

La implementación de la responsabilidad social ambiental en la organización.

Retos y beneficios

Caso: Acabados y Terminados Cuero y Tela

Valentina Montoya Román

vmontoyar@unbosque.edu.co

María Fernanda Uribe Ortiz

muribeo@unbosque.edu.co

Universidad el bosque

Administración de empresas

2019

RESUMEN

Con el presente artículo se pretende dar a conocer los retos y los beneficios que tiene la implementación de la responsabilidad social empresarial y ambiental en el sector mobiliario. Para poder ver las ventajas y desventajas de esta temática más a fondo, se realizará una implementación en la compañía Acabados y Terminados Cuero & Tela, la cual pretende desarrollar en el mediano plazo la implementación de la RSE&A para así obtener un reconocimiento de sello verde en sus productos.

Es por ello que se busca generar una actividad donde esta compañía puede beneficiarse con la implementación de la responsabilidad social empresarial y ambiental y de esta manera generar una experiencia para otras empresas del mismo sector que pretendan también hacer la implementación del plan, para tener entonces una base para el desarrollo de esta. Es importante que en la actualidad la mayoría de las empresas busquen tener procesos más amigables con el medio ambiente no solo por el reconocimiento que esto conlleva, sino también porque si se desarrolla adecuadamente se podrán mejorar los rendimientos económicos de la empresa.

ABSTRACT

This article means to raise awareness of challenges and benefits of implementation of corporate social and environmental responsibility in the furniture sector. To be able to see the advantages and disadvantages of this subjects been more depth, implementation will be carried out in the company Acabados y Terminados Cuero & Tela, which intends to develop in the medium term the implementation of CSR & A in order to obtain a green seal recognition in their products.

This is looking for activity where this company could be benefit from the implementation of corporate and environmental social responsibility and generate an experience for other companies in the same sector also intend to make the implementation of the plan, then have structure for the development of this. It is important that at present most companies will search to have more environmentally friendly processes not only for recognition that this entails but also if it is developed properly, the economic returns of the company can be improved.

PALABRAS CLAVE:

Responsabilidad social; ambiente; empresas; sector mobiliario; sello verde.

INTRODUCCIÓN

Este artículo tiene como objetivo incentivar a las empresas a la toma de conciencia acerca de la importancia del desarrollo de programas de responsabilidad social empresarial que impacten tanto el proceso productivo como el medio ambiente de manera positiva, para ello tendremos como ejemplo el caso en la empresa ACABADOS Y TERMINADOS CUERO & TELA, con el fin de dar a conocer actividades económicas que vayan de la mano con el medio ambiente para mejorar las condiciones y calidad de vida en la sociedad.

La responsabilidad social se basa en satisfacer las necesidades de una compañía o sociedad sin dejar de lado el bienestar económico de la misma. Esto toma relevancia al observar que los índices de contaminación ambiental según el Ministerio de Ambiente son bastante altos (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2018), la reutilización que se le está dando a las llantas actualmente se basa en la generación de energía pero por su transformación esta “actividad que genera impactos ambientales y de salud pública relacionados con las emisiones de COV’s³ y HAP’s⁴, contaminantes carcinogénicos y mutagénicos, y otros que causan afecciones al sistema respiratorio y circulatorio” (Ambiente, 2005), es por ello que es de gran importancia observar el comportamiento de la empresa mencionada anteriormente frente a esta temática, debido a que no lo implementa; es decir, que la empresa Acabados y Terminados Cuero y Tela debe tratar de mitigar el impacto ambiental con el fin de no generar daños irreparables tanto en santuarios como en los bosques del Amazonas y el tapón del Darién ya que de allí proviene la mayoría de madera que demanda el país, teniendo en cuenta

que “se ha incurrido en ilegalidades para sustentar la demanda interna de madera, pues el país no tiene una industria forestal rentable y sostenible.” (Calle & Florez, 2018) Como en las mismas comunidades a las cuales van dirigidos sus productos.

En ese orden de ideas este artículo pretende dar a conocer a la empresa Acabados y Terminados Cuero & Tela cómo sus procesos productivos están afectando el medio ambiente y qué medidas se pueden llevar a cabo para mitigarlo. Para que así se puedan generar nuevas estrategias basadas en el cuidado ambiental y la sostenibilidad ya que de esta manera por medio del presente artículo se lograría dejar a las empresas del sector mobiliario un precedente el cual les ayude a mejorar los procesos productivos y su compromiso frente a la responsabilidad social empresarial.

MÉTODO

Metodología

En la implementación del plan elaborado a la empresa Acabados y Terminados Cuero & Tela la cual está ubicada en la ciudad de Bogotá, se desarrollara una metodología de tipo mixto (cualitativa y cuantitativa) con diseño descriptivo, con el fin de poder reconocer los retos y beneficios que se presentan con la implementación de la RSE&A en la organización, de esta manera se podrán medir los impactos y el alcance y así mismo observar como en las diferentes situaciones que tiene la empresa esta se verá beneficiada.

Se tiene entonces que la investigación es de tipo cualitativa, debido o a que se analizan las situaciones reales tanto de la compañía como del mercado en general y se observa como la responsabilidad social empresarial y ambiental juega un papel importante a la hora de implementarla.

Se realizaron diversas visitas a la compañía en las cuales se llevaron a cabo encuestas a los colaboradores y en donde se pudo también hablar con el gerente de la compañía acerca de la RSE&A. Con la entrevista aplicada en la investigación la cual está definida según Sierra (Sierra, 1995) como “una conversación que establecen un interrogador y un interrogado para un propósito expreso. (...) una forma de comunicación interpersonal orientada a la obtención de información sobre un objetivo definido”.

Para recolectar la información para el artículo en la implementación de la metodología mixta encontramos que para la sección cualitativa se llevaron a cabo entrevistas y diarios de campo mientras que para corroborar la información de manera cuantitativa se realizaron encuestas con su debida tabulación.

Para dar inicio a la investigación y poder recopilar información con el fin de realizar el artículo se solicitó una cita con el gerente de la empresa Acabados y Terminados Cuero & Tela, la cita fue pedida el día 25 de agosto de 2019 y fue dada para el día 5 de septiembre de 2019 a las 2:00pm. La visita inicio con una presentación como estudiantes de administración de empresas de la Universidad El Bosque, las cuales estaban realizando un proyecto que tenía que ver con la responsabilidad social empresarial ambiental en la industria del sector mobiliario, por ello para la metodología de la visita se tenía preparada una serie de preguntas con el fin de que el señor Luis Fernando Uribe permitiera observar y analizar el conocimiento que tenía al respecto, como resultado de lo anterior se pudo observar que si existía un breve conocimiento previo frente a la responsabilidad social pero que aún no era implementada en la compañía. Seguido a esto se solicitamos un recorrido por la planta de producción con el fin de analizar las prácticas de la compañía y así poder analizar objetivamente los materiales usados y si nuestra idea que íbamos a presentar era realmente la indicada.

Luego del recorrido se solicitó realizar una encuesta de manera interna para poder así determinar el nivel de conocimiento con el cual contaban los colaboradores acerca de la temática abordada, para ello se tomó aproximadamente 10 minutos puesto que la encuesta está disponible en línea y cada uno accedió a ella desde sus dispositivos móviles. Al realizar un análisis rápido de sus respuestas notamos que ellos no tenían mayor conocimiento al respecto por lo cual se pidió el espacio para hablar de la importancia que tiene que ellos sean parte de las referencias de la responsabilidad social, a la cual en el momento exacto nos lo negaron, pero se generó la oportunidad de crear el espacio en una segunda visita.

Con lo observado se analizó y retroalimentó lo visto en el recorrido durante el tiempo que se permitió dentro de la compañía, de igual manera se planteó incorporar materiales de difícil

reutilización en Colombia en sus muebles, por lo cual se llegó a la conclusión de realizar una prueba piloto en la cual este incluída una encuesta de percepción para los clientes y un tiempo para ofrecer la nueva línea ecológica la cual tendría como producto principal “puf con llantas”. Este proyecto tendría impacto directamente en tres variables de la compañía los cuales son:

1. PRODUCTIVIDAD Y MEJORA DE LOS PROCESOS: en este aspecto minimizaríamos un poco los costos ya que en Bogotá los cementerios de llantas regalan estos neumáticos con el fin de reducir el volumen de las mismas, como tal la línea de producción nos manifestaba en la visita que se mantendrían iguales ya que están acostumbrados a trabajar con diferentes formas.

