracia”. (Prohumana 2002).

⁹ NACIONES UNIDAS. División de Desarrollo Sostenible. Documentos: temas de desarrollo sostenible 2007. (En línea) <<http://www.un.org/esa/dsd/index.shtml>>.

Por otra parte, el debate que en los últimos años se ha generado alrededor del papel social de las empresas, ha sido estudiado desde la perspectiva económica occidental; fundamentándose, desde dos corrientes predominantes: “la económica y la social”¹⁰. Para tal efecto, se abordará la Corriente Social (C.S), que concibe la empresa como una institución con un acentuado compromiso social, de gestión, apoyo y desarrollo con el objetivo de alcanzar un mayor equilibrio en todas las esferas que integran la sociedad.

La C.S. plantea como principio básico “la defensa de la obligación de la empresa para con la sociedad” (YEPES, 2007), contraponiéndose a los fundamentos de la doctrina liberal (maximización de beneficios económicos); buscando sustentar la interdependencia de las organizaciones económicas con los demás organizaciones sociales. “El enfoque social resalta la evaluación de la sociedad desde las funciones de producción, distribución y consumo, como una dinámica que se da en dirección de la familia a las empresas; es por esa delegación de funciones por las que las empresas deben asumir su responsabilidad no solo en las cuestiones económicas que implican el sostenimiento de los trabajadores, sino también, otros ámbitos relacionados con el crecimiento humano y el cultivo de determinados valores”¹¹. Desde este enfoque, el sociólogo Daniel Bell¹² establece que la empresa se configura como un ente al servicio de la sociedad, por tanto adquiere una responsabilidad de satisfacer no solo las necesidades de sus propietarios sino de todas las personas que de una u otra forma interactúan constantemente con ella.

La empresa por naturaleza se considera una institución social, por lo tanto influenciada y sensible a las dinámicas de la sociedad, lo cual le exige actuar responsablemente frente a ella, desde esta óptica, se puede definir RS de la

¹⁰ TULA, Santiago. Estudios de responsabilidad social empresarial. Buenos aires, 1997. Citado en YEPES, Gustavo, *et al.* Responsabilidad social empresarial: fundamentos y aplicaciones en las organizaciones de hoy. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2007.24p. ISBN: 978-958-710-174-4.

¹¹ YEPES, Gustavo, *et al.* Responsabilidad social empresarial: fundamentos y aplicaciones en las organizaciones de hoy. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2007.24p. ISBN: 978-958-710-174-4.

¹² BELL, Daniel. “The corporation and society in the 1970’s”, (en thepublie interest). 1965. Citado en YEPES OPC.CIT.P 112.

empresa como la integración de las preocupaciones sociales en el conjunto de actividades operaciones comerciales y relaciones con interlocutores que se desarrollan en toda actividad empresarial, como lo plantea YEPES (2007). Por lo tanto, la RS demanda apostarle más al capital humano, traspasando lo mínimo fijado en la ley. Los resultados tangibles de dichas prácticas no solo optimizan la gestión y potencializan el crecimiento de la empresa, sino mejor aún, genera desarrollo humano.

Seguidamente, se hace necesario precisar el concepto de Responsabilidad Social y los elementos que allí confluyen. A la fecha, se puede referir el concepto que la ISO 26000(2010) ha construido como expansión de la Responsabilidad Social a un mundo globalizado y sensible de las certificaciones y guías técnicas que adornen las misiones y visiones empresariales: La Responsabilidad Social es la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que: (Ramiro Restrepo 2009)

- Contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar general de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- Esté en cumplimiento con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento;
- Y esté integrada a través de toda la organización.

La Responsabilidad Social se ha tornado, cada vez con más fuerza, en un modelo de gestión que debe diagnosticar y caracterizar a sus partes interesadas, con el objetivo de identificar fortalezas y oportunidades al igual que debilidades y amenazas, dirigido a realizar planeaciones estratégicas más reales y ajustadas al contexto cambiante y globalizado, en el que se pretende generar un impacto positivo; lo que debe ser consecuencia de planes de comunicación que vendan una realidad empresarial ética y transparente; una gestión de cambio al interior de la planeación y ejecución estratégica que sea evidenciable, apreciable y hasta medible, susceptible de acciones de mejora y de replanteamientos sensatos.

Estas afirmaciones son sustentadas en planteamientos como los de la Guía Técnica Colombiana 180 propuesta por el ICONTEC, con el fin de que las empresas cuenten con una herramienta de gestión de sus buenas prácticas en aras de cumplir sus compromisos sociales.

Aunque parece ser un concepto nuevo, La Responsabilidad Social se ha manifestado desde la antigua Grecia, en donde lo público se constituyó en un elemento de enmarcar ante las dinastías existentes, posteriormente en la edad media, las estrategias para considerar la ética dentro de los gobiernos se enmarcaron dentro de las creencias y las diferentes esferas de la cosmovisión, en las que tenía gran influencia la vida religiosa, así se le da paso a la edad moderna donde la razón fue la encargada de clasificar la ética en las instituciones existentes y su influencia en la sociedad. En la edad contemporánea es el mercado el que obliga a implementar planeaciones encaminadas en una operatividad ética, transparente y sobre todo competitiva, capaz de captar al cliente frente a postuladas misiones atractivas frente al cumplimiento de las expectativas sociales.

Algunas influencias teóricas que impactaron la conceptualización de la Responsabilidad Social que se conoce actualmente, ha sido por una parte, la tendencia del neoliberalismo que introdujo la necesidad de aliviar la miseria de los sectores más pobres, contemplando programas basados en el asistencialismo; de igual manera, Milton Friedman dispone la edificación de una sociedad basada esencialmente en la cooperación voluntaria para organizar la actividad económica como las demás actividades de la sociedad. “la doctrina de la Responsabilidad Social de la empresa supone la aceptación de la perspectiva socialista según la cual son los mecanismos políticos y no los mecanismos de mercado, la manera más adecuada de asignar recursos escasos – usos alternativos”¹³.

¹³Lozano, Joseph M. Ética y empresa. Madrid: TROTTA S.A., 1999. 320 páginas. ISBN: 8481643475

Por otra parte, Alfred Max Neef hace un gran aporte al inicio de lo que debe ser una propuesta de compromiso social con sus grupos de interés, postulando una comprensión de la estructura y dinámica de aquellos aspectos de las actividades sociales que denominamos “sistema económico” desde la perspectiva de la atención de las necesidades humanas básicas, incluidas dentro del marco social y ecológico¹⁴. La matriz de necesidades humanas ha sido fuente de inspiración de diagnósticos que arrojan la contextualización actual del componente interno y externo de las organizaciones, lo que lógicamente, será fundamento para realizar planes de gestión que apunten a unas necesidades que no solo sean evidenciables en el papel, sino también, en el contexto.

Muchos autores plantean una serie de enfoques que sustentan desde diversas perspectivas la RS. Con el objeto de darle una fundamentación específica a la gestión de la organización en cuestión, se abordará la integralidad existente entre el enfoque de los “stakeholders”¹⁵ y el enfoque “axiológico”¹⁶. El primero afirma que las diferentes obligaciones no solo deben asumirse con los propietarios o directivos, por el contrario la organización desde sus impactos y beneficios posee una gran obligatoriedad con otros grupos poblacionales relacionados con ella de forma directa e indirecta, a nivel interno y externo de la misma. Estos grupos son reconocidos como grupos de interés o “stakeholders”. Dentro de estos grupos se pueden considerar los conformados por los accionistas, directivos, trabajadores, clientes, competencia, proveedores, comunidades de las zonas de presencia o impacto, el Estado o la sociedad general de una región o país.

El término “stakeholders” se reafirmó cuando se empezó aceptar y a valorar la intervención o “feed-back” existente entre la organización, sus partes, su entorno y contexto donde acciona. Su surgimiento se fundamenta en la toma de conciencia sobre los impactos positivos y negativos, que surgen de las decisiones y acciones

¹⁴ MAYORGA, Pilar Ospina, GONZALES Volmar. Responsabilidad social de las empresas. Elementos teóricos y experiencias. Fundación Corona. Bogotá D.C., 2001. p9.

¹⁵ INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y DE CERTIFICACIÓN. Responsabilidad Social. Bogotá D.C.: ICONTEC, 2008.53 p. *il.* (GTC 180)

¹⁶ CORTINA, Adela. Ética de la empresa. Madrid: TROTТА, 1997.p 130.

de la empresa, influyendo notablemente sobre el desarrollo y crecimiento de la sociedad y por ende de la humanidad.

La integralidad entre el enfoque de “stakeholders” y el axilógico es planteada por ADELA CORTINA (1997) en su teoría de la Responsabilidad Social fundamentada en el primero, denominada enfoque “virtuoso-integral”; La autora se fundamenta en el planteamiento de que toda organización económica “tiene una responsabilidad moral con todos y cada uno de los implicados en el proceso administrativo, la empresa por estar creada sobre relaciones humanas adquiere poderes y carácter decisorio en todo su conjunto”¹⁷. Por tal razón, COTINA (1997) formula un enfoque integral que facilite a la organización permear su gestión con una dimensión moral, en directa contraposición del enfoque mercantilista*liberal que aleja la empresa de toda acción ética, lo que la aleja de todo “contexto humano” y del verdadero desarrollo.

Cortina propone un “enfoque integral, dialógico y dinámico donde la dimensión moral se concibe no como un instrumento para el beneficio empresarial sino como principio fundamental que responda por la legitimación requerida por la empresa en tanto institución social que es”¹⁸. Desde la concepción de la empresa como institución social de alto impacto en el desarrollo, esta no debe limitarse únicamente a términos económicos, por lo cual, CORTINA intercede por la relación basada en el diálogo y sensatez entre los involucrados en las acciones empresariales, lo que demanda el fortalecimiento y fomento de canales de comunicación asertivos, democráticos y propositivos. Desde la posición de este enfoque, la ética debe reconocerse como un fundamento inherente a la gestión y estructura organizacional, lo que debe conducir al goce de un equilibrio entre lo económico, moral y social.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid., p 130.

Para Adela Cortina, la ética de la organización debe propender el logro de consensos al interior y exterior del contexto inmediato de la empresa, precisando estos logros el rol social de la empresa, que lo orienta a su legitimación; la autora plantea que la “legitimación significa que la empresa encuentra su lugar dentro del sistema social global al que pertenece y del que depende”¹⁹, lo que conlleva a reflexionar que la organización para mantenerse en armonía con el contexto social debe ser legitimada por la sociedad. Los compromisos y acciones que las empresas modernas asumen con la sociedad y el desarrollo en busca de su legitimación, hoy en día cuentan con el apoyo de iniciativas internacionales que les permite acercarse más a sus objetivos y metas de gestión integral.

De acuerdo a lo anterior, y con el interés por generar una sociedad productiva responsable y comprometida con el desarrollo de la sociedad y el futuro de la humanidad, se han motivado diversas iniciativas internacionales, dentro de las cuales cabe destacar el “GLOBAL COMPAQ” o Pacto Mundial de las Naciones Unidas; el cual, se ha constituido en la propuesta de Responsabilidad Social, que universalizó los temas en los que se debían desarrollar la gestión de las empresas hacia el compromiso social....Los temas propuestos son:

- Apoyar y respetar la protección de los derecho humanos;
- Garantizar que sus propias organizaciones no sean cómplices de abusos en derechos humanos;
- Reconocer los derechos de libre asociación y de negociación colectiva;
- Eliminar todas las formas de trabajo forzado u obligatorio;
- Abolir el trabajo infantil;
- Eliminar toda discreción laboral;
- Apoyar un enfoque preventivo en los retos ambientales;
- Apoyar y desarrollar iniciativas para promover la responsabilidad ambiental;
- Promover e incentivar el desarrollo y difusión de tecnologías ambientales amigables;
- Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

¹⁹ Ibid., p 131.

Una vez este pacto fue socializándose en el mundo y empoderándose; surge inminentemente, la necesidad de trabajar en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, estableciéndose como una de las bases fundamentales del modelo de RS y como fuente de movilidad social universal frente a los derechos humanos. Los objetivos del milenio también propuestos por las Naciones Unidas, al igual que el Pacto Global, pretende comprometer a la universalidad humana empresarial con unos indicadores del detrimento de la sociedad, en cuanto a calidad de vida, los objetivos son:

Gráfica 3: objetivos de desarrollo del milenio. ONU.



Fuente: Autora, 2010. Basado en los objetivos de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas²⁰.

La ambivalencia entre la teoría y la práctica constituye el verdadero desafío de las buenas prácticas..., Autodenominarse socialmente responsable parece ser un eslogan social bastante llamativo y además de moda; sin embargo, muchas de las prácticas cotidianas en las grandes, medianas y pequeñas empresas enseñan otra

²⁰ PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. PNUD. Objetivos De Desarrollo Del Milenio, 2000. [en línea]<<http://www.undp.org/spanish/mdg/basics.shtml>>.

realidad. En fin, necesidades que las altas esferas de la administración empresarial identifican como un paisaje laboral, pero que de ninguna manera podrá corresponder a las buenas prácticas empresariales.

Y es que desde las nuevas alternativas, directrices e incluso dentro de los valores corporativos hablan de un compromiso de los empleados con la misión de la empresa, la famosa cohesión de las teorías administrativas, pero ¿qué tan a menudo se considera la viceversa del panorama?, ¿qué tan comprometida están las empresas con las necesidades de sus empleados?, muy pocas veces las acciones empresariales excluyen las prioridades económicas de los accionistas o dueños, por tratarse de fuente de sostenimiento económico; Quizás sea más fácil iniciar por lo que NO se debe quedar en solo iniciativas tal como lo expresa RAMIRO RESTREPO GONZÁLEZ “la realidad nos indica que estamos asumiendo por responsabilidad social la más variopinta colección de iniciativas, proyectos, actuaciones, definiciones, etc. Incluso en el síndrome de la moda gerencial del momento”²¹. La RS no se puede limitar a la espontánea expresión de una iniciativa como las contempladas a continuación:

Tabla 1: Que no es Responsabilidad Social

Que NO es Responsabilidad Social	
Hacer donaciones esporádicas	Hacer Marketing social
Acatar la ley	Practicar ciudadanía corporativa
Tener una fundación	Tener sellos o premios de R.S.
Cumplir convenios colectivos	Construir un aula de escuela
Sumarse a causas sociales	Y producir balances sociales

Fuente: Autora, 2010. Basado en: RESTREPO, 2009.

Definitivamente, una simple y cruda iniciativa se va apagando con el tiempo...la R.S. debe ser una base fundamental de la esencia empresarial que la debe

²¹ RESTREPO, Ramiro González. Responsabilidad social: Nueva Teoría, Nuevas Prácticas. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC, 2009.181 p. ISBN: 978-958-9383-94-0. p.31.

distinguir con el fin de acercarse a la denominación “socialmente responsable”, que a simple vista parece sencillo, tanto como una revisión bibliográfica del tema; La R.S. supone mucho más que una firme decisión, tampoco es hacer cosas nuevas, “*es hacer lo que hacemos de una manera diferente a los demás*”²².

Ser socialmente responsable es hacer las cosas bien, con un sello característico de esencia administrativa y operativa con el fin de crear satisfacción en nuestro cliente y demás grupos de interés, proteger el medio ambiente para darle sentido al concepto de sostenibilidad ambiental, prevenir conflictos en el orden del clima laboral, asegurar un pensamiento estratégico de mediano y largo plazo, minimizar riesgos, acceder a nuevos mercados mediante la sostenibilidad y posicionamiento de una marca reconocida en el medio.

Así es como la R.S. es una decisión de ética, una construcción de estrategia que se exhibe libre en el mercado exigente, cambiante y globalizado, con tendencia sostenible en las necesidades de los grupos de interés y la satisfacción de las mismas, en la variedad de impactos que ejerce un mundo cambiante en la vida de la especie en todo ámbito de su desarrollo, como persona, como familia, como cliente, como empleado y como parte de una sociedad.

La necesidad de sostenibilidad de estrategias que aporten y conlleven a un desarrollo social desde la acción histórica de trabajar para una supervivencia, es decir, con una planeación y operación socialmente responsable a la vez que se satisfacen necesidades básicas de nuestros empleados, se proyecten y se retribuyan acciones sociales en pro del mejoramiento de la calidad de vida de los grupos de interés. Pero estas decisiones deben estar presentes en la esencia de la empresa, es por esto que métodos como la *comunicación asertiva*, son una herramienta útil como método para permear a toda la organización la Responsabilidad Social (R.S.) como parte del perfil del trabajador y de la práctica laboral hacia el cliente.

²²Ibíd. p.45.

La R.S. no es solo una decisión gerencial, aunque debe nacer por ahí, es una convicción que se debe evidenciar en la dinámica empresarial, en cada fibra de la operatividad, de la planeación y de todas las esferas empresariales. Es necesario hacer extensivas las decisiones socialmente responsables, la comunicación asertiva “se basa en transmitir de forma clara, concisa, rápida y con contundencia lo que queremos. Nada de titubeos... La comunicación asertiva se basa en ser claro, contundente y directo haciendo entender al máximo nuestro mensaje de una forma clara con lo cual aumenta las expectativas de que el mensaje sea entendido y aceptado”²³.

De acuerdo a la planteado por la Doctora Perla Puterman, delegada venezolana para la comisión mundial encargada de la redacción y construcción de la ISO 26000, expone en el tercer seminario de R.S en Santander²⁴, que no podemos hablar de niveles de responsabilidad social, ya que esta guía técnica nos plantea el compromiso social como un inputs a todo nivel empresarial, desde el área de planeación, gerencia, de apoyo, comercialización, administrativo y de mercadeo, en fin a toda la organización.

Algunos requisitos estratégicos para implementar modelos de R.S. en las empresas, como una guía de planeación y ejecución, teniendo en cuenta prioritariamente el liderazgo de la dirección, la sensibilización a todos los niveles de la misma mediante una comunicación asertiva, el adecuado manejo de los cambios esperados y de los subyacentes y la re estructuración continua de nuevos planteamientos de procesos que no podrán ser los mismos, la apertura al cambio tendrá que constituirse en la formula esencial para generar una nueva cultura organizacional claramente responsable con los compromisos al interior y al exterior de la empresa.

²³ OCAMPO, Noel Ramírez; VÁZQUEZ Silvia Sánchez. Método de Comunicación Asertiva: el método que acerca a las personas. Editorial Trillas. España, 2006. 116 P. ISBN: 9788466547338 p 25.

²⁴ Tercera versión del Seminario Internacional de Responsabilidad Social en Santander: “Hacia una Gestión Empresarial Integral y Sostenible”. Caja de Compensación COMFENALCO Santander, Universidad Santo Tomás, Symbiosis comunidad & empresa. 4 - 5 de noviembre de 2010. Auditorio Leonardo Angulo Prada, Sede Administrativa COMFENALCO Santander. Bucaramanga, Santander.

Dentro de las muchas ventajas empresariales que se han discutido en la implementación de planteamientos socialmente responsables se destacan:

- ⊕ La estimulación a la productividad de los trabajadores;
- ⊕ Asegurar mayor satisfacción del cliente;
- ⊕ Mejora la imagen y reputación de una empresa;
- ⊕ Cumplimiento de las leyes y reglamentos;
- ⊕ Para la comunidad y el interés público;
- ⊕ Refuerzo del respeto de los derechos fundamentales;
- ⊕ Contribución al desarrollo;
- ⊕ Mejoramiento del medio ambiente;
- ⊕ Prevenir conflictos en la fuente;
- ⊕ Asegurar un pensamiento de mediano y largo plazo;
- ⊕ Minimizar riesgos;
- ⊕ Mejorar la capacidad de generar confianza pública;
- ⊕ Enganchar a la organización con tendencias modernas de pensamiento sociopolítico;
- ⊕ Establecer un maco gerencial basado en la sustentabilidad;
- ⊕ Y tener acceso a nuevos mercados, como los derivados de la gestión ambiental.

El papel de las empresas ha pasado de ser una singularidad de proyecciones unitarias para jugar papeles importantes dentro de la sociedad, las organizaciones han dejado de ser solamente actores económicos para ser además, actores sociales dentro del desarrollo integral de la sociedad. “Las dimensiones social, cultural, política, ambiental e institucional de las organizaciones surgen entonces como variables o dimensiones igualmente demandantes de gestión”²⁵.

En este marco deben plantearse las nuevas rutas de planeación organizacional, esta será una exigencia que permitirá excluir o incluir dentro del mercado al sector empresarial, sencillamente lo que están o los que no están serán catalogados por un cliente permeable que exigirá cada vez más compromisos sociales de su

²⁵RESTREPO. Op. Cit.

empresa. Necesariamente las organizaciones deben hacerse responsables del éxito de su gestión estratégica pero también de las consecuencias de sus impactos, los positivos y negativos de su existencia en el mercado, de sus relaciones con sus trabajadores, con los clientes, las comunidades de las zonas donde tiene presencia, la sociedad en general y el Estado.

2. DISPOSICIONES LEGALES FRENTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Responsabilidad social como lo plantea Restrepo, se debate en dos paralelos de comprensión legislativa, por una parte se encuentra todo el constructos de guías técnicas no certificables y de carácter voluntario que han marcado una tendencia mundial, todo esto a pesar de que en sus orígenes se contó con una “serie de estándares certificables por tercera parte, tales como el brasilero (ABNT NBR 16001), el australiano (A.S 8000:2003), el mexicano (NMX-S AST-004-IMNC 2004). El francés (SD 21000), el Israel (SI 10000)²⁶ y el último en vigencia la ISO 26000:2010; entre otros.

En la otra línea, se encuentra el debate planteado por el autor, donde se discute la convivencia a no legislar al respecto; concluyéndose, que aún no se vislumbra “un acuerdo definitivo”, por tanto Restrepo (2009) sugiere que se contemplen tres intencionalidades legislativas en las que se pretende asociar todo lo que se ha avanzado en la materia:

- I. Relativa a la legislación que se ha producido sobre tópicos específicos de responsabilidad social.
- II. Relativa al desarrollo de una serie de instrumentos internacionales, no necesariamente de carácter vinculante todos, pero que han ido creando un marco regulatorio y orientador, tanto para las organizaciones como para los estados nacionales.
- III. Y una tercera, relativa a una serie de iniciativas legislativas tendientes a volver mandatorio para las empresas un esquema de gestión socialmente responsable.²⁷

Con respecto a esta última iniciativa, se puede referir el caso de Colombia para tales efectos, donde se presentan dos proyectos de ley dirigidos a “establecer la obligación para las empresas de producir reportes sociales como mínimo anuales;

²⁶ ibíd. pág. 81.

²⁷ Ibíd. pág. 84.

siendo estos, el proyecto de ley N°153 del 2006 y el p. Ley N°031 del 2007. Cabe resaltar que ninguno ha sido aprobado, quedando solo en iniciativas.

En vista a que los intentos por legislar puntualmente en el tema de R.S. no se han materializado, conviene para los efectos de este proceso (práctica profesional), hacer referencia a la normatividad que respalda tópicos específicos que fundamentan en cierta forma la gestión socialmente responsable. A continuación se esboza un acercamiento a estas mínimas intenciones legales colombianas, organizadas desde el enfoque integral de los “Stakeholders”.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SUS GRUPOS DE INTERÉS “STAKEHOLDERS” DESDE LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA.

Tabla 2: Obligaciones legales de la empresa frente a su comunidad interna.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SU COMUNIDAD INTERNA		
ACCIONISTAS Y DIRECTIVOS		
SOPORTE	NORMATIVIDAD	GESTIÓN
Procurar la rentabilidad corporativa abandonando el compromiso social.	Código de comercio, art. 26 Código de comercio, arts. 48,49 y 51	Los directivos deben planear teniendo en cuenta las necesidades de la empresa en relación con las necesidades de los grupos de interés.
Construir la ideología o filosofía de la empresa bajo principios éticos.	Ley 446 de 1998 Ley 550 de 1999, art. 44	Los directivos deben construir con los accionistas y asociados los fundamentos ideológicos del espíritu de la empresa, sus objetivos, misión y visión de futuro sobre principios éticos que inspiran la cultura y actuación corporativa.
Guardar con ética y sigilo profesional el secreto empresarial.	Régimen común sobre propiedad industrial, art. 260.	La información de un secreto empresarial podrá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción; o a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

Establecer con honestidad la contabilidad y brindar fidedigno y total conocimiento del estado empresarial.	Código comercial arts. 48,49,51; ley 446 de 1998 Código comercial cont.: 110 Ord. 11; 2104,2105,2107 Ley 256 de 1996 Código del comercio art. 56	Los directivos dan a conocer a los accionistas la documentación sobre la realidad económica de los negocios de la empresa, dentro de los límites de la legalidad y de las reservas relacionadas con la competencia; deben cuidarse de no facilitar información confidencial que privilegie a unos accionistas y desprotege a otros.
Cumplir con todas las obligaciones legales del empleador.	Código sustantivo del trabajo, art. 69. Constitución político de Colombia, art.48.	Los directivos deben cumplir con todos los requeridos de seguridad social con sus empleados, el estado, con la participación de los particulares, ampliara progresivamente la cobertura de la seguridad social que comprenderá la prestación de los servicios en la forma que determine la ley.

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

Tabla 3: obligaciones legales de la empresa frente a sus empleados.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SUS EMPLEADOS		
SOPORTE	NORMATIVIDAD	GESTIÓN
Proporcionar los derechos a un trabajo en condiciones dignas.	Constitución política de Colombia, art: 25,49 y 53.	La empresa debe atender la igualdad de oportunidades laborales, remuneración vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo, estabilidad en el empleo, irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en la normatividad laboral. El estado ha de controlar el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de pensiones legales y demás obligaciones tributarias.
No explir al menor: el menor de edad debe ser protegido en todo momento por la ley.	Constitución política de Colombia art. 44 Decreto ley 2737 de 1989 Código sustantivo del trabajo, art. 30	La empresa no debe contratar a menores de edad. El artículo 30 del código sustantivo del trabajo advierte que se prohíbe “el trabajo de los menores de 14 años” y excepcionalmente que “los mayores de doce podrán ser autorizados para trabajar por las autoridades señaladas en este artículo “el artículo 161 prevé la jornada de trabajo que podrán cumplir estos menores.
La empresa debe ofrecer protección, capacitación y la	Constitución política de Colombia, art 54 y 56 Código sustantivo del	Incumben al empleador obligaciones de protección y de seguridad para con los trabajadores, y a estos obligaciones de

formación pertinente a los empleados para su desempeño laboral y progresiva cualificación.	trabajo, art. 85	obediencia y fidelidad. Es obligación de los empleados ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a todos los empleados que lo requieran para su eficiente, progresivo y libre desempeño.
La empresa debe defender los derechos laborales y respetar la libre conformación de los sindicatos.	Constitución política de Colombia, art. 55 y 56 Código sustantivo del trabajo (0440)art. 382	En un derecho de los empleados y promover la concertación y lo demás medios para la solución pacífica de conflictos colectivos, tienen el derecho legal de defender sus interés. Se debe considerar el uso legítimo de la huelga como último recurso. Bajo condiciones de justicia y equidad.
En tiempo de crisis financiera los empleados deben ser protegidos	Código sustantivo del trabajo art. 69 Código de comercio, arts. 52,53 y 56.	La empresa debe proteger los créditos de todos sus empleados en caso de presentarse una crisis financiera, y debe actuar bajo las normas de buena fe contractual; se debe comunicar con honestidad la información pertinente sobre el estado actual de la empresa, dentro de los límites legales.
Se debe respetar el derecho al trabajo de los minusválidos y limitados físicos. (Las empresas con profundo sentido social contratan discapacitados).	Constitución política de Colombia, art. 54	La empresa debe procurar la ocupación y promoción de personas productivas con limitaciones físicas o minusválidas, lo cual genera ante el público y la comunidad internacional en general un ambiente social solidario. Es obligación del estado propiciar, con los empleadores, la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

Tabla 4: Obligaciones legales de la empresa frente a su población externa.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SU POBLACIÓN EXTERNA		
COMPROMISOS CON LOS CLIENTES		
SOPORTE	NORMATIVIDAD	GESTIÓN
Ofrecer el debido control sobre la calidad de bienes, servicios e información que se brinda a los clientes.	Ley de 446 de 1998 y decreto especial 3466 de 1982 Constitución política de Colombia, art. 78 Código de comercio arts.- 75,76 y 77	La ley regulara el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos a la comunidad, así como la información en su comercialización. La empresa debe prestar sus servicios de modo que se satisfagan las necesidades y se garantice la integridad, la seguridad y la salud de los consumidores, usuarios y clientes.

	Derogado ley 256 de 1996 art,33, decisión 486 de 2000 Decreto 3466, art 24	
Determinar el control sobre los precios justos de los productos, bienes y servicios.	Decreto 3466, art.18 código de comercio, .arts. 48 y 49.	Todo proveedor o expendedor está obligado a fijar los precios máximos al público de los bienes o servicios, sin el menoscabo de la justicia social.
Propiciar la vigilancia de los derechos del consumidor, acoger el registro de calidad e idoneidad de bienes y servicios.	Constitución política de Colombia, art 78 Decreto 3466 de 1982, art. 5	El estado garantizara la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. La superintendencia de industria y comercio podrá determinar, mediante resolución, las condiciones que debe reunir el registro de calidad e idoneidad de bienes y servicios, según la naturaleza y clase de estos.
No incurrir en casos de competencias desleal.	Ley 256 de enero 15 de 1996, art. 8-14 Ley 155 de 1959, art 10 Decreto 3236 de 10962 art 14 Régimen común sobre propiedad industrial art. 259 Decreto 1302 de 10964, art 17	Son actos de competencia desleal las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar con los clientes el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de uno competidor. Se considera desleal toda conducta que tenga como objetivo como efecto desviar la clientela de la actividad. Se presume desleal la utilización o difusión de indicaciones incorrectas, que sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza sobre la actividad las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajenos, así como sobre la naturaleza, y el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

Tabla 5: Obligaciones legales de la empresa frente a sus proveedores.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SUS PROVEEDORES		
SOPORTE	NORMATIVIDAD	GESTIÓN
Valorar con solidez y reconocer con honestidad la relación con los proveedores.	Código de comercio, arts. 48, 49, 51, 52,53 y 56. Decisión 486 de 2000 Ley 444 de 1998 y decreto especial 3466 de 1982 Decreto 2153 de 1992	La empresa tiene derecho a utilizar lega y lealmente la información confidencial, debe compartir información con los proveedores e integrarlos así en los procesos de planeación y desarrollo. La empresa no debe tomar, en las relaciones comerciales, decisiones que puedan afectar las marcar de los proveedores.
Acogerse al control de la superintendencia de industria y comercio como ente rector de la calidad de bienes y servicios.	Decreto 3466, art. 43	Se asigna a la superintendencia de industria y comercio las funciones de organizar el sistema de registro de calidad e idoneidad, prohibir o someter al cumplimiento de requisitos especiales la propaganda comercial. Además, la asignación del precio máximo al público, y el precio correspondiente a la unidad de peso, volumen o medida aplicable. Se asigna a la superintendencia de industria y comercio las funciones de fijar requisitos mínimos de claridad e idoneidad para determinados bienes y servicios, mientras se oficializan las normas técnicas correspondientes.

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

Tabla 6: Obligaciones legales de la empresa frente a sus competidores.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SUS COMPETIDORES.		
SOPORTE	NORMATIVIDAD	GESTIÓN
No incurrir en casos de competencia desleal.	Ley 256 de 1996 Ley 446 de 1998 Decreto 2153 de 1992, decisión de 2000 Régimen común sobre propiedad industrial, art 259 Ley 155 de 1959, art. 10 Ley 256 de 1996, art 14-19	Constituye competencia desleal vinculada a la propiedad industrial, cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento. Los productos o la actividad industrial o comercial de un competidos; además los medios o sistemas tendiente s a desacreditar a un competidos, sus establecimientos de comercio, sus productos los servicios: la imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales de un competidos; además constituyen competencia desleal los medios o

		sistemas dirigidos a desorganizar internamente una empresa competidora o a obtener sus secretos.
Ejercer los debidos derechos sobre patentes, propiedad intelectual y propiedad industrial.	Régimen común sobre propiedad industrial, art. 266	Los países miembros, cuando exijan, como condición para aprobar la comercialización e productos farmacéuticos o de productos químicos agrícolas que utilizan nuevas entidades químicas, la presentación de datos de pruebas u otros no divulgados cuya elaboración suponga un esfuerzo considerable, protegerán esos datos contra todo uno comercial desleal.

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

Tabla 7: Obligaciones legales de la empresa frente a sus clientes.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE A SUS CLIENTES		
SOPORTE	NORMATIVIDAD	GESTIÓN
Brindar la información veraz sobre los productos, bienes y servicios en la publicidad.	Decreto 3466, arts. 14, 15 ; decisión 486 de 2000; ley 446 de 1998 y decreto especial 3466 de 1982 Decreto 2153 de 1982, arts. 17	La empresa tiene derecho a utilizar lega y lealmente la información confidencial, toda información que se dé al consumidor acerca de los componentes y propiedades de los bienes y servicios que se ofrezcan al público deberá ser veraz.
Brindar información veraz sobre la nocividad y expiración del producto.	Decreto 3466, art 17	Tratándose de bienes o servicios que, por su naturaleza o componentes, sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, son funciones del superintendente delegado para la protección de los consumidos: prohibir o someter al cumplimiento de requisitos especiales.
Respetar las disposiciones del superintendente delegado para la protección del consumir y promover la vigilancia y control pertinente para la protección al consumidor.	Decreto 2153 de 1982, art 17; ley 446 de 1998 y decreto especial 3466 de 1982 Decreto 2153 de 1982, art 17	El superintendente delegado para la protección del consumidor organiza y coordina el sistema nacional de certificación, ejerce la función de vigilancia y control, acredita los laboratorios de pruebas y ensayos, así como da trámite a las quejas formuladas por los particulares.

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

Tabla 8: Obligaciones legales de la empresa frente al medio ambiente.

OBLIGACIONES LEGALES DE LA EMPRESA FRENTE AL MEDIO AMBIENTE		
Soporte	Normatividad	Gestión
Ejercer producción limpia en todos los procesos	Constitución política de Colombia arts. 49,79 y 80	La empresa debe evitar las diversas manifestaciones de contaminación del medio ambiente. El estado planifica el aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución; previene y controla los factores de deterioro ambiental, impone sanciones legales y exige la reparación de daños causados.
Prevenir e informar al Ministerio del Medio Ambiente sobre factores de riesgo ecológico	Decreto 2143 de 1997	Corresponde al ministerio del medio ambiente hacer evaluación, seguimiento y control de los factores de riesgo ecológico y de los que puedan incidir en la ocurrencia de desastres naturales y coordinar con las demás autoridades las acciones tendientes a prevenir la emergencia o a impedir la extensión de sus efectos.
Contar con la licencia ambiental	Decreto 216 de 2003	Por el cual se determinan los objetivos, la estructura organizada del ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial y se dictan otras disposiciones para otorgar o negar licencias ambientales. Además, se busca promover y orientar el diseño y la evaluación de programas nacionales, regionales y sectoriales de educación ambiental en el sector productivo, las instituciones del estado, las organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación. Se proponen mecanismos para la protección del conocimiento tradicional respecto al uso y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad en concertación con las comunidades étnicas.
Cumplir con compromisos de producción limpia.	Decreto 2484 de 2003	Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 677 de 2001 sobre tratamientos excepcionales para regímenes territoriales. El inversionista deber asumir la obligación de cumplir con compromisos cuantificables en materia de generación de determinado número y tipo de empleos, incorporación de tecnologías avanzadas, encadenamiento con la industria nacional, permanencia en la zona y producción limpia.

Regulación de zonas especiales económicas de exportación.	Decreto 49 de 2000	Por el cual se establecen las zonas especiales económicas de exportación y se regula el régimen de los proyectos de dichas zonas. El volumen de exportaciones, incorporación de tecnologías avanzadas, encadenamiento con la industria nacional, permanencia en la zona, producción limpia y otros aspectos económicos, sociales y culturales serán considerados prioritarios por las autoridades nacionales.
---	--------------------	---

Fuente: Autora, 2010. Basado en los referentes legales presentados.

3. ENEBE REPRESENTACIONES S.A. “PEOPLE PLAY´S” ²⁸

ENEBE Representaciones S.A. con su marca comercial PEOPLE PLAY´S, es una empresa nacional comprometida con el desarrollo del país, pionera en la comercialización de ropa, calzado y artículos deportivos de las mejores marcas de moda y deporte mundialmente reconocidas, mediante cadenas de tiendas ubicadas en los principales centros comerciales de las ciudades donde hace presencia. Con más de 15 años en el mercado nacional; PEOPLE PLAY´S, ubicado en ciudades como Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla y Cartagena es actualmente reconocida ostentando la bandera de liderazgo en el mercado deportivo colombiano.

PEOPLE PLAY´S nace gracias al trabajo y tenacidad de un líder de origen Santandereano, quien con exclusiva dedicación, constancia y mucha visión, identifica esta oportunidad de negocio. Materializándola basado en su capacidad de gestión, liderazgo, proyección, firmeza, compromiso y arduo trabajo; de esta manera, logra visionarse e idealizar su empresa consolidando lo que hoy en día conocemos como “PEOPLE PLAY´S”.

La razón comercial “PEOPLE PLAY´S” nació en el año 1992, el nombre fue creado por un publicista Colombiano, su propuesta nominal fue escogida considerándose la más atractiva y enérgica, ideal para posicionarse en el sector comercial del deporte; además, que encajaba perfectamente con la visión de expansión que identificaba la empresa. De esta forma, se institucionalizo un nuevo nombre y un concepto deportivo conocido por tendencia y demanda como moda deportiva, concepto que aún se conservándose. Nuestro desarrollo se ha dado a través del tiempo, gracias al reconocimiento local y nacional y al excelente posicionamiento

²⁸ ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Documento People Play´s. Historia y Organización Estratégica. Bogotá, 2010.

en el mercado. Hemos logrado situarnos sólidamente, en el imaginario del consumidor; gracias a los numerosos eventos deportivos y culturales de los que hacemos parte año tras año, a las marcas que vendemos, al espacio de nuestras tiendas, al servicio que ofrecemos y al gran talento humano con el que contamos. Son entre otros motivos, que respaldan el indudable crecimiento de nuestra empresa.

Siendo una empresa sólida, que le apuesta al desarrollo del país y de las regiones donde hacemos presencia, por apoyar la generación del empleo, el progreso social y el deporte, el Congreso de la República, condecoro al gerente general Dr. Benigno Beltrán, mediante la Cámara de Representantes en cabeza de su presidente Dr. Edgar Gómez, con la Orden Simón Bolívar; significando un reconocimiento tanto a su admirable gestión, como a toda la empresa y sus integrantes, quienes día a día, trabajan de la mano para hacer de Colombia un país de oportunidades y posibilidades para el desarrollo, no solo económico sino social. Nuestra compañía, cuenta con la experiencia comercial, el conocimiento del Mercado y un portafolio de productos llamativos e innovadores de las mejores marcas del mundo; con el único propósito, de brindarles a nuestros clientes las mejores alternativas en moda deportiva. Somos una empresa 100% colombiana, que día a día trabaja en el perfeccionamiento de los procesos y en satisfacer objetivamente las necesidades del mercado, innovando y ofreciendo siempre lo último y lo mejor.

3.1 RAZÓN SOCIAL Y NOMBRE COMERCIAL.

La razón social y el nombre comercial son dos conceptos diferentes, aunque a veces la razón social y el nombre comercial sean los mismos. Cuando se crea una empresa, esta debe tener una razón social o nombre, la cual será la que identifique a la empresa junto con el Nit. o número de identificación tributaria; igualmente, la empresa puede optar por un nombre alternativo a la razón social, el cual se conoce como nombre comercial, el cual puede ser diferente a la razón social y al igual que la razón social, debe figurar en el respectivo registro mercantil.

Es común encontrar empresas que se identifican por un nombre comercial, que no es el nombre oficial o la razón social de la misma. Esto es muy visto en los establecimientos comerciales de propiedad de personas naturales, que para efectos comerciales, de marketing o mercadeo, le colocan un nombre comercial atractivo a su establecimiento, pero la razón social del establecimiento es el nombre de la persona natural propietaria del mismo. El nombre comercial o razón comercial es optativo, mientras que la razón social es obligatoria, y como ya se dijo, los dos pueden o no ser diferentes, aunque si la razón social y el nombre comercial son lo mismo, no tiene objeto alguno el nombre comercial, puesto que sobraría²⁹.

ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Con NIT. Número 800.229.885-8. Es una empresa conformada bajo la figura de Sociedad Anónima, constituida mediante escritura pública con inscripción en el registro mercantil, con registro en la Cámara De Comercio y vigilada por la Súper Intendencia De Industria y Comercio. Es una sociedad de tipo capitalista donde, el capital se divide en acciones de igual valor y se representan por un título negociable.

La empresa a través de la denominación comercial “PEOPLE PLAY´S”, ha logrado identificar su actividad económica, constituida mediante registro público de propiedad industrial llevado por la Superintendencia de Industria y Comercio. Es considerado y reconocido como el nombre comercial de la empresa, gracias a características como su alusión al objeto de la actividad empresarial, por constituir los anagramas y logotipos de la empresa, logrando inferencia mediante una imagen, figura y dibujo específico. PEOPLE PLAY´S es la marca de tiendas de moda deportiva más completa de la región; “gracias a la calidad de nuestras marcas, al diseño de nuestros puntos, al servicio integral que brindamos a

²⁹RAZÓN SOCIAL Y NOMBRE COMERCIAL. [en línea]<<http://www.gerencie.com/la-razon-social-y-el-nombre-comercial.html>> [citado el 6 de noviembre de 2010]

nuestros clientes y a nuestra imagen de marca, PEOPLE PLAY´S se ha convertido en el referente a nivel regional en tiendas de nuestro formato”³⁰.

La empresa, asimismo cuenta con un punto de venta FLOSH en Bogotá. ¿Qué es FLOSH?: FLOSH nace a partir de la necesidad del consumidor, de querer darle un “look” deportivo a su cotidianidad sin ser informal. Es una tienda única en su formato, donde el concepto es completamente innovador, exclusivo y está dirigido a un público exigente cuyas necesidades son sentirse y vestirse con prendas exclusivas, de marca y que solo podrías encontrar en una tienda como esta.

Así mismo, la organización maneja siete puntos de venta, mediante concesión en los almacenes SPRING STEP, en el área de importados.

3.2 OBJETO SOCIAL.

ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Con su marca comercial PEOPLE PLAY´S, tiene por objeto social la importación y comercialización de ropa, calzado y artículos deportivos de las marcas más reconocidas de la industria deportiva a nivel mundial.

3.3 IMAGEN INSTITUCIONAL ³¹.

Eslogan: “PEOPLE PLAY’S SE MUEVE CONTIGO”

Logotipo:

³⁰ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Opc. Cit.

³¹ENEBE REPRESENTACIONES S.A. INSTRUCTIVO ADMINISTRATIVO. VERSIÓN 1. Bogotá D.C., 13 de octubre de 2008.

Figura 1: logotipo marca comercial.



Fuente: ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Instructivo Administrativo. Versión 1. Bogotá D.C., 13 de octubre de 2008.

La imagen institucional responde a la denominación comercial, la cual, identifica a nivel nacional el proceso, los productos y servicios que la empresa ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Ofrece, como líderes en el sector comercial de la moda deportiva del país.

3.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA³².

Oficinas Administrativas.

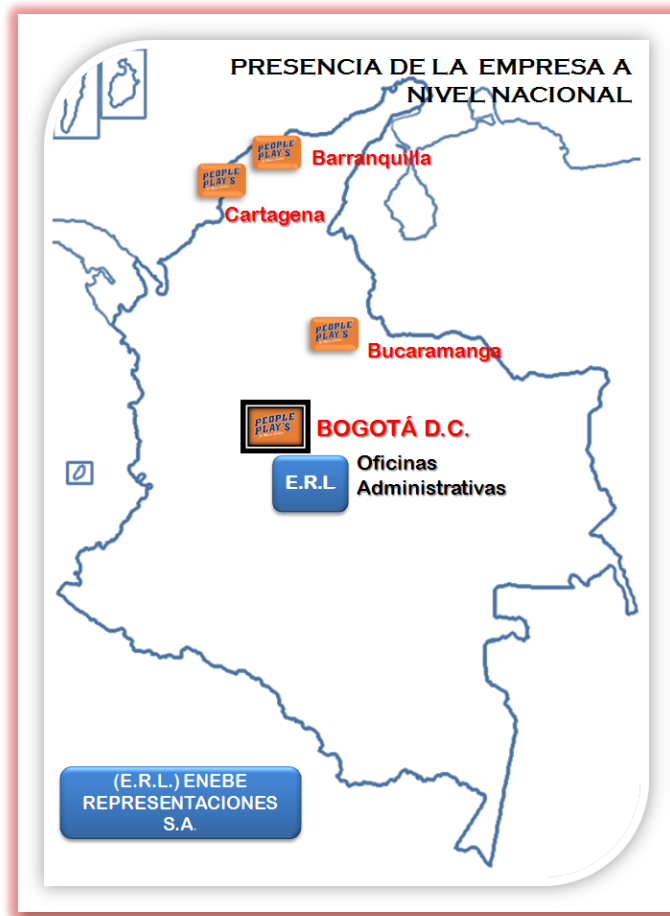
ENEBE REPRESENTACIONES S.A., Constituyéndose como una empresa de influencia nacional, ha establecido sus oficinas administrativas en la ciudad de Bogotá D.C. En la Cra. 97 No. 24C-51- Muelle 2-Bodega 5; lugar donde se realizan todos los procesos de gestión y planeación de la empresa.

Puntos De Venta.

A la fecha, la empresa cuenta con 20 puntos de venta People Play's en el país así: en Bogotá 12 puntos de venta, en Cartagena 3 puntos de venta, en Bucaramanga 4 puntos de venta y en Barranquilla 1 punto de venta; asimismo, la empresa cuenta con un punto de venta FLOSH en Bogotá, y con 7 concesiones en los almacenes SPRING STEP. Ver anexo B.

³² Ibid.

Mapa 1: zonas de influencia a nivel nacional ENEBE REPRESENTACIONES S.A. “PEOPLE PLAY’S”.



Fuente: Autora, 2010.