2. IMPACTO SOCIAL, COMO IMPACTA:

Una de las características más importantes de las actividades de reciclaje es que coadyuvan a controlar una externalidad negativa derivada de la contaminación o congestión de los espacios destinados a la disposición final de residuos sólidos. Así las cosas, estas actividades reportan efectos externos positivos que resultan altamente valorados por la sociedad. (Porrás, 2017)

El proceso para identificar retos y beneficios será socializado con herramientas como

- modelo de encuesta para los clientes
- charla sobre la responsabilidad social (ventajas y desventajas, normas, etc.)
- Establecer el tiempo de la prueba piloto
- Metodología para dar a conocer los productos

Para el siguiente encuentro el día 30 de agosto del presente año coordinamos una socialización de los datos de las encuestas tanto para él personalmente como para los empleados con el fin de poder realizar una capacitación a los empleados o colaboradores de la compañía en el tema de responsabilidad social empresarial con el fin de demostrarles los retos y los beneficios que trae consigo esta práctica tan relevante hoy en día en el sector empresarial.

Para la investigación era de vital importancia crear una propuesta donde el objeto económico de la compañía, es decir, la creación y fabricación de muebles para la oficina y el hogar estuviera involucrado directamente con la reducción del impacto ambiental que estas empresas traen consigo, es por ello que identificamos que entre los objetos de mayor contaminación tanto en Bogotá como en el mundo son las llantas o neumáticos de motos, carros, bicicletas, etc. Las que contaminan el medio ambiente. En el caso particular de Bogotá o de Colombia se debe tener recordar que no se cuenta con una planta de transformación de este material. Por lo cual se encuentran éstos tanto en la calle como en cementerios de neumáticos acumulándose una y otra hasta llegar a miles. En este orden de ideas la propuesta se basaba en reutilizar estos neumáticos ya que se encuentran en cementerios donde el estado de estas realmente es bueno, quizás no para la función que fueron creadas pero sí para darles un segundo uso, teniendo en cuenta que la empresa fábrica con muebles y que los pufs son uno de los fuertes de ellos se comentó que se podría generar una nueva línea ecológica sin dejar de lado el estilo, la calidad y la necesidad del cliente es por ello que se empezó a hacer bocetos a partir del conocimiento brindado y de la propuesta que proporcionada que se estaba llevando en ese momento para lo cual accedió a ser un modelo para mostrarlo lo aproximadamente en 4 días después de esta visita.

Teniendo en cuenta que esta nueva metodología y manera de implementar la responsabilidad social empresarial en el ámbito ambiental no les generaría efectos negativos de la compañía, el gerente decidió que se podría realizar una prueba piloto mediante una encuesta de percepción de los clientes frente al producto teniéndolo un producto mínimo viable en la recepción para que ellos lo pudieran percibir, aparte de esto el gerente propuso que se podría estar generando aproximadamente unos 3 prototipos para obsequiar a sus 3 clientes con mayor trayectoria en la compañía y que sus compras han superado las estadísticas normales para que así siendo ellos los conocedores de la marca durante tanto tiempo fueron los que juzgarán si realmente sería viable o no este producto, analizando ventajas y desventajas del mismo.

Se observo el formato de la encuesta a través de la herramienta tecnológica Google forms para la aceptación de la misma ya que esta sería la que emplearía a los clientes que tanto cotizarán y fueran conocidos de la compañía por medio de WhatsApp, como para las personas que se acercarán de manera física el punto de venta ya que se acordó realizar aproximadamente 60 encuestas con el fin de tener una base de datos amplia y así tomar mejores decisiones frente a las conclusiones observadas, para lograr la cantidad de encuestas se establecieron unos días y un tiempo de una hora para poder estar en la recepción con la ayuda de la secretaria y poder realizar la adecuada recopilación y análisis de la información.

Por último y a partir de los resultados arrojados tanto en percepción como numéricos, es decir, los resultados de las encuestas realizadas interna y externamente para la compañía se decidió implementar la línea ecológica como metodología para comenzar la implementación de la responsabilidad social empresarial y ambiental, los resultados realmente son positivos para el artículo puesto que más allá de poder realizarlo dentro de una compañía se pretende

dejar un precedente dentro del sector para así con el tiempo generar mayor conciencia en los empresarios y que esta práctica se vuelva fundamental dentro de sus producciones.

La empresa con la investigación realizada basada en la prueba piloto decidió implementar comercialmente la línea ecológica actualmente están en el proceso de lanzamiento lo cual genera satisfacción y crecimiento ya que les generará un valor agregado que la competencia actualmente no tiene.

Recolección de información

La recolección de los datos para este artículo se realizó por medio de encuestas, estas fueron planteadas desde cero con el fin que pudieran ser lo más exactas posibles y así poder profundizar sobre el fenómeno; estas se le realizaron de manera individual al gerente de la compañía, como a algunos clientes específicos que ya conocen la compañía y a los empleados.

Para el análisis de los datos obtenidos de las encuestas cada una fue tabulada siendo esta una herramienta fundamental, a esta tabulación se le hizo un análisis escrito para facilitar a las personas interesadas la interpretación, seguido de esto se sacó un análisis o conclusión final en general de como todos el gerente, los colaboradores y los clientes veían la RSE&A.

PRESENTACIÓN DE LA EXPERIENCIA

En la compañía Acabados y Terminados Cuero & Tela en la actualidad se presenta el reto de implementar la responsabilidad social ambiental como un modelo de sostenibilidad y de valor agregado para la compañía, a pesar de que aún no se lleva a cabo, muchas empresas a nivel nacional e internacional que operan en este mismo sector implementan planes del cuidado del medio ambiente y están mostrando como con la implementación de este llegan muchos beneficios no solamente económicos, las ventajas de implementar un plan de responsabilidad social ambiental son diversas pero se encuentran unas más relevantes que otras, como por ejemplo la ventaja competitiva que se puede dar con esto, pues al ofrecer en el mercado productos que sean más verdes con el medio ambiente se podrá llamar la atención y generar un valor agregado al producto.

Responsabilidad social

Durante los últimos años se ha demostrado que las empresas con el afán de generar ingresos han pasado límites tanto sociales como medio ambientales y es por ello que hoy en día la responsabilidad social se ha fortalecido por lo que “En el mundo de las organizaciones, esta sed de ética se encarna hoy en lo que llamamos “Responsabilidad Social”, concepto que ha ido ganando cada vez más importancia en los últimos años” (Vallaes, 2006).

Actualmente y en contexto con lo anterior se puede evidenciar que las empresas se transformaron puesto que ya no solo se buscan beneficios económicos si no que dicen adoptar compromisos socio ambientales con el fin de satisfacer las necesidades identificadas de los stakeholders (“cualquier individuo o grupo que es afectado o puede ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización y que posee expectativas” (Esteban, 2007)).

Se debe tener en cuenta que la responsabilidad social es un concepto centenario que hoy en día juega un rol determinante dentro de las compañías. “desde 1960, a sus contenidos fundamentales, se le incorpora gradualmente conceptos provenientes de la teoría de los stakeholders y el desarrollo sostenible” (Volpentesta, 2017).

Responsabilidad social empresarial ambiental

Protección ambiental

En la actualidad la protección ambiental es un tema de gran relevancia dentro de las organizaciones y para la sociedad en general, pues este tema ha sido utilizado por miles de empresas para mejorar su imagen frente a los consumidores y frente a la competencia; a pesar de que en muchos casos dicen que la protección ambiental en las empresas es solo un tema más de la lista y que realmente no se lleva a cabo ninguna medida para mejorar el impacto que tienen las actividades sobre el ambiente, es por ello que se debe destacar como las medidas que se tomen para contrastar con este problema deben ser llevadas a cabo adecuadamente y que es lo que en realidad es el medio ambiente y su protección, para esto Lorenzetti determina que la naturaleza

“Es un bien colectivo, lo define como escaso o en situación de peligro... Este bien colectivo no pertenece ni al Estado ni a los particulares en forma exclusiva, y tiene como características: su indivisibilidad, uso común sustentable, todos los individuos tienen derecho a usarlos, y por lo tanto no pueden ser excluidos, tiene reconocimiento legal” (Lorencita, Pago 22, 2008).

Para conocer realmente el impacto que tienen las empresas en el ambiente se utilizan diversos índices que permiten determinar cómo se encuentra el medio ambiente en realidad y este es llevado a cabo por cada uno de los países y por el estado, el cual está encargado de imponer normas y políticas que protejan el medio ambiente.

Triple botton line

Este término hace referencia a los negocios sustentables y como estos deben estar ligados en tres dimensiones para poder cumplir con las políticas del triple bottom line, dentro de dichas categorías se puede encontrar que aspectos sociales, económicos y ambientales, siendo los tres partes fundamentales del buen desarrollo de una compañía.

Los resultados de esta teoría principalmente se presentan en los informes de sustentabilidad o de responsabilidad social corporativa y demuestran que el triple bottom line pretende manifestar que a través de la maximización de los beneficios económicos que pueda tener económicamente hablando.

“A finales de la década de 1990, el término "triple resultado final" despegó. Basado en los resultados de una encuesta a expertos internacionales en responsabilidad social corporativa (RSE) y desarrollo sostenible (SD)” (Elkington, J, 2013), con esto se puede evidenciar el impacto que ha venido teniendo la responsabilidad social desde la década de los noventas y como se ha posicionado como parte fundamental de las compañías.

Certificación ISO 14.000 (Sistema de Gestión Ambiental): Puede ser útil para las pymes medianas o aquellas que tienen una mayor organización interna (Agroindustria, 1996). Es un proceso más lento y costoso, que significa un cambio en los procesos productivos para que sean más eficientes: con menor consumo de agua y eléctrico, menos contaminantes, además

de incorporar el tema social, como brindarles a los operarios espacios más aptos para que desarrollen su trabajo.

Normas directamente relacionadas con la responsabilidad social

En Colombia en la actualidad existen diversas normas que buscan que las organizaciones sean más responsables con las actividades que desarrollan, es por esto que en el senado se han presentado a lo largo de los años diversos proyectos de ley para proteger el bienestar de la sociedad y del medio ambiente, la LEY 70 del 2010 lo que busca es

La promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones... a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales... los comportamientos responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales (Proyecto de ley 70 de 2010 senado, 2010).

Con esta ley lo que se muestra es que los gobiernos del país también están interesados en que las pequeñas y medianas empresas implementen planes de responsabilidad social ambiental, esto lo están incentivando por medio de mejores puntajes, fácil acceso a créditos de altos montos, entre otros. Así las empresas colombianas se verán mayormente interesadas en el cuidado de sus actividades y de sus impactos sin dejar de ver los beneficios.

Desde el año 2005 en Colombia se dio paso al “sello ambiental colombiano” el cual es básicamente una etiqueta ecológica que pueden obtener las empresas de manera voluntaria si los productos que ofrece la compañía cuenta con unos requisitos mencionados en la resolución 1555 de 2005, este sello verde tiene el fin de “consolidar la producción de bienes

ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales” (Ambiente, 2005).

Es importante tener en cuenta que a nivel internacional existen diversas normas que se deben implementar a la hora de aplicar la responsabilidad social en las organizaciones, una de estas es la ISO 26.000 la cual tiene como principal objetivo ayudar a las compañías públicas o privadas y al gobierno a operar de manera socialmente responsable, para que estas puedan satisfacer a los clientes sin poner en peligro el medio ambiente y operando de manera socialmente bien (ISO, 2010).

Otra de las normas internacionales es la ISO 14.001 en esta se enfocan más en el sistema de gestión ambiental, los requisitos y las buenas prácticas que deben tener las compañías para que estas pueden mostrar que están comprometidas con el cuidado y la preservación del medio ambiente, esta norma previene riesgos de la protección del medio ambiente y adicionalmente una buena práctica de esta permite que las compañías reciban un buen nombre gracias a sus procesos amigables con el medio ambiente y así mismo que se beneficien económicamente de ello (ISO, NormasISO, 1996).

Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social empresarial

Valor agregado a partir de la RSE&A

En los últimos años la mayoría de empresas han tenido que transformar sus operaciones para adaptarlas a las tendencias de la nueva era, puesto que en la situación actual de los negocios se debe generar un mayor compromiso con el medio ambiente y que esté vaya de la mano con los beneficios que le traerá a una sociedad en conjunto. La RSE no solo está enfocada en la generación de valor agregado o a la obtención de mejores resultados

financieros, sino que adicionalmente compromete en su atmósfera a actores internos como los colaboradores y accionistas, y actores externos como clientes, proveedores y distribuidores, considera que el rendimiento económico permite a una empresa crecer, la gestión de sus procesos y su transparencia le permiten sostenibilidad, es decir, existencia en el tiempo (Espinoza, Espinoza c, peralta,2016).

Hoy en día que una compañía sea responsable empresarialmente genera puntos adicionales a la vista de inversionistas, clientes, colaboradores y demás personas que están involucrados dentro del círculo social de una compañía es por ello que se debe concientizar a los empresarios de los beneficios que esté trae debido a que muchos por falta de conocimiento no la implementan.

Sector industrial mobiliario

Acabados y Terminados Tuero y Tela como empresa de muebles en la ciudad de Bogotá se crea con el objetivo de producir y comercializar muebles para el hogar de excelente calidad y diseño, basados en las últimas tendencias de la decoración de interiores, trasladando la eficiencia al cliente final, respaldados por un equipo de personas altamente capacitados en cada una de las áreas, la empresa se encuentra en la ciudad de Bogotá ofreciendo las mejores alternativas para los clientes más exigentes.

La historia de la empresa comienza hace 20 años aproximadamente, cuando el fundador, emprendía sus primeros pasos en la **fabricación de muebles** para el público en general, iniciando dentro del local tenían más servicios para poder emprender, con el tiempo, aprovechando su experiencia, decidió independizarse y comenzar su propio camino en una

pequeña carpintería: muebles artesanales, de primera línea y calidad fueron surgiendo paso a paso.

• **Objetivo social de la empresa**

“Generar calidad de vida nuestros clientes.” Por medio de la venta de mobiliario que satisfaga la comodidad en los diferentes espacios de una vivienda, oficina, recepciones, etc.; para que asiera las personas que disfrutan de ellas puedan experimentar la comodidad de nuestros productos.

• **Actividades Principales:**

- Comercialización al por menor y por mayor de muebles para el hogar, oficina y el comercio.
- Comercialización, distribución y venta de artículos para la decoración.
- Elaboración de diseños propios para muebles y artículos decorativos.

El sector al que pertenece la empresa es al secundario o industrial, también se puede catalogar dentro de esta división como una empresa Industrial de transformación puesto que la compañía se encarga de tapizar, pintar, y crear muebles para hogar y oficina. Según los códigos CIU de la cámara de comercio la empresa **ACABADOS Y TERMINADOS CUERO & TELA** pertenece al código CIU 3110.

Contaminación por neumáticos

La disposición final de las llantas usadas ha llegado a representar un problema técnico, económico, ambiental y de salud pública. En efecto, las llantas son difíciles de compactar en un relleno sanitario, haciendo este proceso costoso y presentando además el inconveniente de que ocupan mucho espacio (Carrillo Córdova, et al., 2012). Hace pocos años las llantas se

depositaban en rellenos sanitarios, reduciendo su vida útil, por el gran volumen que ocupan. Actualmente se prohíbe la disposición de llantas en rellenos sanitarios, por lo cual se las dispone en terrenos, y otros depósitos a cielo abierto o en bodegas, sin considerar un confinamiento adecuado de acuerdo a la naturaleza de las llantas (Domingo Carranza, et al., 2004).

Según la organización mundial de la salud (2013) cataloga como la segunda más contaminada como residuo y como aire de Suramérica, cada año se queman aproximadamente cinco millones de neumáticos en Colombia, lo que ha repercutido en un problema de salubridad por el aumento de afecciones respiratorias, especialmente en Bogotá. Las llantas son responsables del 80% de la contaminación ya que un neumático abandonado tarda en degradarse y desaparecer de la naturaleza más de 1.000 años.

Actualmente según el ministerio de ambiente se produce 18.000 toneladas de llantas usadas al año, en Bogotá se botan alrededor de 2.750.000 llantas al año y de estas Solo el 15 por ciento de estas llantas tienen buena disposición es decir llegan a un proceso de reciclaje, rehusó o reutilización ya que solo el 3% de las llantas que finalizan su ciclo de vida son llevadas a un rencauche el cual sería el proceso ideal para todos los neumáticos

ANTECEDENTES

Nacionales

Para esta investigación es de vital importancia conocer diferentes publicaciones ya realizadas en el campo de acción de la responsabilidad social ambiental es por eso que se pueden encontrar revisiones bibliográficas como la responsabilidad social de la empresa como parte de un buen negocio esta fue creada por Tito González en el año 2007 en la cual...

parte de observación, encuestas y entrevistas a dueños de multinacionales que ya han implementado esta herramienta y es por eso que logró observar que la responsabilidad social produce una reducción de costos operativos mejora la imagen de marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores (S, 2007).

Si hablamos de investigaciones más cercanas se puede citar la responsabilidad social en la empresa de muebles en Barranquilla esta la realizó Luis Guillermo Alvear el objetivo de esta publicación se encuentra orientado analizar la responsabilidad social en las medianas y grandes empresas de muebles de Barranquilla, por medio de encuestas y con la tabulación de estas se dio a conocer que las empresas investigadas en su mayor porcentaje no tenían conocimiento acerca de la responsabilidad social y mucho menos en el enfoque ambiental es por eso que se deben tomar medidas y es una de las recomendaciones que dio es poder implementar los sellos verdes dentro de las compañías y que sea un valor agregado tanto para los clientes como para los (Alvear, 2017).