3.4 EL TALENTO HUMANO DE “PEOPLE PLAY’S”³³

Según el último informe de personal y de los puntos de venta, ENEBE Representaciones S.A., cuenta con una nómina de 176 personas, además, de un índice de rotación de personal, demarcado por las temporadas altas de venta, correspondiente a 170-190 personas aproximadamente. La estructura demográfica de la empresa se puede considerar en dos áreas: los trabajadores ubicados en la sede administrativa y de bodega, y los empleados de los puntos de venta.

³³Balance empresa/puntos de venta noviembre de 2010.

En el área administrativa y de bodega se cuenta con una nómina de 35 personas, incluyendo desde los administrativos, hasta las personas de oficios varios. Es conveniente considerar que este valor está sujeto a cambios de incremento; debido a las temporadas altas de venta, correspondientes a mitad y final de año. Con relación a los puntos de venta a la fecha, se considera un registro de personal de 141 empleados, incluyendo administradores y asesores.

Cabe mencionar, que la empresa no cuenta con una caracterización demográfica de sus empleados, por lo cual, a partir de la intervención en esta práctica de Trabajo Social, se planteó realizar un diagnóstico demográfico, con el fin de caracterizar la población que participa en el proceso económico de la organización; diagnóstico que forma parte del diagnóstico integral de responsabilidad social de la organización (Ver anexo D).

3.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO: UN RETO INTERESANTE.

La empresa toma como referencia de su planeación el modelo estratégico, que como bien lo plantea Torres³⁴, *este proceso permite a la organización visualizar como quisiera que fuese su entorno futuro (ambiental, social, económico, etc.) de su interés (el escenario o sueño ideal) y desarrollar los procesos y proyectos necesarios para alcanzar y contribuir a ese futuro.*

3.5.1 Política. Contando con un Equipo Humano capacitado, comprometido y motivado, encaminamos nuestros procesos a la mejora continua, con el fin de importar y comercializar en nuestras tiendas, calzado ropa y accesorios de las principales marcas deportivas, reconocidas a nivel mundial. Queremos a través de nuestro servicio y calidad del producto, lograr la confianza de nuestros clientes y así satisfacer sus necesidades y expectativas.

³⁴ TORRES SÁNCHEZ, Carlos Eduardo. Guía planeación estratégica. Escuela de Trabajo Social. Administración Social III. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 2007.

3.5.2 Misión. Estar a la vanguardia siempre ofreciendo al mercado producto único y exclusivo en moda y en deporte de las mejores y más reconocida marcas a nivel mundial. Desarrollamos nuestra gestión y procesos, dentro de los principios y valores que rigen la empresa, el constante desarrollo del talento humano, el respeto a la comunidad y el compromiso constante con nuestros clientes, con nuestro país y nuestra sociedad.

3.5.3 Visión. Queremos seguir siendo la mejor tienda de moda deportiva a nivel nacional, destacándose en el servicio, ventas y satisfacción del cliente, apoyados en el mejor equipo humano y la mejora de nuestros procesos, teniendo como ventaja competitiva el servicio que ofrecemos, la ubicación de nuestros puntos, la generación y divulgación de actividades de moda y deporte en el país, teniendo presencia en las ciudades más importantes de Colombia.

3.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL³⁵: LA ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE PEOPLE PLAY´S.

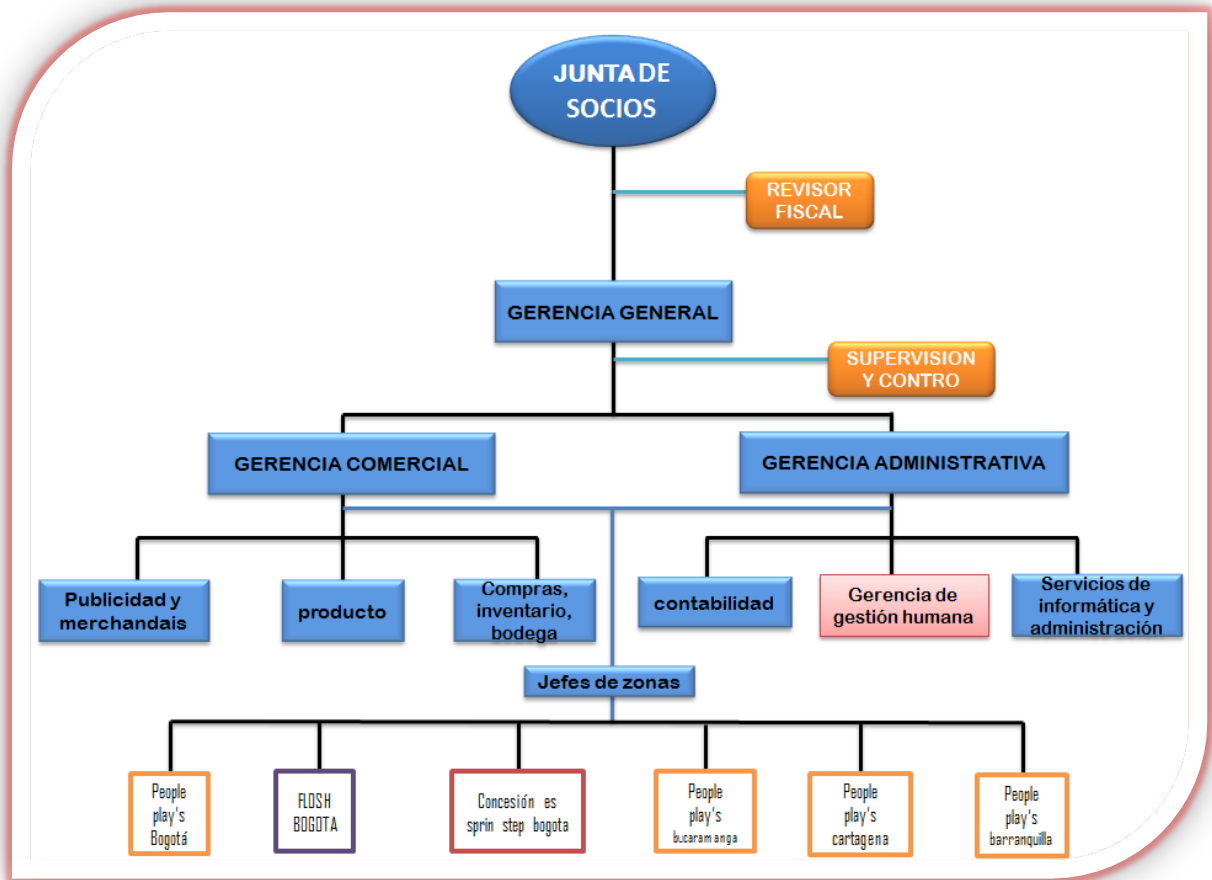
La estructura organizacional de ENEBE Representaciones S.A., se caracteriza por dividir, agrupar y coordinar sus actividades y las relaciones, entre los directivos y empleados, y empleados con empleados en departamentos; estructurándose, mediante la forma básica de *organización funcional; la cual, se caracteriza por reunir en unidades o departamentos a todos los que se dedican a una actividad o varias relacionadas, nominadas funciones*³⁶. Por ser una empresa de tamaño mediano y por presentar una línea limitada de productos, este tipo de organización le permite aprovechar con eficiencia los recursos especializados; por otra parte, otras ventajas de esta tipología de estructura, es la facilidad de supervisión y de movimiento de las habilidades especializadas, con el fin de poder usarlas en los

³⁵ ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. [En línea] <http://148.202.148.5/Cursos/Id204/Unidad_4/44.htm > [citado el 7 de noviembre de 2010]

³⁶ *Ibíd.*

puntos de la organización donde se lleguen a requerir. A continuación se presenta el organigrama general de la empresa:

Figura 2: Organigrama General ENEBE REPRESENTACIONES LTDA.



Fuente: ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Instructivo Administrativo. Versión 1. Bogotá D.C., 13 de octubre de 2008. Actualizado por la Autora. Noviembre de 2010.

4. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA: “HACIA EL RESPETO Y RECONOCIMIENTO DEL TALENTO HUMANO”

Para iniciar, cabe mencionar que es la primera vez que Trabajo Social realiza un proceso de intervención en esta empresa, por lo cual, la práctica representa la oportunidad de dar a conocer las capacidades y aptitudes para las cuales se forma el profesional a nivel del área organizacional; el nombre de la carrera era distinguido por la organización, debido a que en la junta directiva está presente una profesional, pero las funciones y capacidades de gestión, planeación, dirección y evaluación, que podemos ejercer en esta área no eran muy reconocidas.

La práctica se ubico en la Gerencia de Gestión Humana (GGH), pero por el carácter de las acciones que desde su injerencia se adelantaron, la intervención de Trabajo Social, fue un proceso transversal a la organización, que impactaron de manera directa e indirecta en todas las áreas de la empresa. Lo que indica, que se realizaron procesos donde se vinculo a todos los niveles de la cadena de valor.

A continuación, se presenta la caracterización de los aspectos más relevantes de la GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA, para la cual, fue necesario realizar una entrevista estructurada a la gerente G.H. Dra. Alejandra Marroquín³⁷, además, unas reuniones basadas en una dinámica de reflexión sobre el *Ser y Deber Ser* de la gerencia, contando con la participación de las personas que la integran; lográndose de esta forma, recopilar la información pertinente para este informe, que posteriormente se organizó en un documento de relevancia para el departamento.

³⁷ Ver anexo 1: formato de entrevista. Gerencia de Gestión Humana.

❖ **La Gerencia de Gestión Humana (G.G.H.):**

La gerencia se creó en agosto del 2005, a cargo de la señora Alba Figueroa, como respuesta a la necesidad de mejorar las habilidades del talento humano de la empresa, incentivar el sentido de pertenencia, mejorar las condiciones laborales para los trabajos y como punto de apoyo para todo el personal. La gerencia cuenta con un plan estratégico, resumido en la política interna, orientado principalmente a establecer un compromiso entre las partes (empresa y colaboradores) con el fin de propiciar un ambiente laboral que permita el desarrollo integral de la persona; como objetivos internos propuestos en el plan estratégico se define:

- ✓ Lograr la especialización en diferentes materias del talento humano con el que contamos actualmente, por medio del plan motivacional y de capacitación.
- ✓ Mantener el personal de la empresa como un equipo de trabajo sólido.
- ✓ Incentivar la sana competencia entre nuestros colaboradores.
- ✓ Mejorar la calidad de vida, de las personas de la organización.

Siguiendo el modelo de planeación estratégica, la G.G.H estableció un plan de acción específico, proyectado al logro de objetivos a largo, mediano y corto plazo, teniendo presente los objetivos específicos, los recursos que se implementen y el impacto que esto pueda causar. Actualmente, la gerencia está poniendo en marcha las siguientes estrategias: el programa de bienestar, el plan de incentivos, el desarrollo y programa de salud ocupacional y la creación de la política de la responsabilidad social empresarial.

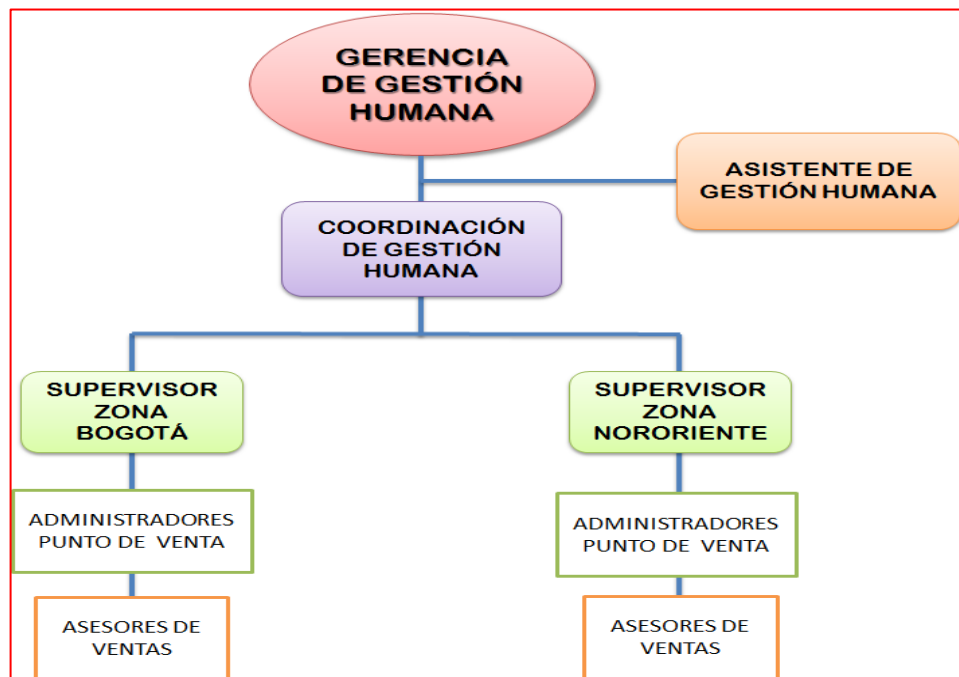
Los planes y estrategias están dirigidos tanto a la población interna y externa de la empresa. Internamente, a todos los colaboradores y externamente, a los clientes de nuestros productos y servicios y a las poblaciones donde tiene influencia la compañía. Cuando se logra capacitar y potenciar al talento humano, se refleja sus saberes y habilidades a los clientes y a la sociedad. Dentro de los principales retos y desafíos que se plantea actualmente la G.G.H se define:

- ✓ Disminuir la rotación de personal y deserción.
- ✓ Motivar y crear sentido de pertenencia y cultura organizacional en los colaboradores.
- ✓ Reflejar el compromiso social que se plantea la empresa con el desarrollo del país.

Al día de hoy, la gerencia proyecta en los próximos años como líder en planear; proponer e implementar alternativa que suplan las necesidades humanas de calidad para la empresa, y como evaluador constante de los procesos y beneficios obtenidos de los mismos.

Mediante las figuras 3, 4, 5 y 6; se busca exponer de manera precisa algunos de los componentes más relevantes de la G.G.H., se presenta el organigrama interno, características de la gestión, objetivos estratégicos, y una integralidad entre lo que debería ser la misión y visión de la gerencia.

Figura 3: Organigrama Gerencia De Gestión Humana.



Fuente: Autora, 2010.

Figura 4: El proceso de gestión humana.



Fuente: Autora, 2010.

Figura 5: Objetivos G.G.H.



Fuente: Autora, 2010.

Figura 6: Integralidad Visión y Misión de la G.G.H.



Fuente: Autora, 2010.

❖ **Expectativas frente a la intervención de Trabajo Social:**

La intervención de Trabajo Social al interior de la Gerencia de Gestión Humana se fundamenta en el área de reconocimiento del talento humano, conservación, desarrollo, evaluación y responsabilidad social empresarial, áreas que como plantea Torres³⁸, constituyen los nuevos retos de la intervención profesional organizacional. Los procesos que se plantearon en un inicio a desarrollarse, como se plantea en la figura 7, son³⁹:

Figura 7: Procesos a desarrollar: Intervención de Trabajo Social.



Fuente: Autora, 2010.

Por otra parte, la población sujeto de intervención y acción de trabajo social se ha concebido en dos perspectivas: por un lado, la población abordada de forma directa, constituida por todas las 176 personas que conformar en este momento la nómina; y Por otra parte, la población abordada de forma indirecta, constituida por las personas que habitan las zonas de influencia de la empresa, considerándose los clientes y comunidades en las cuales se inspirara por una parte el proceso de la construcción de la política de gestión socialmente responsable.

³⁸ TORRES SANCHEZ, Carlos Eduardo. Trabajo social en organizaciones: Nuevas alternativas y perspectiva profesional. En: Revista Colombiana de Trabajo Social No. 19. CONETS 2005.

5. CARACTERIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

5.1 TRABAJO SOCIAL IMPACTADO EN ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

“Se trata de poner el sello de lo humano, ósea, dar a los hombres la capacidad de obtener la libertad para el desarrollo pleno de las posibilidades fundamentales de perfección que en él se encuentra, dentro de un orden social-ahora inexistente en el que el hombre se define por su ser y no por su tener”

Ander Egg

A partir de lo dispuesto por la Universidad Industrial De Santander y la Escuela de Trabajo Social, los estudiantes, pronto a recibirse como profesionales, tienen la posibilidad de validar en la práctica la formación técnica, teórica, científica, ética y sobre todo humana que ha adquirido a lo largo de nueve semestres previos. Durante este periodo, se pone a prueba la actitud profesional y personal del futuro(a) trabajador (a) social, frente a los desafíos que cotidianamente surgen en la sociedad dinámica y cambiante en la que estamos inmersos.

La intervención de Trabajo Social en la empresa ENEBE Representaciones S.A, ubicada en el campo de *práctica organizacional* se define en acciones y estrategias, identificando las necesidades y características de la población objeto, liderando iniciativas dirigidas a procesos de desarrollo, articulando los interés de la organización con las demandas de sus trabajadores, fortaleciendo los lazos y canales comunicativos al interior y exterior de la empresa; todo esto, enfocado al pleno ejercicio de los derechos humanos, a la calidad de vida optima y al desarrollo sostenible de la región.

Desde la intervención, se pretende estructurar y consolidar el sentido ético-social de la empresa, estructurando acciones que ofrezcan la posibilidad de integrar el desarrollo humano y el compromiso de la organización con los grupos de interés a los procesos de gestión y administración, partiendo de procesos participativos e

incluyentes; donde confluyan las realidades individuales, familiares y colectivas de todas las personas que conforman la organización y su entorno.

La práctica de Trabajo Social en ENEBE Representaciones S.A., tuvo lugar durante el segundo semestre de 2010, directamente vinculada a los procesos de la Gerencia de Gestión humana; la que a su vez, se incorpora a la Gerencia Administrativa. Debido al carácter de las acciones que desde la gestión humana se adelantan, la intervención profesional, fue un proceso transversal a la organización; que impactó de manera directa e indirecta en todas las áreas de la empresa; lo que indica, que se realizaron procesos donde se vinculó a todos los niveles de la cadena de valor y a las personas que de forma directa o indirecta se relacionan con la organización.

A lo largo del presente capítulo, se pretende describir la planeación, ejecución y evaluación de las acciones planeadas, surgidas en primer lugar, por las demandas de la empresa y su iniciativa de generar una política de gestión socialmente responsable; y en segundo lugar, por las necesidades que desde el enfoque de Responsabilidad Social se identifiquen como demandantes de intervención.

Fundamentándose en el enfoque de Responsabilidad Social, ENEBE Representaciones S.A. pretende elaborar desde un perspectiva participativa e incluyente su “Política de Gestión Integral Socialmente Responsable”, que permita la estructuración de los lineamientos orientados a sustentar desde la ética, la moral y la dignidad humana todas las acciones organizacionales que involucren a las personas que directa o indirectamente se relacionan con la empresa.

5.2 DIAGNÓSTICO SOCIAL:

Realizar diagnósticos en las organizaciones es fundamental para intervenir profesionalmente en la formulación e implantación de estrategias y su seguimiento

para efectos de evaluación y gestión; por tanto, como punto preliminar a la estructuración de estrategias, se realizó un diagnóstico social de la organización, basado en la Matriz FODA; considerando los elementos característicos de la Responsabilidad Social, ofrecidos por la Norma ISO 26000 (2010) y la GTC 180 de R.S. ICONTEC (2008).

A continuación se presenta el desarrollo de la matriz, la cual permitió el análisis organizacional y la fundamentación de las estrategias que más adelante se expondrán.

FORTALEZAS:

- La empresa cuenta con un gran reconocimiento y posicionamiento a nivel nacional, gozando de buen nombre no solo por marca y producto, sino también, por carácter social.
- Reconocimiento por instancias gubernamentales por buena gestión y compromiso con el desarrollo.
- Alto interés por parte de los directivos en crear la Política De Gestión Integral Socialmente Responsable.
- Reconocimiento por parte de los directos de la falta de organización y estructuración de un modelo que guíe las iniciativas sociales.
- Completo equipo de trabajo interdisciplinario en la Gerencia Administrativo en la cual está ubicada la Gerencia de Gestión Humana.
- Existencia de gran potencial humano, crítico, participativo y propositivo en todas las áreas de la cadena de valor.
- Alto compromiso institucional con iniciativas sociales, líderes en el desarrollo de las regiones de influencia y el país.
- Procesos de formación y capacitación continuos, dirigidos a cualificar el servicio al cliente, mercadeo y venta.
- Disposición, acogida y apoyo de todo el personal de la organización en las actividades que se llevaran a cabo desde la gerencia de gestión humana.

- Plantas físicas, equipos tecnológicos y técnicos con que cuentan las diferentes instalaciones de la empresa (oficinas, bodegas, puntos de venta).
- Rumbo corporativo y plan estratégico establecido.
- El compromiso por parte de los directivos por identificar las necesidades y realidades de sus trabajadores, acompañado por el interés en el mejoramiento de su calidad de vida y el de sus familias.
- Gran interés por apoyar e integrar iniciativas internacionales y nacionales, que propugnan por el desarrollo sostenible y la dignidad humana.
- La Gerencia Administrativa y la Gerencia de Gestión Humana, gozan un canal de comunicación sólido y constante con el personal de toda la empresa.
- Disposición de recursos para la acción social.
- Sistema de información y comunicación dinámico y permanente con la comunidad consumidora, mediante el uso de las TIC.
- Los recursos que la organización ha dispuesto a las comunidades de las zonas de influencia han aportado esenciales resultados al alcance de los objetivos estratégicos planteados.
- La población laboral tiene claro los procesos internos de la empresa, conoce los conductos, identifican el respaldo de sus jefes inmediatos y manifiestan estabilidad laboral.
- Los trabajadores tienen la motivación de elaborar ideas que aporten hacia acciones de mejora y revelan que pueden expresarlas hacia el interior de la organización.
- La población interna y externa de la organización reconocen la importancia de los procesos participativos y proactivos que la empresa adelanta para el continuo mejoramiento y cualificación de la gestión.

DEBILIDADES:

- No se ha estructurado un plan o modelo de gestión para la responsabilidad social.

- Las acciones sociales que se adelantan se enfocan más hacia la población externa, seleccionándose sin criterios técnicamente definidos.
- No existe un registro oficial ni estructurado de las iniciativas adelantadas y apoyadas en materia social.
- La Gerencia de Gestión Humana no cuenta con un documento técnico que defina organizadamente su planeación estratégica interna, solo cuenta con un plan de acción específico desactualizado.
- La empresa no cuenta con un diagnóstico o documento que ofrezca la caracterización de su personal.
- Hace más de dos años no se realiza una evaluación de clima laboral.
- Se han identificado inconvenientes en el trabajo en equipo lo que impacta negativamente en el proceso de ventas.
- Existe dificultad para comunicarse entre los asesores de venta y el nivel directivo más alto de la organización.
- Falta de decisión e inversión en acciones sociales propias de la empresa para dejar a un lado la filantropía.
- Escases de profundidad en las capacitaciones y formación del personal en temas que incluyan el liderazgo, la participación, el trabajo en equipo, etc., que salga de lo puramente técnico del proceso de ventas.
- No se mide con frecuencia el nivel de satisfacción y servicio al cliente.
- El modelo de negocios, se inclina más al crecimiento económico de la empresa, dejando de lado el desarrollo de la organización.
- En muchas ocasiones se concibe al trabajador como una herramienta de producción económica, olvidándose de su integridad humana y social.
- La no existencia de un modelo que integre a la organización la intervención en lo social.
- Mínimo reconocimiento y exaltación de logros de los empleados en comparación con las sanciones por faltas e incumplimiento de metas.

- Ausencia de un profesional con formación sociológica o humanística que oriente los procesos de gestión social.
- La desmotivación del personal para ser críticos y propositivos.
- La constante de deserción laboral.
- El personal de la Gerencia Administrativa y de Gestión Humana pueden accionar desde un enfoque subjetivo que invisibilice la realidad de los contextos organizacionales.
- La falta de conocimiento y orientación del personal en general, con respecto a la gestión socialmente responsable.
- Los liderazgos mal ejercidos a nivel directivo, administrativo y operacional.
- El modelo tradicional mercantilista de gestión.

OPORTUNIDADES:

- La empresa se muestra sensible frente al enfoque de gestión basado en la RS.
- Credibilidad lograda por la organización con respecto a su vinculación a causas sociales ante otras empresas privadas, el Estado y la sociedad.
- Integración con el Estado, otras empresas y ONG`S para desarrollar proyectos sociales.
- Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y a la RED Colombiana por el Pacto Global.
- Gran difusión y reconocimiento que está presentando la responsabilidad social tanto a nivel internacional como nacional.
- Descuentos arancelarios a las empresas que apoyan financieramente proyectos sociales.
- Interés en las políticas públicas y planes de gobierno por lograr la calidad de vida y desarrollo sostenible de la sociedad colombiana.

- Apoyo técnico que brinda organismos e instituciones internacionales para la elaboración y ejecución de iniciativas y proyectos relacionados con la responsabilidad social.
- Guías y estándares internacionales y nacionales para la gestión socialmente responsable (R.S) como la ISO 26000 (2010) y la GTC 180 INCONTEC (2008), entre otros.
- A nivel nacional la empresa no cuenta con un fuerte competidor en cuanto a presencia de marca, reconocimiento y gestión social.
- Acceso a los medios de comunicación masiva, las redes sociales y virtuales, y las TIC.
- Reconocimientos y certificaciones existentes, referentes a la buena gestión y la responsabilidad social.
- La cobertura que tiene la empresa con sus puntos de venta en varias de las principales ciudades del país.
- La receptividad y conciencia social que caracteriza a los grupos de interés con que la empresa se relaciona.
- La existencia de diversos espacios sociales comprometidos con la calidad de vida, la dignidad humana y el desarrollo sostenible.
- La proliferante cultura organizativa de compromiso social dirigida a fortalecer las relaciones positivas con el entorno empresarial.
- Reconocimiento y posicionamiento de la intervención desde el Trabajo Social.
- Autonomía y compromiso del recurso humano para desarrollar los procesos de gestión y ventas.
- Iniciativas existentes en el mercado crediticio y bancario en cuanto a libre inversión, vivienda y educación.

AMENAZAS:

- La inexistencia de una legislación y normas certificables que apoyen y promuevan la RS en Colombia.

- La crisis económico- social actual.
- Periodo de intervención de Trabajo Social limitado a un semestre de prácticas académicas.
- Competencia agresiva y de contrabando en el sector.
- Desconocimiento e incredulidad por parte del sector empresarial frente a la RS, lo cual puede afectar el interés de asociación y trabajo en red, para la gestión socialmente responsable.
- Manejo burocrático de los sistemas financieros.

Cabe reconocer como punto clave para dar paso a la planeación y ejecución de los procesos de intervención, la clara convicción que tiene la organización frente a reorientar su gestión hacia el enfoque de Responsabilidad Social; lo que permite, tener un rumbo fijo del proceso de práctica. Por otra parte, los referentes conceptuales y las guías técnicas de RS disponibles (GTC 180 ICONTEC y la ISO 26000), aportaron los elementos esenciales para la estructuración metodológica del proceso de intervención que se plantea a continuación.

5.3 JUSTIFICACIÓN.

Las organizaciones económicas (empresas), representan un elemento determinante en la sociedad actual, influyendo significativamente en las dinámicas y problemáticas que allí confluyen; configurándose desde lo social como comunidades, donde cotidianamente las relaciones humanas se estructuran, se transforman y se fortalecen. Concibiendo la empresa de esta forma, se define como un contexto significativo de intervención profesional para el Trabajo Social, donde el (la) estudiante en práctica puede ofrecer desde su preparación científica y técnica del saber trabajar con seres humanos en sus diferentes formas de agrupación, opciones tácticas y estratégicas para optimizar la gestión; integrando una opción metodológica basada en los fundamentos de investigación, planeación social y educación.

Toda empresa desde los impactos que genera sobre las personas y la sociedad, tiene una función social y es aquí donde la intervención de la profesión toma gran relevancia, donde el objetivo final es propiciar el bienestar y desarrollo de los seres humanos, sus colectivos y la sociedad; de esta manera, el (la) trabajador(a) social debe desplegar su capacidad de identificar los problemas y demandas, que orienten la práctica profesional al diseño e implementación de programas, que posibiliten instituir políticas de bienestar y proyectos de desarrollo, dirigiendo la organización a generar impactos positivos sobre las personas y sobre ella misma.

Acompañar el proceso de la construcción de la “Política de Gestión Integral Socialmente Responsable (P.G.I.S.R.)”, demanda la puesta en práctica de muchos e importantes conocimientos, destrezas y aptitudes, que a lo largo de la formación profesional se han adquirido; contribuir en este proceso desde nuestra formación ética, humana y social representa un reto a la hora de valorar sus aprendizajes.

Por otra parte, el espacio que la empresa ENEBE Representaciones S.A. ha ofrecido a la profesión para intervenir en su gestión, representa credibilidad, confianza y reconocimiento de las habilidades profesionales, científicas y sobre todo humanas que caracteriza al (la) trabajador(a) social de la Universidad Industrial De Santander UIS por parte de la organización; constituyendo otra razón de peso que justifica el proceso desarrollado.

Mediante la intervención en esta empresa, la estudiante en práctica tiene la completa posibilidad de participar activamente en la identificación, diagnóstico y caracterización de problemas y necesidades organizacionales, del personal y las relaciones con las comunidades que de una u otra forma impacta; con el objetivo de lograr comprender las relaciones productivas y humanas, orientadas hacia el desarrollo y crecimiento de la empresa, de las personas y la sociedad, en un contexto afable y digno.

En conclusión, el proceso de intervención a través de la práctica académica de Trabajo Social se justifica en la medida que:

- La empresa se beneficia al contar con el apoyo de un profesional en formación, capaz de generar procesos de desarrollo con alto nivel de impacto positivo en la productividad, la imagen, la cultura laboral y la gestión socialmente responsable.
- La escuela de Trabajo Social cuenta con un espacio de ejercicio sobre una realidad concreta, actual y dinámica, donde la practicante se enfrente a un contexto profesional cotidiano.
- La estudiante en práctica podrá generar y potenciar habilidades profesionales y personales, que en su futuro laboral serán de gran beneficio.

5.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

Objetivo General: Apoyar el proceso de construcción de la Política de Gestión Integral Socialmente Responsable de la empresa ENEBE Representaciones S.A., orientada a reflejar en su estructura organizacional y estratégica el permanente compromiso con el desarrollo y bienestar de sus grupos de interés y de esta forma fortalecer el sistema de gestión, en términos éticos de confiabilidad, transparencia, solidaridad y sostenibilidad.

Objetivos Específicos:

1. Facilitar el acercamiento de la organización y todo su personal a lo que es e implica la responsabilidad social para la empresa a través de la etapa de aprestamiento organizacional para la Responsabilidad Social.
2. Identificar y caracterizar los elementos constitutivos de la gestión socialmente responsable de la empresa a través del diseño y ejecución de un diagnóstico integral de RS.
3. Definir los componentes de la gestión socialmente responsable que guiaran el rumbo de la organización.

4. Estructurar el proceso de implementación de la gestión socialmente responsable de la empresa.

5.5 PROCESO METODOLÓGICO DE INTERVENCIÓN PROFESIONAL.

5.5.1 Operacionalización de los objetivos estratégicos. A continuación se presenta el planteamiento de las estrategias y sus respectivas acciones dirigidas al logro de los objetivos estratégicos específicos, a través de los cuales se llegara al alcance del objetivo general.

Tabla 9: Objetivo estratégico No. 1.

OBJETIVO N°1: Facilitar el acercamiento de la organización y todo su personal a lo que es, e implica la responsabilidad social para la empresa.					
ESTRATEGIA: Aprestamiento organizacional, comunicación, información y capacitación referente a la responsabilidad social y el proceso que se llevara a cabo.					
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE(S)	METAS	INDICADORES DE LOGRO	AVANCE DE PROCESO Y PROPÓSITOS
Diseño del plan estratégico de gestión y actualización del plan de acciones específicas de la gerencia de gestión humana (GGH)	-revisar los documentos de gestión y planeación existentes en la GGH. -Diseñar el formato para realizar una entrevista estructurada a la gerente de GH. -entrevista estructurada a la gerente de GH. -Desarrollar una jornada de reflexión sobre el Ser y Deber Ser de la gerencia de G.H., con la participación de las personas que la integran; -mediante el taller recopilar la	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente de gestión humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	Para la última semana del mes de octubre deben estar revisados los documentos, desarrollada la jornada de reflexión elaborado el plan estratégico de gestión y actualizado el plan de funciones específicas.	# De actividades planeadas/ #de actividades realizadas x 100.	5 actividades planeadas/ 5 actividades ejecutadas. Se desarrollaron todas las actividades necesarias para el diseño del plan estratégico de gestión y la a actualización del plan de acciones específicas de la gerencia de gestión humana; quedando consignados en su respectivo documento.

	<p>información pertinente para elaborar el plan estratégico de gestión y actualizar el plan de acciones específicas de la GGH.</p> <p>-Elaborar el respectivo documento.</p>				
<p>Revisión y elaboración del marco teórico conceptual de la responsabilidad social.</p>	<p>-Explorar la literatura existente y actualizada referente a la R.S.</p> <p>-Identificar y revisar las guías técnicas y lineamientos internacionales y nacionales vigentes de la R.S.</p> <p>-Selección de los lineamientos teóricos y técnicos que dirigirán el proceso de construcción de la P.G.I.S.R., plasmándose en un documento de referencia para la organización.</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas.</p> <p>Gerente de gestión humana.</p> <p>Coordinadora de gestión humana.</p> <p>Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>Para la última semana del mes de octubre debe estar estructurado el documento del marco teórico de la responsabilidad social, que sustentara el proceso de construcción de la P.G.I.S.R.</p>	<p># De documentos elaborados/ # de documentos planeados x 100.</p>	<p>1 documento creado/ 1 documento planeados x 100.</p> <p>Se revisó la exploración literaria necesaria, y se estructuró el documento final correspondiente al marco teórico de la responsabilidad social.</p>

<p>Definición de la hoja de ruta para el diseño de la política de gestión integral socialmente responsable.</p>	<p>-Reunión con los integrantes de la gerencia administrativa y la gerencia de gestión humana, para revisar los lineamientos propuestos por la Norma ISO 26000 (2010) y la GTC 180 ICONTEC para la Responsabilidad Social. -Construcción colectiva e interdisciplinaria de la hoja de ruta para el diseño de la P.G.I.S.R. -Elaboración del documento correspondiente, revisión y aprobación.</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente Administrativo. Gerente de gestión humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>Para la primera semana del mes de noviembre se habrá diseñado la hoja de ruta para el diseño de la P.G.I.S.R., presentada en su respectivo documento.</p>	<p># De documentos elaborados/ # de documentos planeados x 100.</p>	<p>1 documento creado/ 1 documento planeados x 100. Con la participación del gerente administrativo, y todas las integrantes de la gerencia de gestión humana se diseñó la hoja de ruta para el diseño de la P.G.I.S.R., y se elaboró el respectivo documento, que fue aprobado por la gerencia administrativa.</p>
<p>Fortalecimiento motivacional de la junta directiva y área administrativa, para el emprendimiento de la ruta de</p>	<p>-entrevista estructurada al gerente general para conocer el nivel de motivación frente a la gestión socialmente responsable,</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente Administrativo. Gerente de gestión</p>	<p>Para la primera semana del mes de noviembre se debe haber realizado la entrevista con el gerente general, para medir el nivel de motivación.</p>	<p># de participantes/ # de integrantes del área directiva x 100</p>	<p>7 participantes/ 7 directivos de la empresa x 100 Se realizó la entrevista con el gerente general para medir el nivel</p>

gestión socialmente responsable.	mediante el formato que ofrece la GTC 180 ICNTEC para R.S. -Planeación y desarrollo de un taller de capacitación con los integrantes del nivel ejecutivo sobre el enfoque de responsabilidad social. -diseño y elaboración de la herramienta de capacitación: cartilla sobre la gestión socialmente responsable.	humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	Para la segunda semana del mes de noviembre se debe haber desarrollado el taller de capacitación en R.S. a los ejecutivos de la empresa.		de motivación frente a la gestión socialmente responsable. Se realizó el taller de capacitación con los ejecutivos de la organización, mediante el uso de la cartilla elaborada sobre el enfoque de responsabilidad social.
Conformación del equipo de trabajo para la responsabilidad social.	-reunión con el gerente general para nombrar el líder de la responsabilidad social de la empresa. -selección del personal que integrara su equipo de trabajo. -elaboración del respectivo	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente general. Gerente Administrativo. Gerente de gestión humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de	Para la segunda semana del mes de noviembre debe estar consolidado el equipo de trabajo de responsabilidad social y estructurado el documento de funciones y obligaciones del mismo.	Equipo de trabajo para la responsabilidad social conformado, con funciones definidas y comprometidos con sus labores.	-se llevó a cabo la reunión con el gerente general donde se nombró como líder del proceso y de la gestión socialmente responsable al gerente administrativo, quien a su vez definió su equipo

	documento donde se definen las obligaciones y funciones del equipo de responsabilidad social.	gerencia de gestión humana.			de trabajo para la construcción de la P.G.I.S.R. Se elaboró el respectivo documento donde se definieron las obligaciones y funciones del equipo.
Jornadas de información, comunicación y capacitación sobre responsabilidad social y gestión integral de la empresa, dirigido a todo el personal de la organización y a los clientes.	-elaboración de una carta dirigida a la comunidad laboral por parte del gerente general donde presenta el proyecto de la construcción de la P.G.I.S.R. -Difusión de la carta vía correo electrónico al personal y exposición de la misma en la cartelera institucional de la oficina administrativa. -Elaboración del comunicado donde el gerente administrativo	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	Para la segunda semana de diciembre se deben haber desarrollado las jornadas de información, comunicación y capacitación sobre responsabilidad social y gestión integral de la empresa, con la participación de todo el personal de la organización y los clientes.	# de actividades planeadas/ # de actividades realizadas x 100 Participación 100% del personal de la empresa.	10 actividades planeadas/ 10 actividades realizadas x 100 Las jornadas de información se llevaron a cabo exitosamente, se contó con la participación activa del 100% del personal de toda la organización, generándose interés y compromiso por parte de los participantes, elemento clave para el éxito del proceso de la construcción de la política de gestión

	<p>informe sobre el proceso que se va a realizar, convocando a la participación activa y el apoyo incondicional en las actividades.</p> <p>-elaboración de una carta donde el líder del equipo de responsabilidad social (G.A.) comunique sobre los compromisos asumidos desde la gestión socialmente responsable, con la comunidad interna, externa y el desarrollo del país.</p> <p>-diseño, impresión y difusión de un afiche que convoque al personal a participar en las diferentes actividades que se desarrollaran en el marco del proyecto de construcción de</p>				<p>integral socialmente responsable.</p>
--	---	--	--	--	--

	<p>la P.G.I.S.R. -publicación del afiche en la cartelera de la oficina administrativa y en los puntos de venta. -diseño y elaboración del folleto “construyendo espacios de participación y concertación” como material de apoyo en la jornada comunicativa y de capacitación de RS con el personal de área administrativa. -diseño y elaboración del folleto “enfoque participativo estratégico de la RS”, como material de apoyo para la jornada de comunicación y capacitación en RS con los</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>trabajadores de la organización.</p> <p>-jornada de comunicación y capacitación con el personal de la oficina administrativa y las bodegas.</p> <p>- -jornada de comunicación y capacitación con el personal de cada punto de venta People Play's, Fosh y las concesiones Sprint Step; de las ciudades de Bogotá, Bucaramanga, Cartagena y Barranquilla.</p>				
--	---	--	--	--	--

Fuente: autora, 2010-2011

Tabla 10: Objetivo estratégico No. 2.

OBJETIVO N°2: Identificar y caracterizar los elementos constitutivos de la gestión socialmente responsable de la empresa.					
ESTRATEGIA: Diseño y ejecución de un diagnóstico integral de responsabilidad social.					
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE(S)	METAS	INDICADORES DE LOGRO	AVANCE DE PROCESO Y PROPÓSITOS
Estructurar el diagnóstico social, el cual integrara los siguientes estudios, definidos como acciones estratégicas en este objetivo.	-Revisar literatura actualizada relacionada con RS y diagnóstico social, principalmente las guías técnicas (ISO 26000 y GTC 180). -diseño metodológico del diagnóstico, elaboración del respectivo documento. -socialización del diseño metodológico con los integrantes del equipo de responsabilidad social y	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	Para la tercera semana del mes de diciembre se deberá tener estructurado el diseño metodológico del diagnóstico social de la empresa. Para la segunda semana del mes de enero se deberá tener elaborado el documento correspondiente al análisis de los resultados y el plan de acción.	# De actividades programadas/ # de actividades ejecutadas x 100. Documento final correspondiente al diagnóstico social, que integre: diseño metodológico, resultados, análisis de resultados y plan de acción.	6 actividades programadas/ 6 actividades ejecutadas x 100. Diseño metodológico del diagnóstico elaborado. Documento correspondiente al análisis de los resultados elaborado. -propuesta de acción frente a las problemáticas identificadas que demandan intervención inmediata concretada.

	<p>aprobación para la puesta en marcha.</p> <p>-elaboración de un comunicado (vía internet) por parte del líder de R.S. gerente administrativo a toda la comunidad laboral de la empresa, con el objetivo de informar y convocar a la participación y apoyo en las actividades requeridas para el desarrollo del diagnóstico social.</p> <p>-habiéndose ejecutado cada uno de los estudios que integran el diagnóstico, se elaborara el documento correspondiente al análisis de</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>los resultados. -elaboración de la propuesta de acción frente a las problemáticas identificadas que demandan intervención inmediata.</p>				
<p>Diseñar y ejecutar un estudio socio-demográfico interno y de caracterización de necesidades del personal.</p>	<p>-Elaborar el diseño metodológico. -construir la matriz categorial base del estudio. -diseñar el cuestionario de la encuesta para la recolección de información. -diseño de la tabla de registro de resultados. -preparación logística para la aplicación de las encuestas. -aplicación de las encuestas a todo el personal de área</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>Para la primera semana del mes de enero se deberá tener ejecutado el estudio socio demográfico interno y de caracterización de necesidades del personal.</p>	<p># De actividades programadas/ # de actividades ejecutadas x 100. Documento final correspondiente al desarrollo y análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados, del estudio socio demográfico interno y de caracterización de necesidades del personal.</p>	<p>9 actividades programadas/ 9 actividades ejecutadas x 100. Se diseñó y ejecuto exitosamente el estudio socio demográfico interno y de caracterización de necesidades del personal, alcanzándose satisfactoriamente los objetivos planteados.</p>

	<p>administrativa, bodegas y servicios varios.</p> <p>-aplicación de las encuestas a todos los puntos de venta People Play's, Flosch y concesiones Sprint Step de las ciudades de Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla y Cartagena.</p> <p>-registro y tabulación de resultados.</p> <p>-análisis cuantitativo y cualitativo de resultados.</p>				
<p>Diseñar y ejecutar un estudio de evaluación de clima laboral.</p>	<p>-Elaborar el diseño metodológico.</p> <p>-diseñar el cuestionario de la encuesta para la recolección de información.</p> <p>-diseño de la tabla de registro</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>Para la primera semana del mes de enero se debe haber desarrollado el estudio de clima laboral, contándose con el respectivo documento que presente el diseño metodológico, el registro y análisis de resultados.</p>	<p># De actividades programadas/ # de actividades ejecutadas x 100.</p> <p>Documento final correspondiente al desarrollo y análisis cualitativo y</p>	<p>6 actividades programadas/ 6 actividades ejecutadas x 100.</p> <p>Con el apoyo sincero y la mayor disponibilidad del personal seleccionado como muestra para el</p>

	<p>de resultados.</p> <ul style="list-style-type: none"> -preparación logística para la aplicación de las encuestas. -aplicación de las encuestas al personal seleccionado aleatoriamente como muestra, considerándose el 70 % de las personas del área administrativa, bodegas y servicios varios, y puntos de venta. -registro, tabulación y análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados. 			<p>cuantitativo de los resultados, del estudio de evaluación de clima laboral.</p>	<p>estudio, se logró cumplir con las metas y los objetivos propuestos a cabalidad.</p>
<p>Diseñar y ejecutar un estudio de satisfacción y servicio al cliente.</p>	<p>-Elaborar el diseño metodológico del estudio.</p> <p>-construir el instrumento de recolección de información:</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas.</p> <p>Coordinadora de gestión humana.</p> <p>Asistente de</p>	<p>Para la primera semana del mes de enero se deberá tener ejecutado el estudio de satisfacción y servicio al cliente, y el respectivo documento de implementación y resultados.</p>	<p># De actividades programadas/ # de actividades ejecutadas x 100.</p> <p>Documento final correspondiente</p>	<p>5 actividades programadas/ 5 actividades ejecutadas x 100.</p> <p>Con la participación activa de los clientes se</p>

	<p>encuesta -aplicar las encuestas a clientes que voluntaria y anonamente deseen participar. -registro y análisis cualitativo de los resultados. -elaboración del respectivo documento.</p>	<p>gerencia de gestión humana. Administradores de puntos de venta de People Play's.</p>		<p>al desarrollo y análisis cualitativo de los resultados, del estudio de satisfacción y servicio al cliente.</p>	<p>logró alcanzar plenamente los objetivos del estudio.</p>
<p>Elaborar un inventario de antecedentes de gestión social en la empresa.</p>	<p>-Reunión con el equipo de responsabilidad social para diseñar el modelo metodológico, con el cual se elaborara el inventario. -jornada de recolección de información, mediante la revisión de los documentos existentes y entrevistas a personas</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Gerente de gestión humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>Para la primera semana del mes de enero se deberá tener listo el documento referente al inventario de antecedentes de gestión social en la empresa.</p>	<p># De actividades programadas/ # de actividades ejecutadas x 100. Documento final correspondiente al inventario de antecedentes de gestión social en la empresa.</p>	<p>3 actividades programadas/3 actividades ejecutadas x 100. Se documentó con el mayor detalle posible el inventario de antecedentes, los cuales dejaron una memoria significativa en el pasado de la organización.</p>

	<p>claves de la organización.</p> <p>-registro de los antecedentes más relevantes, elaboración de documento.</p>				
<p>Desarrollar participativamente la matriz DOFA de la gestión social de la organización.</p>	<p>-reunión equipo de responsabilidad social: definir los parámetros que integraran el desarrollo de la matriz, y la metodología que se empleara.</p> <p>-a partir del análisis de los resultados de los anteriores estudios, se identificarán elementos claves a considerar en el desarrollo de la DOFA.</p> <p>-Elaboración documento referente al desarrollo de la DOFA.</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas.</p> <p>Gerente de gestión humana.</p> <p>Coordinadora de gestión humana.</p> <p>Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>Para la primera semana del mes de enero se deberá presentar a la gerencia administrativa el documento referente al desarrollo de la matriz DOFA de la gestión social de la organización.</p>	<p># De actividades planeadas/ # de actividades realizadas x 100.</p> <p>Documento final correspondiente al desarrollo de la matriz DOFA.</p>	<p>3 actividades planeadas/ 3 actividades realizadas x 100.</p> <p>Se logró identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la organización frente al enfoque de gestión socialmente responsable, las cuales constituirán elementos primordiales para el diseño del enfoque de gestión socialmente responsable.</p>

Fuente: autora, 2010-2011

Tabla 11: Objetivo estratégico No. 3.