Doris Emilia Guerrero junto a Jorge Humberto Sandoval también abarcan el tema de responsabilidad social como generador de valor empresarial a partir de esto el estudio de ellos propone un negocio de diagnóstico de evaluación y de seguimiento para la metodología ellos implementan elementos cuantitativos de esta manera determinan el tamaño de la población conformado por 1020 pymes de la localidad de Usaquén y una zona representativa del barrio de Santa Ana. Esta localización representa para nosotras como investigadores un plus puesto que estamos hablando de una misma localidad donde esta Acabados y Terminados Cuero y Tela generando un mayor conocimiento para nosotros en nuestros antecedentes. se puede observar que la utilización óptima de los recursos naturales debe ser parte fundamental del proceso de producción para minimizar el impacto ambiental el

establecimiento de mecanismos de comunicación y de confianza para hacer procesos transparentes implementar estrategias de acciones de bienestar para el trabajador de tal manera de motivar y fortalecer la empresa y participar y mejorar el recurso humano tanto interno como externo que serían los cliente (Guerrero & Sandoval, 2011).

Internacionales

Se puede observar que existen otras investigaciones relacionadas con la responsabilidad social en el marco de la sustentabilidad como ejemplo de ello es la publicación que hace Pedro César Cantú con el objetivo de mostrar a las personas un recuento de los conceptos generales de la responsabilidad social empresarial y de las implicaciones de la implementación para esto el autor decide recrear una revisión de literatura para poder sustentar sus hipótesis y así dar a conocer nuevos avances en la materia a partir de ello se llega a la conclusión que este tema es necesario ya que según los entrenamientos mundiales el crecimiento debe ir de la mano con los aspectos sociales ambientales y económicos es por ello que cada empresa debe afrontar las carencias e ir abarcando las necesidades que expone el mundo (Martínez, 2013).

Si recopilamos información más cercana al problema de investigación, es decir, la responsabilidad social ambiental en la empresa de muebles Acabados y Terminados Cuero y Tela se puede tomar en cuenta lo dicho por Byron David Gálvez ya que Investiga las prácticas de responsabilidad social empresarial que realiza actualmente la industria de muebles en madera en el casco urbano su metodología fue una guía de observación y cuestionarios estructurados para los sujetos de estudio propietarios y colaboradores estos de la mano con los clientes para así poder establecer las empresas dedicadas a esta industria y poder tener resultados más concretos con esto logró evidenciar que la Industria de muebles desconoce y

no aplican estas prácticas ya que no conoce beneficios, con esto el investigador da a conocer que por una carencia de conocimiento las Industrias están quedando atrás nos están viendo innovadoras y no tienen un compromiso social (Guerra, 2015).

Se puede concluir a partir de los antecedentes ya mencionados que el sector mobiliario en Colombia y general en el mundo aún no aplica la responsabilidad social ambiental por falta de conocimiento de los beneficios que éste trae es por eso que se deben implementar estrategias para que los empresarios adopten estas costumbres empresariales y logren identificar que de la mano de los beneficios económicos también pueden aportar a la sociedad y el medio ambiente.

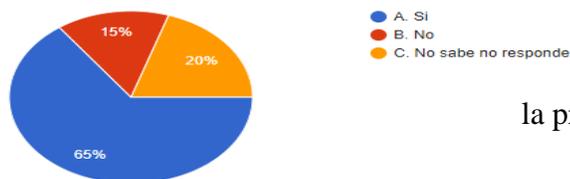
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Encuesta colaboradores

Con la siguiente encuesta se quería obtener información acerca de que tanto conocen los 20 empleados de la compañía la responsabilidad social empresarial y ambiental y si estos piensan que es relevante su implementación para el cuidado del medio ambiente y adicionalmente para crear un valor agregado en los clientes.

¿Conoce usted qué es la responsabilidad social ambiental y qué beneficios trae para la implementación de esta en las compañías del sector de muebles?

20 respuestas



Como podemos observar en

la primera pregunta de la

encuesta la mayoría de los

empleados con un 65%

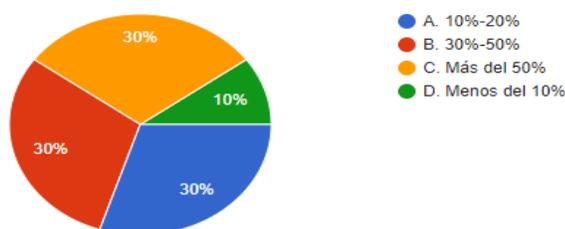
Fuente: elaboración propia

expresaron tener

conocimiento sobre que es la responsabilidad social ambiental y los beneficios que esta trae en las compañías del sector mobiliario, teniendo en cuenta esto podemos inferir entonces que en la compañía los colaboradores sí podrían llevar a cabo la implementación de la RSA debido a que saben que es de tal manera que será mucho más sencillo su capacitación para que conozcan el impacto de las actividades que tiene la compañía, por otro lado con el porcentaje restante tenemos que las personas no saben que es la RSA, razón por la cual se debe buscar que entre los colaboradores inicien el proceso de compartir conocimientos.

¿En el contexto de la competencia del sector de muebles usted qué porcentaje de empresas cree que ya han implementado la responsabilidad social ambiental?

20 respuestas



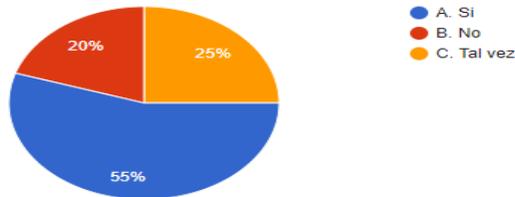
Fuente: elaboración propia

responsabilidad social ambiental, frente a esto hubo bastante discordia en las respuestas, la mayoría de los colaboradores con el 90% de las respuestas indicaron que entre el 10% y 50% de las empresas del sector ya lo implementan, mientras que solo el 10% de las respuestas dicen que menos del 10%, lo cual nos muestra que frente a la competencia la mayoría si llevan a cabo la RSA y algunos de los colaboradores conocen de ello.

En la segunda pregunta realizada a los colaboradores en donde se les pregunta que saben de la competencia en cuanto a la implementación de la

¿Cree usted que la responsabilidad social ambiental es un factor determinante a la hora de que los compradores o clientes elijan la empresa donde realizar sus pedidos o trabajos?

20 respuestas

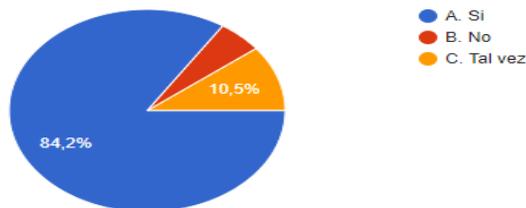


Fuente: elaboración propia

En la tercera pregunta observamos que el 55% de las personas indican que para los clientes si es importante que la compañía implemente un plan de responsabilidad social ambiental a la hora de elegir su lugar de compra, el 20% de los encuestados eligieron que no es determinante para los clientes y el 25% dijo que tal vez lo seria, lo que nos muestra esto entonces es que los colaboradores de la compañía creen que la decisión de los clientes si está influenciada por la RSA, razón por la cual en la compañía se debería mejorar su implementación para así obtener un mayor número de clientes potenciales.

¿Cree usted que hoy en día todas las actividades económicas deben ir de la mano con la minimización del impacto ambiental como parte fundamental del crecimiento de las compañías?

19 respuestas



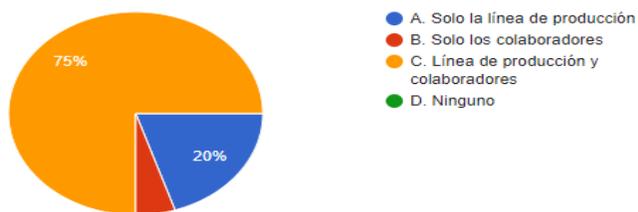
Fuente: elaboración propia

En la cuarta pregunta realizada a los colaboradores de la empresa podemos analizar que el 84,2% de los encuestados respondió que todas las compañías deben buscar disminuir el impacto ambiental que generan las actividades, el 10,5% de los encuestados respondió que no y solo el 5,3% respondió que no, de esto podemos determinar entonces que

los empleados si creen que los planes de responsabilidad social ambiental deben ser implementados en cualquier compañía, con tal de apoyar el cuidado del medio ambiente.

¿Cree usted que la responsabilidad social ambiental sólo se debe implementar o se basa en la línea de producción de la compañía o también involucra directamente a los colaboradores y sus prácticas generales como el consumo del agua?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

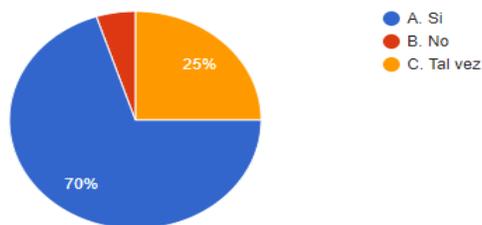
Para la pregunta número 5 de la encuesta, el 75% de los colaboradores respondieron que la responsabilidad social ambiental debe ser implementada tanto en la

línea de producción como en los colaboradores, el 20% respondió que solo en la línea de producción y

el 5% respondió que solo los colaboradores, con estas respuestas podemos determinar que los colaboradores están dispuestos a aportar al cuidado ambiental y así mismo conocen que las actividades de producción deben ser mucho más limpias y generar un menor impacto.

¿Si en sus manos estuviera la decisión de implementar la responsabilidad social ambiental dentro de la compañía lo haría?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

En la séptima y última pregunta de esta encuesta el 70% de los colaboradores de la compañía afirmaron que si implementarían la RSE&A si

fuera su decisión, el 25% de estos respondieron que tal vez lo harían y apenas el 5% respondió que

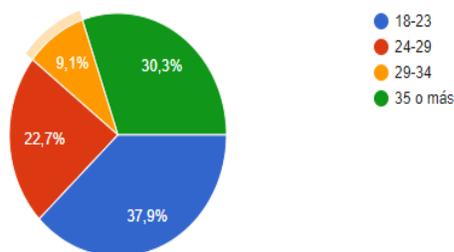
no, con estas respuestas se obtiene una importante opinión para la compañía, puesto que la mayoría de los empleados si implementarían un plan de cuidado del ambiente, lo que deja entonces al gerente la decisión de realizar actividades más responsables con el medio ambiente ya que cuenta con el apoyo de sus colaboradores.

Encuesta clientes

Con la siguiente encuesta se pretendía identificar el comportamiento de los compradores o clientes de la empresa Acabados y Terminados Cuero & Tela con el fin de identificar variables relevantes para practicar un estudio exhaustivo, para así medir la aceptación que tendría la línea ecológica por parte de los usuarios. La encuesta se realizó a 66 individuos de los cuales la gran mayoría eran clientes tanto antiguos como frecuentes de la compañía.

¿Que edad tiene usted?

66 respuestas



Fuente: elaboración propia

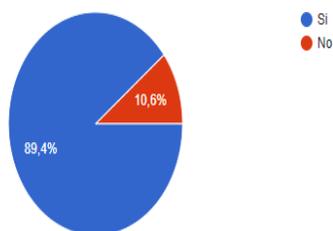
En la primera pregunta de la encuesta realizada se pretende identificar qué Rango de edad tienen los principales clientes son los más frecuentes de la

compañía observando el gráfico anterior se puede concluir que el 37.9% que es la mayoría de la encuesta tiene entre 18 y 23 años seguido de El 30.3% los cuales manifiestan tener 35 años o más estos dos primeros segmentos son los más interesantes para poder analizar ya que unos son la generación que hoy en día está tomando iniciativas por el medio ambiente y el segundo son aquellos que son más complejos o reacios a la adaptación de cables por otro lado

encontramos que el 22.7% se encuentran las personas de 24 a 29 años y el 9.1% corresponde a las personas entre 29 y 34 años.

¿Suele usted interesarse por ayudar el medio ambiente, es decir en sus practicas diarias trata de minimizar el impacto ambiental ?

66 respuestas



Fuente: elaboración propia

La segunda pregunta se realizó enfocada a las prácticas que tienen los individuos para minimizar el daño que actualmente tiene el medio ambiente, para esto se observa que el 89.4% responde que si realiza prácticas diarias

para tratar de minimizar el impacto ambiental lo que genera una buena expectativa para la prueba piloto

que se va a realizar dentro de la compañía puesto que la responsabilidad social empresarial se pretende desarrollar de la mano con líneas de producción limpias en su gran mayoría, por lo cual si los clientes están familiarizados con el problema de la contaminación y los efectos negativos que este acarrea se tendría altas expectativas para el plan a realizar, por otro lado encontramos que sólo el 10,6% manifiesta no tener prácticas que ayudan al medio ambiente por lo cual si se trataría de incentivar a partir de la compañía estas costumbres o prácticas, pero se observa que es mayor la aceptación hacia el compromiso ambiental.

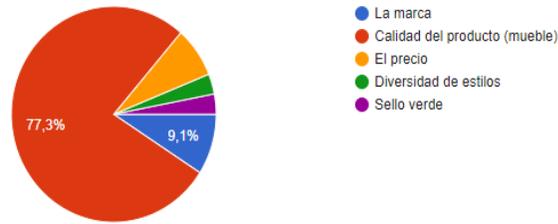
Para esta pregunta se obtuvo que en su mayoría los clientes ligan su compra a la calidad del producto en este caso de los muebles esta mayoría está representada en un 77.3%, por otro lado vemos que la marca con un 9.1% es relevante a la hora de decidir en dónde comprar, en

ese orden de ideas se observa que el sello verde y la diversidad de estilos es lo último que tienen en

Fuente: elaboración propia

Al momento que usted elige la fábrica o tienda en donde comprar, Seleccione el elemento que a su criterio considera más importante.

66 respuestas

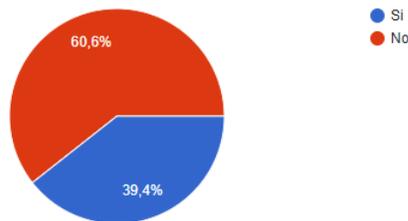


cuenta los consumidores a la hora de elegir siendo este un problema social ya que hoy en día uno de los valores agregados que deberían tener las compañías debe ser el

compromiso social y ambiental que generan a través de las buenas prácticas productivas.

¿Conoce usted que es un sello verde dentro de las empresas?

66 respuestas



La pregunta que pretende analizar el conocimiento acerca de qué es un sello verde dentro de las empresas esta pregunta no sólo se refiere a las empresas de

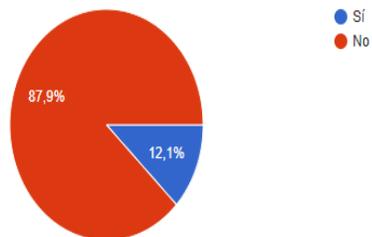
Fuente: elaboración propia

producción de muebles sino a las empresas en general que compone las economías , Se observa

falta de conocimiento acerca del tema ya que el 60.6% responde no saber qué es ni qué papel juega dentro de las prácticas comerciales, por otro lado encontramos que el 39.4% aunque su cifra no es tan baja como se esperaba los resultados conocen o por lo menos han escuchado del término lo que quiere decir que la falta información está siendo un problema clave a la hora de generar conciencia en los consumidores y la importancia que es que la economía vaya de la mano con la sostenibilidad ligada al medio ambiente.

¿Actualmente donde usted compra o re modela sus muebles le ofrecen alguna línea ecológica?

66 respuestas



En esta pregunta se observa que muchos de ellos que ya han tenido la posibilidad y oportunidad de consumir otras marcas manifiestan

en que ninguna de estas le han ofrecido una línea ecológica o que se preocupa por el medio

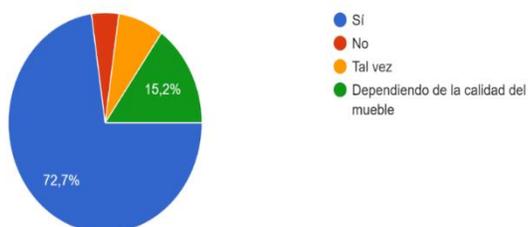
Fuente: elaboración propia

ambiente esto se ve respaldado ya que los resultados que se tabularon ya que el 87.9% es decir la mayoría

expresaron que no les ofrecían esta alternativa , y el 12.1% manifestó que si, lo cual genera grandes expectativas para la compañía con el plan a desarrollar puesto que sería pionera de incluir recursos reutilizables cómo son los neumáticos para la implementación de su producción.

¿Está usted de acuerdo con la implementación de materiales ecológicos en la fabricación de muebles?

66 respuestas



Se puede concluir que tenemos se tiene una ventaja ya que la mayoría es decir el 72.7% de los encuestados está de acuerdo con la

Fuente: elaboración propia

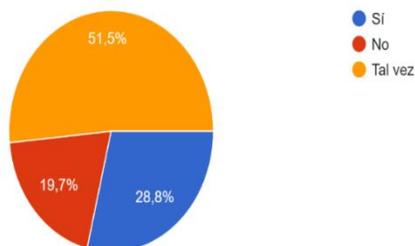
implementación de materiales ecológicos en la fabricación de muebles, con esto se puede encadenar

que otra parte representada por el 15,2% de encuestados está de acuerdo dependiendo la calidad del mueble lo que también es positivo para la compañía ya que está acostumbrada a generar muebles independientemente de la materia prima de calidad ya que su lema es satisfacción es por eso mismo que se paga en el hogar y a satisfacción del cliente,

implementar en este momento la línea ecológica a raíz de las llantas como materia prima por lo observado en la encuesta tendría una buena acogida.

¿Cree usted que las llantas son un material adecuado para hacer muebles?