OBJETIVO N°3: Definir los componentes de la gestión socialmente responsable que guiaran el rumbo de la organización.					
ESTRATEGIA: Determinar los lineamientos, principios y fundamentos que estructuraran el enfoque de gestión integral socialmente responsable de la empresa, desde un modelo participativo e incluyente; plasmándolos en sus respectivos documentos.					
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE(S)	METAS	INDICADORES DE LOGRO	AVANCE DE PROCESO Y PROPÓSITOS
Realizar la planeación del enfoque estratégico de responsabilidad social.	-Taller con el equipo de responsabilidad donde se revisen los elementos de la organización relacionados con la gestión socialmente responsable y los lineamientos de las guías técnicas. -definir y caracterizar los aspectos significativos que estructuran el enfoque socialmente responsable de la gestión. -elaborar el	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	A la tercera semana del mes de enero debe estar lista la planeación del enfoque estratégico de responsabilidad social, y su respectivo documento.	# De actividades realizadas/ # de actividades planeadas x 100. Documento referente a la planeación del enfoque estratégico de responsabilidad social.	3 actividades realizadas/ 3 de actividades planeadas x 100. Se logró definir los elementos significativos que estructuran el enfoque de gestión socialmente responsable.

	<p>documento correspondiente al enfoque estratégico de la gestión socialmente responsable.</p> <p>-revisión por parte del líder de responsabilidad social (GA) del documento, para su respectiva aprobación.</p>				
<p>Formulación de la política integral de gestión.</p>	<p>-taller con el equipo de responsabilidad social donde se revisaran primero, los lineamientos ofrecidos en las guías técnicas ISO 26000 y la GTC 180; y segundo, definir la política que oriente los objetivos y las acciones de la gestión socialmente responsable.</p> <p>-elaboración del documento</p>	<p>Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>A la tercera semana del mes de enero debe estar definida la política integral de gestión para la responsabilidad social.</p>	<p>Documento correspondiente a la política integral de gestión.</p>	<p>Mediante el trabajo del equipo de responsabilidad social guiado por la estudiante en práctica de trabajo social, se logró formular la política integral de gestión, plasmándose en su respectivo documento.</p>

Elaboración del plan de gestión del cambio, basado en los componentes de formación y comunicación.	-Taller con el equipo de responsabilidad social para elaborar el plan de gestión del cambio. -elaboración del respectivo documento para el plan.	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	A la tercera semana del mes de enero estará diseñado el plan de gestión del cambio, para la responsabilidad social en la organización.	Documento correspondiente al plan de gestión del cambio.	Basada en los lineamientos ofrecidos por las guías técnicas de RS la practicante de trabajo social diseño el taller donde se construyó el plan de gestión del cambio, los integrantes del grupo de responsabilidad social participaron activamente para el logro de la meta.
Elaboración y certificación del plan de responsabilidad social.	Taller con el equipo de responsabilidad social para elaborar el plan de responsabilidad social. -elaboración del respectivo documento.	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	A la tercera semana del mes de enero estará diseñado el plan de responsabilidad social, planteado en su respectivo documento.	Plan elaborado/taller desarrollado x 100.	Se elaboró el plan de responsabilidad social durante el desarrollo del taller alcanzándose la meta fijada.
Elaboración del plan de alianzas para la gestión con responsabilidad	-Taller con el equipo de responsabilidad social para elaborar el plan de	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas.	A la tercera semana del mes de enero estará diseñado el plan de alianzas para	# De actividades planeadas/ # de actividades desarrolladas x 100.	4 actividades planeadas/ 4 actividades desarrolladas x 100.

<p>social. Enfocado a la adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas.</p>	<p>alianzas. -elaboración del respectivo documento para el plan. -elaboración de la carta dirigida al secretario general de las naciones unidad, para ser firmada por el gerente general, posteriormente se adjuntara al cuestionario diligenciado para la preinscripción a la adhesión al pacto mundial para el desarrollo. -Diligenciamiento del cuestionario para la adhesión al pacto global vía internet.</p>	<p>Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.</p>	<p>la gestión de responsabilidad social, presentado en su respectivo documento.</p>		<p>Con el trabajo activo y propositivo del equipo de responsabilidad social se logró crear el plan de alianzas para la responsabilidad social. Se elaboro la carta dirigida al Secretario de las Naciones Unidas para formar parte del Pacto Global, en la reunión llevada a cabo con la junta directiva el día 3 de marzo de 2011, siendo aprobada mediante la firma por el gerente general, para la próxima inscripción vía internet. Posterior a la firma de la carta se procedió a inscribir la empresa como interesado en adherirse al pacto</p>
---	--	---	---	--	---

Fuente: autora, 2010-2011.

Tabla 12: Objetivo estratégico No. 4.

OBJETIVO N°4: Estructurar el proceso de implementación de la gestión socialmente responsable de la empresa.					
ESTRATEGIA: Desde un enfoque participativo construir las políticas y sistemas que apoyaran la gestión socialmente responsable, elaborándose su respectivo documento.					
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE(S)	METAS	INDICADORES DE LOGRO	AVANCE DE PROCESO Y PROPÓSITOS
Elaboración, aprobación y declaración de la política de responsabilidad social basada en los principios del Pacto Global.	-elaboración del documento guía sobre el pacto global y sus principios el cual será el material de referencia para el taller. -Taller con el equipo de responsabilidad social donde se capacitara en el tema de los principios del pacto global, y se trabajara en la elaboración de la política de RS. -elaboración, revisión y aprobación del respectivo	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	A la última semana del mes de enero se habrá elaborado y aprobado la política de responsabilidad social basada en los principios del pacto global.	Plan elaborado/taller desarrollado x 100.	El taller se desarrolló con éxito, permitiendo concretar el documento referente a la política de responsabilidad social basada en los principios del Pacto Global.

	documento de la política.				
Elaboración, aprobación y declaración del acta de compromisos organizacionales frente a sus grupos de interés.	-Taller con el equipo de responsabilidad social para elaborar el acta de compromisos organizacionales frente a sus grupos de interés. -elaboración, revisión y aprobación del documento correspondiente.	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	A la primera semana del mes de febrero se habrá concluido la Elaboración, aprobación y declaración del acta de compromisos organizacionales frente a sus grupos de interés.	Documento elaborado/taller desarrollado x 100.	Documento del acta de compromisos organizacionales frente a sus grupos de interés elaborada, mediante la realización exitosa del taller.
Elaboración y ratificación de la política de derechos humanos y el compromiso organizacional frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.	-elaboración del documento guía sobre los derechos humanos y los objetivos del milenio, guía para la capacitación. -Taller de capacitación sobre los derechos humanos y los objetivos del milenio, dirigido al equipo de responsabilidad social, con el fin de	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Gerente administrativo. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gerencia de gestión humana.	A la primera semana del mes de febrero se habrá Elaborado y ratificado la política de derechos humanos y el compromiso organizacional frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.	Documento elaborado/taller desarrollado x 100.	Se logró elaborar el documento referente a la política de derechos humanos y el compromiso organizacional frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio; Mediante la capacitación que la estudiante en práctica dio al equipo de responsabilidad social sobre los

	Generar una dinámica que permita elaborar la Política de derechos humanos y el compromiso organizacional frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.				derechos humanos y los ODM el taller se desarrolló a cabalidad. Alcanzándose satisfactoriamente las metas.
Elaboración y ratificación del sistema de rendición y comunicación de la gestión integral socialmente responsable de la empresa.	-revisión de referentes teóricos relacionados con el tema de rendición y comunicación de la gestión socialmente responsable -reunión con la comunicadora social asesora para el proceso. -diseño del sistema de rendición y comunicación de la gestión integral socialmente responsable de la empresa,	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Coordinadora de gestión humana.	Para la última semana del mes de febrero debe estar constituido el sistema de rendición y comunicación de la gestión integral socialmente responsable de la empresa.	# De actividades ejecutadas/ # de actividades programadas x 100.	4 actividades ejecutadas/ 4 actividades programadas x 100. Se elaboró el sistema de rendición y comunicación, se presentó en su respectivo documento el día 3 de marzo de 2011, durante la presentación final de la P.G.I.S.R. a la junta directiva.

	plasmado en su respectivo documento. -revisión y aprobación del documento correspondiente al sistema de rendición y comunicación.				
Socialización ante los directivos de la empresa de la política de gestión integral socialmente responsable (P.G.I.S.R.).	-Diseñar la presentación gráfica del proceso para exponer la política de gestión integral socialmente responsable. -reunión con el gerente general y personal ejecutivo para la socialización de proceso desarrollado, referente a la P.G.I.S.R.	Profesional de Trabajo Social en práctica, Myrian Maritza Meneses Acelas. Coordinadora de gestión humana.	Al finalizar el proceso de práctica se llevara a cabo en la sede administrativa una reunión con los directivos donde se socializara la P.G.I.S.R.	# De actividades planeadas/ # de actividades realizadas x 100.	2 actividades planeadas/ 2 actividad realizada x 100. Se llevo a cabo el 3 de marzo de 2011 en la ciudad de Bogotá, la Socialización ante los directivos de la empresa de la política de gestión integral socialmente responsable (P.G.I.S.R.); recibiendo gran aceptación, y llenando todas las expectativas de los directivos.

Fuente: autora, 2010-2011

5.5.2. Cronogramas De Intervención.

A. Cronograma General Del Proceso De Práctica 2010-2011.

Tabla 13: Cronograma general del proceso de práctica 2010-2011.

ETAPA	MESES/SEMANAS																			
	Oct.				Nov.				Dic.				Ene.				Febr.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
UBICACIÓN INSTITUCIONAL																				
PREPARACIÓN CONCEPTUAL (considerada un constante del proceso)																				
DIAGNÓSTICO DE INTERVENCIÓN																				
PLANEACIÓN																				
REUNIONES EQUIPO DE TRABAJO																				
GESTIÓN E INTERVENCIÓN																				
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN																				
REUNIONES INSTITUCIONALES																				
INFORMES DE TRABAJO INSTITUCIONALES																				
INFORMES DE PRÁCTICA																				
MONITOREO Y EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES																				

Fuente: autora, 2010-2011

B. Cronograma General Del Proceso “Construcción De la política De Gestión Integral Socialmente Responsable (P.G.I.S.R) De ENEBE Representaciones S.A.”

Tabla 14: Cronograma general del proceso “construcción de la Política de Gestión Integral Socialmente Responsable (P.G.I.S.R) De ENEBE Representaciones S.A.”

ETAPA	MESES/SEMANAS																			
	Oct.				Nov.				Dic.				Ene.				Febr.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
APRESTAMIENTO ORGANIZACIONAL																				
PLANEACIÓN DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL (P.G.I.S.R.)																				
DIAGNOSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL																				
COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN																				
CONSTRUCCIÓN DE LA P.G.I.S.R																				
DISEÑO DEL PROCESO DE IMPLEMENTACION DE LA GESTIÓN INTEGRAL DESDE EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL																				
SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS																			MARZO 3	
MONITOREO Y EVALUACIÓN																				

Fuente: autora, 2010-2011.

5.6 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PROCESO DE INTERVENCIÓN.

El proceso práctico que desde el Trabajo Social se llevo a cabo en la empresa *ENEBE Representaciones S.A. "People Play's"*, estuvo enfocado a la integración de los dos contextos organizacionales que definen su carácter socio-económico, redirigiendo ambos al diseño, construcción e implementación de la "Política de Gestión Integral Socialmente Responsable".

La contextualización realizada que requirió la intervención de la profesión en este ámbito social, se definió de la siguiente forma: *el contexto interno*, relacionado directamente con las personas que allí trabajan y las relaciones y dinámicas sociales que lo configuran; y *el contexto externo* definido por las relaciones y vínculos creados con otras organizaciones económicas, estatales y sociales. Contextos que intrínsecamente impactan en el entorno ambiental y humano, configurándose como dos de los factores claves, para el logro de la integración contextual que el proceso de intervención profesional, y más puntualmente la RS demandan.

Considerar los elementos determinantes de cada contexto y su relación directa o indirecta con el factor humano y ambiental, fue un requisito permanente para el logro de los objetivos planteados; la Responsabilidad Social en su fin último busca contribuir al desarrollo, quedando claro a lo largo de la experiencia, que no se puede hablar de este, sin considerar a las personas y el entorno ambiental.

Mediante la formulación y ejecución de los objetivos estratégicos que se trazaron en el procesos metodológico, la estudiante en práctica, no solo alcanzo la materialización del objetivo general: por una parte, la profesional en formación logro trascender a la organización para conocer los factores sociales de la población interna y externa que condicionan la producción y los logros de la empresa; y de otra, contribuyo al desarrollo de la integralidad de los trabajadores como seres humanos y de la empresa como comunidad, donde se fusionan

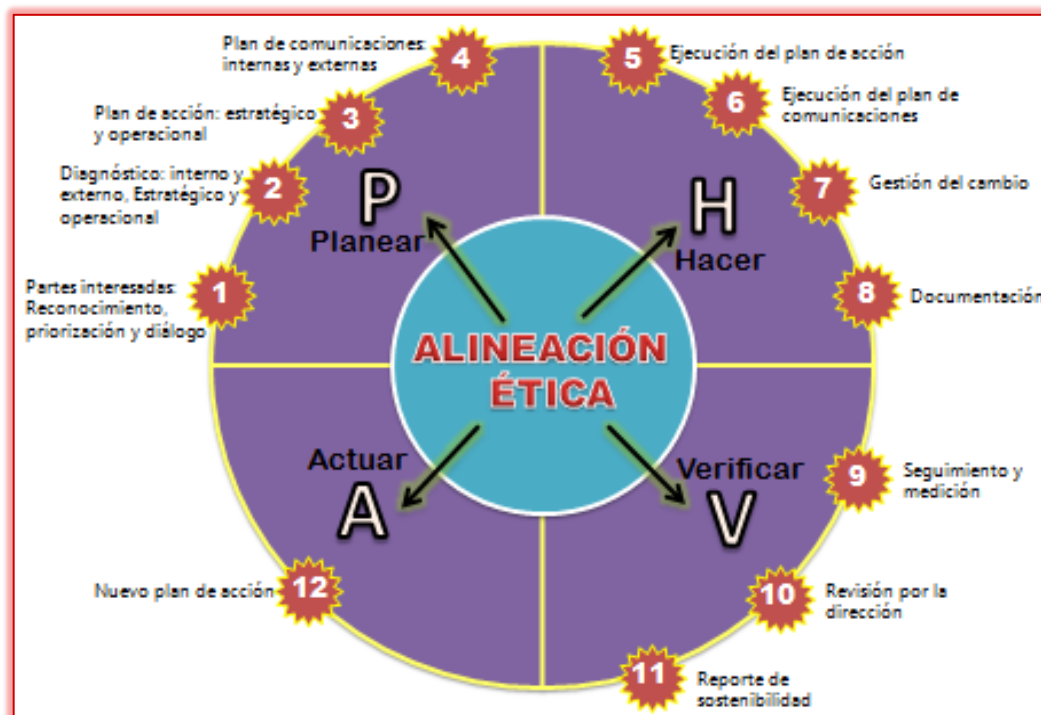
intereses e interrelacionan individuos que esperan satisfacer diversas necesidades.

Con miras a describir y analizar el proceso de intervención llevado a cabo, se pretende realizar una aproximación desde los fundamentos teóricos y metodológicos del Trabajo Social en las organizaciones y del Enfoque de Responsabilidad Social, a los alcances e impactos logrados en la operacionalización de los objetivos propuestos.

Considerando los elementos claves que ofrece Restrepo⁴⁰ con miras a entender el concepto de RS donde se plantea que las organizaciones son ejes de relaciones, mucho más que actores económicos y con la obligación de hacerse cargo de sus impactos, se pudo fundamentar en gran medida, la planeación y posterior ejecución de la intervención que desde el Trabajo Social se llevo a cabo en la empresa ENEBE Representaciones S.A.; a la vez, teniendo en cuenta las implicaciones que conlleva un enfoque de gestión socialmente responsable para la organización y el ciclo de gestión PHVA (P: planear, H: hacer, V: verificar, A: actuar), planteados en la GTC 180 de INCONTEC presentado en la figura 8, se reforzó el diseño y la ejecución del proceso para crear la *Política De Gestión Integral Socialmente Responsable* de la empresa.

⁴⁰ RESTREPO. Opc.cit.

Figura 8: Ciclo de gestión en un enfoque socialmente responsable.



Fuente: GTC 180: Responsabilidad Social- ICONTEC

A partir del interés de la Gerencia Administrativa por orientar su gestión y estrategias hacia un enfoque que integre a toda la organización y que a la vez fortalezca sus procesos en cuestiones de confiabilidad, transparencia y creación de valor para todas sus partes interesadas; y considerándose las propuestas que desde el trabajo social representando por la estudiante en práctica, se diseñó el proceso presentado con anterioridad, el cual se explica a continuación con mayor profundidad; estimándose como punto clave la operacionalización de los objetivos propuestos, alcanzados satisfactoriamente y a cabalidad.

OBJETIVO Nº1: FACILITAR EL ACERCAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN Y TODO SU PERSONAL A LO QUE ES, E IMPLICA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA.

Con el fin de lograr este objetivo se planteó una estrategia que integrara herramientas comunicativas, de información y capacitación, orientadas a permear

la organización y todo su personal con lo referente al enfoque de responsabilidad social y las implicaciones participativas y propositivas que su adopción conlleva, para cada uno de ellos. La materialización de esta estrategia se logró mediante la formulación de seis acciones estratégicas, las cuales se fundamentaron en los referentes técnicos y metodológicos adquiridos durante la formación profesional en Trabajo Social, específicamente en lo concerniente a la administración social, la comunicación y la educación.

En esta etapa del proceso de intervención profesional, la participación colectiva, se considero un elemento clave, jugando un papel notable en la transformación de las personas como sujetos protagónicos en la construcción y redefinición del espacio y el entorno, contribuyendo de forma crítica, asertiva y propositiva al proceso planeado dirigido al aprestamiento organizacional, necesario para emprender la construcción de la “P.G.I.S.R.”; en esta medida, la participación es un proceso que permite la expresión y contribución idónea a la integración de esfuerzos precisos, para gestionar requerimientos y respuestas a las necesidades y demandas primordiales a nivel personal, grupal y comunitario, que permitan en un futuro a la población de la organización afrontar problemáticas y situaciones cotidianas del entorno laboral, social y familiar.

En lo referente a la primera acción estrategia *“diseño del plan estratégico de gestión y actualización del plan de acciones específicas de la gerencia de gestión humana”*, se considero un proceso emergente durante la ubicación institucional; en este periodo y mediante el diagnóstico inicial de la empresa se identificó esta debilidad, estrechamente relacionada con el proceso de práctica y aun más con la adopción del enfoque de R.S., como se puede observar en la tabla 9 (objetivos estratégico nº1), las actividades planeadas para efectuar la acción estratégica fueron realizadas exitosamente, mediante el trabajo en equipo con las integrantes de la gerencia de G.H, la disposición total a la realización de mejorar y cambios; y sobre todo, la receptividad total, frente a las propuestas de la estudiante en práctica.

El desarrollo de esta acción estratégica se puede resumir en cuatro actividades claves: 1) Como punto de partida, se revisaron los documentos de gestión y planeación; vigentes de la gerencia de G.H.; 2) se aplicó una encuesta a la gerencia de G.H, diseñada con base en los componentes de esta dependencia sugeridos en los referentes teóricos y que están ausentes en los documentos existentes en la organización (ver anexo A); 3) mediante la realización de un taller reflexivo sobre los elementos a considerarse en la G.G.H se logró con la participación de las personas de la gerencia, recopilar información relevante y necesaria para complementar el plan estratégico (P.E.G) y actualizar el plan de acciones específicos (P.A.E); y 4) se estructuró mediante su respectivo documento el P.E.G y la actualización del P.A.E.

El desarrollo de esta acción requirió que la intervención profesional se orientara en primer lugar, a diagnosticar la situación actual de la gerencia, permitiendo determinar las características que la definen y sobre todo, identificar las falencias que en lo referente a su estructura organizacional y estratégica preexisten, que interfieren notablemente en el desarrollo de labores más organizadas y focalizadas. Posteriormente, se hizo necesario la programación de las acciones ya mencionadas; concluyendo en el desarrollo de la acción estratégica y su respectiva evaluación al interior de la GGH. Los resultados y logros de este proceso se pueden evidenciar brevemente en el capítulo 4 correspondiente a la “caracterización del área de intervención”, mediante el diseño del plan estratégico de gestión y la actualización del plan de acciones específicas de la Gerencia De Gestión Humana, Trabajo Social desde el desarrollo de sus funciones básicas de gestión, planeación, programación, y administración social, logro aportar significativamente al rumbo administrativo y de gestión no solo de la gerencia, sino de toda la empresa; en la medida que las acciones de la GGH sean eficientes, focalizadas e integradoras del personal, la dirección y el entorno, sus impactos recaerán positivamente sobre toda la organización y sus respectivos grupos de interés.

Como segunda acción estrategia determinante para el despegue tanto de la práctica como de la construcción de la P.G.I.S.R, se adelantó la revisión y elaboración del marco teórico y conceptual del enfoque de gestión basado en la R.S.; este proceso surge a partir de las siguientes necesidades, las cuales, fueron resueltas oportunamente mediante las actividades propuestas y ejecutadas a cabalidad:

- Definir los referentes técnicos y metodológicos necesarios para el diseño de la hoja de ruta de la construcción de la política.
- Acercar a la organización al concepto, componentes, lineamientos y otros elementos que integran el enfoque de R.S.
- Capacitar al equipo que se encargara del diseño, planeación, construcción y ejecución de la política y la gestión social.

Considerándose los aprendizajes referentes a la revisión documental, y a la capacidad de la estudiante de Trabajo Social para rastrear, revisar y analizar las fuentes bibliográficas referentes al Enfoque de Responsabilidad Social, se logro identificar los textos y documentos más pertinentes para llevar a cabo el logro del objetivo general de la práctica; de los cuales, se destaca la utilización continua que se dio de la Guía Técnica GTC 180 de ICONTEC, los documentos referentes a la Norma ISO 26000, y los demás textos referenciados en la bibliografía presente en este documento.



La revisión minuciosa de los documentos seleccionados, permitió a la estudiante en práctica proporcionar a la organización un documento amplio y profundo sobre el enfoque de RS, configurándose en el documento clave para la empresa y para el desarrollo de la planeación del proceso, de las estrategias y de las acciones que este demanda. Lo que se pretendió, fue elaborar un referente que constituyera una fuente amplia de elementos necesarios para la gestión socialmente responsable, definiéndose como herramienta de consulta permanente para la planeación, gestión y evaluación de la gestión social.

Crear un plan general de trabajo definido en la hoja de ruta para el diseño de la P.G.I.S.R., determina la tercera acción estratégica de la etapa de aprestamiento organizacional. Las actividades propuestas para el logro de esta estrategia fueron formuladas desde el Trabajo Social (estudiante en práctica), las cuales tuvieron aceptación y viabilidad por parte de los gerentes de G.A Y G.G.H, quienes facultaron a la practicante para la ejecución de las mismas; este proceso se definió en dos acciones básicas: 1) reunión con los integrantes de la G.A y de la G.G.H, en la cual se reviso los lineamientos propuestos por la Norma ISO 26000(2010) y la GTC 180 INCONTEC para la Responsabilidad Social; 2) Posterior a la reunión se procedió a construir colectivamente, desde los conocimientos de cada profesión presente en el grupo de la gerencia y los propuestos en las guías, la hoja de ruta necesaria para el diseño y construcción de la política, la cual se planteo en su respectivo documento debidamente revisado y aprobado por la dirección.

El trabajo interdisciplinario que demando el desarrollo de esta acción estratégica refleja una de las habilidades en las cuales se forma el (la) Trabajador(a) Social, capacidad que permitió a la estudiante llevar a cabo la conformación de de un equipo sólido, que asumió un compromiso crítico y participativo, en lo correspondiente al aprestamiento organizacional, con miras a asumir activa y propositivamente el reto que represento para la organización conducir su modelo de gestión desde la RS.

El desarrollo de esta acción estratégica se condensa en la figura 9 correspondiente a la hoja de ruta elaborada para orientar el proceso que concluirá en la P.G.I.S.R. y sus respectivos complementos de gestión.

Figura 9: Hoja de ruta para la construcción de la P.G.I.S.R.





HOJA DE RUTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE

ACTIVIDADES / HERRAMIENTAS

- 1. REVISIÓN Y ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.**
- 2. ESTUDIO DEMOGRÁFICO INTERNO: (EL CUAL INTEGRARÁ EL DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL)**
 - 2.1. Formulación y diseño metodológico.
 - 2.2. Elaboración cuestionario de la encuesta.
 - 2.3. Aplicación de la encuesta.
 - 2.4. Organización y análisis de los resultados de la encuesta.
 - 2.5. Elaboración del documento final del estudio.
- 3. PLANEACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DESDE EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:**
 - 3.1. Etapa de aprestamiento organizacional.
 - 3.1.1. fortalecimiento motivacional de la dirección de la empresa para el emprendimiento de la ruta de gestión socialmente responsable.

Actividades e instrumentos: Reunión con el gerente general, basada en dos momentos: 1. Información: sobre ventajas, objetivos, etc. R.S
2. Entrevista: con el fin de conocer el nivel motivacional.
 - 3.1.2. Identificación y reconocimiento del líder del proceso y establecimiento del esquema organizacional del proceso.
 - 3.1.3. Desarrollo de un proceso de formación e información inicial básica sobre el proceso a desarrollarse.

Actividades: -reuniones informativas/ educativas sobre R.S.E con los directivos.
- Jornada de información a todas las personas que integran la organización (empleados de todos los niveles)
 - 3.1.4. Planeación del enfoque estratégico: partes interesadas, etc. (G.T.C.180)

3.1.5. Formulación de la política integral de gestión.
3.1.6. Comunicación formal del gerente a toda la comunidad laboral, sobre el proceso que se llevara a cabo.
 Actividades: Elaboración de una carta de compromiso del gerente con la comunidad laboral y el desarrollo del país.
3.1.7. Elaboración y aprobación del plan general de trabajo.
 Actividades: Elaborar el documento y el planeador.
 Presentarlo al líder del proceso para sus respectivas firmas de aprobación.
3.1.8. Elaboración del plan de gestión del cambio, basado en los componentes de formación y comunicación.

3.2. Formulación y ejecución del diagnóstico de responsabilidad social.
3.3. Elaboración del plan de responsabilidad social y certificación.
3.4. Elaboración del plan de ALIANZAS y REDES para la gestión con responsabilidad social.
 Actividades importantes: Adhesión al pacto global de las naciones unidas y redes nacionales existentes (Red Nacional para el Pacto mundial, ANDI, FENALCO).

4. DISEÑO DEL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN INTEGRAL DESDE EL ENFOQUE DE R.S:

El presente proceso debe ir sustentando por la documentación que constituye los parámetros de la futura gestión empresarial:

3.1. Elaboración y declaración de la política de R.S.
3.2. Elaboración y declaración del acta de compromisos organizacionales/ grupos de interés.
3.3. Elaboración y ratificación de la política de derechos humanos.
3.4. Elaboración y ratificación del sistema de rendición y comunicación sobre la gestión integral desde el enfoque de R.S.

Fuente: AUTORA; 2010.

El logro representado en la elaboración de la hoja de ruta, permitió demostrar a la organización las aptitudes y competencias que los y las profesionales de Trabajo

Social poseen para la planeación y la gestión administrativa y social. Por otra parte, queda claro que para el desarrollo y logro de los objetivos propuestos en los procesos de intervención, es determinante e indispensable desarrollar una planeación concordante a los referentes teóricos previamente estudiados; programar las acciones necesarias y gestionar el logro de cada una de ellas fueron requisitos posteriores que mediante el trabajo en equipo, el liderazgo propositivo y la comunicación asertiva complementaron la construcción exitosa de la hoja de ruta.

Quedando debidamente definido el proceso para construir la Política De Gestión Integral Socialmente Responsable, se procedió a desarrollar la *cuarta estrategia*, orientada al *fortalecimiento motivacional de la junta directa y del área administrativa*; considerándose un procedimiento indispensable para emprender lo planeado. Dentro de las implicaciones que la organización debió asumir, según lo referido en los lineamientos de la RS, se plantea como primordial por una parte, la convicción: comprendida como la voluntariedad de asumir disposiciones y funciones frente a los intereses, necesidades, demandas y expectativas de todos sus grupos de interés; y por otra, el compromiso tangible de la alta gerencia frente a las consecuencias e impactos que la organización genere desde sus decisiones y acciones, lo cual, se materializa en la medida en que los directivos y administrativos asuman las responsabilidades frente a estos.

Mediante el desarrollo de tres actividades fundamentales se obtuvo los efectos esperados en la formulación de esta acción estratégica: en primer lugar, mediante la aplicación de una entrevista estructurada fundamentada en los lineamientos de la GTC 180 al Gerente General, se consiguió conocer el nivel de motivación ejecutada frente al enfoque de gestión basado en la R.S. ; seguidamente, se planeo un taller dirigido a capacitar al personal del nivel ejecutivo en lo referente a la G.S.R., desarrollándose exitosamente; y en tercer lugar se diseño la cartilla sobre *Gestión Socialmente Responsable* (ver anexo J), cuya implementación apoyo la capacitación del personal.

El proceso desarrollado con el Gerente General se orientó específicamente a identificar, describir y analizar, su posición y sus criterios frente a los siguientes aspectos:

- I.* Carácter empresarial y su influencia en el desarrollo;
- II.* Intereses organizacionales frente a la población interna y externa de la organización;
- III.* Grupos de interés y su incidencia en la organización;
- IV.* Posibles futuros grupos de interés, razones por la que no se deben incluir inicialmente y razones por las cuales se deben considerar para más adelante;
- V.* Justificación de la adopción de un nuevo enfoque de gestión;
- VI.* Riesgos, consecuencias e intereses frente al enfoque de RS;
- VII.* Posicionamiento social comparado con la competencia;
- VIII.* Medidas y decisiones prioritarias frente a los grupos de interés;
- IX.* Adaptaciones a los lineamientos organizacionales;
- X.* Alianzas, redes y relaciones con los grupos de interés y otras organizaciones.

Del trabajo desarrollado con el Gerente se puede destacar el interés, la motivación y el compromiso frente a este nuevo reto organizacional, manifestado permanentemente durante la actividad; donde la orientación y el despeje de dudas e inquietudes frente a temas concretos de la RS por parte de la practicante, fue crucial para el éxito de la dinámica.

Los componentes de educación y capacitación, se hicieron presentes en esta etapa de la intervención, permitiendo que la profesional en formación, mediante el diseño creativo de unas herramientas informativas (ver anexos J y K), logrará acercar al personal ejecutivo y administrativo al conocimiento y a la comprensión teórica y metodológica del enfoque de gestión socialmente responsable; aclarando sus dudas conceptuales, fundamentando la justificación para su implementación y

liderando un proceso donde la profesión alcanzó credibilidad y reconocimiento al interior de la empresa.

La quinta acción estratégica estuvo orientada a la *conformación del equipo de trabajo para la R.S.*; integrar un equipo calificado en la gestión social y humana, comprometido con los principios éticos y morales que implica este enfoque de gestión, es un punto clave para el logro de su implementación.

Las acciones orientadas a materializar esta estrategia fueron: 1) designación por parte del Gerente General del líder del proceso, mediante una reunión con la junta directiva y los integrantes de la Gerencia Administrativa se nombro al Gerente Administrativo como el responsable de la política; 2) durante la misma reunión se constituyo el equipo de trabajo que apoyará al líder en esta ardua labor.; 3) Por último, se elaboro el respectivo documento, donde se precisó el respectivo manual con las obligaciones y funciones del equipo R.S.

El equipo de trabajo para la construcción de la P.G.I.S.R. se configuró como un conjunto de personas con capacidades y roles directamente relacionados con el personal y el ámbito socio-económico de la organización; personas interesadas principalmente en cooperar de forma voluntaria y comprometida para el logro exitoso de los objetivos propuestos, que guiaron participativa y propositivamente el trabajo para la construcción de la política y de los elementos complementarios que el enfoque de gestión desde la RS requiere.

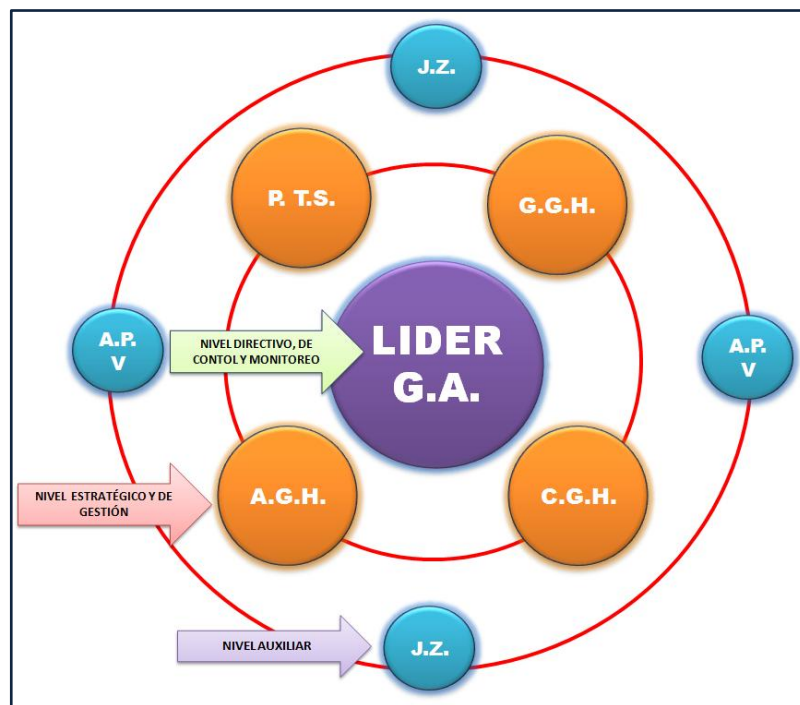
En la conformación del equipo se definió como principio de trabajo, partiendo del carácter del objetivo final lo siguiente: *“la división del esfuerzo se debe enlazar en un solo resultado coordinado, donde el total sea más y diferente que la simple suma de sus partes individuales”*, quedando reflejado el carácter y la naturaleza del mismo.

Desde la intervención del trabajo social, el proceso de organización del equipo, recibió aportes para la definición de los roles, tareas y responsabilidades de sus

integrantes; esta dinámica permitió a la profesional en formación tomar el liderazgo del proceso, donde su preparación y capacidad profesional frente al trabajo en equipo y los conocimientos adquiridos en la materia de la RS, la ubicaron en el rol de organizadora y orientadora de la gestión grupal.

Así mismo, el logro de las metas propuestas a lo largo del desarrollo de esta acción estratégica, se hizo posible en gran medida, gracias a las competencias desarrolladas por la estudiante frente a las circunstancias grupales y sus exigencias; fue necesario que la estudiante contribuyera a propiciar un trabajo coordinado y ordenado, promover las relaciones cordiales necesarias para el trabajo que se desarrolló, acercar el nivel gerencial al operativo y fomentar dinámicas propositivas y críticas al interior no solo del grupo base, sino de todo el personal de la empresa, frente a la planeación y ejecución del proceso propuesto. En la figura 10 se puede apreciar la organización y los niveles de acción propuestos por la profesional en formación, para el equipo de trabajo.

Figura 10: Equipo de trabajo para la construcción y gestión de la P.G.I.S.R.



Fuente: AUTORA; 2010.

Un logro por destacar en esta etapa del proceso de intervención, fue la confianza, el respeto y el reconocimiento recibido por parte de los integrantes del equipo; logro que se alcanzó gracias al compromiso, la preparación, las habilidades y el trabajo constante para alcanzar los objetivos del proyecto, que la practicante demostró. El trabajo en equipo interdisciplinario exigió la fortaleza y dinamismo necesario en un líder, orientado a activar el interés y el compromiso, no solo del grupo de trabajo, sino de todas las personas que participaron en el desarrollo de las actividades planeadas.

La realización de un verdadero trabajo profesional como el que exige un proceso tan complejo, en este caso, organizar un equipo de trabajo orientado a la construcción de una política de gestión para la organización; demandó la previa y constante preparación teórica, conceptual y metodológica, además, del fortalecimiento aptitudinal desde lo profesional y lo personal, que favorecieran el trabajo interdisciplinario, los requerimientos de las actividades y el logro de los objetivos.

Dentro de las habilidades profesionales y personales que el desarrollo de estas actividades propició en la estudiante en práctica, se destaca la perseverancia para motivar y comprometer al personal con las labores; la capacidad de convencimiento y de credibilidad frente a las acciones propuestas y los beneficios y alcances de estas; actuar como facilitadora y conciliadora frente a las dinámicas propositivas y comunicativas; conducir el trabajo mediante consensos basados en la ética y los valores organizacionales; y manifestar constantemente la capacidad de expresión coherente y asertiva, frente a los procesos informativos, comunicativos y formativos.

Es importante resaltar la posición que a lo largo de la intervención adoptó el líder del equipo nombrado por la alta gerencia, frente a la intervención profesional que se llevó a cabo desde el Trabajo Social; desde el inicio del trabajo el gerente administrativo depositó su total confianza en las capacidades y habilidades

profesionales y humanas de la estudiante, cediéndole plena autonomía en la formulación de ideas y apoyó para la gestión de las propuestas; manteniéndose siempre al pendiente del proceso, para complementarlo y monitorearlo.

En conclusión, se puede afirmar que la conformación del equipo de trabajo desde unos parámetros éticos, morales y profesionales, permitió la legitimación tanto a nivel interno como externo en la empresa, del compromiso que los niveles ejecutivo y gerencial asumieron con sus grupos de interés, mediante la adopción de un enfoque orientado al verdadero desarrollo de la organización y de las personas que allí convergen.

Planear y desarrollar las jornadas de información, comunicación y capacitación sobre R.S y gestión integral, dirigidas a todo el personal de la organización y a los clientes, represento la sexto acción estratégica; para efectuar esta acción, se hizo indispensable emplear herramientas y estrategias que la comunicación y la educación ofrecen. Las herramientas y estrategias implementadas fueron:

- Comunicados gerenciales;
- Uso de las TIC`S y el internet;
- Afiches;
- Folletos;
- Y charlas/dinámicas grupales.

La especificación del uso de estas herramientas se puede apreciar en la tabla 9 (objetivo N°9; al igual que en los anexos J, K Y L). Cabe resaltar que la planeación y ejecución de estas actividades fueron dirigidos por la estudiante en práctica, al igual que el diseño de las herramientas utilizadas; lo cual, demandó un arduo trabajo de revisión documental y creatividad, de tal forma que lo propuesto desde el Trabajo Social impactará a la dirección del proyecto y fuese recibido con beneplácito, alcanzándose este propósito.

La comunicación es una herramienta provechosa para cualquier tipo de dinámica orientada a la gestión organizacional; muchas de las teorías de comunicación, educación y desarrollo organizacional, consideran que las estrategias comunicativas son elementos fundamentales y de gran impacto para el logro y fomento de relaciones solidas y exitosas tanto al interior y exterior de la organización.

La planeación y desarrollo de esta acción estratégica, se justifica en la medida de lo que es y significa la comunicación; más que transmitir una información, lo que se pretendió fue propiciar un espacio de cambio de ideas, opiniones, expectativas y compartir información, conocimiento, actitudes y hasta sentimientos. Lo que represento un reto a la hora de la intervención, donde la creatividad y la capacidad comunicativa de la profesional en formación jugaron un papel fundamental en el logro de las metas trazadas.

La comunicación vista como proceso inherente al ser humano y como la facultad que tiene el ser humano de transmitir a otros sus necesidades, intereses y vivencias; ha permitido construir y fortalecer colectivos, caracterizados por características y objetivos comunes, los cuales se configuran como actores claves e importantes para el desarrollo de las interacciones humanas y de los procesos organizacionales. Es aquí donde se afirma, que las estrategias comunicativas planeadas u desarrolladas, vistas desde todas las perspectivas de gestión para el análisis (empresarial, humana, socia, productiva, comercial, etc.), han conformado un conjunto de instrumentos relevantes en el mundo empresarial; configurándose como estrategias de alto impacto en los procesos de gestión, obligatorios para implementar la Responsabilidad Social y que al ser considerados adecuadamente se convierten en un factor clave para el éxito organizacional.

A partir de la experiencia, se plantean dos logros frente a la implementación de la acción estratégica: por una parte, la comunicación permitió fundamentar las relaciones sociales y laborales necesarias para el desarrollo de las actividades

propuestas en la intervención; y por otra, la comunicación permitió el entendimiento, entre el nivel gerencial y el personal, en la medida que facilitó la articulación de los diversos intereses, necesidades y expectativas de las partes que conforman la dinámica interna de la empresa. Concluyendo en el cumplimiento de uno de los requisitos que la RS exige.

Mediante el desarrollo de las jornadas comunicativas, se apuntó a propiciar un clima organizacional democrático, de enriquecimiento y satisfacción tanto personal como laboral, enmarcado en la armonía, el respeto y el reconocimiento entre los diferentes niveles de la cadena de valor; donde el fin último era contar con un personal capacitado, motivado y comprometido; que aportará valor e inspiración tanto al proceso de construcción de la P.G.I.S.R., como a las diferentes dinámicas socioeconómicas que definen la empresa.

Después de lograr la operacionalización del primer objetivo estratégico mediante el diseño y desarrollo de unas acciones y actividades orientadas desde los planteamientos, técnicos, teóricos y metodológicos, se puede concluir que la intervención realizada desde la profesión, representó para la dirección y las gerencias involucradas en este proceso un apoyo; y en ciertos momentos un asesoría oportuna y meritoria para el éxito del objetivo general del proyecto.

Para la organización adoptar un nuevo enfoque de gestión orientado a la responsabilidad social, implicó la toma de decisiones estratégicas, donde involucrar a cada una de las personas que de una u otra forma inciden en los procesos de gestión y producción, determinó el paso preliminar, o como plantea Restrepo⁴¹ “el paso cero”; donde el autor recomienda formalizar de forma concisa y exhaustiva, la iniciativa de la gerencia por encaminar la organización por la senda de la RS.

Considerándose relevante esta recomendación, se fundamentaron las estrategias que permitieron el aprestamiento organizacional y la motivación de todo el

⁴¹ Restrepo. Op.cit.

personal, lo cual se reflejó en la participación activa y propositiva que se dio a lo largo del desarrollo de las actividades propuestas. Sin lugar a duda, estas motivaciones, condicionaron de una u otra forma, el logro de los objetivos planteados. “solo cuando se tenga un cuerpo de motivaciones que logre consenso y que asegure un enfoque correcto, podrá comenzarse a tomar lo que he llamado *decisiones de arranque*”⁴².

Por otra parte, la consideración de estrategias, como talleres y el uso de herramientas de comunicación para informar y comunicar al personal lo referente al enfoque de RS, resulto pertinente para acercar al nivel directivo con el operativo, donde las personas pudieron identificar el verdadero interés y compromiso que la administración tiene frente a cada uno de ellos; acercando al grupo directivo y a la organización al reconocimiento en el medio social, tanto a nivel interno, como en su entorno general.

**OBJETIVO N°2: “IDENTIFICAR Y CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS
CONSTITUTIVOS DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA
EMPRESA”.**

El (la) Trabajador(a) Social, dentro de su formación académica adquiere habilidades específicas y necesaria para intervenir en todo contexto social, donde la fase de diagnóstico se hace primordial e ineludible para desarrollar las siguientes fases de programación, gestión, evaluación e incluso de sistematización de las experiencias profesionales.

La planeación y desarrollo del diagnóstico social estuvo orientado a identificar y caracterizar las variables que definen a los grupos de interés y a las dinámicas que se establecen con relación a la gestión empresarial y a la planificación de su desarrollo; posibilitando la comprensión de los fenómenos y de las experiencias, donde los seres humanos interfieren a nivel organizacional en el desarrollo de las

⁴² Ibid., p. 93.

personas y definir las condiciones o ajustes que se debieran producir mediante las políticas para mejorar las situaciones factibles de cambio.

Por otra parte, permitió que la práctica profesional se convirtiera en praxis, al permitir la reflexión de los procesos de gestión que se consideraron en el diagnóstico, generando conocimientos y estrategias de transformación social, que posteriormente se reflejaron en el diseño de los componentes del enfoque de gestión integral socialmente responsable y en la respectiva política.

Para el desarrollo de esta acción estratégica fue necesario que la profesional de Trabajo Social en formación, centrara su atención, capacidades y aprendizajes, en la identificación de elementos, factores, problemas, necesidades y demandas de la empresa, del colectivo de trabajadores y de la población externa que se relaciona directamente con las dinámicas organizacionales. La perspectiva integral desde la cual se configuro el diagnóstico social abarco aspectos económicos, demográficos, psicológicos, sociales, considerándose en el marco de las relaciones laborales y humanas; orientadas al fortalecimiento de la gestión y la productividad, y en un fin último al desarrollo humano y sostenible de la organización, las personas y su entorno.

Complementando el proceso diagnóstico, se hizo necesario integrar el rol investigativo del (la) Trabajador (a) Social al proceso de intervención, donde los enfoques y herramientas de la investigación social, permitieron diseñar y desarrollar el diagnostico requerido como uno de los pasos iniciales en la adopción del enfoque socialmente responsable.

Para una planeación estratégica y operativa socialmente responsable, la GTC 180 de ICONTEC, plantea la necesidad de establecer como punto de partida un diagnostico social, orientado a identificar elementos determinantes de este enfoque de gestión aplicables a la realidad y carácter de la empresa. Los dos elementos básicos considerados para el diseño del diagnóstico integral, fueron los

grupos de interés de la organización y las relaciones establecidas bidireccionalmente con ellos.