66 respuestas



Acá se puede detectar una advertencia ya que podemos observar que la mitad de los encuestados es decir el

51,5% no está seguro que llantas puedan ser un material adecuado para hacer muebles es

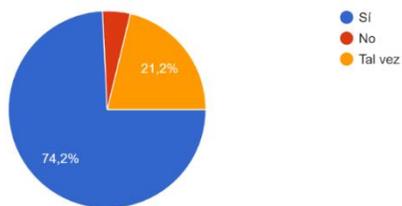
Fuente: elaboración propia

decir que se debe crear un prototipo para que los

clientes lo vean analizar y juzgar de forma física y que a partir de su observación directa con el producto poder determinar si éste sería viable para la compañía ya que si con el plan se quiere generar una conciencia ambiental también se debe generar economía para la compañía, logrando simultáneamente los dos objetivos.

¿Cree usted que el uso de materiales ecológicos como las llantas, ayudaría a reducir el impacto ambiental?

66 respuestas



Se evidencia que dentro de los encuestados hay una indecisión ya que aunque creen que el uso de materiales

Fuente: elaboración propia

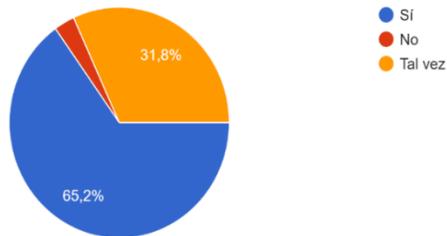
ecológicos como la llantas ayudaría a reducir el

impacto ambiental no se refleja en los resultados la seguridad de que este sea material adecuado para crear muebles y que están en su hogar, es decir que aún falta plantearles la

idea de una manera mucho más comprensiva con el fin de que detecten los aspectos positivos que puede traer la reutilización de estos productos.

¿Compraría usted un puff ecológico hecho con llantas recicladas?

66 respuestas



Al analizar detalladamente esta pregunta se puede observar que se tiene una ventaja, aunque no están seguros de que las llantas sean un

material adecuado estarían dispuestos a probarlo como parte de la decoración de su hogar o

Fuente: elaboración propia

quizás de su finca es decir que como compañía se debe interpretar esto como una oportunidad para esta

nueva economía verde que quiere implementar en la empresa.

DISCUSIÓN

Teniendo en cuenta que la responsabilidad social empresarial es un tema que hoy le compete a todos los empresarios analizamos que la investigación logro demostrar que la implementación de la práctica social empresarial en muchas ocasiones está dejando de lado la ejecución desde el objetivo económico de la compañía ya que muchos creen que realizar labores sociales hacen parte de minimizar el impacto ambiental que generan dentro de sus actividades diarias por otro lado se debe tener en cuenta que la responsabilidad social a partir de la teoría triple bottom Line debe ir de la mano con la sostenibilidad el medio ambiente y la satisfacción del cliente puesto que son variables que están inmersos en la compañía de manera innata.

La responsabilidad social empresarial se encuentra en decadencia. A pesar de ser un tema que se considera atractivo y de moda, no es una tendencia sostenible, y está destinada a desaparecer en tanto se adopte superficialmente, a partir de certificaciones o distintivos, sin que las acciones de responsabilidad logren afectar la empresa en su parte económica, esta práctica es atractiva puesto que se entiende como la contribución activa y voluntaria de la compañía a la solución de problemas complejos y al mejoramiento social, económico y ambiental, sin embargo aún no se coge con la importancia que se tiene , generando que esto sea un problema.

Podemos observar que en la mayoría de los casos el objetivo que tienen las compañías en el momento de ejecutar acciones de responsabilidad social empresarial es tener beneficios internos de esta implementación, “Los resultados de las investigaciones han arrojado que la mayoría de las empresas buscan beneficios económicos para la misma, bien sea implementando acciones o programas al interior de esta, donde se ven beneficios en la

productividad de los trabajadores, clientes y proveedores, o como forma de atraer más clientes” (Razeg, 2010) .

En la implementación de la responsabilidad social empresarial en el sector mobiliario pudimos encontrar que en estas compañías la manera más sencilla de implementarla es generando buenos procesos y líneas de producción amigables con el medio ambiente; como investigadores y estudiantes creemos que la responsabilidad social debe ir ligado a la actividad económica de la compañía puesto que esta será la única manera que realmente se genere un impacto positivo dentro de la sociedad a las cuales se van dirigidos ya sean los bienes o servicios que ofrezcan.

De cuerdo con la FAO, “la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) mas que ser filantropía o apoyo caritativo, es una forma de demostrar que el crecimiento económico de un país o región debería ir de la mano con el crecimiento social” (Agricultura, 2015). En la actualidad, cuando se plantea la reflexión sobre el medio ambiente es necesario incluir la ecología, pues desde allá la gestión empresarial ha comenzado a enfocar los procesos de producción y consumo.

Teniendo en cuenta que la problemática medio ambiental es un tema que hoy en día nos compete a todos a nivel mundial apoyamos a la empresa Acabados y Terminados Cuero & Tela ubicada en el norte de Bogotá con 25 años de experiencia, para crear un producto que permitiera a la compañía ayudar al medio ambiente pero que la actividad fuera ligada su actividad comercial y esto se hará con los neumáticos que son en Colombia un problema ambiental como ya se mencionó anteriormente.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta todo lo encontrado en el presente artículo, podemos concluir diferentes cosas. Para iniciar es importante destacar que la responsabilidad social empresarial y ambiental juega un papel indispensable dentro de las organizaciones de cualquier sector económico y es por ello que se debe hacer una implementación adecuada, los beneficios que conlleva el desarrollo de esta dentro de las empresas van desde mantener a los empleados a gusto, mejorar el clima organizacional, darles un valor agregado a los productos y adicionalmente una mejora dentro de la rentabilidad de la compañía.

Las empresas del sector mobiliario que han llevado a cabo planes de responsabilidad social empresarial y ambiental han mostrado muy buenos resultados dentro de su experiencia, puesto que en la parte ambiental mejoran mucho los procesos y vuelven los productos mucho más amigables con el medio ambiente, capacitan a los empleados constantemente lo que les permite ser mucho más eficientes, lo que les da un plus en el mercado frente a la competencia; dentro de esto se destaca también que las empresas que lo han implementado han mostrado mejoras dentro de sus ventas y sus costos, puesto que hacen uso de materia prima reciclada y disminuyen en muchos casos el costo de un producto.

En la compañía Acabados y Terminados Cuero & Tela existen algunas medidas para disminuir el impacto ambiental de las actividades productivas, pero no existe en si un plan de responsabilidad social empresarial bien desarrollado, es por ello que con la prueba piloto que se realizó se evidencio que había una muy buena respuesta por parte del gerente y en general de los empleados, por lo cual se espera entonces que se siga implementando el plan de mejora en las actividades productivas de la empresa.

Lo que se quiere entonces es que la compañía mencionada anteriormente con el apoyo de los estudiantes de la universidad el Bosque, los empleados y el gerente puedan llevar a cabo la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial y ambiental en el cual se busque mejorar desde el ambiente interno de la compañía hasta la percepción que tienen los clientes de la misma, iniciando con la capacitación de los clientes, una mejora en las instalaciones, mejores beneficios a los empleados, mejora de los productos y su impacto y finalmente fidelizar a los clientes.

El plan ya mencionado anteriormente del cual ya se realizó una prueba piloto consiste básicamente en la creación de una línea amigable con el medio ambiente en la cual se utilicen los neumáticos usados como la base de los muebles, reemplazando así en su mayoría a la madera, evitando en gran medida la compra de este material y así mismo protegiendo los bosques de la tala de árboles. Para la creación de los pufs en base a las llantas se debe en primer lugar conseguir el neumático usado, hacerle una limpieza y eliminación de olores y posteriormente iniciar junto con el cliente la elección de la espuma y de las telas, de manera que se siga manteniendo el lema de la empresa que es entregar productos hechos a la medida del cliente y de la mejor calidad en el mercado.

Realmente lo importante de este plan es la ayuda que se hace al medio ambiente, puesto que las llantas son altamente contaminantes y tienen un tiempo de descomposición muy largo, por lo que al darles un segundo uso o una segunda oportunidad se podrá disminuir este tiempo y su impacto ambiental y de esta manera se podrá ofrecer a los clientes también productos amigables con el medio ambiente lo que va a traer gran reconocimiento en el mercado. La idea de las llantas es prometedora para el gerente debido a que en la actualidad en Colombia las empresas que apoyan la protección del medio ambiente son muy reconocidas

y pueden obtener un certificado de sello verde, con esta certificación entonces la compañía mostrara que dentro de su portafolio tiene una línea dedicada a la protección ambiental y a un menor precio, de tal manera que podrá también acceder a un nuevo público que está más interesado en preservar el planeta e incluso fomentar a que los clientes que ya conocen la empresa hagan la compra de productos amigables con el medio ambiente sin dejar de lado la calidad del producto.