La operacionalización del segundo objetivo estratégico Se logro mediante la formulación de una estrategia orientada al diseño y ejecución de un *Diagnóstico Integral De Responsabilidad Social*; considerándose las propuestas y lineamientos sugeridos en la bibliografía estudiada, los intereses manifestados por los directivos de la organización y la consideración de los aportes teóricos y metodológicos por parte de la estudiante de Trabajo Social, fue posible plantear una sucesión de actividades que dieron respuesta a las metas trazadas para el pleno alcance del objetivo, como se puede apreciar en el anexo D.

El diagnóstico contemplo tres estudios principales; aunque se puede incluir como elementos emergentes y complementarios a la ejecución de este, la revisión previa que se hizo durante la etapa de ubicación institucional de los antecedentes sociales de la organización (ver anexo C) y el desarrollo de la matriz DOFA que sustento el diagnostico social inicial de la organización, con miras a definir el diseño de la intervención profesional desde el Trabajo Social (ver Objetivo Estratégico N°2).



Retomando, los tres procesos fundamentales que integraron el diagnóstico de responsabilidad social fueron: *primero, diseñar y ejecutar un estudio socio-demográfico interno y de caracterización de necesidades del personal*, orientado a identificar los principales aspectos que definen a las personas que integral la organización; con le animo de determinar a partir de sus vivencias las necesidades y demandas que desde la dirección se puedan abordar oportunamente.

El diseño del estudio y su desarrollo, estuvo liderado y orientado por la estudiante en práctica de Trabajo Social, partiendo de su preparación profesional y habilidades adquiridas a lo largo de la carrera, la intervención en este proceso logro realizar un aporte significativo a lo que desde la gestión de recurso humano y el bienestar social de la empresa requiere.

Como instrumento para la recolección de información se diseñó una encuesta (ver anexo E), basada en una matriz categorial estructurada con anticipación, como referente para la medición y análisis de los resultados; esta encuesta se aplicó al total de la población de las oficinas administrativas, bodegas y puntos de venta de todas las ciudades donde está presente la empresa. Los resultados se analizaron desde los enfoques cualitativo y cuantitativo, presentándose a la Gerencia Administrativa en su respectivo documento, el cual fue revisado, socializado entre los integrantes de la junta y aprobado satisfactoriamente.

A continuación, se presentan los elementos fundamentales que caracterizaron esta acción estratégica, representando el despliegue de las habilidades investigativas, programáticas y de gestión con las cuales cuenta el (la) profesional de Trabajo Social.

Tabla 15: Estudio: diagnóstico estructura demográfica de la empresa.

 ESTUDIO: DIAGNÓSTICO ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA DE LA EMPRESA 	
IDENTIFICACIÓN:	<p>El presente estudio realizado bajo la supervisión de la Gerencia de Gestión Humana de la empresa responde a una doble finalidad, por una parte pretende identificar el total de personas que integran la organización; y por otra, busca reconocer las particularidades demográficas de los trabajadores.</p> <p>El estudio será global, involucrando el total de las personas de la empresa desde directivos hasta operarios. Sera un estudio exploratorio en una primera fase, ya que pretende identificar una serie de variables que componen la dinámica demográfica al interior de una organización; y descriptivo en segunda instancia, ya que las variables identificadas serán analizadas cualitativa y cuantitativamente, y expuestas mediante gráficas.</p> <p>Por otra parte, este diagnóstico también ofrece la posibilidad de acercamiento a los empleados para identificar aspectos importantes del clima laboral.</p> <p>Los resultados obtenidos del estudio serán un insumo relevante para las actividades posteriores que deseen llevarse a cabo con los trabajadores.</p>
JUSTIFICACIÓN:	<p>en el proceso de diagnóstico para identificar las dinámicas internas/externas de la organización requerido para planificar la LINEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, identificar y describir el componente demográfico interno es imprescindible; por una parte, porque los trabajadores constituyen uno de los grupos de interés de la organización.; y por otra, porque es preciso identificar las necesidades y realidades de la población para generar desde allí las futuras estrategias de gestión y de direccionamiento del recurso humano empresarial.</p>
OBJETIVO GENERAL:	<p>Conocer la composición poblacional de la empresa y sus características específicas; con el fin, de realizar un análisis de la estructura demográfica de la cadena de valor de la organización.</p>
PRODUCTOS,	<p>Se pretende incluir al 100% de la población de la empresa en el estudio.</p>

<p>RESULTADOS Y EFECTOS:</p>	<p>Se diseñara una matriz categorial, la cual integrara una serie de variables que responde a los aspectos más relevantes para conocer la población en un entorno laboral.</p> <p>A partir de la matriz categorial se estructurara una encuesta, cuyo objetivo será integrar los componentes de las categorías de análisis, lo cual permitirá identificar y determinar los aspectos que se pretenden conocer con el estudio.</p> <p>La encuesta será aplicada como mínimo a un 80% de los trabajadores de la empresa, incluyendo a todas las áreas de la cadena de valor.</p> <p>Los resultados de la aplicación de la encuesta, serán analizados teniendo presente los variables y subvariables de la matriz categorial, los resultados serán analizados y procesados de forma cualitativa y cuantitativamente; para la descripción de los resultados se realizara una presentación mediante gráficas.</p> <p>Adjunto a la encuesta de las variables demográficas, se aplicara un cuestionario adjunto, que busca identificar algunos aspectos referentes al clima laboral, lo que finalmente representa más información relevante sobre la situación de los trabajadores.</p> <p>Los resultados de esta encuesta también serán analizados y expuestos de manera cuantitativa y cualitativa.</p> <p>Los resultados del estudio serán insumo relevante para el proceso de la estructuración de la línea de responsabilidad social empresarial de la organización, y de gran utilidad para acciones futuras que surjan desde la Gerencia de Gestión Humana y por supuesto para la planificación y el direccionamiento estratégico de la empresa.</p>
<p>DESTINATARIOS Y PARTICIPANTES:</p>	<p>El estudio por su carácter de impacto global en la organización de la empresa, va dirigido al 100% de la población que allí labora permanentemente, tanto a hombres como a mujeres. Cubrirá todos los niveles de la organización, lo que implica la participación de ejecutivos, directivos y operativos.</p> <p>La única participante externa que se involucrara en el proceso será la practicante de Trabajo Social de la Universidad Industria del Santander quien dirigirá este proceso.</p>

CONTEXTO GEOGRÁFICO:	<p>El estudio tendrá un impacto en las zonas del país donde la empresa tiene presencia comercial y administrativa.</p> <p>Los instrumentos se aplicaran en la sede administrativa de la empresa en Bogotá, en los 19 puntos de venta People Play's en el país: en Bogotá 12 puntos de venta, en Cartagena 3 puntos de venta, en Bucaramanga 4 puntos de venta y en barranquilla 1 punto.</p> <p>En el punto de venta FLOSH en Bogotá.</p> <p>Y en las 7 concesiones de la ciudad de Bogotá.</p>
DISEÑO METODOLOGICO (ACTIVIDADES)	<p>El estudio se realizara bajo un enfoque participativo el cual contara de dos etapas una exploratoria y una subsiguiente explicativa, donde se le aplicara El instrumento de recolección de información para identificar los elementos a analizar, previamente estipulados en la matriz categorial.</p> <p>El instrumento que se aplicara será una encuesta personal, basada en un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, las cuales responden directamente a cada variable contemplada previamente en la matriz categorial de análisis que se diseñó para el estudio.</p> <p>Las actividades serán expuestas debidamente con sus objetivos, tiempos, participantes. Metas, indicadores, materiales, equipos, etc., en el planeador y cronograma.</p>
CRONOGRAMA	<p>El cronograma será diseñado con la participación de los respectivos jefes de zona, donde cada uno será de apoyo indispensable para la realización del presente estudio. Por tanto más adelante será estructurado y expuesto.</p>
OBSERVACIONES FINALES	<p>Los documentos referentes a la planeación, ejecución y evaluación de este estudio serán entregados a la Gerencia de Gestión Humana, instancia que será encargada de supervisar la planeación, ejecución y evaluación del estudio.</p>

Fuente: Autora, 2010.

Tabla 16: Planificación estratégica del proceso.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROCESO						
Objetivo: Conocer la composición poblacional de la empresa y sus características específicas; con el fin, de realizar un análisis de la estructura demográfica de la cadena de valor de la organización.						
Estrategia: elaboración de una matriz categorial de análisis que incluya las variables socio-demográficas más relevantes para caracterizar la población de la empresa, a partir de la cual se estructurara como herramienta de recolección de información una encuesta basada en un cuestionario personal, de carácter estructurado y cerrado.						
ACCIONES ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIEMPO X DÍAS	PARTICIPANTES	METAS	INDICADORES DE LOGROS	INDICADORES DE GESTIÓN
Elaboración de la matriz categorial de análisis.	Establecer los parámetros relevantes a considerar en el estudio socio demográfico.	3 días	Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	Durante los tres días establecidos se elaborara la matriz categorial.	Construcción total de la matriz categorial correspondiente a las variables del estudio socio demográfico.	# De documentos realizados 1. 100% # De documentos programados 1. =100% de cumplimiento.
Diseño y estructuración de la encuesta.	Elaborar el cuestionario personal, con preguntas estructuradas, cerradas que responda a las variables de la matriz categorial.	2 días	Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	En el lapso definido construir el cuestionario correspondiente a la encuesta del estudio.	Elaborar el cuestionario de la encuesta bajo los parámetros de la matriz.	# De documentos realizados 1. 100% # De documentos programados 1. =100% de cumplimiento.
Reunión con el Gerente Administrativo.	Exponer al gerente administrativo la herramienta a aplicar. Aprobar la aplicación de la encuesta.	1 día	Practicante de Trabajo Social. Gerente Administrativo.	Durante la reunión se expondrá la estructura final de la encuesta, aprobándose para su aplicación.	Revisión y aprobación de la encuesta para ser aplicada.	# De reuniones realizadas 1. 100% # De reuniones programadas 1. =100% de cumplimiento.

ACCIONES ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIEMPO X DÍAS	PARTICIPANTES	METAS	INDICADORES DE LOGROS	INDICADORES DE GESTIÓN
Validación y prueba piloto de la encuesta.	Afinar el plan de muestreo, identificando y corrigiendo errores. Estimar el tiempo requerido de respuesta.	3 días	Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social. Equipo de asesores de ventas fijo del punto de venta de People Play's cinemas en Bucaramanga.	Durante tres días se llevara a cabo la jornada de información y comunicación sobre el proyecto de creación de la Política de R.S. de la empresa y del estudio socio demográfico, durante la cual se aplicara la prueba piloto de la encuesta a la administradora del punto de venta y a los 4 asesores de ventas a su cargo.	Reunir al equipo de ventas del punto, informándolos y comunicándoles sobre los procesos a desarrollar. Aplicación de la prueba piloto de la encuesta. Realización de las correcciones pertinentes a los cuestionarios.	# De reuniones realizadas 1. 100% # De reuniones programadas 1. =100% de cumplimiento. # De encuestas piloto aplicadas 5. 100% # De encuestas piloto programadas 5. =100% de cumplimiento.
Planificación del cronograma correspondiente a la aplicación, tabulación, análisis y entrega de resultados.	Mediante la consideración de las zonas de influencia de la empresa, la concentración de la población y el número de encuestas, establecer los tiempos pertinentes para la aplicación de la herramienta.	1 día.	Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	Se diseñara el cronograma que orientara la aplicación de las encuestas a toda la población de la empresa.	Establecer los tiempos de acción para implementar la recolección de datos mediante las encuestas.	# De documentos realizados 1. 100% # De documentos programados 1. =100% de cumplimiento.

ACCIONES ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIEMPO X DÍAS	PARTICIPANTES	METAS	INDICADORES DE LOGROS	INDICADORES DE GESTIÓN
Recolección de la información mediante la aplicación de la encuesta.	Aplicar la encuesta correspondiente al estudio socio demográfico.	16 días	Gerente Administrativo. Gerente de Gestión Humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social. Total del personal del área administrativa, de bodega y de servicios varios. Jefe de zonas. Administrativos de los puntos de venta de People Play's, de Flash y de las concesiones S.S. Y sus correspondientes Equipo de asesores de venta fijo.	Durante los días establecidos se aplicara las encuestas al personal del área administrativa (aproximadamente 40 personas), al personal de bodega (aproximadamente 15 personas), al personal de oficinas varios, a los asesores de ventas de cada uno de los 20 puntos de venta People Play's en el país: en Bogotá 12 puntos de venta, en Cartagena 3 puntos de venta, en Bucaramanga 4 puntos de venta y en barranquilla 1 punto de venta. En el punto de venta FLOSH en Bogotá, y en las 7 concesiones en los almacenes SPRING STEP de Bogotá.	Informar sobre el estudio a cada encuestado. Aplicar personalmente el cuestionario a cada empleado.	# De personas informadas 143. 100% # De informaciones programadas 172. =83.1% de cumplimiento. # De encuestas aplicadas 143. 100% # De encuestas programadas 172. =83.1% de cumplimiento.



ACCIONES ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIEMPO X DÍAS	PARTICIPANTES	METAS	INDICADORES DE LOGROS	INDICADORES DE GESTIÓN
Procesamiento de los resultados	Organizar, tabular, agrupar y analizar los resultados de las encuestas aplicadas.	8 días	Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	Durante este tiempo se revisaran las 143 encuestas aplicadas a la población e la encuesta, se tabularan los resultados, agrupándolos para su posterior análisis.	Organizar las 143 encuestas. Registrar los resultados en la tabla de recopilación de datos. Agrupar los resultados para su respectivo análisis.	# De encuestas organizadas, tabuladas, y analizadas 143. 100% # De encuestas programadas a organizar y analizar 143. =100% de cumplimiento.
Elaboración del informe de resultados.	Organizar los resultados del análisis cuali-cuantitativo de los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta, para presentar como resultado del estudio socio-demográfico.	4 días	Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	Durante los cuatro días programados se organizará mediante un documento los resultados, plasmándose mediante textos de análisis y gráficas.	Terminar el documento referente al informe de resultados del estudio socio-demográfico.	# De documentos realizados 1. 100% # De documentos programados 1. =100% de cumplimiento.
Evaluación del proceso	Aplicar el formato de evaluación diseñado para aplicar al estudio.	2 días	Gerente Administrativo. Gerente de Gestión Humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	Durante estos dos días se implementara el modelo de evaluación. Se identificarán los logros y las dificultades. Se propondrán unas estrategias de mejoramiento de los aspectos negativos del proceso.	Aplicar el formato de evaluación al proceso. Definir estrategias para contrarrestar las dificultades en futuros procesos similares.	# de formatos aplicados 1.100% # De formatos programados para aplicar 1. =100% de cumplimiento.

ACCIONES ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIEMPO X DÍAS	PARTICIPANTES	METAS	INDICADORES DE LOGROS	INDICADORES DE GESTIÓN
Entrega del documento correspondiente a los resultados del estudio a la Gerencia Administrativa.	Presentar organizadamente en un documento el análisis cualitativo y cuantitativo de los hallazgos del estudio socio demográfico.	1 día	Gerente Administrativo. Gerente de Gestión Humana. Coordinadora de gestión humana. Asistente de gestión humana. Practicante de Trabajo Social.	Mediante una reunión este día se entregará el debido documento con los resultados del proceso del estudio socio demográfico.	Realizar una reunión con el gerente administrativo para Socializar los resultados del estudio. Entregarle al gerente administrativo en medio físico y magnético el estudio y los resultados del mismo.	# de reuniones efectuadas 1.100% # De reuniones programadas 1. =100% de cumplimiento. # De documentos entregados 1. 100% # De documentos programados para entregar 1. =100% de cumplimiento.

Fuente: Autora, 2010.

Seguidamente a la elaboración del modelo metodológico, se elaboró la matriz categorial que sirvió de referencia para la construcción del instrumento de recolección de la información y como base para el análisis de los resultados; a continuación se presenta el diseño final de la matriz:

Tabla 17: Matriz categorial de análisis.

 DIAGNÓSTICO ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA DE LA EMPRESA 			
MATRIZ CATEGORIAL DE ANÁLISIS			
OBJETIVO GENERAL:		<i>Conocer la composición poblacional de la empresa y sus características específicas; con el fin, de realizar un análisis de la estructura demográfica de la cadena de valor de la organización.</i>	
CATEGORIA	VARIABLE	SUBVARIABLE	OBJETIVO(S) ESPECÍFICO(S)
1. TAMAÑO	1.1. total empleados de	1.1.1. Empleados fijos requeridos.	✓ 1A. Conocer la población total que labora en la empresa, incluyendo población transitoria, con el fin de identificar el potencial de generación de empleo con el que cuenta la empresa, como aporte al desarrollo social y económico del país.
		1.1.2. Empleados transitorios requeridos.	
2. DISTRIBUCIÓN	2.1. Nivel de la cadena de valor	2.1.1. Nivel ejecutivo	✓ 2A. Identificar como está distribuida la población total que labora en la empresa por niveles en la cadena de valor, con el fin de determinar en qué nivel de la organización se requiere más población, y de esta manera conocer la dinámica laboral.
		2.1.2. Nivel gerencial	
		2.1.3. Nivel administrativo	
		2.1.4. Nivel operativo	
	2.2. Sexo	2.2.1. Hombres	✓ 2B. Conocer específicamente
2.2.2. mujeres			

	2.3. <i>Grupos etarios</i>	2.3.1. Menores de edad (-18 años)	algunas variables importantes que inciden en el proceso de selección del personal y la distribución de las labores. Estas variables representan en gran medida características vitales que definen también las necesidades de los trabajadores.
		2.3.2. 18-28 años	
		2.3.3. 29-38 años	
		2.3.4. 39-48 años	
		2.3.5. Mayores de 49 años	
	2.4. <i>Estado civil</i>	2.4.1. Casado (a)	
		2.4.2. Soltero (a)	
3. VINCULACIÓN LABORAL	3.1. <i>Termino de contratación</i>	3.1.1. Término indefinido	<p>✓ 3A.Determinar la dinámica de las relaciones laborales entre la empresa y sus empleados, identificando los aspectos mínimos definidos por la ley para garantizar relaciones positivas para las partes.</p> <p>✓ 3B.Reconocer las garantías mínimas con las que cuentan los trabajadores al vincularse laboralmente a la empresa, lo cual refleja las oportunidades que ofrece la organización al mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados.</p>
		3.1.2. Término definido	
		3.1.3. Prestación de servicios	
	3.2. <i>Tipo de contrato</i>	3.2.1. Verbal	
		3.2.2. escrito	
	3.3. <i>Prestaciones sociales</i>	3.3.1. Seguridad social(salud)	
		3.3.2. Riesgos profesionales	
		3.3.3. Pensiones cesantías	
		3.3.4. Auxilio de transporte	
		3.3.5. Prima de servicios	
		3.3.6. Licencia de maternidad	
		3.3.7. Dotación	

		vestuario	
	3.4. <i>incentivos</i>	3.4.1. Bonificaciones 3.4.2. Comisiones 3.4.3. Ascensos 3.4.4. Capacitaciones 3.4.5. Otros	
	3.5. <i>Estabilidad laboral</i>	3.5.1. Antigüedad en la empresa	
4. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	4.1. <i>Zonas de influencia: ciudades</i>	4.1.1. Bogotá	✓ 4A. Definir las zonas de influencia de la empresa, lo cual a la vez, permite determinar las regiones del país a las cuales la empresa contribuye al desarrollo socio-económico.
		4.1.2. Bucaramanga	
		4.1.3. Barranquilla	
		4.1.4. Cartagena	
		4.1.5. Cali	
5. ESCOLARIDAD / NIVEL DE FORMACIÓN	5.1. <i>Educación básica</i>	5.1.1. Básica primaria completa	✓ 5A. Determinar el nivel medio de escolaridad de los trabajadores de la empresa; mediante este logro se pretende además, identificar las oportunidades que tiene la empresa para apoyar a sus empleados en el perfeccionamiento de su talento humano, mediante el reconocimiento de sus necesidades educativas y de desarrollo.
		5.1.2. Básica primaria incompleta	
		5.1.3. Básica secundaria completa	
		5.1.4. Básica secundaria incompleta	
	5.2. <i>Educación media vocacional</i>	5.2.1. Bachillerato 10° y 11° completo	
		5.2.2. Bachillerato 10° y 11° incompleto	
	5.3. <i>Educación superior</i>	5.3.1. Formación intermedia profesional	
		5.3.2. Formación	

		tecnológica	
		5.3.3. Formación universitaria	
		5.3.4. Formación avanzada/postgrado.	
6. RELACIONES DE GÉNERO	6.1. <i>Participación en la toma de decisiones</i>	6.1.1. Posición en el organigrama	✓ 6A. Identificar y describir las relaciones de género que se desarrollan cotidianamente en la empresa; mediante el reconocimiento de algunas variables que componen estas relaciones en el entorno laboral, se pretende reflexionar sobre la igualdad y el reconocimiento de los hombres y las mujeres a lo largo de la cadena de valor de la organización.
	6.2. <i>Remuneración laboral</i>	6.2.1. Equidad salarial	
		6.2.2. Equidad en el goce de prestaciones sociales	
	6.3. <i>Acceso a capacitación</i>		
	6.4. <i>Posibilidad de ascenso</i>		
	6.5. <i>Licencia de maternidad</i>		
	6.6. <i>Licencia de paternidad</i>		
6.7. <i>Participación en la gestión administrativa</i>	6.7.1. Ubicación en cargos de dirección y control		
	6.7.2. Inclusión de la mujer en los procesos de planificación y gestión.		

	<i>6.8. Respeto a la sexualidad y sus necesidades propias.</i>	6.8.1. Existencia de espacios físicos adecuados para las necesidades propias de la mujer (baños, etc.)	
		6.8.2. Respeto a la integridad física.	
		6.8.3. Respeto a la integridad psicológica.	
		6.8.4. Respeto a la integridad sexual.	
	<i>6.9. Reconocimiento de la mujer como agente de desarrollo</i>	6.9.1. Estímulos laborales.	
		6.9.2. Recompensas y reconocimientos por cumplimiento de metas laborales.	
		6.9.3. Reconocimiento y Celebración de fechas especiales	
7. COMPOSICIÓN FAMILIAR	<i>7.1. Posición dentro de la familia</i>	7.1.1. Hijo/hija	✓ 7A. Comprender el entorno familiar de los trabajadores de la empresa, con el fin de realizar un acercamiento a su realidad y sus necesidades familiares.
		7.1.2. Padre/madre	
		7.1.3. Esposo/esposa	
		7.1.4. Otro	
	<i>7.2. Familia completa</i>	7.2.1. Nuclear	
		7.2.2. Extensa	
		7.2.3. Compuesta	
	<i>7.3. Familia monoparental</i>	7.3.1. Nuclear	
		7.3.2. Extensa	

		7.3.3. Compuesta	
	7.4. Familia reconstituida	7.4.1. Nuclear	
		7.4.2. Extensa	
		7.4.3. compuesta	
	7.5. Familia neo familiar	7.5.1. Tamaño	
	7.6. Número de hijos	7.6.1. Entre 1-2 hijos	
		7.6.2. Entre 3-4 hijos	
7.6.3. Entre 5 y más hijos			
7.7. Personas a cargo	7.7.1. Parentesco		
8. ESTRATIFICACIÓN SOCIAL	8.1. Estrato residencial	8.1.1. Bajo (0-2)	✓ 8A. Identificar las condiciones de habitabilidad de los trabajadores de la empresa, lo que permite conocer los estilos de vida y las necesidades de cada trabajador y de su entorno inmediato.
		8.1.2. Medio (3-4)	
		8.1.3. Alto (5-6)	
	8.2. Tenencia de vivienda	8.2.1. Propia	
		8.2.2. arrendada	
	8.3. Servicios básicos	8.3.1. Agua	
		8.3.2. Luz	
		8.3.3. Gas natural	
	8.4. Otros servicios	8.4.1. Telefonía	
		8.4.2. Internet	
8.4.3. Televisión por cable			

Fuente: Autora, 2010.

OBSERVACIONES. Dentro de las observaciones registradas por los empleados, se destacaron:

- “Las ventajas y desventajas de las encuestas realizadas para nosotros los empleados”.
- “Nosotros los empleados de Almacenes FLOSH queremos que nos den un 30% ósea el 10 % de descuento en los productos ya que no contamos con dotación igual que los empleados de PEOPLE PLAY´S”.
- “Me encanta este tipo de encuestas, se ve reflejado la opinión de nosotros en la empresa”.
- “Manejar horarios más flexibles, para los empleados, turnos”.
- “Incentivos familiares, tales como recreación y actividades familiares donde se puedan involucrar todas las familias”.
- “Contratar un mensajero que se encargue solo del recaudo de las consignaciones”.
- “Que todas las sugerencias y opiniones escritas por nosotros sean tomadas en cuenta”.

CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE LA POBLACIÓN LABORAL DE ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

Para efecto del presente documento, se presentara a continuación una síntesis de los resultados relevantes para la organización y la gestión socialmente responsable, obtenidos mediante el desarrollo del estudio de socio-demográfico. En el anexo R se pueden apreciar las respectivas graficas de los resultados.

La población de la empresa ENEBE Representaciones S.A. se distribuye a lo largo de la cadena de valor en los niveles gerencial, administrativo y operativo, concentrándose una parte significativa de la población (60.1%) en el nivel correspondiente al personal de bodega y puntos de venta; lo que significa que la mayor parte de las personas al interior de la organización a las cuales debe dirigirse gran parte de las iniciativas sociales son los asesores de ventas. Por tanto uno de los grupos de interés claves para la organización esta representada por esta población. La mayoría de los trabajadores se encuentran ubicados en las

dependencias y puntos de venta de la ciudad de Bogotá (56.6%), seguidamente en la ciudad de Bucaramanga, Barranquilla y Cartagena.

Revisando la distribución por sexo se puede apreciar que no hay una diferencia marcada entre la presencia del sexo femenino frente al masculino, aun así cuando el 54.5% son hombres, comparado con otras empresas del sector, ENEBE R. S.A. ha procurado por realizar procesos de selección y contratación del personal incondicionalmente de sexo al que se pertenece. Por otra parte el personal se caracteriza por ser población joven en su mayoría, el 60% se ubica en el grupo etario de 18-29 años, lo que indica que las acciones futuras que desde el enfoque socialmente responsable se diseñen deben orientarse a responder a las necesidades y características propias para su edad.

A pesar de ser población joven, donde el 44% se ubica en el estado civil de soltería, se identificaron dos factores claves a considerarse en el proceso de gestión social: primero, un alto porcentaje (29.9%) son madres y padres, lo que indica la importancia de abordar temas como los de salud sexual y reproductiva, relaciones familiares y aprovechamiento del tiempo libre en familia; y segundo, una tercera parte de la población tiene personas a cargo, familiares a los cuales deben apoyar económicamente.

Otro aspecto importante para ser considerado en la gestión social de la organización es el referente a la formación y capacitación académica y profesional; más de la mitad de la población interna son bachilleres graduados, donde un alto porcentaje tuvieron la posibilidad de acceder a formación técnica, representando un factor valioso para potenciar mediante la intervención social frente a este grupo de interés.

Las condiciones habitacionales representan el entorno donde las personas desarrollan su vida personal, familiar y afectiva, constituyendo un entorno obligatorio de análisis para definir parámetros de gestión social; la mayoría de la población habitan inmuebles arrendados, donde el 38.8% del total de los

trabajadores pertenecen a estrato medio (3-4), gozando de los servicios públicos básicos, donde una cuarta parte de la población tiene acceso a los medios de comunicación y sus tecnologías.

Mediante la revisión de los resultados obtenidos frente a la vinculación laboral, se puede concluir que los trabajadores gozan de estabilidad laboral, respaldo y sobre todo se identifican con la empresa, sintiéndose reconocidos y valorados. Todos los empleados de la organización cuentan con un contrato de trabajo realizado bajo los mínimos requerimientos legales, donde gozan de prestaciones sociales, bonificaciones, comisiones, ascensos, capacitaciones, y otra serie de beneficios, que consolidan la estabilidad laboral y la cultura organizacional.

FORTALEZAS

- La población tiene claro los procesos internos de la empresa, conoce los conductos y reconoce ser instruido para la elaboración de las actividades laborales, identifican el respaldo de sus jefes inmediatos.
- La población tiene la motivación de elaborar ideas que apuntan hacia acciones de mejora y revelan que pueden expresarlas hacia el interior de la organización.
- Son consientes que la empresa les ofrece instalaciones útiles para la realización de su trabajo.
- Los empleados reconocen la importancia de encuestas de esta clase, pues es una oportunidad para aportar ideas en cuanto a la dinámica laboral.
- Se reconoce la estabilidad laboral.

OPORTUNIDADES

- Un aspecto relevante es que la población no se tiene muy segura a la hora de realizar sus actividades laborales, lo que necesariamente implica fortalecer el programa de seguridad industrial y salud ocupacional al interior de los procesos operativos. La identificación de un líder de seguridad en

cada punto de venta, es una garantía de que los empleados reciban las instrucciones de una forma personalizada. Se hace necesario fortalecer este tema que es de cumplimiento legal.

- Se reconoce como una oportunidad de mejora, los horarios que se están manejando, pues la encuesta refleja que los trabajadores identifican que están dedicando mucho tiempo en la empresa, lo que podría mitigarse en aras de garantizar una menor rotación de personal, al convertirse este factor como debilidad, de esta manera se propone la creación de turnos de trabajo, que si bien contengan similar carga de horario laboral, sea distribuido de manera que los empleados, sientan que la empresa les brinda la oportunidad de invertir su tiempo en la familia y los estudios, principalmente, sobre todo cuando se trata del horario que se cumple los fines de semana.
- Aunque la población se siente fuertemente motivada a aportar sus ideas respecto a la dinámica de la organización laboral, pocas veces siente que son tenidas en cuenta a la hora de la planeación, por lo que este ejercicio toma tanta importancia como forma de vitrina ante nuestro cliente interno.
- Se nos propone igual en el manejo del personal de los almacenes Flosch y People Play's, en cuanto al descuento en los artículos y en manejo de la dotación que se le da al empleado.
- Las iniciativas en cuanto a vivienda y estudio son una oportunidad para que la empresa emprenda acciones encaminadas a empujar a su empleado a estas iniciativas, por lo cual se propone la creación de una bonificación cada 6 meses, en los que se rife el 20% de una matrícula estudiantil para el empleado o sus hijos.
- A Los empleados les gustaría recibir mayor exaltación de sus logros, por lo cual se hace necesario orientar acciones al respecto, con la creación de los destacados mensuales.
- Se destaca la necesidad de la puntualidad en los pagos.

- La integración de la familia con el espacio laboral de los empleados es uno de los aspectos más fuertes que revela la encuesta, identificando la necesidad de integrar a la familia en aspectos de bienestar y recreación.

Los conocimientos adquiridos mediante el desarrollo de este estudio, represento una pieza clave para la configuración del grupo de interés correspondiente a los trabajadores, para definir el modelo de gestión y para construir la política.

El *segundo* estudio que integro el diagnóstico de R.S, comprendió la *medición y evaluación de clima laboral*, construyéndose su respectivo diseño metodológico; basado en modelos de cuestionarios existentes se definió la encuesta para tal fin, (ver anexo F) y la tabla de registro de resultados. La muestra para dicho estudio fue el 70% de la población laboral, personal vinculado mediante un contrato legal vigente, seleccionado aleatoriamente en cada nivel de la cadena de valor, buscándose el cubrimiento amplio de los interesados. Al igual que el estudio anterior se realizó su respectivo documento donde se presentó el análisis cualitativo y sus respectivas gráficas a la junta directa, mediante su aprobación se puede concluir que el proceso se desarrolló gratificadamente.

El *tercer* proceso que complemento el diagnóstico, fue el estudio dirigido a medir y *evaluar la satisfacción y servicio al cliente*; dentro de los acciones desarrolladas, se identificó como primordiales: 1. Elaborar el diseño metodológico del estudio, considerándose los referentes metodológicos y teóricos existentes; 2. Construir el instrumento para aplicar el estudio, el cual fue respondido voluntariamente por los clientes de los puntos de venta del país, los resultados se analizaron cualitativamente registrándose en un documento, el cual se entregó a la junta, revisándose con gran expectativa y aceptación. Con el logro de este objetivo fundamental para iniciar con bases solidad y tangibles el proceso de construcción de política de G.I.S.R, se puede afirmar que los fundamentos científicos y técnicos de Trabajo Social, adquiridos por la estudiante, contribuyeron significativamente a la continuidad del proceso planeado.

La adopción de un enfoque de RS como lo plantea Restrepo, demanda seguir la lógica habitual de la planeación estratégica organizacional y supone la capacidad de la empresa para dar respuesta oportuna a las implicaciones de su contexto interno y de su entorno. Estas capacidades suponen el análisis y la comprensión de la realidad presente, además, de la retrospectiva de la gestión social; considerando como elemento ineludible el diálogo y la interacción con sus grupos de interés.

En este sentido, las propuestas que la GTC 180 de ICONTEC plantea frente al diagnóstico social, como el inventario de antecedentes, el análisis del entorno, la evaluación de los recursos, habilidades, fortalezas y debilidades; así como el análisis de las interacciones de la empresa con sus partes interesadas, en las dimensiones económica, social y ambiental, desde los niveles descriptivo, analítico y estratégico; permitieron, estructurar las estrategias que se desarrollaron oportunamente, garantizando la realización del diagnóstico integral de responsabilidad social planteado.

Las acciones estratégicas desarrolladas facilitaron desarrollar un proceso que como lo plantea la GTC 180, permitió: a) identificar los factores externos críticos o fuerza de impacto sobre el sector en el cual se desempeña la organización; b) identificar las variables más representativas para cada factor y analizar su situación actual y futura; c) obtener de este análisis las oportunidades y amenazas principales asociadas de la organización.

Consecuentemente, este examen permitió recoger información relevante sobre los grupos de interés que la empresa inicialmente identificó, y definir como se configuran las relaciones que la organización establece con cada uno de ellos. Estos elementos resultaron supremamente relevantes al momento de definir los compromisos, las políticas, las estrategias y los procesos organizacionales encaminados a materializar la gestión integral socialmente responsable.

Por otra parte, dos elementos esenciales que se consideraron para el diseño y el desarrollo del diagnóstico, basados en fundamentos pragmáticos y éticos, fueron: la participación y la concertación. Construir espacios participativos y de concertación, resulta un proceso determinante para la implementación y los resultados de la gestión socialmente responsable; y debe, constituir una constante en cada una de las etapas que plantea el ciclo PHVA de la RS.

La importancia de la participación radica en la credibilidad y claridad de los resultados del diagnóstico, quién mejor que ellos, como diría Restrepo, para identificar los procesos que viven día a día, “si se trata de hablar de partes interesadas, quien más los conoce, es quien ha sido su interlocutor natural en la organización”⁴³.

A partir de esta premisa, se definieron los estudios que integraron el diagnóstico; donde cada uno se orientó a definir y caracterizar las relaciones que se dan entre la organización y cada uno de sus grupos de interés. La definición del proceso mediante grupos de interés, permitió, no solo fundamentar el diagnóstico; sino también, el desarrollo de las etapas siguientes de formulación e implementación de la Política de Gestión Integral Socialmente Responsable. De esta forma, el sentido de la responsabilidad social como un proceso riguroso de diálogo, se empezó a considerar como una labor de todos, encaminada al constante impacto en la cultura y la identidad organizacional.

De lo anterior se pueden deducir dos resultados asombrosos en este proceso y que validan lo planteado por Restrepo⁴⁴: de una parte, la agilidad que desarrollaron las personas involucradas con La organización, para generar debates, propuestas, estrategias y soluciones frente a la gestión socialmente responsable; residiendo la clave de estos logros, en el interés y valor que la empresa les da al incluirlos en un proceso tan determinante para la organización, y

⁴³ Ibid., p.111.

⁴⁴ Ibid., p. 112.

sobre todo, al invitarlos a dialogar sobre lo que ellos conocen y viven cotidianamente.

Seguidamente y no menos importante, se identificó que las personas ágilmente se sintieron a gusto e interesados en el proceso desarrollado, lo que permitió contar con su participación y apoyo constante en la ejecución de las acciones posteriores; “el ejercicio les resulto refrescante, generador de nuevas palancas, más profundas, de motivación profesional y personal”⁴⁵. De esta forma, la identidad y la cultura organizacional, el clima laboral y los mismos procesos productivos, empiezan a percibir procesos de fortalecimiento, los cuales, constituyen los primeros beneficios de la gestión socialmente responsable.

De la misma manera en que la participación es necesaria, la concertación se vislumbra como un proceso determinante que influye en las relaciones con los grupos de interés, y en los logros de la gestión desde el enfoque de RS. De aquí, se desprende uno de los logros alcanzados en el diagnóstico, el cual, permitió construir nuevos espacios de diálogo y el establecimiento de relaciones con las personas que conforman los grupos de interés de la empresa.

Con miras a que la construcción de la P.G.I.S.R. no se diera como un proceso de autoritarismo gerencial, incluir la concertación como elemento intrínseco de la gestión constituyó una de las pautas determinantes para este objetivo. En el transcurso de la ejecución de diagnóstico, al igual que en todas las acciones estratégicas del proceso, el diálogo con los grupos de interés permitió definir unas bases sólidas y factibles para la gestión socialmente responsable.

⁴⁵ *Ibíd.*, p. 112.

OBJETIVO N°3: “DEFINIR LOS COMPONENTES DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE QUE GUIARAN EL RUMBO DE LA ORGANIZACIÓN”

Orientado al logro del objetivo se planteó la estrategia enfocada a determinar los lineamientos, principios y fundamentos que estructuran el enfoque de gestión integral socialmente responsable de la empresa, desde un modelo participativo, incluyente y propositivo. Cinco fueron las acciones estratégicas que desde los referentes teóricos y lineamientos técnicos revisados se plantearon, las cuales mediante el trabajo cohesionado, crítico y propositivo del equipo de R.S y el liderazgo y acompañamiento de la estudiante en práctica, se realizaron en sus totalidad; y cuyo proceso se puede apreciar explícitamente en la tabla 11: objetivo estratégico N°3.

La primera acción estratégica ejecutada en su totalidad fue planear y elaborar el Enfoque “*Estratégico De Responsabilidad Social*” para la empresa; seguidamente se formuló la “*Política Integral De Gestión*”, el “*Plan De Gestión Del Cambio, basado en los componente de formación y comunicación*”. Concluyendo, se elaboró el “*Plan de Alianzas para la Gestión con Responsabilidad Social*”, enfocado principalmente a la adhesión de la empresa al Pacto Global de las Naciones Unidas ONU. Cabe resaltar que el diseño y la elaboración de estos planes se logró, mediante el trabajo arduo en equipo y sobre todo; considerándose, los elementos fundamentales de la organización y su entorno; identificados en el diagnóstico integral de Responsabilidad Social.

Mediante el desarrollo de estas acciones estratégicas se logró establecer los lineamientos que permitirán la implementación y la gestión socialmente responsable de la empresa, cada una de estas acciones concretaron los elementos que definen la P.G.I.S.R., definiendo los objetivos, compromisos, responsabilidades y estrategias que permitirán guiar el nuevo rumbo de la gestión empresarial. Con respecto a lo planteado en la GTC 180, los tres lineamientos

básicos considerados para el logro de este objetivo fueron: 1) definición del marco ético y de gestión para la responsabilidad social; 2) establecimiento de los compromisos y responsabilidades de la dirección; 3) definición del personal que estará al frente del proceso de implementación de la RS.

Durante la materialización de este objetivo la estudiante en práctica pudo poner a prueba los conocimientos adquiridos referentes a la planeación, diseño y ejecución de la gestión social; constituyo en espacio enriquecedor para la formación profesión en lo concerniente al Trabajo Social en las empresas. Para tener un acercamiento a los componentes ejecutados en este objetivo ver anexos M, N, O y P. A continuación se presentan los resultados obtenidos mediante la operacionalización de las acciones estratégicas:

“ENFOQUE ESTRATÉGICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (R.S) EN ENEBE REPRESENTACIONES S.A.”

“una respuesta situada a la altura moral alcanzada por la humanidad, una respuesta en la línea de la declaración de los derechos humanos, requiere la habilitación de una razón práctica responsable y solidaria”

CORTINA, Adela 1988.

CONTENIDO

1. ENEBE representaciones S.A hoy frente a la sociedad.
2. Acercándonos a la Responsabilidad Social (R.S) y su Enfoque integral.
3. Principios de la R.S. adoptados por ENEBE representaciones S.A.
4. La gestión integral socialmente responsable y la dinámica con los sistemas de gestión de ENEBE representaciones S.A
5. Gestión integral de ENEBE representación S.A desde un marco ético.
6. ENEBE representaciones S.A y sus grupos de interés.
7. ENEBE representaciones S.A y su entorno.

6. ENEBE REPRESENTACIONES S.A HOY FRENTE A LA SOCIEDAD

Nuestra compañía “ENEBE Representaciones S.A”, se ha caracterizado en los últimos años por estar comprometida medio ambiental de nuestra zonas de influencia y por ende de la sociedad colombiana.

Debido a que las acciones y estrategia adelantadas por la organización ha sido originadas desde la mera filantropía, hemos decidido dar este paso a la tecnificación y científicidad de nuestras decisiones socialmente responsables, por lo cual se ha dado rumbo a este nuevo enfoque de gestión, caracterizado por su integralidad, por enmarcarse entre la ética empresarial y el humanismo.

Buscamos ser una compañía líder en el compromiso frente al desarrollo nacional, que promueva una política de responsabilidad social, caracterizada por la transparencia en nuestros sistemas de gestión y por la exitosa implementación de estrategias sociales, económicas y ambientales.

De esta manera, nuestra empresa responderá y contribuirá a las crecientes demandas sociales y actuara en beneficio de los derechos humanos, de la integración con las personas que integran la organización (trabajadores) y en respeto con la realidad social y medioambiental de nuestras zonas de influencia productiva.

El enfoque integral de gestión lo que busca es integrar al sistema general de gestión de la empresa el enfoque basado en la responsabilidad social, el cual fundamenta los compromisos que se alinearan con los respectivos objetivos empresariales. Estos compromisos tendrán que estar sustentados por objetivos estratégicos, acciones, metas e indicadores de gestión. Los anteriores elementos permitirán el monitoreo y respectiva evaluación, el alcance de las metas planteadas, de esta manera la organización podrá evidenciar el alcance y

cumplimiento de los compromisos adquiridos mediante la política frente a los grupos de interés.

El propósito de este enfoque es ratificar y conducir responsablemente las relaciones de ENEBE representaciones S.A. con sus respectivos grupos de interés, tomando como punto de partida la identificación y consideración de las necesidades, carencias e intereses de sus actores. Insumo determinante para la acogida de acciones enfocadas al logro del bien común; lo cual se reflejara en el afianzamiento de la confianza, imagen y reputación de la organización. A lo anterior se debe sumar el alcance frente a la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

ENEBE Representaciones S.A mediante la implementación de la gestión integral socialmente responsable se proyecta al crecimiento en el ámbito nacional, a ser líderes en la venta de productos de calidad, en procurar la consonancia del crecimiento y desarrollo de la empresa con el entorno social inmediato y a insistir día a día en el compromiso y la acción frente al desarrollo económico y social de nuestro país.

La empresa plasma su enfoque socialmente responsable en una explícita política integral de gestión, donde se expresan los fundamentos que sustentan las relaciones organización –personas- entorno, enfocándose en incentivar confianza de forma bilateral.

Los mecanismos para que ENEBE Representaciones S.A. logre sus objetivos serán:

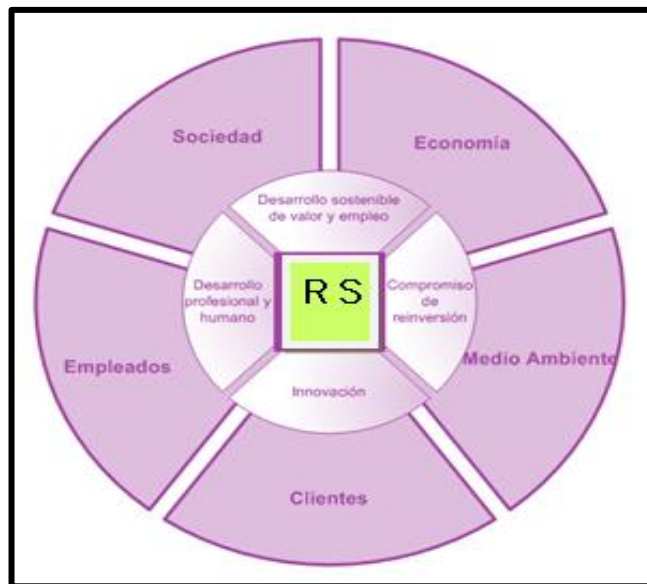
- ✓ Definir los compromisos fundamentales con los grupos de interés.
- ✓ Materializar los compromisos adquiridos mediante acciones concretas.
- ✓ El diseño y adaptación de un sistema de monitoreo, evaluación y difusión de acciones y resultados.

En síntesis, en este sentido ENEBE Representaciones S.A pretende consolidar la correspondencia de los actores claves de la dinámica empresarial tituladas, grupos de interés junto al alcance de las metas y objetivos organizacionales en las esferas social, económica y ambientales; y de esta forma contribuir al desarrollo sostenible de nuestro entorno.

7. ACERCÁNDONOS A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (R.S) Y SU ENFOQUE INTEGRAL

Según la guía GTC 180 de ICONTEC se define la R.S. como el compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generen con las partes interesadas denominadas Stakeholders, en materia de desarrollo humano integral; esta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.

Figura 11: Elementos y fines de la R.S.



Fuente: ENEBE Representaciones S.A., Enfoque Estratégico de la RS.

Según la ISO 26000 la R.S. es la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético, que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, la salud integral y el bienestar general de la sociedad.

- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- Este en cumplimiento con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento.
- Y esté integrada a través de la organización.

Otro concepto que resulta relevante considerar, es el planteado por la Fundación Empresa y Sociedad (España): “La empresa del futuro no podrá limitarse a ser una mera explotación económica en el sentido tradicional del concepto. Adquirirá un mayor protagonismo en la sociedad en tanto que sea socialmente responsable, lo cual incorpora aspectos como que sus productos sean aceptados por los ciudadanos, cumpla estrictamente la normativa vigente, sus directivos tengan un comportamiento ético intachable, conceda una importancia adecuada a la relación con sus empleados, sea respetuosa con el medio ambiente o apoye a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera”.

La CSR (Corporate Social Responsibility) Europe, propone que “La Responsabilidad Social Corporativa gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La RSC no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos medioambientales, sociales y económicos –positivos y negativos– que genera en la sociedad”.