ANEXOS



DIARIO DE CAMPO FCEA

Versión de Actualización:

2019-07-25

Autor: Andrés Gustavo Cortés

Nivia.

Actividad	inicio investigación y explicación	Fecha:	10-ago-19
		Hora:	2:00pm
Investigador/Observador	Valentina Montoya - María Fernanda Uribe		
Objetivo	identificar la percepción del dueño de la compañía y sus colaboradores frente a la RSE		
Situación	Tesis - artículo de investigación con énfasis en estudio de caso		
Lugar – Espacio	Empresa ACABADOS Y TERMINADOS CUERO&TELA		
Técnica aplicada	entrevista y encuesta		
Personajes que intervienen	gerente y dueño de la empresa		
	estudiantes de la universidad el bosque		
	colaboradores de la empresa (líneas de producción)		
Descripción de actividades, relaciones y situaciones sociales cotidianas	Consideraciones		interpretativas/Analíticas con respecto al objetivo o pregunta de investigación

<p>Al iniciar la visita nos identificamos como estudiantes de la universidad el bosque , las cuales estaban interesadas en indagar acerca de las prácticas de responsabilidad social ambiental , con el fin de poder determinar si las practicaban o no , por otro lado quisimos emplear una encuesta interna con el fin de conocer un poco más detallado el conocimiento de esta herramienta empresarial , planteamos desde nuestro conocimiento las ventajas y desventajas que tiene la responsabilidad social con el fin de plantear una propuesta directamente ligada a la actividad económica de la compañía para poder implementarla</p>	<p>Logramos observar que, aunque no estaban 100% familiarizados con el tema al hablarles del mismo y de los beneficios la reacción no fue negativa, todo lo contrario desearon conocer tanto los colaboradores como el gerente práctico que los ayudaran a generar un valor agregado dentro de la compañía, teniendo en cuenta que se les presento por ahora una idea, se generó una segunda visita con el fin de hablar más a fondo y sentarnos en la aplicación de la misma con una prueba piloto.</p>
<p>Observaciones</p>	<p>interés y disposición por parte del gerente frente a lo planteado por nosotras, posibilidad de ejecutar el proyecto</p>
<p>Anexos</p>	



<p>DIARIO DE CAMPO FCEA</p>	<p>Versión de Actualización: 2019-07-25 Autor: Andrés Gustavo Cortés Nivia.</p>
------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Actividad</p>	<p>inicio investigación y explicación</p>	<p>Fecha:</p>	<p>30-ago-19</p>
-------------------------	-------------------------------------------	----------------------	------------------

		Hora:	4:00pm
Investigador/Observador	Valentina Montoya - María Fernanda Uribe		
Objetivo	Identificar la percepción del dueño de la compañía y sus colaboradores frente a la RSE		
Situación	Tesis - artículo de investigación con énfasis en estudio de caso		
Lugar - Espacio	Empresa ACABADOS Y TERMINADOS CUERO&TELA		
Técnica aplicada	evaluación de resultados - iniciación de prueba piloto		
Personajes que intervienen	gerente y dueño de la empresa		
	estudiantes de la universidad el bosque		
	colaboradores de la empresa (líneas de producción)		
	clientes		
Descripción de actividades, relaciones y situaciones sociales cotidianas	Consideraciones		
Para este encuentro nuevamente nos dirigimos a la empresa acabados y terminados cuero y tela el día 30 de agosto del presente año en la oficina el gerente no recibieron a las 4 en punto de la tarde aquí coordinamos con él una socialización de los datos de las encuestas tanto para él personalmente como para los empleados con el fin de nosotras poder capacitar a los empleados o colaboradores de la compañía en el tema de responsabilidad social empresarial con el fin de demostrarles los retos y los beneficios que trae consigo esta práctica tan relevante hoy en día en el sector empresarial.	interpretativas/Analíticas con respecto al objetivo o pregunta de investigación logramos observar que, aunque no estaban 100% familiarizados con el tema al hablarles del mismo y de los beneficios la reacción no fue negativa, todo lo contrario desearon conocer tanto los colaboradores como el gerente práctico que los ayudaran a generar un valor agregado dentro de la compañía, teniendo		

	en cuenta que se les presento por ahora una idea, se generó una tercera visita con el fin de analizar los resultados y tomar de sicones acerca de la implementación
Observaciones	interés y disposición por parte del gerente frente a lo planteado por nosotras, acceso a la compañía en días y horas específicas para realizar las tareas asignadas
Anexos	

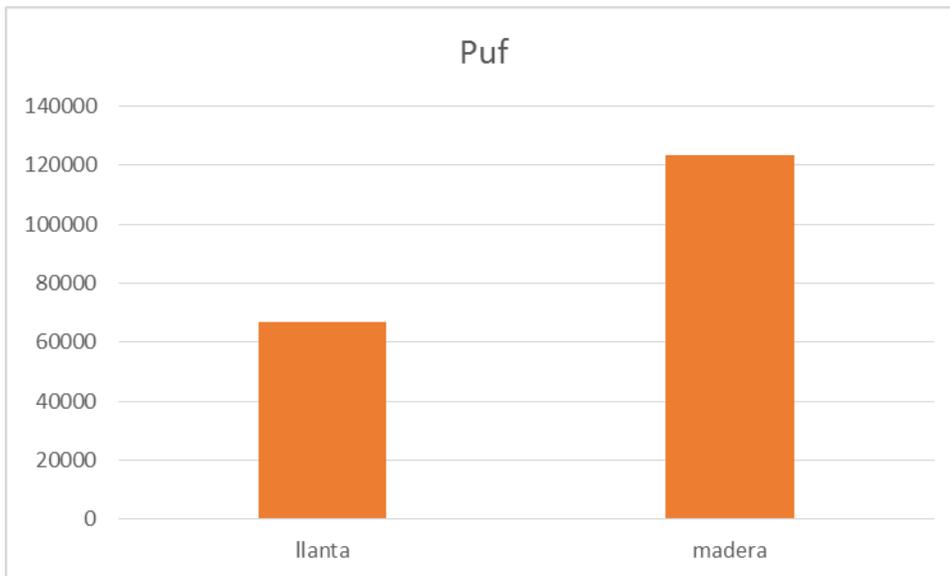
Cuadro 1. Generación actual de llantas usadas por el parque automotor de santa Fe de Bogotá por tipo de vehículo

TIPO DE VEHÍCULO	A	B	C	D	E	F	G
	Número de vehículos	Llantas / Vehículo ¹	A x B Total llantas en uso	I _{OLL} ²	A x D Llantas Generadas al año	C x 0.03 Reencauche	E - F Ajuste por Reencauche
PARTICULAR (91%)							
Automóvil R-13	637,637	4	2,550,548	1.72	1,096,735		1,096,735
Automóvil R-14	63,063	4	252,252	1.72	108,468		108,468
Camión	18,200	6	109,200	4.50	81,900	31,121	50,779
Camioneta	81,900	4	327,600	2.60	212,940		212,940
Campero	72,800	4	291,200	1.68	122,304		122,304
Motos	36,400	2	72,800	1.32	48,048		48,048
SUB - TOTAL	910,000		3,603,600		1,670,395	31,121	1,639,274
PÚBLICO (9%)							
Taxi R-13	49,959	4	199,836	4.00	199,836		199,836
Taxi R-14	4,941	4	19,764	4.00	19,764		19,764
Bus	11,700	6	70,200	7.20	84,240	32,011	52,229
Buseta	9,900	4	39,600	4.00	39,600	15,048	24,552
Camioneta	5,400	4	21,600	2.80	15,120		15,120
Campero	3,600	4	14,400	2.00	7,200		7,200
Microbus / Colectivo	4,500	4	18,000	5.20	23,400		23,400
SUB - TOTAL	90,000		383,400		389,160	47,059	342,101
TOTAL	1,000,000		3,987,000		2,059,555	78,180	1,981,375

FUENTE: Unión Temporal OCADE LTDA / SANIPLAN / AMBIENTAL S.A.

Puf de un puesto			
insumos	precio por unidad	cantidad	total
llantas	0	1	0
tela	25000	1	25000
espuma	6000	1	6000
patas	2000	4	8000
pegante	2000	1	2000
puntillas	100	10	1000
mano de obra	25000	1	25000
inversión por unidad			67000

Puf de un puesto			
insumos	precio por unidad	cantidad	total
palos de madera	8000	5	40000
tela	25000	2	50000
espuma	6000	1	6000
patas	2000	4	8000
pegante	2000	1	2000
puntillas	100	15	1500
mano de obra	25000	1	25000
inversión por unidad			132500



RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y AMBIENTAL EN LA ORGANIZACIÓN CASO: ACABADOS Y TERMINADOS CUERO Y TELA



Con el presente artículo se pudieron evidenciar diferentes maneras en las cuales empresas del sector mobiliario implementan eficazmente la RSE&A, se dieron a conocer diferentes normativas, beneficios y retos que conlleva la implementación de esta y finalmente se dio paso a una prueba piloto para que la compañía reduzca su impacto con el medio ambiente.