En conclusión, hemos considerado pertinente luego de la revisión y el planteamiento de los conceptos más acertados, exponer los componentes centrales presentes en todas ellas:

- Se trata de la habilidad que tiene una empresa para responder a las necesidades de la sociedad en la que interviene.
- Implica sostenibilidad en el tiempo y solamente cobra sentido mediante la creación de mejores condiciones para un desarrollo humano

verdaderamente sostenible. En la práctica, significa la integración de los siguientes conceptos:

- Respeto al medio ambiente.
 - Cooperación y participación en el desarrollo social.
 - Generación de desarrollo económico sostenible.
- La RSC es un conjunto de acciones emprendidas por las empresas, que van más allá de sus obligaciones legales.
 - La RSC está directamente vinculada al desarrollo sostenible, ya que éstas empresas consideran que estas acciones deben redundar en el largo plazo.
 - La RSC no se “agrega” a la gestión empresarial, sino que es parte de la esencia de la empresa.
- ❖ El enfoque integral de la Responsabilidad social plantea un pilar ineludible: “LOS DERECHOS HUMANOS”. Los derechos humanos deben ser considerados puntos de partida para todas las acciones de la organización, el reconocimiento y pleno ejercicio de ellos, es lo que garantizara la verdadera gestión socialmente responsable.

Este compromiso frente a los derechos humanos se puede materializar mediante la adopción y practica de los Objetivos del Milenio (ODMs) y la adhesión al Pacto Global, ambas iniciativas de la Organización de las Naciones Unidas frente a sus compromisos con los derechos humanos y el desarrollo.

Con respecto a este ejercicio ineludible, ENEBE REPRESENTACIONES S.A. construye, asume y ratifica una “Política de derechos humanos”; instrumento que será estandarte para la gestión integral desde el enfoque de responsabilidad social de la empresa.

La compañía buscara adherirse al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, suscrito por las principales empresas a nivel mundial. Se trata de un compromiso firme y voluntario de cada organización para guiar sus actividades por la ruta enmarcada por los siguientes diez principios:

- 1) Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.
- 2) Las empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de derechos humanos.
- 3) Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- 4) Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso realizado bajo coacción.
- 5) Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- 6) Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la educación.
- 7) Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- 8) Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- 9) Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- 10) Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

A su vez, ENEBE REPRESENTACIONES S.A. buscará integrarse de manera activa a la red colombiana por el Pacto Global.

8. PRINCIPIOS DE LA R.S. ADOPTADOS POR ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

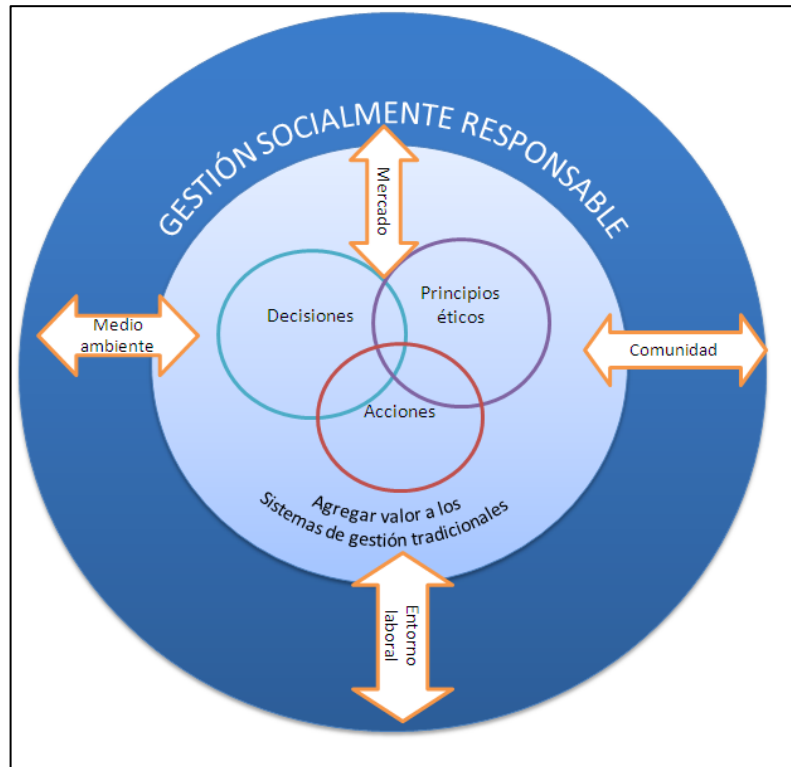
ENEBE REPRESENTACIONES S.A. frente a sus compromisos y adaptación de una gestión socialmente responsable, reconoce y establece como propios los siguientes principios éticos:

1. **El respeto hacia la dignidad humana:** siendo esta ineludible al ser y al destino trascendente del ser humano, lo cual le concede derechos fundamentales inalienables e irrenunciables, de índole individual, familiar, sociocultural y ambiental, que ENEBE Representaciones S.A reconoce y promoverá.
2. **La autorregulación ética:** la gestión desde el enfoque de responsabilidad social demanda una integración congruente de la misión y la visión, con el marco ético (valores y principios) que han venido orientando la empresa. Debe haber una coherencia entre el rumbo productivo y el de gestión, donde la adecuada integración será la garantía del desarrollo y crecimiento.
3. **El desarrollo humano integral:** la organización asume el compromiso de preservar el patrimonio ambiental, cultural y social para las generaciones venideras; de respetar la diversidad y promover la disminución de la inequidad social. Para la cual, ENEBE Representaciones S.A. procurara integrar en sus estrategias de gestión los impactos económicos, sociales y ambientales de sus acciones.
4. **La solidaridad:** comprendida como la determinación firme y constante de trabajar por el bien común, de tal manera ENEBE Representaciones S.A y sus grupos de interés logren mancomunadamente los objetivos y metas que de forma independiente se les dificulten alcanza, comprometiéndose a gestionar estas acciones de manera conjunta, con el fin de aumentar sus capacidades de generar valor para beneficio compartida.

- 5. La participación:** los directivos y líderes de la gestión en ENEBE Representaciones S.A. se comprometen firmemente a promover y hacer posible que los grupos de interés se involucren en todos los procesos que sean necesarios en la gestión socialmente responsable, para que cada persona que integra e influye la organización sea considerada y sus capacidades se aprovechen en función del desarrollo organizacional y social.
- 6. La responsabilidad legal:** ENEBE Representaciones S.A reconoce la importancia de guiar su gestión no solo por la constitución y las leyes, sino que se debe promover buscar sistemática y proactivamente las normas, tratados y convenios aplicables a los procesos; plasmándose en prácticas organizacionales conformes a los principios y valores del espíritu de la empresa.

9. LA GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE Y LA DINÁMICA CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE ENEBE REPRESENTACIONES S.A

Figura 12. Integralidad del enfoque de GSR y los SGO.



Fuente: ENEBE Representaciones S.A., Enfoque Estratégico de la RS.

El enfoque de gestión socialmente responsable se caracteriza por ser un enfoque integral con respecto a considerar valiosa y relevantemente la participación de toda la organización.

De esta forma, ENEBE Representaciones S.A espera mediante su adaptación, fortalecer los sistemas de gestión, en termino de confiabilidad, transparencia y generación de valor para todos nuestros grupos de interés; así mismo, otorgar los criterios mínimos para procesos voluntarios de verificación y auditoria ética y social, con miras a la optimización constante del desempeño social de la empresa. Este nuevo planteamiento de gestión, india que nuestra organización se ha concientizado sobre la nueva misión y tendencia de la economía moderna; lo

cual determinara la sostenibilidad de nuestra empresa en las dimensiones económica, ambiental y social.

Con la adaptación de este nuevo enfoque ENEBE Representaciones S.A busca identificar todas las recomendaciones necesarias para garantizar el desarrollo y el crecimiento organizacional y de nuestros grupos de interés. Mediante este enfoque estratégico la empresa estará en condiciones de reconocer sus ventajas, desventajas, oportunidades, fortalezas, amenazas, y una serie de elementos de su entorno que influyen en sus procesos y la optimización de estos. Es importante para nosotros considerarlas, entenderlas, gestionarlas, interrelacionarlas como un todo, de forma integral, eficiente y eficaz, para el logro de nuestro objetivos.

ENEBE Representaciones S.A reconocer la fácil y productivo que resulta integrar los diferentes sistemas de gestión de la organización con el enfoque integral socialmente responsable; con lo cual buscamos innovar con un sistema de gestión único,. Implementando elementos comunes y cotidianos, e interactuando con las que no lo ha sido, dinámica que favorecerá la planeación, la asignación de recursos, el planteamiento de objetivos, complementarios y el monitoreo - evaluación de la eficacia y eficiencia general de la empresa.

Nuestra organización es consciente de que la gestión socialmente responsable deviene de la búsqueda de un valor añadido mediante herramientas y canales de énfasis sostenible, con miras a sustentar racionalmente lo anterior, plantearemos a continuación los procesos que se integran a la práctica empresarial.

I. Procesos de gestión interna:

A. Gobierno corporativo ético: el equipo directo y ejecutivo de ENEBE Representaciones S.A se implicara en los procesos de la gestión socialmente responsable y se comprometerá determinantemente con llevar a cabo una gestión al margen total de cualquier práctica de dudoso calado ético.

B. *Interés por la comunidad laboral:* los directivos y administrativos de ENEBE Representaciones S.A se comprometen a garantizar un clima de apoyo y colaboración con toda la comunidad laboral de la empresa, ya que reconocemos que ellos son el motor de nuestra organización. Ignorarlos o invisibilizarlos significa no respetar ni reconocer el valor de las personas que vinculadas a nuestra organización favorecen la consecución de los objetivos comunes.

II. Procesos de interés social:

A. *Vinculación con la sociedad:* ENEBE Representaciones S.A es consciente de que su actuación no es externa ni indiferente a la sociedad en general, ignorando sus impactos y desatendiendo sus solicitudes, sobre todo cuando nuestros grupos de interés están inmersos en todos los subsistemas del sistema social. Disponer conductos y procedimientos de atención a estos requerimientos se configura en una misión improrrogable para nuestra organización. Deseamos proyectar nuestras actividades con un sentido responsable y con coherencia estratégica.

B. *Marketing responsable:* como derivación lógica del anterior proceso debe plantearse el marketing de la organización. ENEBE Representaciones S.A se compromete a llevar a cabo este proceso de manera que los clientes y la comunidad tengan acceso a una información clara sobre los productos y actividades ofrecidos por nuestra organización. Nos comprometemos a facilitarle a los clientes comprar y consumir a partir de la cualidades publicitadas en la oferta y no por su manipulación con argucias. Para nuestra empresa el cliente es valorado como parte activa de nuestro desarrollo y crecimiento, ya que es un elemento competente, competente en emitir juicios, acciones y reacciones.

III. Proceso de disposición medio ambiente:

A. Respeto al medio ambiente: ENEBE Representaciones S.A es consciente del compromiso inevitable que tiene frente al entorno inmediato y total de planeta, de la posibilidad que existe en dañarlo durante el proceso productivo, lo cual implica un daño múltiple, tanto en lo del medio ambiente, como en lo social e incluso empresarial.

Somos conscientes que sin miedo donde desarrollar nuestras labores no podremos desarrollarnos ni crecer, y menos contribuir al desarrollo de la sociedad en general. Por tanto este proceso es muy ambicioso, ya que conlleva a dejar la dinámica limitada en su misma para adoptar una visión amplia y trascendental. Sabemos que a medida que la empresa tiene mayor posicionamiento en el mercado nuestra responsabilidad tiene que incrementarse.

ENEBE Representaciones S.A reconoce que mediante la integración de estos cinco procesos de manera completa e integrada, lograremos hacer realidad nuestra gestión socialmente responsable. Nuestro compromiso con la sociedad es detectar desde estos focos nuestras debilidades para fortalecerlas, y nuestras capacidades para potenciarlas; mediante monitoreo y diagnósticos permanentes nos propondremos llevar adelante las medidas reparadoras necesarias y el constante trabajo por el desarrollo y el crecimiento empresarial y social.

10. GESTIÓN INTEGRAL DE ENEBE REPRESENTACIÓN S.A DESDE UN MARCO ÉTICO

ENEBE Representaciones S.A asume desde su enfoque de gestión integral socialmente responsable el compromiso indiscutible de revisar de manera permanente sus prácticas organizacionales y adecuarlas a sus principios éticos. Los principios éticos serán plasmados en “la política de responsabilidad social”, a partir de estos y para su legitimidad la organización asume las siguientes estrategias constantes:

- a) **Estrategia a nivel interno:** dirigir acciones hacia la verificación de la pertinencia, aceptabilidad y aplicabilidad de los principios y valores. Mediante la implementación de procesos de diálogo, consenso entre los miembros de la organización, desde objetivos, directivos y operativos.
- b) **Estrategia a nivel externo:** instaurar sistema de verificación constante que involucre los grupos de interés, dirigido a medir la aceptación y el nivel de concertación de los valores y principios de ENEBE Representaciones S.A.

Nuestra organización asume los principios y valores plasmados en nuestra política de responsabilidad social como los criterios para la toma de decisiones. Considerando la jerarquía organizacional de ENEBE Representaciones S.A, se alinear la gestión de la cadena de valor con los principios y valores ratificados, estamos dispuesto a transformar nuestra gestión a una moderna integral y socialmente responsable que garantice el bienestar integral y socialmente responsable que garantice el bienestar y desarrollo mancomunado de la sociedad y nuestra empresa.

Nuestra gestión integral socialmente responsable incluye como pilares de desarrollo:

1. Propender por un buen gobierno corporativo.
2. Velar por el respeto y ejercicio pleno de los derechos humanos (incluyendo los derechos laborales, sociales y culturales).
3. Cumplir y apoyar la legislación y acciones de protección y mejoramiento del medio ambiente.
4. Amparar a la organización y sus grupos de interés de las practicas relacionadas con la corrupción y al competencia desleal.
5. Participar activamente en el desarrollo económico y social, de nuestras áreas de influencia de la región y de la sociedad colombiana en general.
6. Respetar y proteger impetuosamente a nuestros clientes y posibles clientes.

6. ENEBE REPRESENTACIONES S.A Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

Según el GTC 180 de ICONTEC se llaman partes interesadas o grupos de interés como nosotros los denominaremos “aquellos grupos de actores que afectan o se afectan por la actividad de la organización”. Dicha afectación e influencia se manifiesta en términos de interese y expectativas comunes o complementarios, como de impactos negativos recíprocos.

Nuestra organización es consciente que en la implementación el enfoque integral socialmente responsable debemos considerar las expectativas y necesidades nuestros grupos de interés. ENEBE Representaciones S.A identifica y reconoce como sus grupos de interés los siguientes; los cuales serán caracterizados y presentados ampliamente en el “acta de compromisos organizacionales”.

Grafica 13: Grupos de interés.



Fuente: ENEBE Representaciones S.A., Enfoque Estratégico de la RS.

Para el proceso de acercamiento, diagnóstico y operacionalización de acción frente a los grupos de interés, nuestra organización diseñara y ejecutara herramientas que permitan:

- Identificar los impactos que seden recíprocamente entre la empresa y los grupos de interés
- Mediante procesos participativos y de concertación determinar los intereses y expectativas de nuestros grupos de interés con la organización.
- Establecer y comunicar nuestros intereses y expectativas frente a los grupos de interés.
- Determinar los intereses comunes y complementarios.
- Fomentar relaciones de cooperación y establecer compromiso por cada grupo de interés, dirigidas a desarrollar los intereses comunes y complementarios y a minimizar los impactos negativos correlativos.
- Establecer y gestionar indicadores cualitativos y cuantitativos que nos permita medir nuestro desempeño en la dimensión económica, social y ambiental. Además, implementar un sistema de difusión y comunicación

de resultados de manera, reiterada a los grupos de interés que están involucrados en la gestión.

- Medir el grado de satisfacción de los grupos de interés y buscar eficientemente el mejoramiento de nuestro desempeño.

11. ENEBE REPRESENTACIONES S.A Y SU ENTORNO

El enfoque de responsabilidad social conlleva la capacidad de la empresa para responder adecuadamente a sus entorno lo cual, implica para ENEBE Representaciones S.A interpretar la situación actual y de perspectivas generales y particulares del sector en el cual está inmersa la organización. Para lo cual la empresa se interesa en el entendimiento, a partir del dialogo y las interacciones integrales con nuestros grupos de interés, considerando siempre que estas pueden ser complejas y dinámicas.

Uno de los primero pasos a seguir en el rumbo del enfoque socialmente responsable, es el análisis de los aspectos más influyentes del entorno empresarial, este ejercicio nos permitirá identificar las características, tendencias y expectativas del mismo, además del diseño y aplicación de una evaluación de los aspectos internos de la organización, considerando los recursos, Habilidades, fortalezas y debilidades.

En este proceso de planear el enfoque estratégico de la responsabilidad social de ENEBE Representaciones S.A se proponen análisis de las interacciones con los grupos de interés, desde las dimensiones económica, social y ambiental; para el logro de este proceso se requiere:

- a)** Determinar los factores externo cruciales o fuerzas que influyen mas sobre el sector en el cual está inmersa la empresa.
- b)** Establecer las variables más significativas para cada factor y determinar su estado actual y su proyección futura.
- c)** Generar a partir de este análisis las oportunidades y amenazas relevantes, relacionadas con la empresa.

Este análisis de los diferentes factores del entorno debe realizarse considerando los tres niveles de comprensión:

NIVEL DESCRIPTIVO: Demanda la revisión de todas las variables y situaciones de categoría de análisis. Además, es necesario identificar aquellas que tienen o pueden influenciar en la organización.

NIVEL ANALÍTICO: Dirigido a explicar la influencia de las situaciones, condiciones y variables halladas sobre la dinámica organizacional.

NIVEL ESTRATÉGICO: Originado del análisis y las conclusiones de este, lo cual deber ser plasmado en el desarrollo de razonamientos y enunciados que guíen la formulaciones de nuevas estrategias y acciones.

Todos los resultados de estos análisis configuran información relevante sobre nuestros grupos de interés y sus dinámicas conjuntas con la organización, lo cual es fundamental para ENEBE Representaciones S.A.

Considerar al momento de alinear nuestras estrategias a los procesos de gestión organización, posteriormente lograr encaminar a su materialización en acciones concretas desde el enfoque integral socialmente responsable.

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA EL DOCUMENTO FINAL CORRESPONDIENTE A LA POLITICA INTEGRAL DE GESTIÓN.

ENEBE PRESENTACIONES S.A

POLÍTICA INTEGRAL DE GESTIÓN SOCIALMENTE ESPONSABLE

1. **Objetivo:** Disponer los lineamientos que dirijan y regulan la Gestión Integral socialmente responsable de ENEBE Representaciones S.A.
2. **Alcance:** Involucra la totalidad de la población laboral fija y presentadoras de servicios que lleve a cabo funciones en ENEBE Representaciones, sin excusa de tiempo y otro aspecto de vinculación laboral indirecta, toda persona que trabajando para la empresa pueda afectar o influir a las personas externas, la comunidad, el ambiente o la propiedad estará regulada por esta política.

3. Conceptos Básicos

Responsabilidad Integral: Compromiso de la organización frente a sus grupos de interés y la sociedad en general, con el objetivo de llevar a cabo una gestión del riesgo en las esferas de seguridad laboral, salud ocupacional, seguridad física, seguridad psicosocial, ambiental y de gestión social.

Gestión Integral: Herramienta administrativa que permite condicionar la calidad y precisión de los procesos, entornos laborales, productos y acciones frente al entorno y la sociedad. Permite contar con planes de acción y contingencia de respuesta inmediata para los procesos administrativos que lo demanden.

Gestión de Riesgo: Cultura, procesos y estructura dirigidos a obtener oportunidades potenciales mientras se administran los efectos adversos.

4. Restricciones Generales: Para ENEBE REPRESENTACIONES S.A esta política será exclusiva y oficial frente a los temas de Gestión Humana, Gestión Social, Salud Ocupacional y Seguridad Física.

5. ENEBE PRESENTACIONES S.A Establece:

Nuestra Organización funciona fundamentada en la responsabilidad, transparencia, solidaridad y respeto hacia las personas, la comunidad, el medio ambiente, las instituciones y el estado colombiano.

ENEBE Representaciones S.A. propende por la promoción del perfeccionamiento constante que permita establecer condiciones viables para el Desarrollo sostenible, crecimiento y calidad de vida de nuestros grupos de interés.

Para nuestra Organización las herramientas útiles en el logro de lo propuesto es el reconocimiento, el respeto, el dialogo, el consenso, la participación, la prevención y la promoción.

Para NEBE Representaciones S.A. la vida de los seres humanos es invaluable, por tanto su protección y la de su entorno vital prima sobre cualquier proceso empresarial.

Cada integrante de la organización se caracteriza por ser un apersona integra, respetuosa y responsable en la medida que:

- Cumple y contribuye con las disposiciones de la ley colombiana y sus ratificaciones internacionales.

E interactuando con nuestros con nuestros grupos de interés bajo los principios éticos de la organización, con miras al establecimiento de relaciones solidarias, cordiales y de beneficio reciproco.

- **En Gestión:** Socialmente responsable frente al entorno, seguridad y salud ocupacional considerada e íntegramente en la medida que:

- Propendemos por brindarles a nuestros trabajadores un entorno laboral higiénico, seguro y favorable.
- Nos esforzamos por evitar los riesgos que puedan generar prejuicios y daños a la salud de las personas que integran la empresa.
- Desarrollamos hábitos laborales que no atenten contra el medio ambiente, y que por ende contribuya a su preservación.
- Fortalezcamos los impactos positivos de nuestras labores.
- Mitigamos los riesgos laborales mediante la elaboración e implementación de estrategias de acción oportuna mediante emergencias.

❖ **FRENTE A LA GESTION SOCIAL ENEBE Representaciones S.A. es socialmente responsable en la medida que:**

- Consideramos, respetamos e incluimos en nuestros procesos de gestión a nuestros grupos de interés.
- Establezcamos las oportunidades, riesgos e impactos que puedan surgir de las relaciones bilaterales entre la empresa y los grupos de interés.
- Gestionamos de forma asertiva, eficiente y articulada los factores establecidos de las relaciones reciprocas empresa- grupos de interés.
- Aportemos activamente al crecimiento y desarrollo de las comunidades de influencia de nuestra organización. ENEBE Representaciones S.A. es socialmente respectivos con respecto a la seguridad física a medida que:
- Obremos con transparencia, legalidad y compromiso.

- Reconozcamos, valoremos, promovamos el ejercicio pleno de los humanos.
- Respaldamos las iniciativas del Estado Colombiano dirigidas al pleno ejercicio de los derechos humanos, el respeto por el Derecho Internacional Humanitario y el reconocimiento de los convenios y tratados en la materia ratificados por la Nación.
- Requerimos a nuestros trabajadores y a llegados de la organización el respeto de los Derechos Humanos.
- Reguardamos la seguridad, la vida e integridad total de cada uno de los miembros de nuestra Organización.
- Fortalecemos la integridad de los espacios físicos de la empresa, sus bienes e intereses comunes, y trabajamos por evitar el uso inadecuado de estos.

ENEBE Representaciones S.A

Política integral de derechos humanos

Derechos Humanos



I. Objetivo:

Para determinar las directivas que guíen y regulen la gestión de ENEBE Representaciones S.A respecto a lo concerniente con los derechos humanos. Mediante esta política pretendemos integrar 3 pilares del ejercicio de los derechos humanos: la responsabilidad social, los objetivos del milenio y el pacto global de la organización de las naciones unidas.

Como objetivos específicos establecemos los siguientes:

1. Respalda y acata la protección y legislación nacional; además de las ratificación y proclamaciones a nivel internación de los derechos.
2. Prevenir y evadir implicaciones en ejercicios y prácticas que conlleven al abuso e irrespeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.

II. Cobertura:

Para ENEBE Representaciones S.A la protección y el respeto por los derechos humanos y la dignidad humana de nuestros grupos de interés y de todos los seres humanos es principio básico de nuestra gestión y prácticas. Por lo cual esta política tendrá efecto bidireccional sobre todos los integrantes de nuestra organización y personas que de una u otra forma se vinculan y relacionan con la empresa.

Esta direccionalidad de afecto se plantea en dos vía:

1. Los seres humanos como sujetos prevalentes de derecho y dignidad.
2. Los seres humanos como responsables del pleno respeto y ejercicio de los derechos y la dignidad.

III. Conceptos básicos:

Desarrollo humano	Proceso de ampliación de las opciones y capacidades de las personas, orientadas a mejorar la calidad y esperanza de vida, en las esferas primordiales de salud, educación y el acceso a los recursos necesarios para un nivel de vida digno, preservándolos para las generaciones futuras.
--------------------------	--

<p>Derechos humanos</p>	<p>Los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de la nacional, lugar de nacimiento, sexo, origen nacional étnico, color, religión, lengua o cualquier otra condición</p> <p>Todos tenemos los mismos derechos humanos sin discriminación alguna. Estos derechos son interrelacionados, interdependientes e indivisibles.</p> <p>A menudo están contemplados en la ley y garantizados por ella.</p>
<p>Dignidad humana</p>	<p>La dignidad humana es aquella condición especial que reviste todo ser humano por el hecho de serlo, y lo caracteriza de forma permanente y fundamental desde su concepción hasta su muerte.</p> <p>Es el hecho de acceder sin ningún costo o remuneración económica a los derechos y las obligaciones que poco a poco se van generando en la sociedad.</p>
<p>Objetivos de desarrollo del milenio</p> <p>ODM</p>	<p>La Declaración del Milenio fue aprobada por 189 países y firmada por 147 jefes de estado y de gobierno en la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas celebrada en septiembre de 2000. Los Objetivos de desarrollo del Milenio (ODM), ocho ambiciosos objetivos que se intenta alcanzar para 2015, se basan directamente en las actividades y metas incluidas en la Declaración del Milenio.</p> <p>Los ODM se componen de 8 Objetivos y 21 metas cuantificables que se supervisan mediante 60 indicadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre • Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal • Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer • Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil • Objetivo 5: Mejorar la salud materna

	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades • Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente • Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo <p>Los Objetivos de desarrollo del Milenio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidan muchos de los compromisos más importantes asumidos por separado en las cumbres y conferencias de las Naciones Unidas en la década de los 90; • Reconocen explícitamente la dependencia recíproca entre el crecimiento, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible; • Consideran que el desarrollo se sustenta en la gobernabilidad democrática, el estado de derecho, el respeto de los derechos humanos, la paz y la seguridad; • Están basados en metas cuantificables con plazos y con indicadores para supervisar los progresos obtenidos; y • Combinan, en el octavo Objetivo, las responsabilidades de los países en desarrollo con las de los países desarrollados, sobre la base de una alianza mundial respaldada en la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo celebrada en Monterrey, México, en 2002 y reafirmada en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo en agosto de 2002.
	<p>El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados</p>

<p>PACTO GLOBAL N.U</p>	<p>en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, varios miles en más de 100 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo, El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de los negocios y los mercados. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de a un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas.</p> <p>Las empresas, el comercio y la inversión son pilares esenciales para la paz y prosperidad. Pero en muchas áreas las empresas están ligadas a serios dilemas, como pueden ser la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial. Las acciones empresariales responsables construyen confianza y capital social, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y mercados sustentables .</p> <p>El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria que incluye dos objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo.2. Llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas, como por ejemplo r los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). <p>Para lograr este objetivo, el Pacto Mundial ofrece oportunidades de aprendizaje y participación, a través de mecanismos diversos, tales como diálogos sobre políticas, entrenamiento en temas puntuales, participación en redes locales y alianzas para proyectos.</p>
------------------------------------	---

IV. Consideraciones legales:

➤ ENEBE Representaciones S.A se orientara considerando:

- La declaración universal de los derechos humanos.
- Convención americana de los derechos humanos.
- Declaraciones y principios de la organización internacional del trabajo-OIT.
- Principios voluntarios en seguridad y derechos humanos.
- PACTO GLOBAL de las Naciones Unidas para el desarrollo.
- Objetivos del milenio ratificados por Colombia.
- Constitución política de Colombia
- Código sustantivo del trabajo, y legislación colombiana referente a los derechos humanos y laborales.

V. ENEBE Representaciones S.A procura desarrollar sus actividades desde un enfoque integral dirigido a la promoción, respeto, protección y pleno ejercicio de los derechos humanos.

Mediante su gestión integral a garantizar y respetar los derechos humanos y la dignidad humana de cada persona que integra nuestra empresa y nuestros grupos de interés. Ala vez, la organización se compromete con desarrollar procesos de comunicación y educación entre sus trabajadores, con miras a garantizar el respeto de los derechos humanos en todas las áreas de la empresa.

ENEBE Representaciones SA. Se presenta como una empresa socialmente responsable y se compete mediante su práctica y administración con la garantía de los derechos colectivos y ambientales de sus grupos de interés, enfocándose hacia una gestión con enfoque sostenible.

ENEBE Representaciones S.A a través de esta política rechaza cualquier práctica que afecte o involucre la violación a los derechos humanos y al derecho internacional humanitario.

Nuestra organización adopta y plantea los siguientes lineamientos y procedimientos de gestión:

LINEAMIENTOS DE GESTIÓN	PROCEDIMIENTOS
<p>1. Trabajo forzado:</p> <p>ENEBE Representaciones S.A se opone a cualquier práctica de trabajo forzado o bajo coacciones.</p> <p>Propendemos por la vinculación de libre voluntad y justa remuneración, en concordancia con su capacidad y labor.</p> <p>Con mirada asegurarle a nuestro personal la posibilidad de acceder a un nivel de vida digno para sí mismo y si familia.</p> <p>De ninguna manera el trabajador deberá remunerar económicamente o en especie a la empresa pro su contratación.</p> <p>2. Trabador infantil:</p> <p>ENEBE Representaciones S.A rechaza desde nuestra ética, valores y responsabilidad social, el trabajo infantil para la gestión y el desarrollo de nuestras actividades de tal manera promovemos en el gremio y la sociedad el rechazo al trabajo infantil.</p> <p>3. Remuneración justa y condiciones laborales benéficas, seguras y adecuadas:</p> <p>Nuestra organización garantiza que la compensación laboral se basa en la ley colombiana.</p> <p>Se remunera considerando las actividades, riesgos, complejidad, capacitación y experiencia de quienes prestan sus servicios al logro de los objetivos empresariales.</p> <p>Procuramos que el personal labore jornadas de trabajo acordes a la legislación laboral nación, garantizando condiciones salubres, óptimas y seguras para llevar a cabo sus</p>	<p>1. Información y capacitación:</p> <p>ENEBE Representaciones S.A se compromete a comunicar y desarrollar procesos de capacitación con sus grupos de interés en temas relacionados con los derechos humanos y la dignidad humana.</p> <p>2. Aplicación interna:</p> <p>Nuestra organización se compromete con definir y establecer procedimientos y monitoreo eficientes para garantizar el cumplimiento de los objetivos de esta política.</p> <p>3. Supervisión:</p> <p>Para ENEBE Representaciones S.A el cumplimiento de esta política es relevante en la medición y evaluación de nuestra gestión integral socialmente responsable; por lo tanto, se considerara dentro de las categorías e evaluar en las auditorias y balances.</p> <p>Nuestra organización se compromete a elaborar un balance social anual que incluya el cumplimiento de la política de derechos humanos; considerando los parámetros y estándares internacionales y nacionales.</p>

tareas.

4. Espacios y procesos seguros:

ENEBE Representaciones S.A admite que la seguridad de sus grupos de interés y de la empresa en general es vital para su sostenibilidad, de tal manera, también le exigimos a nuestro personal rehusarse a cualquier forma de violencia y a la vinculación de grupos al margen de la ley que actúen en contra de los derechos humanos y la dignidad humana.

La organización en su garantía de los derechos humanos se esfuerza por proporcionar seguridad integral a sus trabajadores y a su entorno inmediato.

Para nuestra empresa es política proporcionar espacios y procesos demarcados en los mejores estándares y modelos internacionales dirigidos a la seguridad, desarrollando de esta forma, prácticas organizacionales conformes con los postulados de los derechos humanos y del D.I.H.

5. Salud integral y salud ocupacional:

ENEBE Representaciones S.A se compromete a proporcionar a su personal e integrantes de los grupos de interés un entorno seguro, salubre y benéfico.

Nuestra empresa propende la seguridad de los trabajadores, integrando los referentes técnicos, legales y organizacionales.

Nos preocupamos por establecer sistemas de prevención y mitigación de los accidentes y perjuicios a la salud durante el desarrollo de las labores.

6. Relaciones de iguales e inclusión :

ENEBE Representaciones S.A valora por la protección de los derechos y libertades de su personal, proporcionando el mismo trato,

<p>respeto y oportunidades.</p> <p>Procuramos establecer y fortalecer relaciones laborales respetuosas.</p> <p>Sin acosos intimidaciones que vaya en contra de la dignidad humana.</p> <p>Nos comprometemos asegurar procesos de selección, remuneración, Evaluación y gestión libres de la discriminación y rechazo por condiciones humanas, que puedan atentar directamente contra los derechos humanos y laborales.</p> <p>7. Comunidades de influencia, grupos étnicos, minorías sociales y población en condiciones vulnerables:</p> <p>ENEBE Representaciones S.A se compromete plenamente con el ejercicio y respeto de los derechos fundamentales de sus grupos de interés y comunidades de influencia que se encuentren en estas condiciones.</p> <p>Nuestra organización mediante esta política pretende comprometerse con el mantenimiento del dialogo constante con sus grupos de interés y las organizaciones sociales que integran esta dinámica social, con mira, a generar proceso de conocimientos y posibles acciones que permitan contribuir a estas poblaciones en el alcance de una vida digna y el respeto de sus derechos.</p>	
---	--

ENEBE REPRESENTACIONES S.A POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

OBJETIVO: ENEBE Representaciones S.A. reconoce la relevación que tiene para la Gestión Integral establecer y adoptar una política de Responsabilidad Social (R.S), dirigida al fortalecimiento y optimización de las relaciones con nuestros grupos de interés; relaciones dadas y sustentadas por el reconocimiento y respeto de sus expectativas, necesidades y realidades.

Todo esto con el fin de adoptar iniciativas y prácticas orientadas al beneficio común, al fortalecimiento de la confianza, imagen y reputación de nuestra empresa, y finalmente garantizar la sostenibilidad de nuestra labor.

ALCANCE: Esta política involucra la totalidad de la población laboral fija y prestadora de servicios que lleve a cabo funciones en ENEBE Representaciones S.A. sin excusa de tiempo ni otro aspecto de vinculación laboral indirecta; toda persona que trabajando para la empresa pueda afectar o influir a nuestros grupos de interés planteados en esta política.

PRESENTACIÓN: Con esta política ENEBE Representaciones S.A. intenta armonizar el desarrollo de nuestra empresa con el entorno social, humano y ambiental.

Nuestras acciones insisten en el compromiso que desde nuestra ética personal y organizacional nos hemos propuesto frente al desarrollo y crecimiento económico y social de nuestro país y de nuestras comunidades de influencia. Nuestra política responde a un enfoque cotidiano estratégico, donde la presentación de nuestro servicio y productos de calidad, y apoyo al desarrollo son nuestros criterios de decisión. Buscamos dirigir nuestras acciones desde nuestras fortalezas y nuestros saberes, asumiendo con entereza y desde nuestros principios y ético compromisos serios con nuestros grupos de interés.

CONCEPTOS BASICOS

Responsabilidad social: Compromiso voluntarios y explícitos que ENEBE Representaciones S.A. asume frente a sus expectativas y acciones acertadas que se generan con nuestros grupos de interés, en materia de “desarrollo humano integral” nuestra organización. Permitiendo a nuestra organización asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.

Figura 14. Dinámica de la P.R.S.



Calidad de vida: Percepción que un individuo tiene de su lugar de existencia, con el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas y sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno.(Organización Mundial de la Salud- OMS).

Dialogo: Considerado como el intercambio entre ENEBE Representaciones S.A. y sus grupos de interés, debe caracterizarse por ser un proceso explícito, abierto, bidireccional, objetivo, múltiple y dirigido a la resolución de conflictos que naturalmente parte de las dinámicas sociales.

Compromiso: Manifestación que encierra principios y promesas de valor que ENEBE Representaciones S.A. propone a un determinado grupo(s) de interés.

Se elaboran considerando las expectativas y realidades de los grupos y las posibilidades e intereses de la organización.

Objetivos estratégicos: Enunciado preciso y claro de los logros y propósitos a los que se pretenden llegar con el fin de cumplir un compromiso establecido con un(os) grupo(s) de interés.

Competitividad: Capacidad de una organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener sistemáticamente unas ventajas innovadoras y diferenciadoras que le permiten disfrutar y sostener, en el tiempo una posición destacada en el entorno socioeconómico en que se actúa. (Comisión Presidencial para la Competitividad Industrial).

Comunicación efectiva: Proceso inteligente y dinámico de transmisión, consulta e intercambio de información y significados entre dos agentes comunicantes, que en este caso serían una organización y sus partes interesadas, que permite establecer un ambiente de confianza y entendimiento para buscar el logro de los objetivos organizacionales. Será efectiva, cuando mueva a la acción propuesta en los objetivos. (Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional- CECORP).

Consenso: Acuerdo general garantizado porque no hay oposición sostenida a asuntos esenciales, de cualquier parte importante de los intereses involucrados, y por un proceso de búsquedas para considerar las opiniones de todas las partes interesadas y reconciliar las posibles posiciones divergentes.(Guía ISO2).

Desarrollo económico: Incremento sostenido en el nivel económico de vida de la población de un país, a través del aumento del capital humano y físico, así como a través de la tecnología. (Deardorff's Glossary of International Economics – Profesor Universidad de Michigan).

Desarrollo humano: Proceso de ampliación de las opciones y capacidades de las personas, que se concentra en una mejora de la esperanza de vida, la salud, la educación y el acceso a los recursos necesarios para un nivel de vida digno, conservándolos para las generaciones futuras.(Dubois, Alfonso. Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo).

Desarrollo social: Proceso por medio del cual se libra la pobreza de una comunidad, mejorando la calidad de vida en áreas principales como salud, educación, empleo, vivienda y seguridad personal. El desarrollo social también promueve la equidad e inclusión social, la protección social y el acceso a oportunidades de participación de la comunidad en su proceso de desarrollo. (Comisión Económica y Social de Naciones Unidas para Asia y el Pacífico).

Desarrollo sostenible: Capacidad de un individuo, organización o sociedad para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades. (Informe de

la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo –Comisión Brundtland).

Eficacia: Extensión en las que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados. (ISO 9001-2000).

Eficiencia: Relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados. (ISO 9001-2000)

Esfera de influencia: Campo o área en la cual un individuo u organización puede afectar o ser afectado en cuanto a sus decisiones y actividades. (ISO/WD 26000)

Ética: Saber reflexivo y practico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana y que ayuda a resolver los conflictos cotidianos, de tal manera que se garantice el bien común y la san convivencia. (Transparencia por Colombia).

Gestión de riesgo: Cultura, procesos y estructuras dirigidas a obtener oportunidades potenciales mientras se administran los efectos adversos.(Véase la NTC 5154)

Partes interesadas (Stakeholders): Aquellos grupos de actores que afectan o son afectados por la actividad de la organización. Se expresan tanto en términos de intereses y expectativas comunes o complementarias, como de impactos negativos recíprocos. (R.E. Freeman."Strategic Management: A StakeholderApproach", Pitman, 1984)

Transparencia: La transparencia de la organización frente a sus partes interesadas (stakeholders) consiste en la visibilidad de sus decisiones administrativas, transacciones y de más actividades que la organización desarrolle. (Transparencia Internacional).

Asumir una gestión Socialmente responsable implica un acto voluntario de ENEBE Representaciones S.A. con el cual somos conscientes que debemos trascender los requisitos mínimos legales vigentes necesarios, basándonos en que nuestra organización será socialmente:

- a. **Útil;** Procurando siempre retribuir a la sociedad más de lo que tomamos de ella, y
- b. **Sostenible** frente a nuestros grupos de interés.

Partiendo del enfoque estratégico que nuestra organización ha establecido, somos socialmente responsables, en la medida en que procuramos adoptar

comprometida y respetuosamente la legislación Nacional, tratados y convenios internacionales ratificados por la Nación y las normas estándares de calidad y gestión aplicables a nuestras labores y contextos.

Los aspectos legales constituyen los acuerdos básicos que la sociedad y el estado pide a sus ciudadanos, los cuales suponen a la vez, un gobierno y unos principios a la par, se sustentan en la dignidad inalienable de las personas, fundamento del Estado Social de derecho y de los derechos fundamentales, que este garantiza a los ciudadanos.

ENEBE Representaciones S.A. comprometida con la responsabilidad social, adoptada como requisito primordial para todas sus acciones y prácticas, el marco legal aplicable a la naturaleza de sus actividades comerciales y productivas, en los lugares en que estas se realicen.

VI. EJECUCIÓN:

ENEBE Representaciones S.A. plasma su responsabilidad social en una explícita política de correspondencia con sus grupos de interés, con miras al fomento y fortalecimiento de la confianza bilateral, mediante:

La adopción de los compromisos frente a cada grupo de interés.

El establecimiento de prácticas y acciones manifestado mediante estrategias, programas y proyectos específicos.

La consolidación de un sistema de dialogo, comunicación y concertación eficaz y eficiente que permita dinámicas interdependientes con los grupos de interés.

La instauración de sistemas de verificación, evaluación y notificaciones para las acciones surgidas de la práctica socialmente responsable.

Mediante estas estrategias, ENEBE Representaciones S.A. intenta consolidar la aprobación de sus grupos de interés y el alcance de los objetivos empresariales en las dimensiones económicas, sociales y ambientales, dirigido al desarrollo sostenible de la empresa y su entorno.

La puesta en marcha de la presente política se concibe a partir del modelo de Gestión Integral con enfoque socialmente responsable, el cual estará supeditado a la continua revisión, ajuste y desarrollo. A continuación sus componentes esenciales:

1. MARCO ÉTICO DE VALOR

ENEBE Representaciones S.A. asume como criterios para la toma de decisiones, gestión y evaluación de sus prácticas los siguientes principios y valores éticos. El marco ético que aquí planteamos a línea toda la gestión de la organización, con el objetivo de generar transformación de los procesos y resultados encaminados hacia un fin único “La dignidad humana”.

Nuestra Gestión Socialmente responsable involucra los siguientes pilares éticos:

- a. Buen Gobierno Corporativo.
- b. Respeto por los Derechos Humanos.
- c. Pleno ejercicio de la legislación laboral y comercial.
- d. Protección de la Organización y de nuestros grupos de interés frente a prácticas asociadas a la corrupción y competencia desleal.
- e. Cumplimiento y apoyo a la normatividad y acciones de protección y conservación del medio Ambiente,
- f. Compromiso frente a la contribución del Desarrollo económico y social;
- g. Respeto y protección al cliente. A la vez, la política de Responsabilidad Social incorpora un esquema de valores que respaldan las anteriores estrategias.

ENEBE Representaciones S.A. es consciente que en la medida en que procuremos actuar de forma socialmente responsable y considerando este esquema de valores, de forma consciente, constante y sistémica, involucrando toda nuestra empresa, lograremos fortalecer las relaciones con nuestros grupos de interés y por consiguiente, la imagen y nombre organizacional. Reconociéndonos como empresa líder y comprometida con el desarrollo económico y social de nuestro país.

Compromisos Socialmente Responsables

ENEBE Representaciones S.A. establece como acción obligatoria en el enfoque de responsabilidad social unos compromisos con cada uno de sus grupos de interés.

El establecimiento de los compromisos debe realizarse y monitorearse periódicamente. Esta dinámica debe basarse en el diagnóstico de las necesidades, expectativas y percepciones de nuestros grupos de interés, por una parte; y por otra, considerando los criterios y orientaciones y objetivos estratégicos trazados por la empresa.

Con esta dinámica se busca la interrelación entre los objetivos estratégicos organizacionales y las demandas y expectativas de nuestros grupos de interés.

Es necesario en el establecimiento de los compromisos partir de un estudio de riesgos, oportunidades e impactos frente a los grupos de interés. Además se hace indispensable el entendimiento de las dinámicas sociales que la organización establece con estos, y finalmente legitimarlas a través de procesos dialógicos incluyentes y participativos.

ENEBE Representaciones S.A. se compromete con el establecimiento periódico, la materialización, el monitoreo, la evaluación con nuestros grupos de interés.

EL SISTEMA DE GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA EMPRESA (S.G.E.S.R)

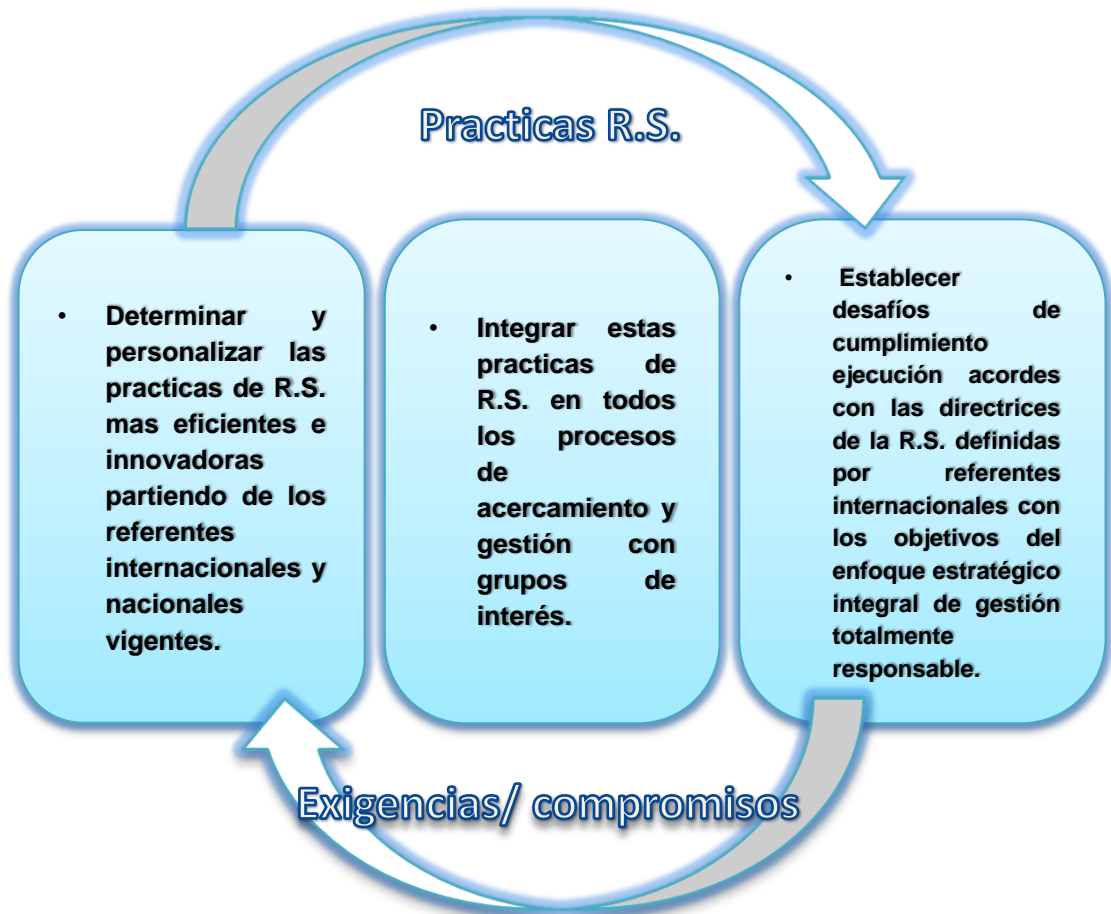
ENEBE Representaciones S.A. es consciente de la integralidad que demanda la responsabilidad social ente la Gestión socialmente responsable y la Gestión estratégica de la empresa, los compromisos, objetivos, metas e indicadores deben ser congruentes frente a la visión organizacional.

El S.G.E.S.R. busca desdoblar los compromisos interrelacionados con los objetivos de la empresa. Es necesario que los compromisos estén planteados y sustentados mediante la formulación de estrategias, proyectos o programas, susceptibles a la medición cuantitativa y cualitativa; lo que significa que se deben enunciar objetivos estratégicos, actividades, metas e indicadores. Con estos mecanismos podremos monitorear, evaluar, medir y demostrar el alcance e impacto de la materialización de nuestros compromisos.

MATERIALIZACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para ENEBE Representaciones S.A. llevar a la práctica la Responsabilidad Social es transformarnos realmente en una empresa líder en la contribución al desarrollo y crecimiento del país. Con esta visión, consideramos imprescindible la generación organizada y planeada, de acciones programas y proyectos, orientados a garantizar el logro de los objetivos estratégicos organizacionales con nuestros grupos de interés. Los deseos, metas y visión de ENEBE Representaciones S.A. nos demanda ser líderes en la contribución al desarrollo del país, para lo cual debemos asegurar el cumplimiento de los compromisos que establezcamos con nuestros grupos de interés. Para tal fin es necesario dirigir nuestro trabajo continuo a los siguientes objetivos:

Figura 15: Practicas de RS.



5. FORTALECIENDO LAS RELACIONES:

ENEBE Representaciones S.A. que el modo como se relacione y el interactué con y frente a su entorno (inmediato y general), es determinante para su imagen, reputación y aceptación como empresa líder en el compromiso con el desarrollo social y económico de Colombia.

Por tal razón, nuestra Organización decidió institucionalizar una estrategia de acercamiento a los grupos de interés, adhiriéndola a la gestión mediante la elaboración de un modelo de cultura, liderazgo y comunicación. De esta forma, se hace ineludible potencializar las habilidades de relación y acercamiento de los altos mandos y cargos directivos y/ o administrativos, con el objetivo, de que estas

personas puedan ser los conectores de relaciones basadas en la transparencia y coherencia con los grupos de interés.

6. GRUPOS DE INTERÉS

ENEBE Representaciones S.A. presenta y valida mediante esta política sus grupos de interés y los compromisos generales con propuestos. (ver anexo N)

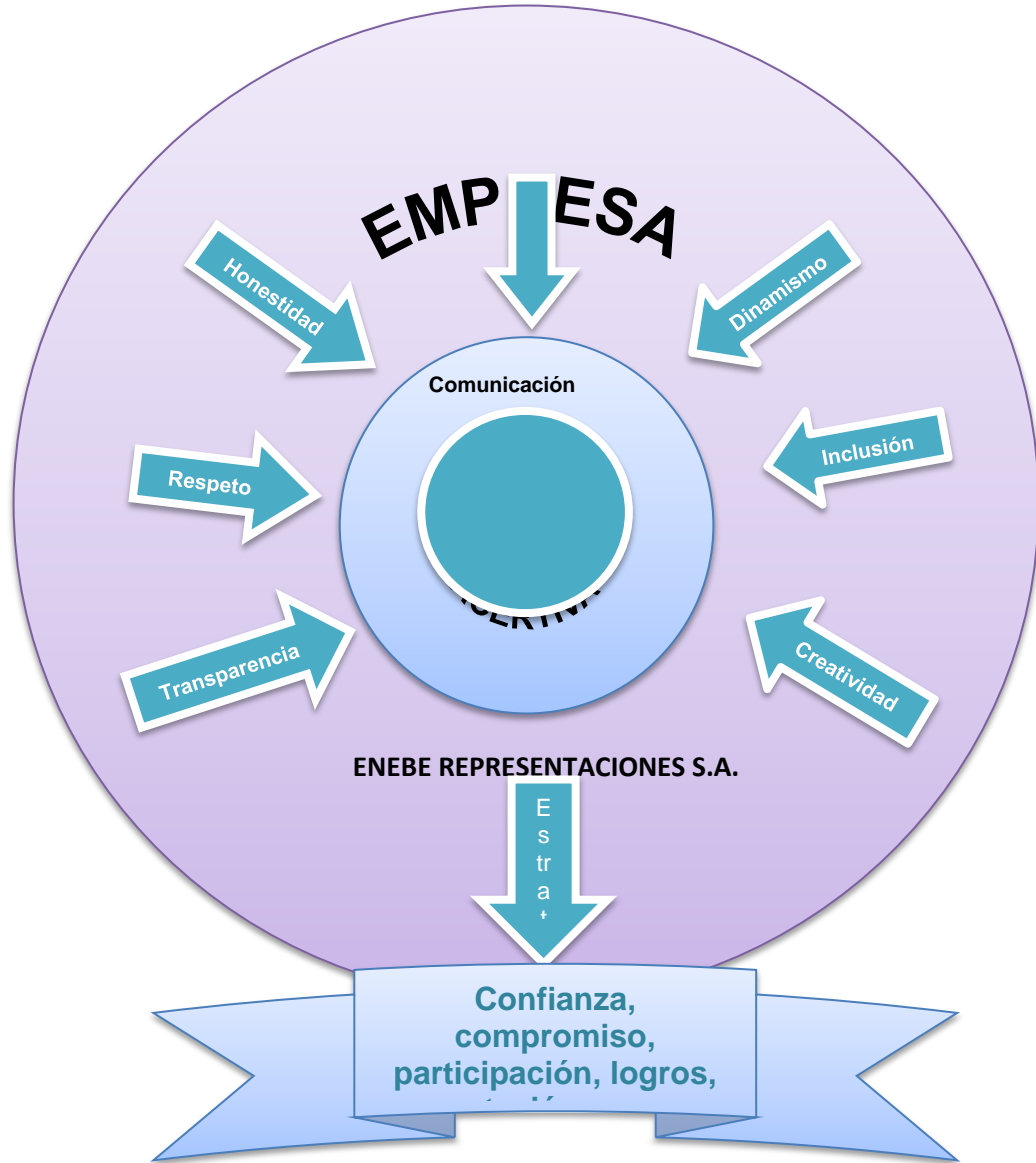
7. SISTEMA DE COMUNICACIÓN

Para ENEBE Representaciones S.A la comunicación es un proceso vital y permanente para fortalecer los vínculos con los grupos de interés, y para garantizar el verdadero ejercicio de la responsabilidad social. Para guiar este proceso hemos adoptado el concepto de la “comunicación asertiva”, la cual se basa en la transmisión oportuna de forma clara, rápida, concisa y contundente, el objetivo de este enfoque es lograr la llegada del mensaje lo más veloz y explícitamente posible, permitiendo su entendimiento y aceptación.

La claridad de la comunicación asertiva nos permite aumentar las expectativas de que el mensaje sea aprobado por nuestros grupos de interés, lo cual garantizara el apoyo a nuestras iniciativas y por ende su participación y el logro de los objetivos estratégicos de Gestión. Por otra parte, la comunicación también debe cubrir el proceso de monitoreo, medición y evaluación de las prácticas sociales, con lo cual haremos participe a nuestros grupos de los logros y avances concluyendo en la retroalimentación y medidas enfocadas a la mayoría y optimización de los procesos.

En esta medida ENEBE Representaciones S.A. es consciente de la necesidad de diseñar un sistema de comunicación que cubra todos los procesos desarrollados en la Gestión Integral Socialmente Responsable, aprovechando óptima y eficientemente la herramienta con las que cuenta la empresa, explotando nuevas oportunidades e implementando creativa y dinámicamente la TICS.

Figura 16: La Comunicación y la RS.



8. SISTEMA C.M.E.D CONTROL- MONITOREO- EVALUACIÓN Y DIVULGACIÓN

Para ENEBE Representaciones S.A. llevar a cabo un sistema C.N.E.D. nos permite dar fe de nuestros compromisos y entrega frente a la Gestión Socialmente responsable. Cada iniciativa plasmada en una acción estratégica concreta demanda para su éxito la intervención desde el sistema propuesto, lo cual nos permitirá verificar los resultados, alcances y cumplimiento de los objetivos y metas

propuestas en las prácticas de responsabilidad y compromiso con, los grupos de interés.

Es importante integrar este proceso al de comunicación, donde dialógica permitirá la optimización y el mejoramiento continuo de la Gestión; y la divulgación será un logro mediante la inclusión de los medios, herramientas y tecnologías de la comunicación. El fin es generar confianza, credibilidad y buena imagen frente a los grupos de interés, garantizando su apoyo constante e incondicional al desarrollo de la empresa y la sociedad.

11.1 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA.

Para una empresa de gran impacto en el desarrollo nacional como lo es ENEBE Representaciones S.A. con gran reconocimiento y credibilidad social y a partir de su marca comercial People Play's, asumir el cambio de gestión hacia un enfoque socialmente responsable ha significado un gran reto.

Para la administración y el líder de este proceso organizacional la conformación de un equipo de trabajo caracterizado por el talento, profesionalismo y sobre todo la calidad humana; constituye uno de los pilares para el logro de los objetivos trazados con miras a ser una empresa modelo de liderazgo y compromiso con el desarrollo y la sociedad. Es aquí donde surge el deseo del promotor del enfoque de Responsabilidad social en la empresa, por incluir en su equipo de trabajo un(a) profesional en formación de Trabajo Social, una persona que contara con las aptitudes y habilidades esenciales para apoyar el desarrollo de este nuevo reto.

Desde la administración de la organización ya se conocían y valoraban las capacidades con las que cuentan los profesionales de la Universidad Industrial De Santander (UIS), y las cualidades de calidad humana y social de los (las) trabajadores(as) sociales; lo que permitió abrir un espacio de práctica académica profesional, donde la estudiante entraría a ser pieza clave en la construcción de

este enfoque integral de gestión, que permitirá a la empresa asumir compromisos reales con sus trabajadores, las comunidades de influencia y la sociedad en general.

El proceso de práctica se llevó a cabo bajo la coordinación y supervisión de la Gerencia Administrativa, dentro de la cual se encuentra la Gerencia De Gestión Humana, dependencia encargada de dirigir el proceso de construcción de la Política De Gestión Socialmente Responsable.

La práctica desarrollada durante el segundo periodo académico de 2010 de la Universidad Industrial de Santander, permitió a la profesional en formación, validar los conocimientos y habilidades técnicas, científicas, estratégicas y metodológicas, adquiridas durante la formación académica; y a la vez, comprender mediante la intervención real el área de Trabajo Social Organizacional, específicamente en la empresa privada.

Como procesos iniciales, desarrollados a cabalidad indispensables para el éxito de la práctica fueron la ubicación institucional y la planeación de la intervención, donde la estudiante recibió gran apoyo por parte de los directivos y todas las personas de la gerencia de gestión humana; haciendo de la organización un espacio cálido y afable para el trabajo.

Con la colaboración del equipo de trabajo de la Gerencia Administrativa, fue posible la construcción de un diagnóstico completo que abordara todos los procesos de la gestión social y humana. Permitiendo identificar las necesidades organizacionales, se procediera a realizar la planeación de los objetivos y estrategias, su respectiva aprobación; concluyendo en la exitosa construcción de la política de gestión basada en la R.S.

Desde la intervención de Trabajo Social en la organización se logró finalmente apoyar propositivamente, orientar y ejecutar las estrategias y actividades claves para el logro del objetivo de la práctica, fortalecer la gerencia de gestión humana y

los más importante, aportar al crecimiento y desarrollo tanto de las personas que integran la organización como al capital fundamental de la empresa.

Uno de los valores más importantes de la profesión que se pudo potenciar en esta experiencia fue la *autonomía y el liderazgo* en procesos de planeación de proyectos sociales; aun así, se resalta la orientación continua brindada por los directivos de la organización, con el ánimo de que las acciones abordadas fueran viables. Al igual, que el apoyo y asesoría de la dirección de práctica desde la escuela, con el fin de que las propuestas fueran asentadas y acogidas.

En general el proceso de práctica, así como el cumplimiento de los objetivos estratégicos trazados por la estudiante, las metas y el cronograma, se pudieron alcanzar exitosamente, gracias a la adecuada organización y comunicación a tiempo de las acciones planeadas, sugeridas y aprobadas; permitiendo desarrollar una dinámica de trabajo en equipo muy eficiente y provechosa para los interés e la empresa y del proceso de intervención de Trabajo Social.

En definitiva, se logro cumplir satisfactoriamente con las expectativas de intervención que tenía la organización sobre la (el)profesional de Trabajo Social, ya que el espacio, las herramientas y demás requerimientos ofrecidos por la empresa permitieron el pleno despliegue de habilidades profesionales y humanas; resaltando en esta medida, el rol del (la) trabajador(a) social en las organizaciones, como el (la) profesional conocedor(a) de la dinámica de crecimiento y desarrollo de los seres humanos que la integran y de sus procesos socio-económicos que la definen.

12. PROPUESTA: HACIA UNA EJECUCIÓN EFECTIVA DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE: PLAN SOCIAL DE ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

*“La Responsabilidad
Es La Sabiduría Que Da La Experiencia
Para Poder Cumplir Con Las Obligaciones”*

12.1. JUSTIFICACIÓN.

La propuesta de intervención profesional realizada a partir de la experiencia práctica de la estudiante de Trabajo Social en la empresa ENEBE Representaciones S.A., está dirigida a dar continuidad y fortalecer el interés de la organización en adoptar un enfoque de gestión basado en la responsabilidad social.

Considerando el ciclo de gestión de la R.S. propuesto en la GTC 180: P.H.V.A.; y la necesidad de la empresa por definir su plan de acción orientado a materializar la establecida *“Política De Gestión Integral Socialmente Responsable”* de la organización, se optó por estructurar este planteamiento; proposición enfocada desde la profesión a dar una respuesta concreta a los lineamientos y necesidades corporativas.

La responsabilidad social se configura al día de hoy, como uno de los elementos más relevante en la establecida estrategia empresarial de muchas organizaciones productivas y económicas; la RS entendida de manera global, deberá afirmarse integrada en toda la cadena de valor y obrar como factor estratégico y herramienta de gestión y control, que facilite enlazar el beneficio económico a lo social.

El primer paso para efectuar idóneamente lo planteado en la *“Política De Gestión Integral Socialmente Responsable”* de la empresa, es construir con base en el diagnóstico social y los lineamientos institucionales de RS, un Plan de acción Social. Este plan deberá precisar el conjunto de estrategias y acciones que la

organización adelantara, para el caso, con sus respectivos grupos de interés; en procura de la verdadera gestión socialmente responsable.

Como se plantea en la GTC 180: “con el propósito de dirigir y hacer seguimiento respecto de su ejecución, para la definición de sus estrategias y acciones, es necesario, contemplar aspectos básicos como: objetivos, metas, responsables, cronograma y recursos, entre otros”. Este plan de acción social para la gestión, se debe caracterizar mínimamente, con miras en el logro de los objetivos de la política G.I.S.R., e intereses organizacionales, por:

- ✓ Los administrativos deben estar totalmente comprometidos y convencidos de la relevancia de las propuestas de acción, involucrándose plenamente en lo referente a ejercer funciones de representación organizacional y divulgación de la política;
- ✓ La RS debe considerarse en todos los niveles organizacionales como un enfoque transversal a la gestión y estrategia global de la empresa;
- ✓ Integrar de forma dinámica los elementos esenciales del enfoque de RS;
- ✓ Responder a unos valores de medición y comunicación de logros y resultados, determinados por los objetivos del enfoque de gestión corporativa;
- ✓ Reflejar una imagen coherente a la definición institucional, estratégica y corporativa de la empresa;
- ✓ Y determinadamente, debe contribuir efectivamente a los grupos de interés de la organización, mediante la oportuna formulación y ejecución de sus estrategias y acciones específicas.

A su vez, el plan conlleva a unos beneficios inherentes para la organización:

- Fortalece la imagen corporativa, e incrementa su buena reputación;
- Optimiza la inversión social;
- Permite fortalecer y fomentar canales eficaces de comunicación con los grupos de interés;

- Alinea y equilibra el capital humano con el modelo estratégico de la organización;
- Potencia la cultura y valores organizacionales de la empresa en cada una de las personas que la integran;
- Fortalece el clima laboral, la identidad y el sentido de pertenencia a la organización;
- Impulsa la productividad;
- Incrementa el nivel de competitividad en el sector comercial;
- Y sobre todo, interviene como herramienta de apoyo para transformar, de una u otra manera, inequidades sociales.

Por otra parte, considerando los desafíos que conlleva la gestión socialmente responsable, se hace fundamental y relevante la intervención directa de Trabajo Social a la cabeza de sus profesionales; personal idóneamente capacitado para diagnosticar, formular, planear, gestionar y evaluar las iniciativas organizacionales que desde el enfoque de RS demanda la gestión corporativa.

A continuación se presenta el Plan Social *Para La gestión Integral Socialmente Responsable para ENENBE Representaciones S.A.*, comprendiendo los puntos básicos para su interpretación; el cual se ha trazado para implementarse en un periodo de seis meses.

12.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: *Establecer Las Iniciativas Operativas Que Permitan La Materialización De Los Lineamientos Establecidos En La Política De Gestión Integral Socialmente Responsable De ENEBE Representaciones S.A.*

OBJETIVOS ESTRATEGICOS:

Orientados a fundamentar las líneas estratégicas diseñadas para el cercamiento de la gestión organizacional a sus grupos de interés:

- 1) Fortalecer la motivación y la participación de las personas que integra el talento humano, en el progreso organizacional.
- 2) Asegurar procesos éticos y consecuentes con los socios y ejecutivos.
- 3) Fidelizar y fortalecer las relaciones con los clientes garantizando su satisfacción oportuna mediante un servicio de calidad.
- 4) Acercarse a la comunidad y su tejido social.
- 5) Contribuir al sostenimiento ambiental.

12.3. METAS GENERALES

- ⇒ Implementar el plan social en seis meses.
- ⇒ Implicar al 100% del recurso humano de la empresa en la ejecución de las actividades planteadas.
- ⇒ Incrementar el conocimiento sobre los avances de la gestión en los socios y ejecutivos a un 100%.
- ⇒ Incrementar el nivel de motivación laboral y participación en la gestión a un mínimo del 80%.
- ⇒ Impactar una comunidad por cada ciudad donde la empresa hace presencia.
- ⇒ Elevar el nivel de satisfacción del cliente a 10 puntos en una escala decimal.
- ⇒ Extender la media de posicionamiento social de la organización al nivel superior.

12.4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS.

Orientadas al logro de los objetivos específicos, a materializar la P.G.I.S.R., y el fortalecimiento de las relaciones organizacionales con los grupos de interés, se despliegan estas líneas; las cuales, se estructuran mediante la formulación de unas acciones estratégicas específicas dirigidas a apoyar directamente el impacto positivo de la gestión social en la empresa y su entorno.

Tabla 18: línea estratégica N°1.

LÍNEA ESTRATÉGICA N°1: fortalecimiento motivacional y participativo de las personas que integran el recurso humano en el desarrollo organizacional.			
Población Objetivo:	Trabajadores, sus familias y sus organizaciones. Definidos como personas garantes de derechos, tratados con respecto y dignidad humana. Elementos significativos a considerar: inclusión, formación, educación, participación, equilibrio familiar-laboral-ocio, salud y seguridad, tica empresarial y desarrollo personal.		
ACCIONES ESTRATÉGICAS	RESPONSABLES	METAS	INDICADORES DE LOGRO
1. Programa “Salud Sexual Y Reproductiva”: Taller 1: Planificación Familiar.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Profesional En Salud Sexual. • Asistente De Gestión Humana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Involucrar al 100% del personal y su pareja o conyugue. ✓ En un mes se debe haber desarrollado el taller con la participación del 100 % de los trabajadores y su pareja o conyugue. 	<p># De parejas convocadas/ # de parejas participantes X 100.</p> <p># De talleres programados/ # de talleres implementados x 100.</p>
2. Programa “Salud Para Ellos Y Ellas”. Taller 1: Cáncer En Mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Profesional En Oncología Y/O Ginecología. • Asistente De Gestión Humana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incluir el 100% de las mujeres que integran la organización. ✓ En el transcurso de un mes se habrá implementado el taller con la participación del total del personal femenino. 	<p># De mujeres que integran el recurso humano/ # de mujeres participantes en el taller X 100.</p> <p># De talleres programados/ # de talleres implementados X 100.</p>
3. Programa “Aprovechamiento Del Tiempo Libre Y Vida En Familia”. Taller 1: conciliar la vida laboral con la vida	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Que el 100% del personal asistan al desarrollo del taller. ✓ Desarrollar el taller con todo el personal en el 	<p># De trabajadores participantes/ # total de trabajadores X 100.</p> <p># De talleres programados/ #</p>

familiar.	Humana.	transcurso de un mes.	de talleres implementados X 100.
4. Programa "Seguridad E Higiene En El Trabajo": Taller 1: Primeros Auxilios.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Profesional En Salud. • Asistente De Gestión Humana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Involucrar mínimo a dos participantes por cada punto de venta, bodegas y oficina administrativa. ✓ El taller se habrá desarrollado en el transcurso de un mes. 	<ul style="list-style-type: none"> # De participantes/ # total de convocados X 100. # De talleres programados/ # de talleres implementados X 100.
5. Mejoramiento Del Plan De Incentivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo. • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para el primer mes de implementación de la política de gestión integral socialmente responsable se habrá realizado las mejoras necesarias al plan de incentivos. 	<ul style="list-style-type: none"> # Plan a mejorar/ # plan mejorado X 100.
6. Programa "Trabajo En Equipo Y Liderazgo Positivo": Taller 1: La Comunicación Asertiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implicar al 100% del personal de la organización en el desarrollo del taller. ✓ El taller será realizado en el transcurso de un mes. 	<ul style="list-style-type: none"> # De trabajadores participantes/ # total de trabajadores de la empresa X 100. # De talleres programados/ # de talleres implementados X 100.
7. Creación Del Código De Ética Para El Talento Humano.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo. • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Al finalizar el primer mes de implementación de la P.G.I.S.R. se habrá creado el Código de Ética para el talento humano. 	<ul style="list-style-type: none"> Código de ética requerido/ código de ética elaborado X 100.

Fuente: Autora, 2011.

Tabla 19: línea estratégica N°2.

LÍNEA ESTRATÉGICA N°2: implementación de procesos éticos y consecuentes con los socios y ejecutivos.			
Población	Socios e integrantes de la junta directiva. Elementos significativos a considerar: cumplimiento legal, rendición de cuentas, transparencia, conducta ética y reconocimiento de las partes interesadas.		
Objetivo:	rendición de cuentas, transparencia, conducta ética y reconocimiento de las partes interesadas.		
ACCIONES ESTRATÉGICAS	RESPONSABLES	METAS	INDICADORES DE LOGRO
1. Diseñar Un Boletín Electrónico Donde Se Comuniquen A Los Socios Y A La Junta Directiva, Sobre Los Avances Mensuales De La Gestión Socialmente Responsable.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo. • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. • Profesional en sistemas. 	✓ Mensualmente se enviara a los socios y al a junta directiva el boletín electrónico con los avances sobre la G.S.R.	# De boletines enviados/ # de socios-directivos informados X 100.
2. Disponer De Un Sistema De Evaluación, Aplicación Y Seguimiento De Las Opiniones Y Demandas De La Comunidad Inversora.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	<p>✓ Al primer mes de iniciada la implementación del plan se deberá tener construido el sistema de evaluación, aplicación y seguimiento de las opiniones y demandas de la comunidad inversora.</p> <p>✓ Los resultados de la implementación general del sistema se presentaran trimestralmente.</p>	# De sugerencias recibidas/ # de respuestas ejecutadas X 100.
3. Programa De Capacitación Sobre La Teoría De La Empresa Moderna:	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	✓ Mensualmente se enviara a los socios un material informativo (folleto/plegable) sobre temas relacionados con la teoría de la empresa moderna.	# Número de socios-directivos capacitados/ # de socios-directivos total X 100.

Fuente: Autora, 2011.

Tabla 20: línea estratégica N°3.

LÍNEA ESTRATÉGICA N°3: fidelización y fortalecimiento de las relaciones con los clientes, garantizando su satisfacción oportuna.			
Población Objetivo:	Clientes: receptores de la propuesta de valor generada por la organización, siendo estos, afectados de manera directa por la organización, también influyen con sus decisiones sobre el logro de los objetivos d esta. Elementos significativos a considerar: respeto, apreciación, trato justo, transparencia, servicio afable, productos de calidad y apropiados, información clara y oportuna.		
ACCIONES ESTRATÉGICAS	RESPONSABLES	METAS	INDICADORES DE LOGRO
1. Programa: Show And Tell. Dirigido A Comunicar De Manera Clara Y Transparente Toda La Información Relativa A Un Producto Especifico.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. • Profesional en mercadeo y producto. 	✓ Al mes en cada una de las tiendas. Se comunicara de manera clara y transparente toda la información relativa a un producto específico.	# De almacenes involucrados al mes/ # total de almacenes X 100.
2. Programa: Fomento De Buenas Prácticas Ambientales Entre Los Clientes, Mediante La Vinculación De Ellos A La Campaña De Entorno Limpio Y Deporte.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	✓ Involucrar al total de los clientes por mes en cada uno de los almacenes, para el apoyo al proyecto.	# De clientes vinculados al mes/ # de clientes total del almacén al mes X 100.
3. Programa: Vinculación A Las Iniciativas Socialmente Responsables Con La Comunidad. Para Este Semestre, En El Proyecto De "Inteligencia Deportiva".	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana. 	✓ Vincular mínimo 60 clientes al mes por cada almacén al desarrollo del proyecto.	# De clientes vinculados/ # de clientes convocados X 200.
4. Ejecución del estudio	• Coordinadora De Gestión	✓ A los seis meses de estarse	# de encuestas aplicadas / #

semestral de servicio y satisfacción al cliente.	Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana.	implementarse el plan, se deberá realizar el estudio de servicio y satisfacción al cliente. ✓ La muestra para aplicar la encuesta del estudio será de 15 clientes por almacén.	de encuestas programadas X100.
--	---	---	--------------------------------

Fuente: Autora, 2011.

Tabla 21: línea estratégica N°4.

LÍNEA ESTRATÉGICA N°4: acercamiento a la comunidad y a su tejido social.			
Población Objetivo:	Comunidades de las ciudades donde la empresa tiene presencia (Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla y Cartagena). Elementos significativos: conciencia social, comunicación asertiva, promoción de un trato equitativo, desarrollo humano, cooperación, promoción efectiva.		
ACCIONES ESTRATÉGICAS	RESPONSABLES	METAS	INDICADORES DE LOGRO
1. Centradas En El Desarrollo Del Proyecto “Inteligencia Deportiva”, Dirigido Al Fomento Y Apoyo Al Deporte En Instituciones Educativas De Escasos Recursos En Las Ciudades Donde La Empresa Está Presente. Las Instituciones Seleccionadas Deberán Contar Con Un Grupo Deportivo O Una Estrategia Educativa Orientada Al Deporte.	• Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo Social. • Asistente De Gestión Humana.	✓ Implementar el proyecto en una institución educativa en cada ciudad donde la empresa hace presencia. ✓ El proyecto se ejecutara en un periodo de seis meses.	# De instituciones vinculadas / # de instituciones convocadas X 100.
2. Jornadas De Donaciones Por Parte De Los Clientes De Artículos Deportivos, Que	• Coordinadora De Gestión Humana. • Profesional De Trabajo	✓ Vincular mínimo 90 clientes por punto de venta.	# Número de clientes vinculados/ # de clientes proyectados X 100.

Puedan Apoyar El Proyecto En Las Instituciones Educativas.	Social. •Asistente De GH.		
3. Jornadas Comunicativas: Charlas Sobre Ejemplos De Vida En El Deporte, Con Los Estudiantes De Las Instituciones. Se Contara Con La Participación De Figuras Locales Y Nacionales Del Deporte.	•Coordinadora De Gestión Humana. •Profesional De Trabajo Social. •Asistente De Gestión Humana.	✓ Se contara con el desarrollo de una “jornada de ejemplo de vida” en cada una de las instituciones donde se lleve a cabo el proyecto.	# De charlas realizadas / # de charlas programadas X 100.
4. Dotación Por Parte De La Empresa A Grupos Deportivos Institucionales.	•Gerente administrativo. •Coordinadora De Gestión Humana. •Profesional De Trabajo Social. •Asistente De Gestión Humana.	✓ La empresa entregará una dotación deportiva a cada una de las instituciones educativas vinculadas al proyecto.	# De dotaciones entregadas/ # número de dotaciones planeadas X 100.

Fuente: Autora, 2011.

Tabla 22: línea estratégica N°5.

LÍNEA ESTRATÉGICA N°5: contribución al sostenimiento ambiental.	
Población Objetivo:	Inclusión de las personas que integran el contexto interno y externo de la organización. Elementos significativos: buen manejo de los recursos naturales y tecnológicos que afectan el ambiente, prevención, mitigación, corrección y compensación de los efectos e impactos nocivos.
RESPONSABLES	•Coordinadora De Gestión Humana; Profesional De Trabajo Social; Asistente De Gestión Humana.
ACCIONES ESTRATÉGICAS	METAS
1. Programa Entorno Limpio Y Deporte.	✓ Involucrar al total del personal de la organización, los clientes y las

	comunidades donde estas presenten la organización.
2. Programa Espacios Limpios De Trabajo.	✓ Capacitar y sensibilizar al total de las personas que integran la organización.
3. Programa Hábitos Saludables Dentro Y Fuera De La Organización.	Impactar reflexiva y conductualmente en cada una de las personas que integran los grupos de interés de la empresa.
4. Programa Consumo Inteligente De Recursos.	Reducir en un 30% el consumo de recursos energéticos, hídricos y materiales a nivel organizacional en un plazo de 6 meses.

Fuente: Autora, 2011.

12.5. REQUERIMIENTOS DE IMPLEMENTACIÓN.

Tabla 23: Requerimientos De Implementación.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS PARA IMPLEMENTAR EL PLAN SOCIAL			
TIEMPO TOTAL DE EJECUCIÓN:		6 MESES	
RECURSOS			
HUMANOS	LOCATIVOS, MATERIALES TÉCNICOS Y LOGÍSTICOS	INSTITUCIONALES DE APOYO	FINANCIEROS
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional De Trabajo Social. • Gerente General. • Coordinadora De Gestión Humana. • Asistente De Gestión Humana. • Profesional De Salud Sexual. • Profesional En Oncología Y/O Ginecología. • Profesional En Salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Auditorio. ○ Computadores. ○ Impresoras. ○ Fotocopiadora. ○ Papelería. ○ Material comunicativo. ○ Material didáctico. ○ Video vean. ○ Sonido: micrófono y parlantes. ○ Cámara digital. ○ Video cámara. ○ Tablero acrílico. ○ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pacto Global ONU. ➤ FENALCO. ➤ Red Colombiana Para El Pacto Global. ➤ Cruz Roja Colombiana. ➤ EPS De Los Empleados. ➤ PROFAMILIA. ➤ Liga Colombiana Contra El Cáncer. ➤ Empresas Proveedoras. ➤ Secretarías De Educación De Cada Ciudad Donde Está Presente La Empresa. ➤ Corporaciones Y 	<p>La disposición del presupuesto será discutido y determinado por la Junta Directiva de la organización, determinado por el carácter de cada acción estratégica.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Profesional En Sistemas. • Profesional En Mercadeo Y Publicidad. • Profesional En Comunicación Social. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Transporte. ○ Viáticos para los coordinadores de las actividades. 	<p>Asociaciones Que Apoyan Y Promueven La Protección Del Medio Ambiente.</p> <p>➤ Universidad Industrial De Santander.</p>	
--	--	--	--

Fuente: Autora, 2011.

13. CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social más que un enfoque transversal a la gestión empresarial debe ser un estilo de vida para las personas que la dirigen, Para los propietarios, para los empleados, y para todos los grupos y comunidades que allí convergen. Es necesario que cada ser humano perciba la organización como una comunidad, que permite el fomento y fortalecimiento de las relaciones sociales, económicas, laborales, y ambientales; de tal manera, que estas sean abordadas como potencializadores de crecimiento, desarrollo y en fin último de calidad de vida.

Las organizaciones económicas no pueden dar la espalda a las obligaciones que tienen como sujetos de intervención y sobre todo de impactos, independiente de cuál sea su naturaleza; deben orientarse por ende, a ser sujetos críticos, proponentes, activos y asertivos frente al desarrollo pleno de todas las esferas donde actúan e influyen de una u otra forma.

El espacio de intervención que ofrece la R.S al profesional del Trabajo Social, posee tantas aristas como dinámicas cotidianas, configurándose como un entorno ideal para hacer despliegue de todas nuestras capacidades, habilidades y destrezas científicas, profesionales y humanas; permitiéndonos, contribuir al fin último de ofrecer posibilidades de vida digna y de calidad a cada persona de la sociedad que de una u otra forma es impactada bruscamente por la economía.

La idea de la organización de cambiar el rumbo de su gestión a un modelo socialmente responsable es sin duda excepcional, demostrando la conciencia y el compromiso que tienen sus directivos frente a las necesidades y realidades de sus grupos de interés. Encontrar empresas con este valor humano es gratificante y motivante para el trabajo, hacia la construcción de una sociedad más digna y justa.

El (La) profesional de Trabajo Social, cuenta con gran capacidad de adaptación, al igual que la habilidad para abordar diferentes retos en campos de acción innovadores o poco conocidos; todo esto, gracias a la formación interdisciplinar e integral que recibimos desde la Escuela, características que hacen del (la) trabajador(a) social un profesional altamente calificado, reconocido e indispensable en los diferentes procesos sociales y en las instituciones que los abordan.

14. RECOMENDACIONES

A lo largo del proceso de intervención se logró hacer un ejercicio arduo y profundo de reflexión frente a lo que son los seres humanos en una organización, y más aún en una organización productivo-económica; se pensó sobre sus necesidades, problemáticas, realidades y demandas del entorno al cual aporten tanto y a la vez se beneficia; el llamado es a que estas reflexiones no se pierdan en el tiempo, que sea materialicen concluyendo en acciones concretos que permitan el desarrollo humano, social y económico a toda la organización, tanto al interior como alrededor de la misma.

El área organizacional es un espacio de intervención que le exige muchas habilidades y aptitudes al trabajador (a) social: es un entorno dinámico y exigente, fuertemente influenciado por las decisiones gubernamentales e internacionales, que por tanto, demanda que el proceso de formación profesional sea más profundo e innovador en los aspectos que allí convergen. Este campo en particular es un reto y una exigencia constante para la capacitación y formación profesional.

En este contexto profesional, académico y científico, se torna preciso que la Escuela se involucre más en dinámicas, procesos, eventos, redes, entre otros; que permitan el fortalecimiento de la formación de los egresados, frente a los retos que las nuevas organizaciones económicas plantean y que favorezcan el reconocimiento y la credibilidad de la misma en la materia.

Para la empresa comprometida con la gestión social, se hace indispensable integrar un(a) profesional de Trabajo Social permanente a los procesos organizacionales, haciéndose relevante el de gestión humana; con el fin de contar con la asesoría, liderazgo y apoyo continuo de un profesional altamente capacitado para esta labor. Es necesario llevar a cabo las estrategias planeadas para la verdadera gestión integral socialmente responsable; solo de esta manera, los intentos de la organización y de la estudiante de práctica por fomentar

procesos que permitan el desarrollo y la calidad de vida, no quedarán limitados a documentos de archivador; además, se hace ineludible desarrollar procesos continuos de monitoreo y evaluación de la gestión socialmente responsable, acompañados de estrategias eficaces de comunicación y rendición.

Por otra parte se considera conveniente como estrategia paralela a la acción social de la empresa, diseñar e implementar proyectos de sistematización de experiencias significativas dadas en la gestión socialmente responsable; al igual, que estrategias orientadas a impulsar la participación colectiva que permitan activar las capacidades que cada persona y grupo social tiene, para obtener altos niveles de bienestar y de mejoramiento de la calidad de vida.

Concluyendo, se considera importante para el logro de procesos significativos en la práctica académica profesional, dos momentos claves:

- Por una parte, la asignatura de Sistematización de Experiencias sería más significativa y útil si se cursara antes de los proceso de práctica.
- Las prácticas (I y II), deberían ser procesos complementarios, continuos, que permitan realizar una intervención relevante y de gran impacto en las instituciones, las personas y los procesos; de esta manera se lograría estructurar proyectos de grado más completos y trascendentales.

BIBLIOGRAFÍA

ARAMAYO GUILLEN, Rodolfo R. Planificación estratégica de los recursos humanos. En: Quality Consultants. [En línea] No. 003. (2000). http://www.qualityconsultant.com/libros/libro_003.htm [citado en 3 de noviembre de 2010].

BAIGNER, A. deporte, el nacionalismo, y l globalización. Universidad Estatal de Nueva York. Albany. New York. 2001. [En línea] <http://www.righttoplay.com/International/news-and.../Final_Report_spanish.pdf> [citado el 6 de noviembre de 2010]

BLAIN, Neil. Deporte, medios de comunicación, cultura: las dimensiones globales y locales. vol. sociedad 5. No.3 p. 227. National Library of Australia 2002. [En línea] < <http://nla.gov.au/nla.cat-vn1264812>> [citado el 6 de noviembre de 2010]

CARNEIROCANEDA, Manuel. La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos. Madrid: ESIC, 2004. 256 p. ISBN: 84-7356-381-6.

CERDA GUTIERRE, Hugo. Cómo elaborar proyectos: diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos. 4° ed. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio, 2001. 156 p. ISBN: 978-958-20-0024-0.

CIFUENTES PATIÑO, María Rocío. La sistematización de las prácticas en trabajo social: una visión desde los proyectos sociales. Aportes para la sistematización de las prácticas de los estudiantes de trabajo social. Manizales: Universidad de Caldas, 2006. 78 p. ISBN. 958-8231-79-5.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ministerio de la Protección Social. Código Sustantivo de Trabajo y Código Procesal del Trabajo y de la Seguridad social. 15ª edición 2010 (8 de julio de 2009). Por el cual se regulan las relaciones

entre empleadores y trabajadores. Bogotá D.C.: LEGIS, códigos básicos, 2010.770p. ISBN: 978-958-653-812-1.

CORTINA, Adela. Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: TROTТА, 1997.150 p.

CORTINA, Adela. Razón comunicativa y responsabilidad solidaria. Salamanca: Sígueme S.A, 1988. 279 p. ISBN: 84-301-0978-1.

DÍAZ FERNÁNDEZ, María del Carmen y GALÁN GONZÁLES, José Luis. El “vinculo indirecto” de la demografía organizativa. En: Dialnet-Universidad de la Rioja. [En línea]. Vol. 1, (2007). Disponible en: http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2471541&orden=0 [Citado en 9 de noviembre de 2010].

ENEBE REPRESENTACIONES LTDA. INSTRUCTIVO ADMINISTRATIVO. VERSIÓN 1. Bogotá D.C., 13 de octubre de 2008.

ENEBE REPRESENTACIONES LTDA. Manual de Procedimientos del Personal de los Puntos de Venta y el Grupo de Merchandising. VERSIÓN 1. Bogotá D.C., 2008.

ENEBE REPRESENTACIONES LTDA. Manual de Procedimientos. VERSIÓN 1. Bogotá D.C., 2008.

EROLES, Carlos. *Comp.* Los derechos humanos: compromiso ético del Trabajo Social. Buenos Aires: Espacio, 1996. 171 p. ISBN: 950-802-056-3.

ESTRADA OSPINA, Víctor Mario. *Et al.* Miradas sobre la sistematización de experiencias en trabajo social. Cali: Universidad del valle, 2005.156 p. ISBN: 958-670-410-6.

FERNÁNDEZ GAGO, Roberto. Administración de la responsabilidad social corporativa. Colección negocios. Madrid: THOMSON Editores, 2005. 225 p. ISBN: 84-9732-370-X.

GOBIERNO DE CHUBUT, ARGENTINA. La familia, definición. En: bases estadísticas. [En línea]. (2001).

http://www.estadistica.chubut.gov.ar/operativos_sen/cnel/.../defifamilia.doc [citado en 5 de noviembre de 2010].

GONZÁLES URIBE, Gerardo. Empresa Ciudadana: Cómo integrar la responsabilidad social a la estrategia de la empresa. Bogotá: Gente Nueva, 2006. 75 p. Centro de Responsabilidad de la Empresa en la Sociedad.

HERRERA, Angélica. Trabajo social en empresa. En: SANCHEZ, Manuel: manual de trabajo social, 2 edición, México, PLAZA y VALDÉS, S.A, 2004.p.205-222. ISBN: 970-722-275-1.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y DE CERTIFICACIÓN. Responsabilidad Social. Bogotá D.C.: ICONTEC, 2008.53 p. *il.* (GTC 180).

LOZANO, Joseph M. ética y empresa. España: Trotta S.A., 1999. 320 páginas. ISBN: 8481643475.

MAYORGA, Pilar Ospina. GONZALES, Volmar. Responsabilidad social de las empresas. Elementos teóricos y experiencias. Bogotá D.C.: Fundación Corona, 2001. 102 p.

MILLER, J.*et al.* Globalización y el deporte. Sage publicaciones Ltd. Londres 2001. [En línea] <http://www.econ.uba.ar/www/servicios/biblioteca/bibliotecadigital//bd/tesis_doc/melamed.pdf> [citado el 6 de noviembre de 2010]

NACIONES UNIDAS. División de Desarrollo Sostenible. Documentos: temas de desarrollo sostenible 2007. (En línea)<<http://www.un.org/esa/dsd/index.shtml>>.

NIRENBERG, Olga, et al. Evaluar para transformación: innovaciones en la evaluación de programas y proyectos sociales. Buenos Aires: Paidós, 2005. 224 p. ISBN: 950-12-4508-X.

OCAMPO, Noel Ramírez; VÁZQUEZ Silvia Sánchez. Método de Comunicación Asertiva: el método que acerca a las personas. Editorial Trillas. España, 2006. 116 P. ISBN: 9788466547338 p 25.

ONUSIDA. Programa conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA. Estructuras Familiares (campaña 2005). En: ONUSIDA COLOMBIA. [En línea]. (2005). <http://www.onusida.org.co/estructurasfamiliares.htm> [citado en 4 de noviembre de 2010].

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA: O.E.I. Sistemas educativos nacionales: Colombia. [En línea]. (2005). <http://www.oei.es/quipu/colombia/index.html#sis2> [citado en 4 de noviembre de 2010].

OSORIO VILLA, Gustavo. Cadena de valor: Michael Porter. En: Grupo Consultoría. [En línea]. (2003). <http://www.grupoconsultoria.com.co/valor.doc> [citado en 3 de noviembre de 2010].

PIÑEROS, Rafael Alejandro. Aproximaciones a un marco teórico de la ética y de la responsabilidad social de la empresa. Bogotá: Universidad del Rosario, 2006.64p. (Administración serie de borradores de investigación; 32). I.S.S.N: 0124-8219.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. PNUD. Objetivos de desarrollo del milenio, 2000. [En línea]<<http://www.undp.org/spanish/mdg/basics.shtml>>.

QUINTERO, Víctor Manuel. Impacto Social: evaluación de proyectos de desarrollo. Cali, Colombia: Impresora Feriva S.A., 2010. 272 p. ISBN: 978-958-44-7000-3.

RESTREPO, Ramiro González. Responsabilidad social: Nueva Teoría, Nuevas Prácticas. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC, 2009.181 p. ISBN: 978-958-9383-94-0.

TORO, Olga Lucia. REY, Germán. (Eds.). Empresa privada y responsabilidad social. Bogotá D.C.: Utópica, 1996. 352 p.

TORRES SÁNCHEZ, Carlos Eduardo. Guía planeación estratégica. Escuela de Trabajo Social. Administración Social III. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga, 2007.

TORRES SANCHEZ, Carlos Eduardo. Trabajo social en organizaciones: Nuevas alternativas y perspectiva profesional. En: Revista Colombiana de Trabajo Social No. 19. CONETS 2005.

YEPES, Gustavo, et al. Responsabilidad social empresarial: fundamentos y aplicaciones en las organizaciones de hoy. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2007. 24p. ISBN: 978-958-710-174-4.

<http://books.google.com.co/books?id=RybuGh9wZywC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=true>

http://www.avizora.com/publicaciones/marketing/textos/matriz_foda_0021.htm

<http://www.minproteccionsocial.gov.co>

http://www.quality-consultant.com/libros/libro_0034.htm

<http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/index.html>



ANEXOS

Anexo A. Formato de Entrevista Gerente De Gestión Humana

ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL PRÁCTICAS II SEGUNDO SEMESTRE 2010

ÁREA ORGANIZACIONAL/CAMPO: ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

Maritza Meneses Acelas cód.: 20101193

	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA(G.G.H.)	
ENTREVISTA ESTRUCTURADA		
OBJETIVO:	Identificar los componentes específicos y generales de la planificación estratégica de la gerencia de gestión humana de la empresa.	
FECHA: 05-11-10	HORA:	LUGAR: VIA INTERNET (BUCARAMANGA-BOGOTÁ)
NOMBRE:	NATALIA BERMUDEZ	
CARGO:	COORDINADORA GESTIÓN HUMANA ENEBE REPRESENTACIONES S.A	
CUESTIONARIO		
1. ¿Cuándo se creó la Gerencia de Gestión Humana (G.G.H.)?		
R/TA: El pasado Agosto del 2005 el cual estaba a Cargo de la Sra. Alba Figueroa.		
2. ¿Qué necesidades de la empresa incidieron en la creación de la G.G.H.?		
R/TA: Mejorar las habilidades del talento humano con el que contaba la empresa, crear sentido de pertenencia, mejorar las condiciones laborales para el trabajador, crear un punto de apoyo para los trabajadores.		
3. ¿La G.G.H. cuenta con un plan estratégico?		
R/TA: Si.		
4. ¿Cómo se constituye la política interna de la G.G.H.?		
R/TA: Establece un compromiso entre las partes (empresa y colaboradores) con el fin de propiciar un ambiente laboral que permita el desarrollo integral de la persona.		

ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL PRÁCTICAS II SEGUNDO SEMESTRE 2010

ÁREA ORGANIZACIONAL/CAMPO: ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

Maritza Meneses Acelas cód.: 20101193

5. ¿Cuáles son los objetivos estratégicos de la G.G.H.?

R/TA: Lograr la especialización en diferentes materias del talento humano con el que contamos actualmente por medio del plan motivacional y capacitación.

*Mantener el personal de la empresa como un equipo de trabajo solido.

*Incentivar la sana competencia entre nuestros colaboradores.

* Mejorar la calidad de vida de los colaboradores.

6. ¿Cuenta con misión y visión interna la G.G.H.? en caso de existir describirlas.

R/TA: No.

7. ¿existe un plan de acción u operativo específico para la G.G.H.? si es así, ¿a qué plazo está proyectado (corto, mediano o largo plazo)?

R/TA: Si, el área de Gestión Humana lo proyecta a corto, mediano y largo plazo dependiendo de los objetivos que se persigan, de los recursos que se implementen y el impacto que esto pueda causar.

8. ¿Qué tipo de estrategias, programas y actividades está desarrollando actualmente la G.G.H.?

R/TA: Programa de bienestar.

*Plan de incentivos.

*Desarrollo y programa de salud ocupacional.

9. ¿Hacia qué población (interna y externa de la empresa) dirige sus planes y estrategias la G.G.H.?

R/TA: Internamente, a todos nuestro colaboradores y externamente, a los clientes de nuestros productos y servicios.

Cuando logramos que nuestros colaboradores se capaciten, reflejan su conocimiento y habilidades a nuestros clientes.

Anexo B. Puntos De Venta

PUNTOS DE VENTA		
CIUDAD	ALMACEN	DIRECCIÓN (centro comercial C.c.)
BOGOTÁ	1. PEOPLE PLAY´S	C.c. plaza de las Américas. Local 1603.
	2. PEOPLE PLAY´S	C.c. Unicentro. Local 2.81
	3. PEOPLE PLAY´S	C.c. Santa Fe. Local 287
	4. PEOPLE PLAY´S	C.c. Portal de la 80. Local
	5. PEOPLE PLAY´S	C.c. Paseo San Rafael. Local 1-12A
	6. PEOPLE PLAY´S	C.c. Centenario Plaza. Local 5
	7. PEOPLE PLAY´S	C.c. Tintal Plaza. Local 266
	8. PEOPLE PLAY´S	C.c. Gran Estación. Local 1-23
	9. PEOPLE PLAY´S	C.c. Plaza Imperial local 1-01
	10. PEOPLE PLAY´S	C.c. mega outlet calle 10 #60-77
	11. PEOPLE PLAY´S	C.c. Plaza Imperial local 2-127
	12. PEOPLE PLAY´S	C.c. Atlantis Plaza. Local 107 A
	1. FLOSH	Calle 82 # 12-75
	1. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	C.c. Portal de la 80.
	2. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	C.c. Salitre Plaza
	3. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	C.c. plaza de las Américas. Local 1242
	4. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	Calle 19 con Carrera 10 centro.
	5. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	C.c. Tunal.
	6. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	C.c. Unicentro. Local1242
	7. CONCESIÓN ALMACEN SPRING STEP	C.c. Unicentro. Local 1244
CARTAGENA	1. PEOPLE PLAY´S	Avenida San Martin No. 8-145 local 2.
	2. PEOPLE PLAY´S	Avenida San Martin No. 6-162
	1. PEOPLE PLAY´S	C.c. Caribe Plaza. Local 157-158
BUCARAMANGA	1. PEOPLE PLAY´S	Floridablanca Centro comercial

		cañaveral local: 177.
	2. PEOPLE PLAY´S	Centro comercial cabecera la quinta local: 201-202
	3. PEOPLE PLAY´S	Centro comercial cinemas cabecera. Local: 3-4
	4. PEOPLE PLAY´S	Centro comercial Acrópolis. Local: 1-32/9-140
BARRANQUILLA	1. PEOPLE PLAY´S	C.c. Portal del Prado. Local: 251-252

Anexo C. Material Fotográfico Ubicación Institucional E Inventario De Antecedentes⁴⁶

1. La empresa y su talento humano.



⁴⁶ El material fue seleccionado de la página web de Facebook de la empresa: <http://www.facebook.com/People-Plays/62012752687>
La diagramación y el diseño fue elaborado por la Autora. 2010.

2. Comprometidos con el desarrollo social



3. Comprometidos con el deporte



4. Comprometidos con la educación



5. Comprometidos con las organizaciones sociales



Anexo D. diagnóstico Integral De Responsabilidad Social



Anexo E. Formato Encuesta Para El Estudio Socio Demográfico

ENCUESTA ESTUDIO SOCIODEMOGRÁFICO

FECHA: DIA: _____ MES: _____ AÑO: _____

HORA: _____

LUGAR: _____

OBJETIVO GENERAL: *Conocer la composición poblacional de la empresa y sus características específicas; con el fin, de realizar un análisis de la estructura demográfica de la cadena de valor de la organización.*

NOMBRE: _____

INSTRUCCIONES: marque con una X la característica que más se ajuste a si situación.

PREGUNTA GENERAL	PREGUNTA ESPECÍFICA	VARIABLE	X
¿CUÁL ES SU LAPSO DE VINCULACIÓN A LA EMPRESA?	¿Qué tipo de vinculación tiene con la empresa?	Empleado fijo requerido.	<input type="checkbox"/>
		Empleado transitorio (temporada)	<input type="checkbox"/>
¿DENTRO DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS ESTRUCTURALES EN CUÁL SE UBICA, SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS?	¿En qué Nivel de la cadena de valor está ubicado?	Nivel ejecutivo	<input type="checkbox"/>
		Nivel gerencial	<input type="checkbox"/>
		Nivel administrativo	<input type="checkbox"/>
		Nivel operativo	<input type="checkbox"/>
	¿A qué sexo pertenece?	Hombres	<input type="checkbox"/>
		mujeres	<input type="checkbox"/>
	¿En cuál de los siguientes Grupos etarios se ubica?	Menores de edad (-18 años)	<input type="checkbox"/>
		18-28 años	<input type="checkbox"/>
		29-38 años	<input type="checkbox"/>
		39-48 años	<input type="checkbox"/>
¿Cuál es su estado civil?	Mayores de 49 años	<input type="checkbox"/>	
	Casado (a) o en unión libre	<input type="checkbox"/>	
¿BAJO QUÉ PARÁMETROS SE HA DADO SU VINCULACIÓN LABORAL A LA EMPRESA?	¿Cuál es su Término de contratación?	Soltero (a)	<input type="checkbox"/>
		Término indefinido	<input type="checkbox"/>
		Término definido	<input type="checkbox"/>
	¿De qué Tipo es su contrato?	Prestación de servicios	<input type="checkbox"/>
		Verbal	<input type="checkbox"/>
	¿De las siguientes Prestaciones sociales cuáles le ofrece la empresa?	escrito	<input type="checkbox"/>
		Seguridad social(salud)	<input type="checkbox"/>
Riesgos profesionales		<input type="checkbox"/>	
Pensiones cesantías		<input type="checkbox"/>	
Auxilio de transporte	<input type="checkbox"/>		
Prima de servicios	<input type="checkbox"/>		
Licencia de maternidad	<input type="checkbox"/>		
Dotación vestuario	<input type="checkbox"/>		

	<i>¿De los siguientes incentivos, de cuales goza usted?</i>	Bonificaciones	
		Comisiones	
		Ascensos	
		Capacitaciones	
		Otros	
		Estabilidad laboral	
¿CUÁL ES LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DONDE LABORA?	<i>¿En cuál ciudad se ubica el almacén donde trabaja?</i>	Bogotá	
		Bucaramanga	
		Barranquilla	
		Cartagena	
¿CUÁL ES SU NIVEL DE ESCOLARIDAD O DE FORMACIÓN?	<i>Educación básica</i>	Básica primaria completa	
		Básica primaria incompleta	
		Básica secundaria completa	
		Básica secundaria incompleta	
	<i>Educación media vocacional</i>	Bachillerato 10° y 11° completo	
		Bachillerato 10° y 11° incompleto	
	<i>Educación superior</i>	Formación intermedia profesional	
		Formación tecnológica	
		Formación universitaria	
		Formación avanzada/postgrado.	
¿CÓMO SE DAN LAS RELACIONES DE GÉNEROS (FEMENINO/MASCULINO, DENTRO DE LA EMPRESA?	<i>¿Dentro de la dinámica que define las relaciones entre géneros, su respectivo reconocimiento y valor dentro de la organización, que aspecto considera existen en la organización?</i>	Mujeres en cargos directivos y administrativos	
		Equidad salarial	
		Equidad en el goce de prestaciones sociales	
		<i>Acceso a capacitación</i>	
		<i>Posibilidad de ascenso</i>	
		<i>Licencia de maternidad</i>	
		<i>Licencia de paternidad</i>	
		Ubicación en cargos de dirección y control	
		Inclusión de la mujer en los procesos de planificación y gestión.	

		Existencia de espacios físicos adecuados para las necesidades propias de la mujer (baños, etc.)	
		Respeto a la integridad física.	
		Respeto a la integridad psicológica.	
		Respeto a la integridad sexual.	
		Estímulos laborales.	
		Recompensas y reconocimientos por cumplimiento de metas laborales.	
		Reconocimiento y Celebración de fechas especiales	
¿CÓMO ESTA DADA LA COMPOSICIÓN DE SU FAMILIA?	<i>¿Cuál es su posición dentro de la familia?</i>	Hijo/hija	
		Padre/madre	
		Esposo/esposa	
		Otro	
	<i>Familia completa (es la familia donde está presente un padre y una madre)</i>	Nuclear	
		Extensa	
		Compuesta	
	<i>Familia monoparental (donde solo está presente uno de los padres)</i>	Nuclear	
		Extensa	
		Compuesta	
	<i>Familia reconstituida (cuando se vive con uno de los padres y su nueva pareja)</i>	Nuclear	
		Extensa	
		compuesta	
	<i>Familia neofamiliar (cuando las personas con las que habita no son parientes sanguíneos, sino amigos o compañeros de habitación)</i>	Conformada por 2 a 4 personas	
		Conformada de 5 a 10 personas	
		más de 10 personas	
	<i>Si tiene hijos, selecciones la opción más acertada.</i>	Entre 1-2 hijos	
		Entre 3-4 hijos	
		Entre 5 y más hijos	
	<i>Si tiene personas a cargo, selecciones el número, y el parentesco.</i>	1 a 2 personas	
		2 a 4 personas	
		De 5 a más persona	
		Padres	
		Hermanos	
Amigos			
otros			

¿Cuál es su condición habitacional o de vivienda?	<i>¿A cuál estrato residencial pertenece?</i>	Bajo (0-2)	
		Medio (3-4)	
		Alto (5-6)	
	<i>¿La vivienda donde habita es...?</i>	Propia	
		arrendada	
	<i>¿Con cuáles servicios básicos cuenta su vivienda?</i>	Agua	
		Luz	
		Gas natural	
	<i>¿Qué otros servicios presenta su vivienda?</i>	Telefonía	
		Internet	
		Televisión por cable	

ENCUESTA ESTUDIO SOCIODEMOGRÁFICO

FECHA: DIA: 02 MES: 12 AÑO: 2010 HORA: 9:00 am.

LUGAR: Punto de venta People Play's la gran Estación Bogotá

OBJETIVO GENERAL: Conocer la composición poblacional de la empresa y sus características específicas; con el fin, de realizar un análisis de la estructura demográfica de la cadena de valor de la organización.

NOMBRE: Maria Cristina Pedraza

INSTRUCCIONES: marque con una X la característica que más se ajuste a su situación.

PREGUNTA GENERAL	PREGUNTA ESPECIFICA	VARIABLE	X
¿CUÁL ES SU LAPSO DE VINCULACIÓN A LA EMPRESA? 11 años	¿Qué tipo de vinculación tiene con la empresa?	Empleado fijo requerido.	X
		Empleado transitorio (temporada)	
¿DENTRO DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS ESTRUCTURALES EN CUÁL SE UBICA, SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS?	¿En qué Nivel de la cadena de valor está ubicado?	Nivel ejecutivo	
		Nivel gerencial	
		Nivel administrativo	X
		Nivel operativo	
	¿A qué sexo pertenece?	Hombres	
		mujeres	X
	¿En cuál de los siguientes Grupos etarios se ubica?	Menores de edad (-18 años)	
		18-28 años	
		29-38 años	X
		39-48 años	
¿Cuál es su estado civil?	Mayores de 49 años		
	Casado (a) o en unión libre	X	
¿BAJO QUÉ PARÁMETROS SE HA DADO SU VINCULACIÓN LABORAL A LA EMPRESA?	¿Cuál es su Término de contratación?	Soltero (a)	
		Término indefinido	X
	¿De qué Tipo es su contrato?	Término definido	
		Prestación de servicios	X
	¿De las siguientes Prestaciones sociales cuáles le ofrece la empresa?	Verbal	
		escrito	X
		Seguridad social(salud)	X
		Riesgos profesionales	X
		Pensiones cesantías	X
		Auxilio de transporte	X
¿De los siguientes incentivos, de cuales	Prima de servicios	X	
	Licencia de maternidad	X	
	Dotación vestuario	X	
	Bonificaciones	X	

		Recompensas y reconocimientos por cumplimiento de metas laborales.	<input checked="" type="checkbox"/>
		Reconocimiento y Celebración de fechas especiales	<input checked="" type="checkbox"/>
¿CÓMO ESTA DADA LA COMPOSICIÓN DE SU FAMILIA?	¿Cuál es su posición dentro de la familia?	Hijo/hija	
		Padre/madre	<input checked="" type="checkbox"/>
		Esposo/esposa	<input checked="" type="checkbox"/>
		Otro	
	Familia completa (es la familia donde está presente un padre y una madre)	Nuclear	<input checked="" type="checkbox"/>
		Extensa	
		Compuesta	
	Familia monoparental (donde solo está presente uno de los padres)	Nuclear	
		Extensa	
		Compuesta	
	Familia reconstituida (cuando se vive con uno de los padres y su nueva pareja)	Nuclear	
		Extensa	
		compuesta	
	Familia neofamiliar (cuando las personas con las que habita no son parientes sanguíneos, sino amigos o compañeros de habitación)	Conformada por 2 a 4 personas	
		Conformada de 5 a 10 personas	
		más de 10 personas	
	Si tiene hijos, selecciones la opción más acertada.	Entre 1-2 hijos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Entre 3-4 hijos	
		Entre 5 y más hijos	
	Si tiene personas a cargo, selecciones el número, y el parentesco.	1 a 2 personas	
2 a 4 personas			
De 5 a más persona			
Padres			
Hermanos			
Amigos			
	otros		
¿Cuál es su condición habitacional o de vivienda?	¿A cuál estrato residencial pertenece?	Bajo (0-2)	
		Medio (3-4)	<input checked="" type="checkbox"/>
		Alto (5-6)	
	¿La vivienda donde habita es...?	Propia	
		arrendada	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Con cuáles servicios básicos cuenta su vivienda?	Agua	<input checked="" type="checkbox"/>
		Luz	<input checked="" type="checkbox"/>
		Gas natural	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Qué otros servicios presenta su vivienda?	Telefonía	<input checked="" type="checkbox"/>
		Internet	<input checked="" type="checkbox"/>
		Televisión por cable	<input checked="" type="checkbox"/>

	goza usted?	Comisiones	X
		Ascensos	X
		Capacitaciones	X
		Otros	
		Estabilidad laboral	X
¿CUÁL ES LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DONDE LABORA?	¿En cuál ciudad se ubica el almacén donde trabaja?	Bogotá	X
		Bucaramanga	
		Barranquilla	
		Cartagena	
¿CUÁL ES SU NIVEL DE ESCOLARIDAD O DE FORMACIÓN?	Educación básica	Básica primaria completa	
		Básica primaria incompleta	
		Básica secundaria completa	X
		Básica secundaria incompleta	
	Educación media vocacional	Bachillerato 10° y 11° completo	X
		Bachillerato 10° y 11° incompleto	
	Educación superior	Formación intermedia profesional	
		Formación tecnológica	
		Formación universitaria	
		Formación avanzada/postgrado.	
¿CÓMO SE DAN LAS RELACIONES DE GÉNEROS (FEMENINO/MASCULINO, DENTRO DE LA EMPRESA?	¿Dentro de la dinámica que define las relaciones entre géneros, su respectivo reconocimiento y valor dentro de la organización, que aspecto considera existen en la organización?	Mujeres en cargos directivos y administrativos	X
		Equidad salarial	X
		Equidad en el goce de prestaciones sociales	X
		Acceso a capacitación	X
		Possibilidad de ascenso	X
		Licencia de maternidad	X
		Licencia de paternidad	
		Ubicación en cargos de dirección y control	X
		Inclusión de la mujer en los procesos de planificación y gestión.	X
		Existencia de espacios físicos adecuados para las necesidades propias de la mujer (baños, etc.)	
		Respeto a la integridad física.	X
		Respeto a la integridad psicológica.	X
		Respeto a la integridad sexual.	X
		Estímulos laborales.	X

RELACIÓN FAMILIA EMPRESA				
¿La empresa ha contribuido de forma directa o indirecta a la satisfacción de las necesidades familiares?	Si	no	¿A qué tipo de necesidades?	
	y		alimentación, educación, recreación, vivienda, salud...	
¿A qué tipo de necesidades personales, laborales y familiares le gustaría que la empresa apoyara?				
accesos a créditos bancarios, adquisición de vivienda propia, educación superior, fondos de empleados				
¿Qué concepto tiene su familia sobre la empresa?	excelente	Bueno	regular	malo
	x			
¿Conoce la historia de la empresa?	si	x	no	
¿Conoce la ubicación a nivel nacional de la empresa?	si	x	no	
¿Conoce la misión y la visión de la empresa?	si	x	no	
EXPECTATIVAS LABORALES				x
Seleccione las expectativa que tiene frente a su situación en la empresa		Asenso		x
		Estabilidad		x
		Nivelación salarial		
¿Cuáles son sus aspiraciones en el corto y mediano plazo?		Adquirir vivienda		x
		Cancelar deudas de la vivienda		
		Adquirir vehículo		x
		Construir o hacer mejoras a la vivienda		
		Estudiar		x
		Viajar		x
		otro		
Como empleado ¿Qué concepto tiene de la empresa?	excelente	Bueno	regular	malo
	x			

Elaborado por: MARITZA MENESES

Entrevistado: [Firma]

Observaciones:

me gustaría que la empresa nos subiera el salario, que se maneje dos turnos ya que el horario es muy extenso.

Anexo F. Formato Encuesta Estudio Evaluación De Clima Laboral

ENCUESTA EVALUACIÓN DE CLIMA LABORAL										
<p>A continuación hallara una serie de enunciaciones que buscan determinar su percepción respecto a las condiciones laborales dentro de la empresa. Sus respuestas son confidenciales y solamente serán destinadas a la optimización del clima laboral de ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Su respuesta sincera es muy valiosa para proporcionar, mantener y garantizar un entorno con alta calidad.</p>										
<p>Ciudad: _____ Almacén: _____</p>										
<p>Cargo: _____ sexo: M ____ F ____ año de ingreso: _____</p>										
POR FAVOR SELECCIONE CON UNA X										
ENUNCIADO	Totalmente de acuerdo				Parcialmente de acuerdo			Totalmente en desacuerdo		
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
1. Soy miembro significativo de la empresa.										
2. Normalmente se buscan las cualidades y no los defectos que tiene nuestro trabajo.										
3. Siento que las ideas que propongo para mejorar nuestro trabajo se tienen en cuenta.										
4. Se tiene en cuenta las aspiraciones de un empleado para asignarle un nuevo cargo.										
5. Cuando ingresé a trabajar por primera vez pude conocer las políticas, visión, misión, valores y todo lo concerniente a la filosofía de la empresa.										
6. Los empleados informamos oportunamente las deficiencias que presentan los equipos de trabajo, los productos e instrumentos de trabajo.										
7. La dirección estimula a los empleados que hacen buenos aportes y sugerencia para mejorar la calidad y aumentar la productividad.										
8. Me siento seguro laborando en esta empresa.										
9. Cuando se hacen las cosas bien me										

necesidades familiares.										
30. El cumplimiento de mis obligaciones influye en el concepto que de mi tiene el jefe.										
31. El desempeño del empleado se analiza en conjunto con el jefe, brindándole la posibilidad de discutir sus errores.										
32. Los superiores se preocupan por que se aporten ideas que mejoren la calidad del trabajo.										
33. Cada uno es considerado como conocedor de su trabajo y se le trata como tal.										
34. En esta sección se aprende todos los días.										
35. No se ahorran precauciones para la seguridad de los empleados en caso de accidente o emergencia.										
36. Puedo opinar o sugerir sobre las órdenes que dan los jefes.										
37. Existe libertad para actuar y opinar dentro de la sección, siempre que lo hagamos con responsabilidad.										
38. Generalmente se trabaja el tiempo que sea necesario.										
39. Creo que mis ingresos por salario y prestaciones me dan mejor imagen con los vecinos y familiares.										
40. Normalmente cada jefe orienta al empleado nuevo en todo lo que se debe hacer.										
41. En esta sección se preocupan por mantener informado al personal, de las nuevas técnicas relacionadas con el trabajo.										
42. En mi sección o dependencia hay organización en la distribución del trabajo.										
43. La empresa da oportunidad a los empleados para la recreación y el sano esparcimiento.										
44. Cuando se presenta un problema especial se conoce a quien se acude para resolverlo.										
45. El trabajo que realizo me motiva a crear nuevos procedimientos.										
46. Cuando se realiza una sanción el jefe se guía por el reglamento interno de trabajo.										
47. En esta sección se busca que el trabajo sea guiado y organizado.										

la calidad del espacio físico de trabajo.										
87. En la empresa tenemos facilidad para comunicarnos directamente con los jefes de más alta jerarquía.										
88. La empresa muestra interés por la salud de los empleados y sus familiares.										
89. Nos sentimos seguros y orgullosos del puesto y trabajo que tenemos.										
90. Identificamos a la empresa como ente comprometido con el desarrollo de la región y del país.										
91. La empresa asume compromisos de carácter social con la comunidad y la sociedad.										

**ENCUESTA
EVALUACIÓN DE CLIMA LABORAL**

A continuación hallara una serie de enunciaciones que buscan determinar su percepción respecto a las condiciones laborales dentro de la empresa. Sus respuestas son confidenciales y solamente serán destinadas a la optimización del clima laboral de ENEBE REPRESENTACIONES S.A. Su respuesta sincera es muy valiosa para proporcionar, mantener y garantizar un entorno con alta calidad.

Ciudad: Barranquillo Almacén: People Play's

Cargo: Asesor de Ventas sexo: M F año de ingreso: 2008

POR FAVOR SELECCIONE CON UNA X

ENUNCIADO	Totalmente de acuerdo				Parcialmente de acuerdo			Totalmente en desacuerdo		
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
1. Soy miembro significativo de la empresa.		X								
2. Normalmente se buscan las cualidades y no los defectos que tiene nuestro trabajo.		X								
3. Siento que las ideas que propongo para mejorar nuestro trabajo se tienen en cuenta.				X						
4. Se tiene en cuenta las aspiraciones de un empleado para asignarle un nuevo cargo.					X					
5. Cuando ingresé a trabajar por primera vez pude conocer las políticas, visión, misión, valores y todo lo concerniente a la filosofía de la empresa.		X								
6. Los empleados informamos oportunamente las deficiencias que presentan los equipos de trabajo, los productos e instrumentos de trabajo.		X								
7. La dirección estimula a los empleados que hacen buenos aportes y sugerencia para mejorar la calidad y aumentar la productividad.		X								
8. Me siento seguro laborando en esta empresa.	X									
9. Cuando se hacen las cosas bien me felicitan y me hacen sentir bien.		X								
10. No es necesario consultar con los directivos las decisiones que se toman con los superiores antes de ponerlas en práctica.				X						
11. Existe interés por parte de los jefes para estimular las iniciativas en los miembros de su sección.		X								
12. Se tiene en cuenta a la persona que requiere cursos de capacitación para ser enviada.				X						
13. No es necesario llenar muchos requisitos para obtener un ascenso.					X					
14. El trabajo se realiza con dedicación y eficiencia.		X								
15. Si se comete un error me enseñan a corregirlo de manera constructiva.	X									
16. Conozco la autoridad a quien recurrir en determinadas circunstancias.	X									
17. En esta empresa se reconoce la eficiencia en el trabajo.		X								



ENHE REPRESENTACION S.A.

CLIMA LABORAL




18. Se conocen las funciones que cada uno debe desempeñar.	X																		
19. Soy conocedor de las normas y detalles del mercadeo y ventas que debo adoptar.		X																	
20. Las actividades que se desarrollan en la empresa están sujetas a un manual de procedimientos.			X																
21. Existen los recursos físicos y tecnológicos necesarios para llevar a cabo cómodamente las diferentes actividades asignadas y hacer el lugar agradable para el trabajo.		X																	
22. Cuando se solicita un favor aquí, siempre hay alguien que le colabore.		X																	
23. En esta empresa, la gente respeta la vida privada de los demás.		X																	
24. Cuando no estoy de acuerdo con algo, lo puedo expresar sin temor a causar conflicto.			X																
25. Nuestro comportamiento es igual, aun cuando está el jefe.			X																
26. Mis superiores procuran que yo pueda realizar un trabajo de calidad.		X																	
27. Hay comunicación entre todas las dependencias de la empresa.			X																
28. La empresa realiza programas para el bienestar como actividades de integración, de los niños, entre otras.			X																
29. Con el salario que recibo en esta empresa se pueden satisfacer las necesidades familiares.			X																
30. El cumplimiento de mis obligaciones influye en el concepto que de mí tiene el jefe.	X																		
31. El desempeño del empleado se analiza en conjunto con el jefe, brindándole la posibilidad de discutir sus errores.		X																	
32. Los superiores se preocupan por que se aporten ideas que mejoren la calidad del trabajo.		X																	
33. Cada uno es considerado como conocedor de su trabajo y se le trata como tal.		X																	
34. En esta sección se aprende todos los días.		X																	
35. No se ahorran precauciones para la seguridad de los empleados en caso de accidente o emergencia.			X																
36. Puedo opinar o sugerir sobre las órdenes que dan los jefes.				X															
37. Existe libertad para actuar y opinar dentro de la sección, siempre que lo hagamos con responsabilidad.		X																	
38. Generalmente se trabaja el tiempo que sea necesario.		X																	
39. Creo que mis ingresos por salario y prestaciones me dan mejor imagen con los vecinos y familiares.			X																
40. Normalmente cada jefe orienta al empleado nuevo en todo lo que se debe hacer.	X																		
41. En esta sección se preocupan por mantener informado al personal, de las nuevas técnicas relacionadas con el trabajo.	X																		
42. En mi sección o dependencia hay organización en la distribución del trabajo.		X																	
43. La empresa da oportunidad a los empleados para la recreación y el sano esparcimiento.				X															
44. Cuando se presenta un problema especial se conoce a quien se acude para resolverlo.			X																
45. El trabajo que realizo me motiva a crear nuevos procedimientos.		X																	

que hacemos.																			
76. Cuando se despide a alguien es por causa justa.		X																	
77. Los empleados han recibido capacitación sobre incendios, primeros auxilios y desastres naturales.									X										
78. La iluminación y ventilación de los puestos de trabajo es adecuada.								X											
79. El espacio de trabajo cuenta con los requisitos mínimos de seguridad.										X									
80. La empresa fomenta el buen trato y relaciones humanas entre sus empleados.								X											
81. La empresa brinda al empleado la posibilidad e integración laboral y familiar.											X								
82. La autoridad está en manos de las personas más capacitadas, por eso las respetamos.											X								
83. En esta empresa gozamos de estabilidad laboral.									X										
84. En esta empresa existe preocupación por que la familia de los empleados tenga calidad de vida.								X											
85. Se tiene en cuenta la experiencia y el conocimiento para obtener ascensos y nuevos cargos.												X							
86. La empresa se preocupa por mejorar la calidad del espacio físico de trabajo.										X									
87. En la empresa tenemos facilidad para comunicarnos directamente con los jefes de más alta jerarquía.									X										
88. La empresa muestra interés por la salud de los empleados y sus familiares.											X								
89. Nos sentimos seguros y orgullosos del puesto y trabajo que tenemos.									X										
90. Identificamos a la empresa como ente comprometido con el desarrollo de la región y del país.	X																		
91. La empresa asume compromisos de carácter social con la comunidad y la sociedad.	X																		

¿Cómo se sintió respondiendo la encuesta, qué expectativas le generó, desea aportar alguna observación?

Me Sentí bien, Porque nos tienen en cuenta. Solo esperamos que no olviden nuestras observaciones porque de una u otra manera las decisiones que tomen repercutan en sus trabajadores. ¡Gracias por hacernos parte de sus decisiones!!

Anexo G. Formato Encuesta Estudio Servicio y Satisfacción Del Cliente

 <small>ENEBE REPRESENTACIONES S.A.</small>	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE “EL CLIENTE SIEMPRE TIENE LA RAZÓN”					
FECHA:	26 de Diciembre. del 2010.					
EDAD:	35 años.					
OCUPACIÓN:	Profesora.					
Gracias por dedicar unos minutos de su valioso tiempo a realizar esta encuesta. No tardara más que un par de minutos en completarla y nos será de gran ayuda para mejorar nuestro servicio. Los datos que en ella consigne se trataran de forma anónima.						
1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de People Play's?	R/ta: Un año y medio.					
A continuación valore de 1 a 5 de acuerdo a las siguientes afirmaciones marcando con una X, si no sabe o no desea responder seleccione N/S- N/R :						
						1: nada de acuerdo. 2: en desacuerdo. 3: indiferente. 4: de acuerdo. 5: muy de acuerdo.
						1 2 3 4 5 N/S- N/R
2. ¿Los asesores de venta realizan su labor de la forma esperada?				X		
3. ¿El personal se muestra dispuesto a ayudarlo en su decisión de compra?				X		
4. ¿El trato de los asesores de venta con los clientes es considerado y amable?					X	
5. ¿El personal da la imagen de estar totalmente cualificado para desempeñar su labor?					X	
6. ¿En comparación con otras alternativas del mercado nuestros productos y servicio son de la mejor calidad?					X	
7. Por favor valore de 1 a 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente) los siguientes atributos de People Play's.	1	2	3	4	5	N/S- N/R
Profesionalidad				X		
Calidad del servicio					X	
Relación calidad-precio				X		
Solución a cambios, quejas y reclamos.				X		
Organización					X	
Presentación personal de los asesores de venta					X	
Vitrinas					X	
Orientación a satisfacer siempre al cliente					X	
El servicio y productos se adaptan perfectamente a mis necesidades					X	
8. ¿Qué tipo de marcas o productos deportivos desearía encontrar en nuestras tiendas?	Marcas de productos Aquaflex, Converse					
9. ¿Reconoce a People Play's como una empresa líder en el desarrollo social y económico de la región y el país?						Si: <input checked="" type="checkbox"/> No: _____
10. Observaciones y sugerencias:	Mejorar los artículos para niños menores de 5 años.					

Anexo H. Formato Fichas de Registro De Actividades



**FICHA DE REGISTRO
JORNADA DE COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN
ENFOQUE DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE**



ENEBE REPRESENTACIONES S.A. FICHA DE REGISTRO JORNADA DE COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN ENFOQUE DE GESTIÓN INTEGRAL SOCIALMENTE RESPONSABLE					
REGISTRO DE ACTIVIDADES	Fecha: Día: _____ Mes: _____ Año: _____				
	Hora de inicio: <u>4:00 P.M</u>				
Tipo de actividad:	Comunicación	<input checked="" type="checkbox"/>	Información		Capacitación
	Sensibilización		Socialización	<input checked="" type="checkbox"/>	otra
Área de la organización/punto de venta: _____					
Tema (s): <u>Construyendo Espacios de Participación y Concertación</u>					
PARTICIPANTES					
Número	Nombre (s) apellido(s)	Cargo	firma		
1	LEONARDO F. MELTRAN VILLARREAL	COADMINISTRADOR			
2	Miguel RIVEROS	Sub Asesor			
3	LAURA JEREZ GONZALEZ	ASESOR			
4	MARTHA KIVACTO KIVACTO	ADMON			
5	ROBINSON H. MARTINEZ	COORDINADOR			
6	David Duarte Pabón	ASESOR			
7	Sandra Alarcón Gonzalez	ASESORA			
8	ANDERSON MARTINEZ SANCHEZ	COADMINISTRADOR			
9	Fausto Neira Mantilla	ASESOR			
10	Yolanda Cristina Pacheco & Asociados	Asesoría			
Responsable: Nombre: <u>Fantza Fenises Acas</u> Cargo: _____					
Firma:			Hora de finalización: _____		
Observaciones: (temas, duración, material, motivación, expectativas, etc.)					
<p>ME GOSTARÍA QUE TODA ESTA GESTIÓN ESTE Y SE ENFOQUE EN TODAS LAS NECESIDADES QUE TENEMOS COMO PERSONAS Y COMO TRABAJADORES (TODOS QUELEMOS Y PODEMOS CRECER)</p>					
Documento destinado a apoyar el enfoque de gestión integral socialmente responsable de ENEBE Representaciones S.A. 2011					

- 11 - JUAN CARLOS NEIRA MANTILLA COADMINISTRADOR.
 12 - Jhon Alexander Pinton Asesor.

**CONVOCATORIA
PARA TODOS Y
TODAS,
QUIENES
CONFORMAMOS
NUESTRA
ORGANIZACIÓN**

La RS es la Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones

**;CONTAMOS
CON USTEDES...
EL RUMBO DE
NUESTRA
GESTIÓN
TENDRA SU
SELLO!**

Juntos hacia la Responsabilidad Social

EN ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

Con miras a encaminar la organización y nuestra gestión hacia procesos comprometidos con la calidad de vida de nuestros trabajadores y el desarrollo de nuestra sociedad, hemos asumido el reto de integrar a la administración y gobierno de la empresa un modelo Enfocado a la Responsabilidad Social.



PARTICIPAR EN LOS PROCESOS DE NUESTRA ORGANIZACIÓN, SER PROPOSITIVOS Y ASUMIR POSTURAS CRITICAS Y DE LIDERAZGO. EL PASO IDEAL PARA LOGRAR LAS METAS.

Por tanto, estamos convocando a todas las personas que desde su trabajo y compras aportan al crecimiento y desarrollo de la empresa y de la sociedad, para que participen activamente en las actividades que durante los próximos meses estaremos desarrollando en todas las dependencias de la organización y puntos de venta.

**“EL MOTOR DE NUESTRA GESTIÓN SON LOS SERES HUMANOS ...
EL OBJETIVO DE NUESTRA ORGANIZACIÓN EL DESARROLLO DE LA
SOCIEDAD”**

LA EMPRESA MODERNA ES LA QUE INCLUYE EN SUS PROCESOS ORGANIZACIONALES LOS INTERESES, NECESIDADES Y SUGERENCIAS DE SUS EMPLEADOS, DE LOS CLIENTES Y DE LA SOCIEDAD DONDE TIENE PRESENCIA. DEBE SER CONCIENTE DE LOS OBLIGACIONES Y COMPROMISOS QUE DEBE ASUMIR POR EL IMPACTO QUE DESDE SUS ACCIONES EJERCE SOBRE LOS SERES HUMANOS QUE LA INTEGRAN Y QUE LA RODEAN, SIN DEJAR A UN LADO EL ENTORNO NATURAL DEL CUAL SE BENEFICIA.

POR TANTO GENERAR PROCESOS INCLUYENTES Y PROPOSITIVOS ES UN OBJETIVO INHERENTE EN EL CAMINO A LA MODERNIZACIÓN EMPRESARIAL.

Anexo J. Cartilla De Responsabilidad Social

ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

RESPONSABILIDAD SOCIAL



"Una respuesta situada a la altura moral alcanzada por la humanidad; una respuesta en la línea de la declaración de los derechos humanos, requiere la habilitación de una razón práctica responsable y solidaria."

CORTINA, Adela. 1988

2010-2011



"ASUMIR UN ENFOQUE DE GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLES, COMPROMETERSE CON EL DESARROLLO Y EL FUTURO DE NUESTRAS GENERACIONES, ES EL CAMINO A LA MODERNIDAD DE LAS ORGANIZACIONES ECONÓMICAS".

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y DE CERTIFICACIÓN. Responsabilidad Social. Bogotá D.C.: ICONTEC, 2008.53 p. il. (GTC 180)
RESTREPO, Ramiro Gonzáles. Responsabilidad social: Nueva Teoría, Nuevas Prácticas. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC, 2009.181 p. I
SBN: 978-958-9383-94-0.
YEPES, Gustavo, et al. Responsabilidad social empresarial: fundamentos y aplicaciones en las organizaciones de hoy. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2007.24p.
ISBN: 978-958-710-174-4.

ELABORADO POR:
MARITZA MENESES ACELAS

BOGOTÁ D.C.
2010-2011





ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

¿QUÉ SE ENTIENDE POR RESPONSABILIDAD SOCIAL?

Según la guía GTC 180 de ICONTEC se define la R.S. como el compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generen con las partes interesadas denominadas Stakeholders, en materia de desarrollo humano integral; esta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.



Según la ISO 26000 la R.S. es la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético, que:

- ◆ contribuya al desarrollo sostenible, la salud integral y el bienestar general de la sociedad.
- ◆ Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- ◆ Este en cumplimiento con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento.
- ◆ Y este integrada a través de la organización.



1

BENEFICIOS DE UN ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Un enfoque de gestión socialmente responsable contribuye a:

- ⇒ Estrechar relaciones y generar fidelidad y satisfacción creciente en las diferentes partes interesadas (empleados, comunidad, consumidores-clientes, proveedores, accionistas, estado, sociedad, etc.).
- ⇒ Proteger e incrementar la reputación corporativa.
- ⇒ Prevenir conflictos en la fuente.



- ⇒ Asegurar un pensamiento de mediano y largo plazo.
- ⇒ Minimizar riesgos.
- ⇒ Mejorar la capacidad de generar confianza pública.
- ⇒ Propiciar un enriquecimiento conceptual de marca.
- ⇒ Enganchar a la organización con tendencias modernas de pensamiento sociopolítico.
- ⇒ Establecer un marco gerencial basado en la sustentabilidad.
- ⇒ Tener una carta de legitimidad y reputación en un mercado global.

4

RIESGOS DE ELUDIR UN ENFOQUE DE R.S. EN LA GESTIÓN

Los riesgos que siempre han ocupado la mente de los economistas y empresarios ha sido los representados por la productividad y ganancia pero siempre desde un enfoque monetario, a partir de la medición de los impactos tanto positivos como negativos que las empresas y organizaciones tienen sobre el desarrollo no solo económico sino social y ambiental, se ha podido determinar tanto las ventajas y los riesgos de eludir un enfoque que integre todas las esferas que integran el contexto de la productividad económica. Estos riesgos se pueden considerar mas sustanciales y tangibles que los anteriormente descritos. Nos centraremos en dos, que desde el punto de vista de algunos teóricos serian los mas relevantes:

1. EL RIESGO DE EXCLUSIÓN: rápidamente las reglas de la economía se han venido redefiniendo. Pronto habrán dos economías conviviendo:

- ♦ Las economías modernas, que siguen las nuevas reglas,
- ♦ Y las economías marginales o marginadas , que se resisten a hacerlo.

Ya no será la economía de las grandes corporaciones versus pequeñas y medianas empresas, o sector social. **Moderna** significa las reglas de la nueva economía, bien tratándose del tipo de organización e independientemente del tamaño de su operación, igual será difícil insertarse en las modernas cadenas de valor en el inmediato futuro. Lo otro, será resignarse a ser un actor de segundo orden, con fases de crecimiento vegetativas o negativas, excluido de los grandes flujos financieros, de mercado, de tecnología y de gestión.

Estas reglas de la nueva economía tienen pocos componentes pero poco negociables a la vez: tecnología, conocimiento, estándares de gestión, , flexibilidad y confiabilidad. En este contexto, los estándares de gestión y la confiabilidad nos hablan de una organización gestionada con metido científico y con responsabilidad social, precisamente.

5

QUÉ NO ES RESPONSABILIDAD SOCIAL ESTRATÉGICA

LAS SIGUIENTES OPCIONES ESTRATÉGICAS PUEDEN CONSTITUIRSE NECESARIAS Y QUIZAS VALIDAS DENTRO DE LA DINÁMICA DE LA R.S, PERO NO REPRESENTAN EL VERDADERO SENTIDO DE ESTE ENFOQUE DE GESTIÓN INTEGRAL :

1. hacer donaciones.
2. Tener una fundación.
3. Acatar la ley.
4. Cumplir los convenios colectivos.
5. Sumarse a "causas" sociales,
6. Hacer marketing "social".
7. Practicar ciudadanía corporativa.
8. Ejercer mecenazgos.
9. Tener sellos o premios de responsabilidad social.
10. Producir balances sociales.

PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Una gestión socialmente responsable de las organizaciones debería estar enmarcada dentro de los siguientes principios éticos:

- ♦ El respeto a la dignidad de la persona.
- ♦ La responsabilidad legal.
- ♦ La autorregulación ética.
- ♦ La participación.
- ♦ La solidaridad.
- ♦ El desarrollo humano integral.

2

IMPLICACIONES DE LA R.S EN LAS ORGANIZACIONES

LAS ORGANIZACIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES GENERAN DESARROLLO Y SOSTENIBILIDAD EN LAS DIMENSIONES ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL. PARA ELLO SE DEBERÍAN ASUMIR LAS IMPLICACIONES QUE CONLLEVA UN ENFOQUE DE GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE:

- I. Convicción, como manifestación de la voluntariedad de asumir decisiones y acciones frente a las necesidades, intereses, satisfacciones y expectativas de todas las partes interesadas (stakeholders).
- II. Compromiso y responsabilidad con las consecuencias e impactos de sus acciones y decisiones.
- III. planificación de la gestión: la definición de políticas, estrategias, objetivos, metas y programas, alineados bajo criterios socialmente responsables.
- IV. Desarrollo de capacidades y habilidades para anticipar, responder y manejar temas y problemas relacionados con las expectativas y demandas sociales de las partes interesadas.
- V. Coherencia entre el esquema de valores, las decisiones y las acciones;
- VI. Aplicación de un enfoque por procesos, un resultado deseado se alcanza mas eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso;
- VII. Mejora continua que implica que las organizaciones deben guiar con sentido ético el constante mejoramiento de sus procesos en las dimensiones económica, social y ambiental.



3

2. el riesgo de costos: particularmente producto de la problemática ambiental que nos dejó el siglo y medio de industrialización y urbanización salvajes, los costos de los impactos organizacionales se están revirtiendo rápidamente del estado y la sociedad a las organizaciones, bajo la forma de tasas, penalizaciones o prohibiciones y cierres. El estado y la sociedad no estarán mas dispuestos a seguir cargando con el gran pasivo oculto de la productividad de las organizaciones: el ambiental, por ejemplo. De esta manera, las organizaciones mas competitivas serán aquellas que a tiempo, se hayan empezado a hacer cargo de sus impactos en el medio (social, ambiental, económico e institucional) y que en lugar de cargas, hayan descubierto en este ejercicio una fuente de recursos, ahorros operacionales significativos y fuentes sostenibles de posicionamiento de marca. Pero no se trata solamente de la cuestión ambiental. En el terreno social, de los derechos humanos, culturales, económicos y políticos, si que hay terreno por recorrer, excepto que se quiera pagar un altísimo coste de reputación o, incluso, la cancelación de operaciones como ya se ha venido observando, aún con multinacionales de primer nivel.

EN CONCLUSIÓN ... ¿QUÉ ENTENDEMOS POR RESPONSABILIDAD SOCIAL?...

LAS ORGANIZACIONES SON MUCHO MAS QUE ACTORES ECONOMICOS

LAS ORGANIZACIONES SON EJES DE RELACIONES

LAS ORGANIZACIONES DEBEN ASUMIR SUS IMPACTOS Y RETRIBUIR LAS BENEFICIOS



6

Anexo K. Folleto De Responsabilidad Social Para Administrativos

El enfoque participativo-estratégico de la empresa moderna

Los términos "participación" y "estrategia" han experimentado una metamorfosis en cuanto a su concepción desde su introducción en terreno de las empresas, demandando cada vez una mayor fusión entre ambos en los procesos de gestión en general y en particular de la formación de Recursos Humanos en las empresas modernas.

El enfoque participativo-estratégico en la gestión en las empresas modernas constituye una nueva filosofía de gestión proactiva, con la amplia implicación y compromiso de los todos los actores sociales de dichas empresas, sobre la base del conocimiento y aprovechamiento de las ventajas internas y externas para contrarrestar las desventajas, propiciando el establecimiento de objetivos retadores y realistas, apoyándose en herramientas que faciliten la adaptabilidad frente a los cambios constantes.

Dicho enfoque, en su especificidad en los procesos de gestión de la formación de los Recursos Humanos RR-HH en el ámbito de las empresas modernas, implica repensar la forma cómo en ellas se ha concebido e implementado la participación en la estrategia, propiciando la búsqueda participativa de mejores alternativas que garanticen la satisfacción de las necesidades formativas que permitan mejor



**ENEBE REPRESENTACIONES S.A.
UNA EMPRESA SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

posicionamiento de dichas empresas, accediendo, además, a que estas no solo continúen insertadas, sino también competitivas en un entorno inseguro y dinámico.

POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DESDE EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GERENCIA ADMINISTRATIVA

GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA

BOGOTÁ D.C.

2010-2011

Con el apoyo de:



**ENEBE REPRESENTACIONES S.A.
POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

CONSTRUYENDO ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN Y CONCERTACIÓN

ENEBE REPRESENTACIONES S.A

PRINCIPIOS CLAVES EN EL PROCESO HACIA UNA GESTIÓN CON ENFOQUE SOCIALMENTE RESPONSABLE



**GERENCIA ADMINISTRATIVA
GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA**

BOGOTÁ D.C.

2010-2011

Enfoque de Responsabilidad Social, un enfoque incluyente

Desde el Enfoque de Responsabilidad Social la organización ha definido unos grupos de interés que serán los objetos de nuestra gestión social, uno de estos y el mas cercano a la empresa es el conformado por los **EMPLEADOS**.

En la gestión tiene tanto peso los **qué** (la tarea, el resultado) como los **cómo** (la forma, el proceso).

Un primer cómo, sumamente importante, es la **Participación**, pero no ya por razones genéricas y "filosóficas" como algunos pensarían. Por razones estrictamente pragmáticas. Es que, si se trata de examinar procesos, quien mas conoce de ello es quien los opera en el día a día.

Por lo anterior es determinante la participación de los empleados en el proceso que se desarrollara, donde ellos son actores claves para las propuestas y procesos de gestión. Es necesario, que este grupo tenga una visión multifuncional y multidisciplinaria:

ⓐ Multifuncional, en el sentido de que conviene que cada macroproceso sea analizado, no sólo por el o los dueños del proceso, sino por otras miradas de la organización para asegurar una visión integral.

ⓑ Y multidisciplinario, por cuanto el dueño del proceso lo conoce, pero pueden faltarle otras perspectivas disciplinarias.

Una bien seleccionada red de actores claves de los procesos organizacionales será el soporte, no solo en la etapa de diagnóstico, sino en las fases posteriores de formulación, implementación y monitoreo de las acciones y proyectos.

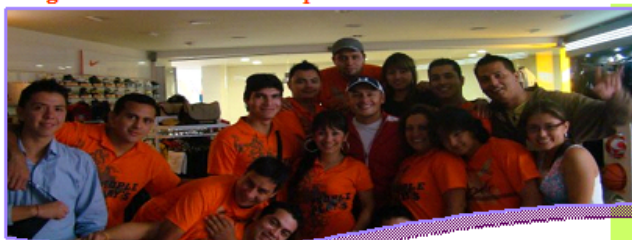
De esta manera, por lo menos en la fase de implementación en la organización, la responsabilidad social se debe convertir en una disciplina de diálogo muy ampliamente practicada en la organización.

Es esta la mejor manera de hacer que la Responsabilidad social de la empresa se convierta en tarea de todos, con el consecuente impacto en la cultura de la organización.

El éxito y la clave de estos ejercicios, radica en que los participantes hablan de lo que saben, conocen y viven; y de aquí se deriva otra ganancia: las personas rápidamente encuentran que estos ejercicios les resulta reconfortante y generador de nuevos significados en su trabajo diario. Es un ejercicio refrescante, generador de nuevas palancas, mas profundas, de motivación personal y profesional.

De esta manera, no solo la satisfacción en el trabajo, sino la misma cultura de la organización, empiezan a experimentar un proceso de fortalecimiento que, de por si, se constituye en la primera ganancia temprana y valiosa del proceso.

"la participación de los empleados, insumo invaluable de las organizaciones es determinante en el verdadero ejercicio de la gestión socialmente responsable"



Al igual que se requiere construir espacios de participación al interior, es altamente deseable y determinante que la organización construya espacios de diálogo y de concertación con sus partes interesadas, en este caso, a nivel interno con los empleados; y gestione de una manera estructurada, sistemática, documentada y accesible.

De esto respecta en parte la responsabilidad social, en lograr diálogos y consensos con las personas que integran la organización, con miras a lograr el bien común de toda la empresa.

En materia laboral, lo dicho supone que cualquier medida socialmente responsable, para merecer ese calificativo, ha de ser adoptada y puesta en práctica en el marco de un proceso de diálogo con los trabajadores y no de forma vertical. Los de RSE y participación de los trabajadores son conceptos que se reclaman mutuamente.



Las personas constituyen la unidad básica para la estructura y funcionamiento de las organizaciones laborales y la adecuada Administración de tales recursos humanos se vincula estrechamente con el éxito

"Conocer su empresa, su cultura y su lenguaje... Es el curso para alcanzar el éxito administrativo"

Anexo L. Folleto De Responsabilidad Social Para El Personal

El enfoque participativo-estratégico de la empresa moderna

Los términos "participación" y "estrategia" han experimentado una metamorfosis en cuanto a su concepción desde su introducción en terreno de las empresas, demandando cada vez una mayor fusión entre ambos en los procesos de gestión en general y en particular de la formación de Recursos Humanos en las empresas modernas.

El enfoque participativo-estratégico en la gestión en las empresas modernas constituye una nueva filosofía de gestión proactiva, con la amplia implicación y compromiso de los todos los actores sociales de dichas empresas, sobre la base del conocimiento y aprovechamiento de las ventajas internas y externas para contrarrestar las desventajas, propiciando el establecimiento de objetivos retadores y realistas, apoyándose en herramientas que faciliten la adaptabilidad frente a los cambios constantes.

Dicho enfoque, en su especificidad en los procesos de gestión de la formación de los Recursos Humanos RR-HH en el ámbito de las empresas modernas, implica repensar la forma cómo en ellas se ha concebido e implementado la participación en la estrategia, propiciando la búsqueda participativa de mejores alternativas que garanticen la satisfacción de las necesidades formativas que permitan mejor



**ENEBE REPRESENTACIONES S.A.
UNA EMPRESA SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

posicionamiento de dichas empresas, accediendo, además, a que estas no solo continúen insertadas, sino también competitivas en un entorno inseguro y dinámico.

POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DESDE EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GERENCIA ADMINISTRATIVA

GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA

BOGOTÁ D.C.

2010-2011

Con el apoyo de:



ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

CONSTRUYENDO ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN Y CONCERTACIÓN

ENEBE REPRESENTACIONES S.A

PRINCIPIOS CLAVES EN EL PROCESO HACIA UNA GESTIÓN CON ENFOQUE SOCIALMENTE RESPONSABLE



GERENCIA ADMINISTRATIVA

GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA

BOGOTÁ D.C.

2010-2011

Enfoque de Responsabilidad Social, un enfoque incluyente



Ventajas del Enfoque Participativo

- los participantes aportan desde sus vivencias y saberes insumos invaluable.
- Fortalece los compromisos con la organización y agrega nuevos significados en el trabajo diario.
- Incentiva la motivación personal y profesional.

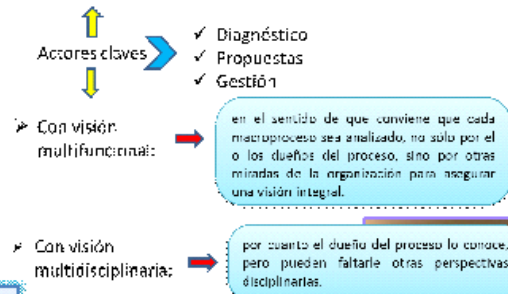


Las personas constituyen la unidad básica para la estructura y funcionamiento de las organizaciones laborales y la adecuada Administración de tales recursos humanos se vincula estrechamente con el éxito

LA PARTICIPACIÓN → Desde las razones estrictamente pragmáticas se hace un proceso relevante: «Si se trata de examinar procesos, quien más conoce de ellos, es quien los opera en el día a día»

CONCERTACIÓN → Construcción de espacios de diálogo a nivel interno, de forma estructurada, objetiva, sistemática, documentada y accesible.

E.R.S. PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS EMPLEADOS



De esta manera la R.S. de la organización se convierte en una tarea de todos, con el consecuente impacto en la cultura de la organización.

FIN → **CONSTRUIR UNA EFICIENTE RED DE ACTORES CLAVES QUE REFUERZEN Y SUSTENTEN LOS PROCESOS ORGANIZACIONALES**

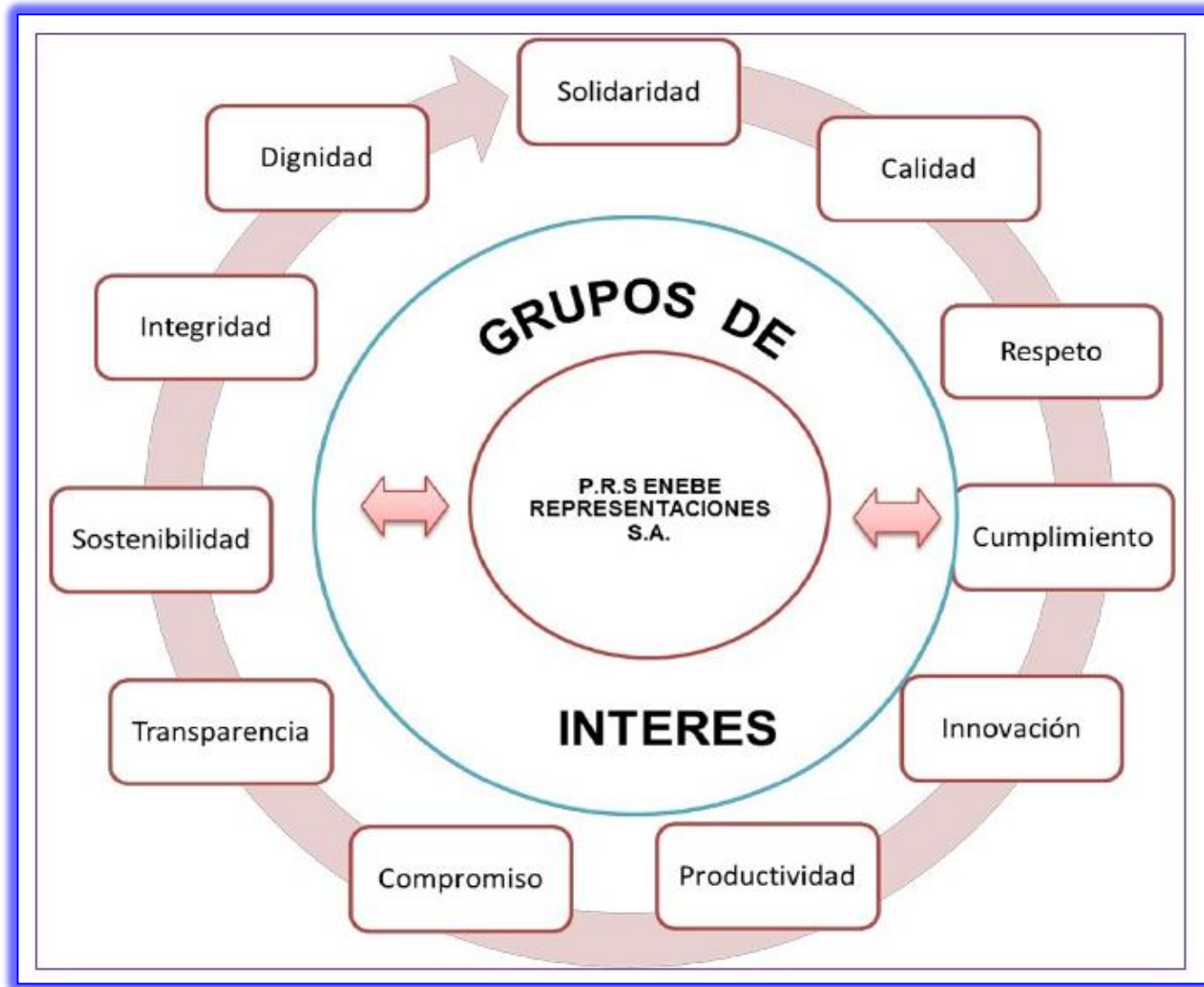


E.R.S. → Lograr diálogos y consensos que integren la organización → **META** → **LOGRAR EL VERDADERO DESARROLLO DE TODA LA EMPRESA**

En materia laboral, lo dicho supone que cualquier medida socialmente responsable, para merecer ese calificativo, ha de ser adoptada y puesta en práctica en el marco de un proceso de diálogo con los trabajadores y no de forma vertical. Los de RSE y participación de los trabajadores son conceptos que se reclaman mutuamente.

“Conocer su empresa, su cultura y su lenguaje... Es el curso para alcanzar el éxito administrativo”

Anexo M. Esquema de Valores ENEBE Representaciones S.A.



Anexo N. Grupos de Interés De ENEBE Representaciones S.A.



Propietarios, accionistas junta directivas, socios administrativos.

Fortalecer la sostenibilidad de la empresa mediante un proceso de Gestión íntegro, ético, responsable y transparente.

Consolidar rentabilidad y productividad con enfoque sostenible desde un marco de acción confiable, segura, transparente y de liderazgo participativo.



Trabajadores sus familias y sus organizaciones.

Proporcionar un contexto físico, psicológico y laboral agradable, seguro, sano y beneficioso para laborar.

Propiciar espacios y relaciones laborales enmarcadas en la solidaridad, dignidad, compromiso, confianza, respeto y participación.



Clientes y organizaciones

Propender por la satisfacción de nuestros clientes, mediante productos de calidad y atención digna y respetuosa.



Comunidades de influencia, sociedad y estado.

Apoyar los procesos que contribuyen al desarrollo económico, social y ambiental de nuestras comunidades, y de la sociedad Colombiana.

Respetar y apoyar el pleno ejercicio de los Derechos Humanos.

Participar en el fortalecimiento del estado social de derecho, a través del acatamiento de las normas y leyes vigentes que se ajustan a nuestras labores empresariales y del respaldo a las instituciones que lo integran.

GRUPOS DE INTERÉS

Anexo O. Carta Postulación Adhesión Al Pacto Global De La ONU



ENEBE
REPRESENTACIONES S.A.
NIT. 800.229.885-8

Bogota D.C. Marzo 15 de 2011

H.E. Ban Ki-moon
Secretario General
Naciones Unidas
New York, NY 10017
USA

Estimado Sr. Secretario General,

Me complace comunicarle que Enebe Representaciones S.A. Apoya los diez principios el Pacto Mundial referente a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción. Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de apoyar y desarrollar esos principios dentro de nuestra esfera de influencia. Nos comprometemos a hacer del Pacto Mundial y sus principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestra compañía, así como en involucramos en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Enebe Representaciones S.A. comunicará claramente este compromiso a nuestras partes interesadas y al público en general.

Reconocemos que un requisito clave para participar en el Pacto Mundial es el envío anual de una Comunicación sobre el Progreso (CoP) que describe los esfuerzos de nuestra compañía para implementar los diez principios. Apoyamos la transparencia y la rendición de cuentas, y por lo tanto nos comprometemos a reportar el progreso de aquí a un año de haber ingresado al Pacto Mundial, y anualmente desde entonces, como lo indica la política de CoP del Pacto Mundial.

Atentamente,

NB

REPRESENTACIONES S.A.

BENIGNO BELTRAN ALVAREZ
Gerente General
Representante Legal

Anexo P. Certificado De La P.G.I.S.R. ENEBE Representaciones S.A.



A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS Y
EL RESPETO POR LOS DERECHOS
HUMANOS




ENEBE REPRESENTACIONES S.A.

CERTIFICA

Su compromiso organizacional frente al desarrollo sostenible, social y económico de sus trabajadores, sus clientes, las comunidades donde está presente y de la sociedad colombiana en general.

Desde su gestión se hace responsable de los impactos sobre los seres humanos y el medio ambiente que la rodea, sustentando desde su **Política De Gestión Integral Socialmente Responsable** el interés por asumir acciones que contribuyan al sostenimiento de la humanidad.

Bogotá D.C., Colombia, 2011.


BENIGNO BELTRÁN ALVAREZ
Gerente General
ENEBE Representaciones S.A.

Anexo Q. Evaluación Profesional De Práctica Por Parte De La Empresa



ENEBE REPRESENTACIONES S.A.



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Trabajo Social

EVALUACIÓN PROFESIONAL DE PRÁCTICAS

A continuación Ud. Encontrará un cuestionario que le permitirá evaluar al estudiante en prácticas en tres dimensiones, habilidades para su desempeño, manejo personal de actitudes y aplicación de sus conocimientos.

Agradezco muy especialmente su objetividad para las respuestas y sus amables sugerencias de mejoramiento al final del mismo.

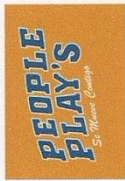
Nombre del estudiante: Myrian Maritza Meneses Acelas

Empresa: ENEBE Representaciones S.A

Fecha: 7 de Febrero del 2011

Persona que evalúa: Pedro Antonio Lobo Beltrán.

Cargo en la organización: Gerente Administrativo.

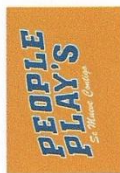


ENEBE REPRESENTACIONES S.A.



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Trabajo Social

Características	Factores	Excelente en su desempeño	Muy bien y puede mejorar	Trata de hacerlo	Tiene dificultad para lograrlo	Le falta vocación para el desempeño
HABILIDADES EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL	Para exponer sus propuestas de planeación	✓				
	Para comunicar a otros niveles su planeación	✓				
	Para desarrollar los procesos planeados	✓				
	Para coordinar equipos de trabajo	✓				
	Para solucionar problemas operativos	✓				
	Para orientar y dirigir reuniones	✓				
	Para administrar recursos	✓				
	Para informar y socializar resultados	✓				
	Para la toma de decisiones	✓				
	Para "vender" propuestas	✓				



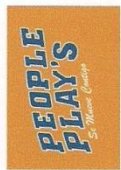
ENEBE REPRESENTACIONES S.A.



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Trabajo Social

Características	Factores	Excelente en su desempeño	Muy bien y puede mejorar	Trata de hacerlo	Tiene dificultad para lograrlo	Le falta vocación para el desempeño
CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS PARA	Orientar a colaboradores y subalternos	✓				
	Asumir riesgos y nuevos compromisos	✓				
	Interpretar y reorientar operaciones complejas					
	Generar e interpretar informes	✓				
	Convertir sugerencias en planes concretos	✓				
	Generar acciones de mejoramiento en procesos	✓				
	Convertir su planeación en acciones realizables	✓				

26



ENEBE REPRESENTACIONES S.A.



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Trabajo Social

Características	Factores	Excelente en su desempeño	Muy bien y puede mejorar	Trata de hacerlo	Tiene dificultad para lograrlo	Le falta vocación para el desempeño
ACTITUDES PERSONALES	Para tomar decisiones sin consultar y actuar					
	Proponer nuevos procedimientos	✓				
	Para adquirir nuevos conocimientos y aprender	✓				
	Para relacionarse profesionalmente con compañeros y personal subalterno	✓				
	Para proyectarse como profesional con los colaboradores	✓				
	Para proyectarse como profesional con los colaboradores					



ENEBE REPRESENTACIONES S.A.



	Interpretar procesos administrativos y gerenciales de la empresa	✓				
--	--	---	--	--	--	--

Comentarios adicionales a la evaluación:

En la pregunta "Para tomar decisiones sin consultar y actuar" Debo aclarar que siempre la Practicante consulto las diferentes Decisiones y fueron debidas para su aprobación o no.

Cordialmente,

P e r o →

Evaluador
 Pedro Antonio Debo B.
 Gerente Adm.

Anexo R. Certificado De Práctica Por Parte De La Empresa



ENEBE REPRESENTACIONES S.A.



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Trabajo Social

CERTIFICACIÓN

Yo, **Pedro Antonio Lobo Beltrán**, como representante de la empresa ENEBE Representaciones S.A y cuyo cargo es gerente administrativo; cómo jefe inmediato de la practicante **Myrian Maritza Meneses Acelas**. Certifico que la estudiante de trabajo social de la Universidad Industrial De Santander, se desempeñó de manera eficiente, desde el día 04 de octubre de 2010 hasta el 11 de febrero del año en curso.

Se expide a solicitud del interesado el día 7 de febrero de 2011.

Cordialmente,

PEDRO ANTONIO LOBO BELTRÁN
Gerente administrativo
ENEBE Representaciones S.A

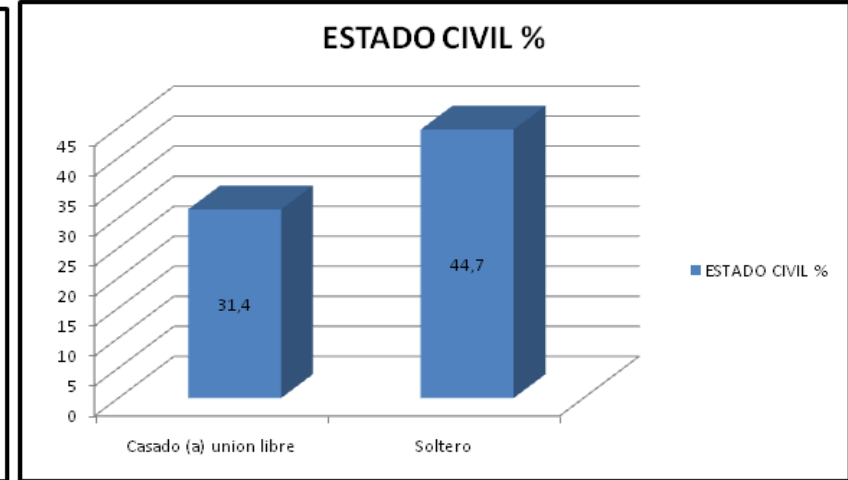
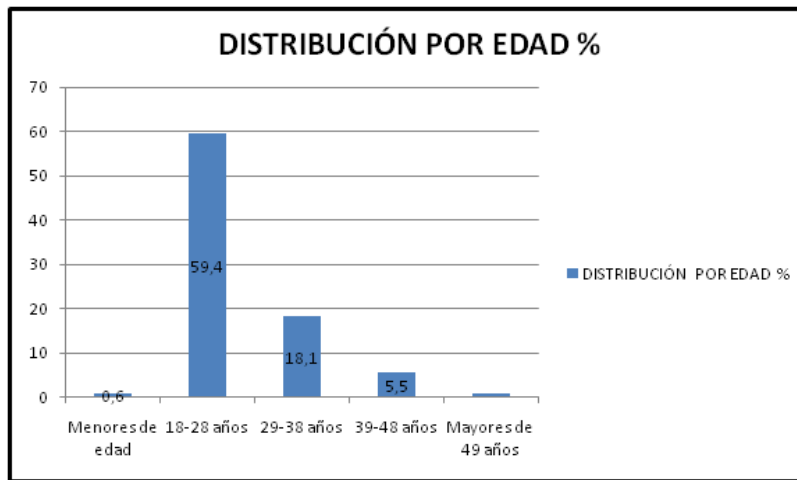
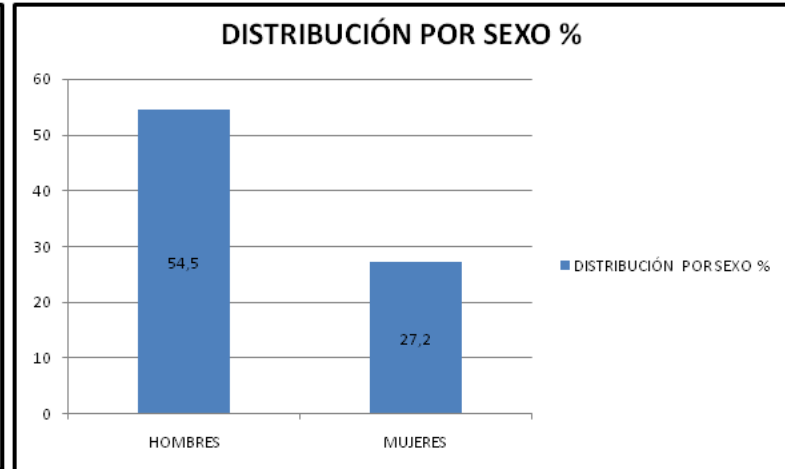
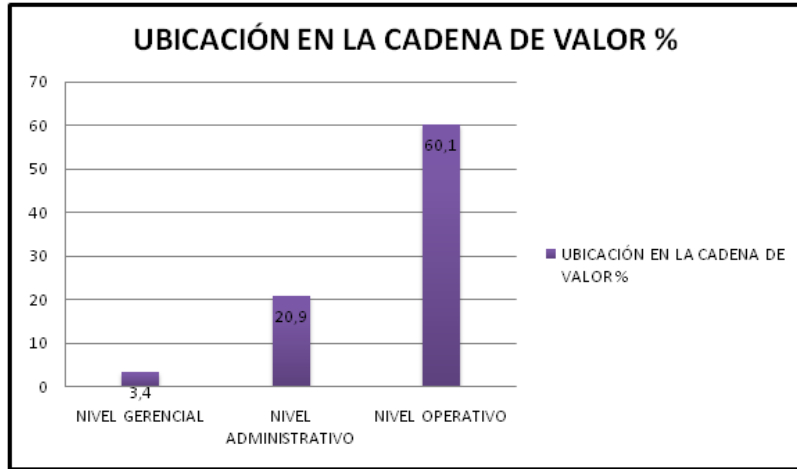
Anexo S. Material Fotográfico Actividades Realizadas

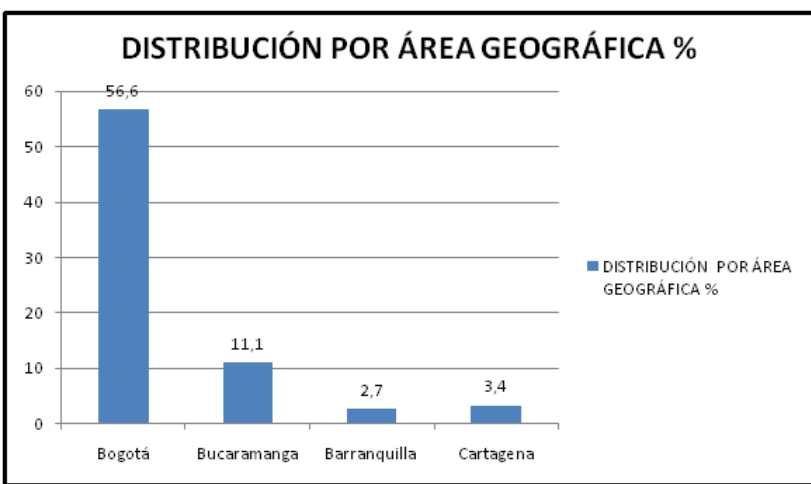
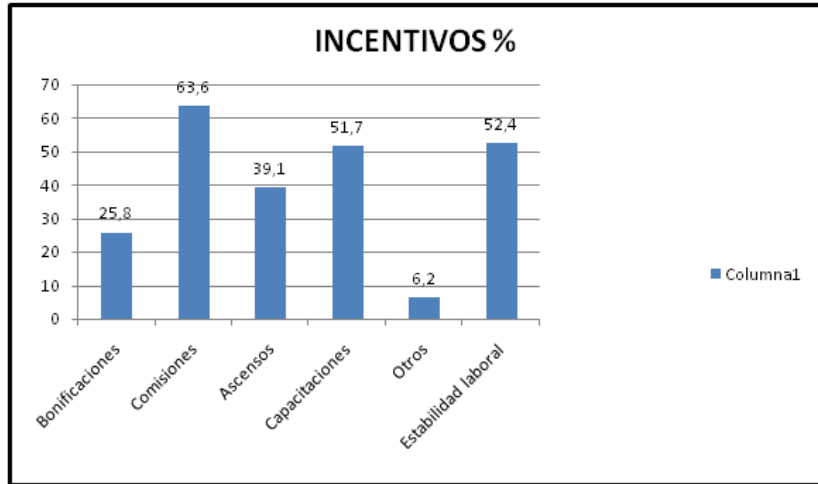
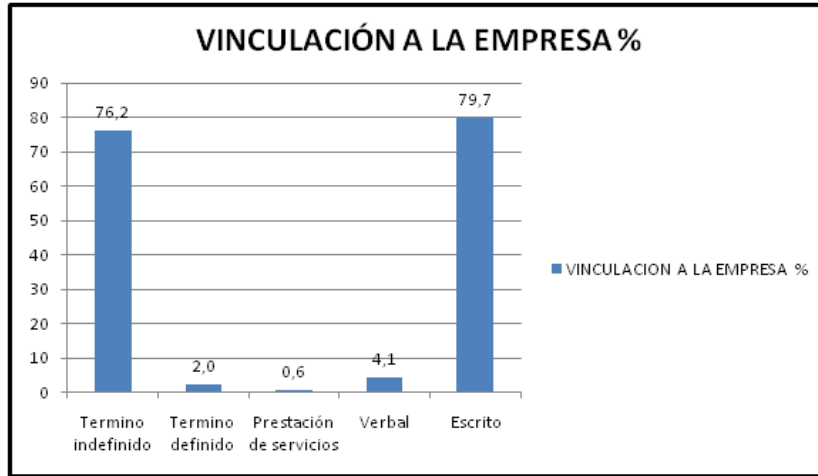


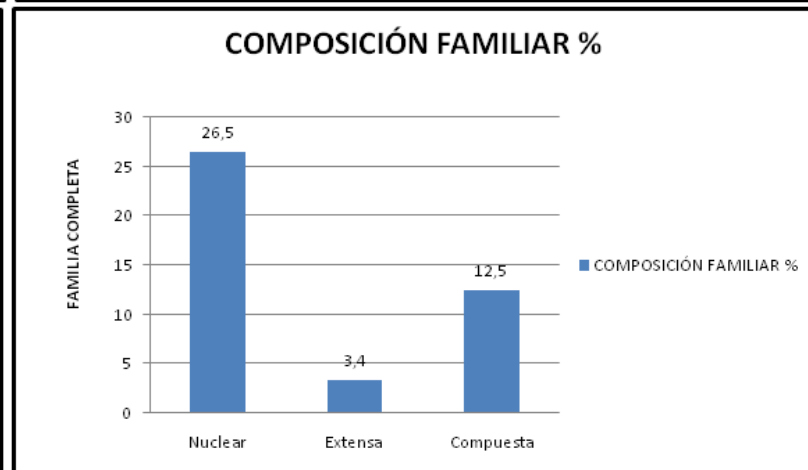
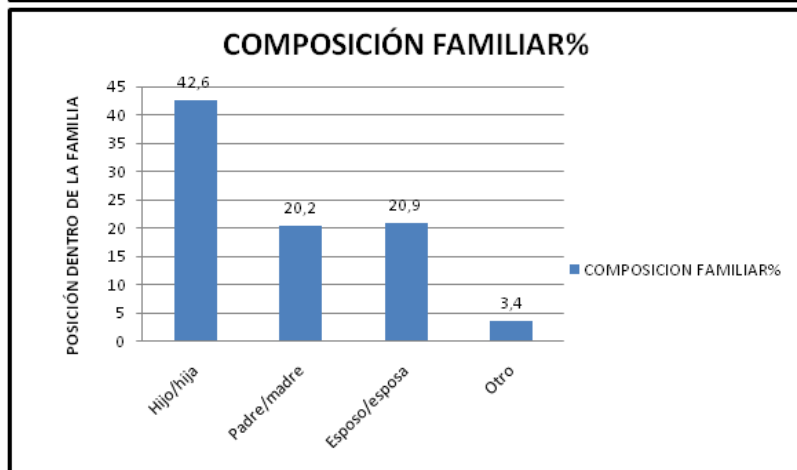
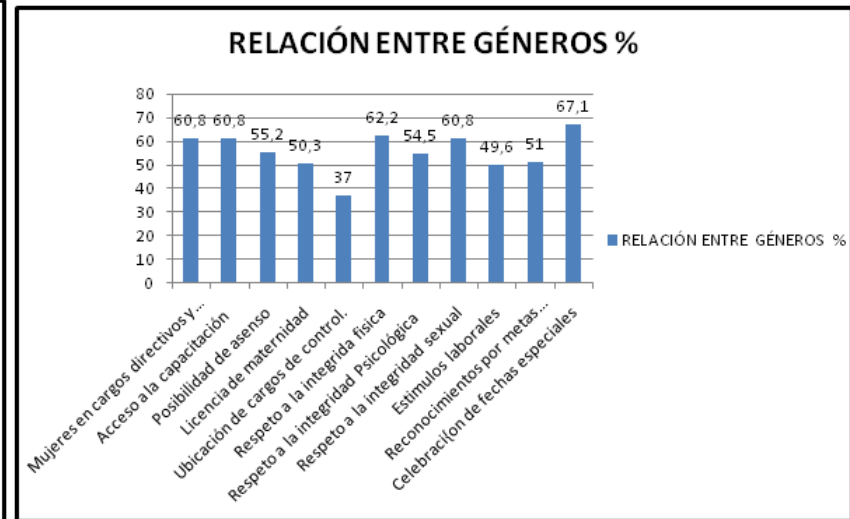
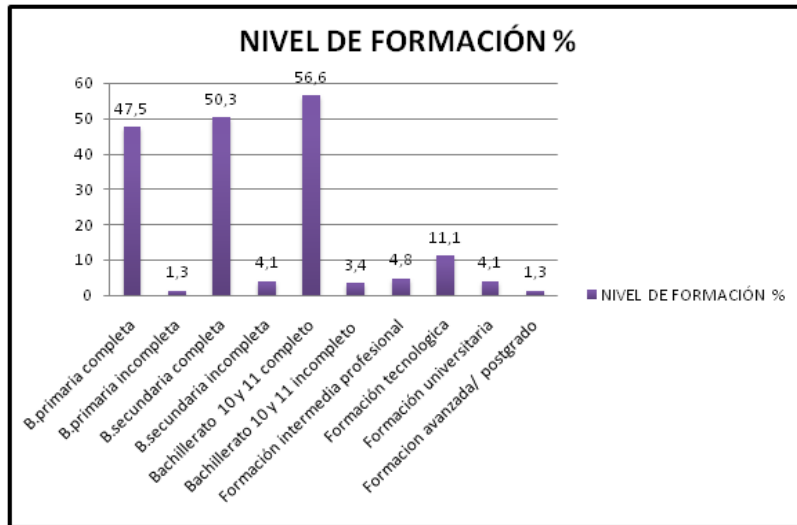


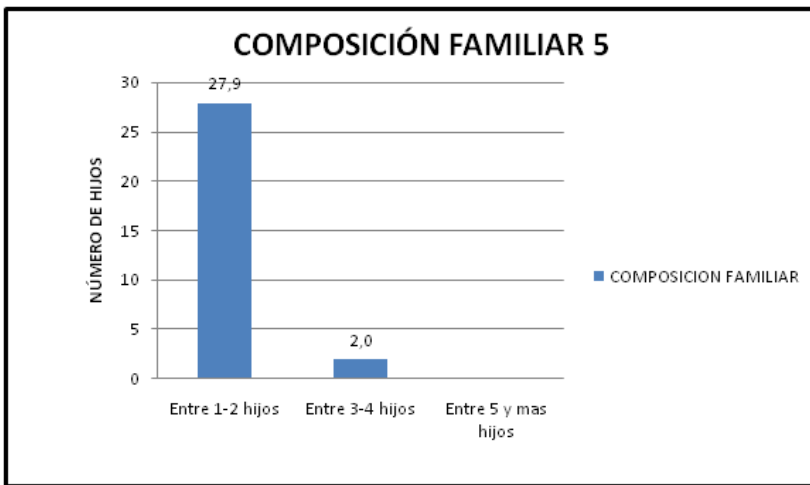
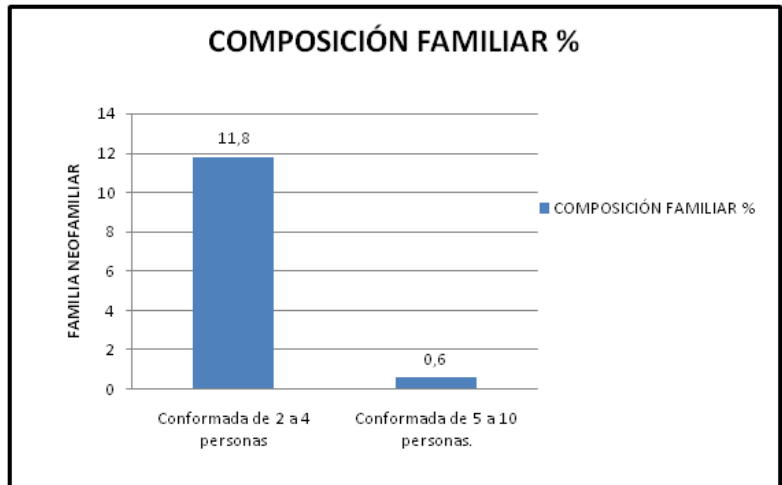
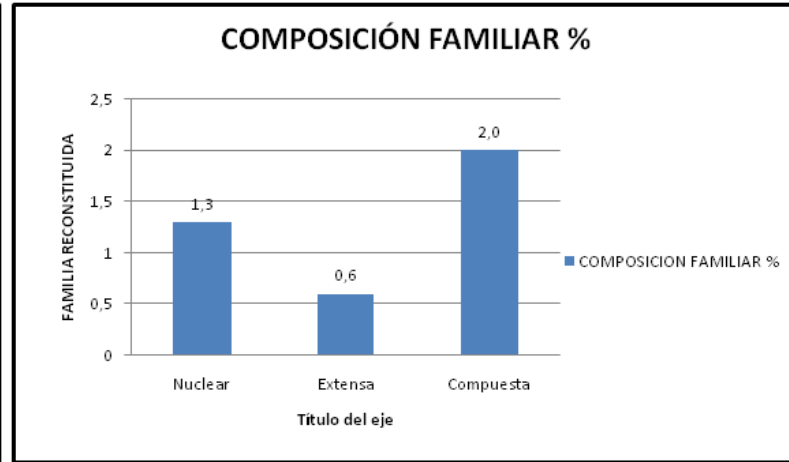
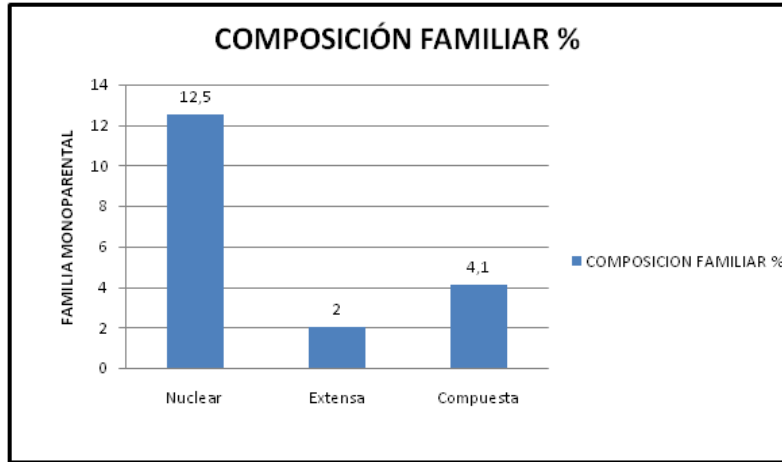


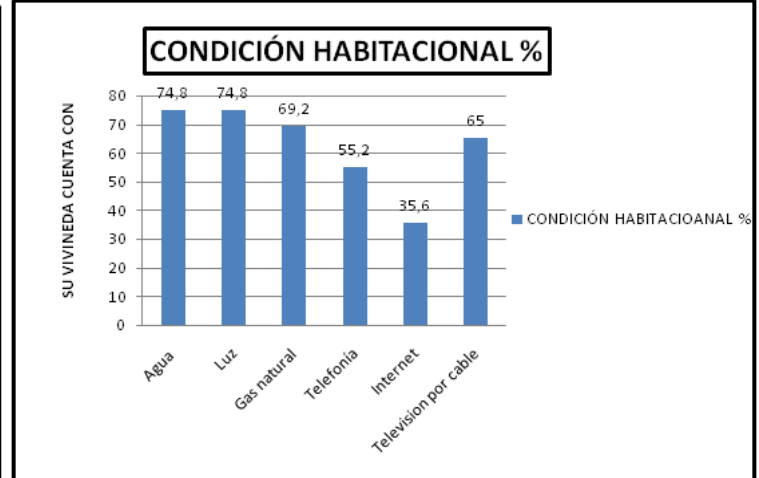
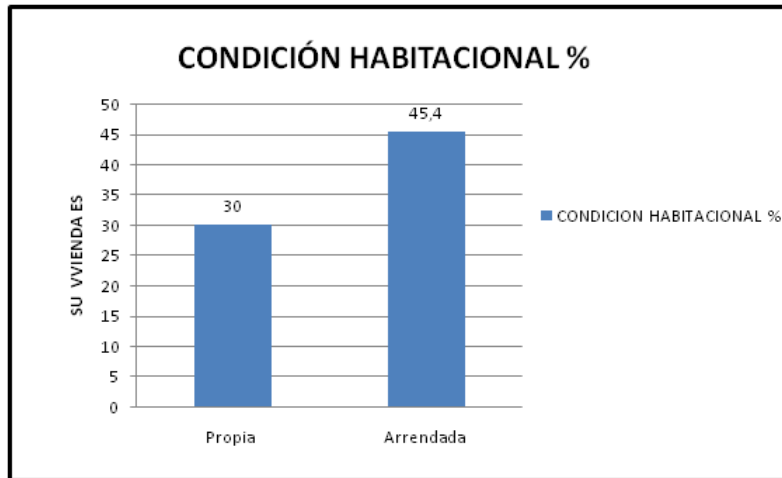
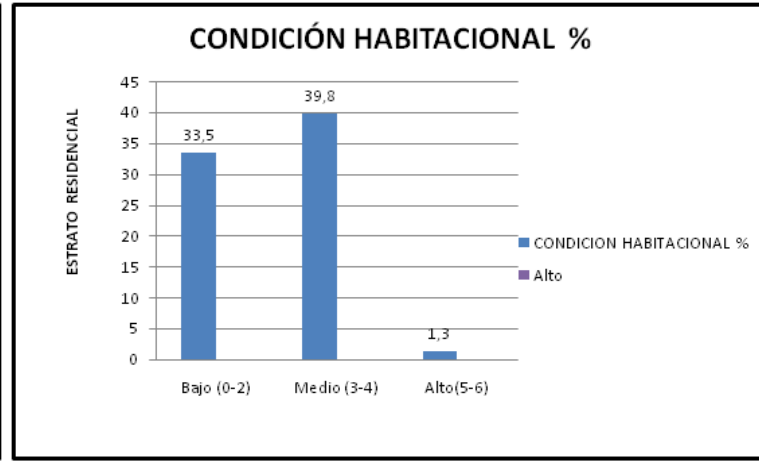
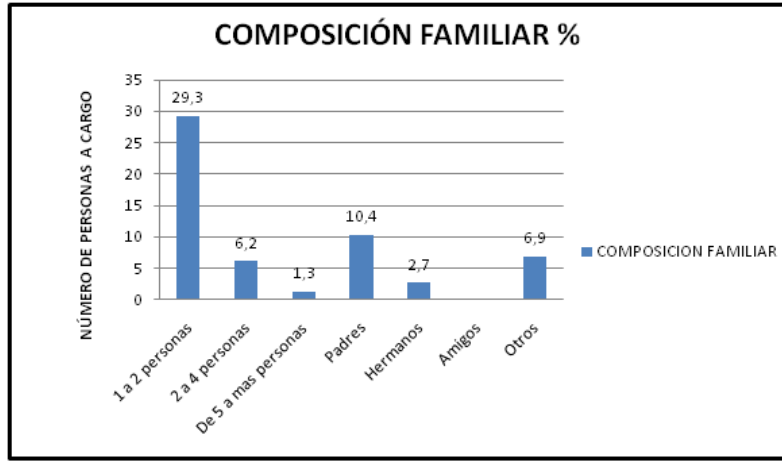
Anexo T: Gráficas estudio socio-demográfico ENEBE Representaciones S.A.



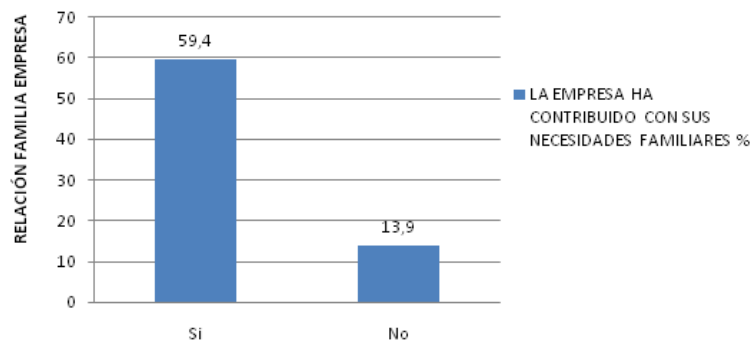




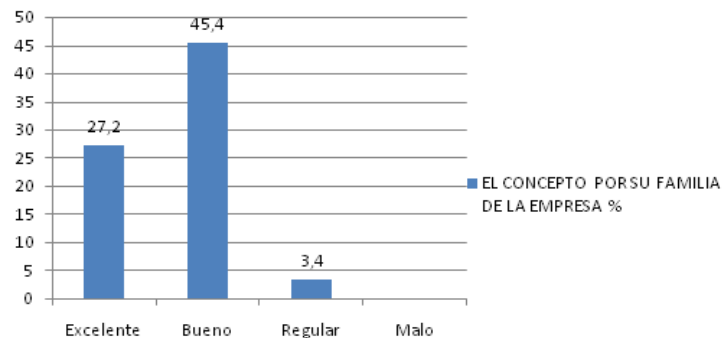




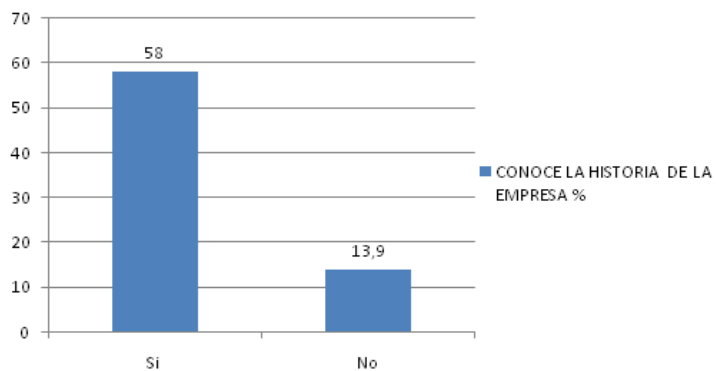
LA EMPRESA HA CONTRIBUIDO CON SUS NECESIDADES FAMILIARES %



EL CONCEPTO DE SU FAMILIA POR LA EMPRESA %



CONOCE LA HISTORIA DE LA EMPRESA %



CONOCE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA A NIVEL NACIONAL %