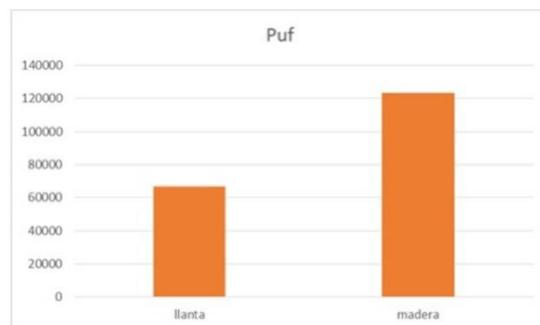
Al observar la problemática del cambio climático y al estar cerca a la compañía se pudieron evidenciar los impactos que tiene la fabricación de muebles, por ello se le ofreció al gerente una prueba piloto en la cual las llantas usadas son la materia prima principal reemplazando la madera para la construcción de puffs, mesas y demás.

Puf de un puesto			
insumos	precio por u	cantidad	total
palos de madera	8000	5	40000
tela	25000	2	50000
espuma	6000	1	6000
patas	2000	4	8000
pegante	2000	1	2000
puntillas	100	15	1500
mano de obra	25000	1	25000
inversión por unidad			132500

Puf de un puesto			
insumos	precio por unidad	cantidad	total
llantas	0	1	0
tela	25000	1	25000
espuma	6000	1	6000
patas	2000	4	8000
pegante	2000	1	2000
puntillas	100	10	1000
mano de obra	25000	1	25000
inversión por unidad			67000

QUIENES SOMOS?

Acabados y Terminados Cuero & Tela es una compañía del sector mobiliario que se dedica a la fabricación y restauración de muebles desde hace más de 15 años, actualmente la organización busca la implementación de la responsabilidad social empresarial y ambiental con un plan adecuado y eficaz que permita minimizar los impactos que tienen sus procesos con el medio ambiente y así darle un valor agregado a los clientes y crear un mayor reconocimiento en el mercado mobiliario.



RESULTADOS

Teniendo en cuenta que los neumáticos son responsables del 80% de la contaminación y solo el 3% llegan a procesos de rencauche, se considera que incluirlo en prácticas sin necesidad de una transformación a grandes rasgos evita generar nuevas contaminaciones en cuanto al aire que se respira, ya que los procesos que actualmente se encuentran "mitigan" la contaminación visual de estas, pero tienen como efecto secundario generación de gases nocivos para el ser humano, teniendo en cuenta esto y los resultados en los costos de fabricación podemos determinar que la compañía con la fabricación de puffs disminuirá los costos aproximadamente en un 49% y adicionalmente beneficiará ampliamente al medio ambiente y la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agricultura, O. d. (31 de Agosto de 2015). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Recuperado el 20 de septiembre de 2019, de http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/ong/info13.htm
- Agroindustria. (1996). *Agroindustria*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2019, de https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/d_recursos_humanos/concurso/normativa/_archivos/000007_Otras%20normativas%20especificas/000000_SISTEMA%20DE%20GESTIÓN%20%20AMBIENTAL%20ISO%201400.pdf
- Alvear, L. (Septiembre de 2017). *Researchgate*. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/320296158_Responsabilidad_Social_Empresarial_en_el_cluster_de_muebles_en_Barranquilla
- Ambiente, M. d. (2005). *minambiente*. Obtenido de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla>
- Barroso, F.G. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73-91.
- Borregaard, N., Geisse, G., Dufey, A., & Ladrón de Guevara, J. (Diciembre de 2002). IISD. Obtenido de MERCADOS VERDES: una oportunidad que merece ser atendida: https://www.iisd.org/sites/default/files/publications/tkn_green_markets_es.pdf
- Briseño García, Arturo, Lavín Verástegui, Jesús, & García Fernández, Francisco. (2011). Exploratory analysis of corporate social responsibility and its dichotomy in the business's social and environmental activities. *Contaduría y administración*, (233), 73-90. Recuperado en 30 de septiembre de 2019, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000100005&lng=es&tlng=en.

Calle, H., & Florez, J. (01 de Octubre de 2018). *mongabay LATAM*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2019, de <https://es.mongabay.com/2018/10/trafico-de-madera-en-colombia-amazonia-bosques/>

Castillo, O. N. (2015). *Stadium UNAD*. Recuperado el 16 de Marzo de 2019, de <https://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/3778/7/46371379.pdf>

cerebral, T. g. (25 de Enero de 2016). *Tu gimnasia Cerebral*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2019, de <http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas>

Comision euopea. (14 de 08 de 2005). *Red ambiental de austrias*. Obtenido de <http://movil.asturias.es/portal/site/medioambiente/menuitem.1340904a2df84e62fe47421ca6108a0c/?vgnextoid=8e54281a72a7b210VgnVCM10000097030a0aRCRD&vgnnextchannel=e5827d135f8a3210VgnVCM10000097030a0aRCRD&i18n.http.lan g=es>

Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa America Latina: una vision empresarial. United Nations Publications - Cepal. Gestion. (11 de 08 de 2013). Dinero. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/empresarios-falta-responsabilidadsocial/181559>

Del canto, E., & Silva Silva, A. (2013). 5276METODOLOGIA CUANTITATIVA:
ABORDAJE DESDE LA COMPLEMENTARIEDAD EN CIENCIAS SOCIALES.

Portal de revistas academicas universidad de Costa Rica, 25-34.

Espinoza, M. J., Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (Agosto de 2016). *Scielo*. Recuperado el

22 de Marzo de 2019, de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-

[36202016000300023&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso&tlng=es)

Esteban, E. G. (2007). *redalyc*. Recuperado el Septiembre de 2019, de

<https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122924002.pdf>

Friedman, M. (13 de septiembre de 1970). La responsabilidad social de la empresa es

incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*. Recuperado de

http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/articulos/a_20150908_04.pdf

Gestion. (11 de 08 de 2013). *Dinero*. Obtenido de

<https://www.dinero.com/empresas/articulo/empresarios-falta-responsabilidad->

[social/181559](https://www.dinero.com/empresas/articulo/empresarios-falta-responsabilidad-social/181559)

González López, J. L., & Ruiz Hernández, P. (Septiembre de 2011). *Scielo*. Obtenido de

http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962011000200011

Guerra, B. D. (15 de Mayo de 2015). *Scielo*. Recuperado el 16 de Marzo de 2019, de

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Galvez-Byron.pdf>

Guerrero, D. E., & Sandoval, J. H. (2011). *Scielo*. Recuperado el 21 de Marzo de 2019, de

<http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v14n2/v14n2a19.pdf>

Industria . (23 de Noviembre de 2017). Dinero. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/principales-retos-de-sector-de-muebles-en-colombia/252650>

Londoño Toro, Beatriz. (1999). RESPONSABILIDAD AMBIENTAL: NUEVO PARADIGMA DEL DERECHO PARA EL SIGLO XXI. *Estudios Socio-Jurídicos*, 1(1), 134-161. Retrieved October 01, 2019, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-05791999000100007&lng=en&tlng=es.

Martínez, P. C. (31 de Diciembre de 2013). *Economía y sociedad*. Recuperado el 26 de Marzo de 2019, de <https://core.ac.uk/download/pdf/48875268.pdf>

Mendoza, L. S. (7 de 09 de 2016). *PDF*. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/18048/T10.12%20C462r.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (12 de Noviembre de 2018). *Min Ambiente*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2019, de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/2106-el-ministerio-de-ambiente-y-el-instituto-humboldt-lanzan-la-campana-naturaleza-en-edicion-limitada-2>

Miranda, Rosa C, Segovia, Ciro C, & Sosa, César A. (2006). Pirólisis de Llantas Usadas: Estudio Cinético e Influencia de Variables de Operación. *Información tecnológica*, 17(2), 7-14. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642006000200003>

Navarro García, Fernando (2012) Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. Madrid, España.

Navarro Saldaña, Gracia, Rubio Aguilar, Verónica, Lavado Huarcaya, Sofía, Minnicelli, Alessandra, & Acuña, James. (2017). Razones y Propósitos para Incorporar la Responsabilidad Social en la Formación de Personas y en Organizaciones de Latinoamérica. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 11(2), 51-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-73782017000200005>

Perdigueru, T. G., & Garcia Reche, A. (2005). Responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de gestion empresarial. Universitat de València.

Pérez Espinoza, María José, Espinoza Carrión, Cacibel, & Peralta Mocha, Beatriz. (2016). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU ENFOQUE AMBIENTAL: UNA VISIÓN SOSTENIBLE A FUTURO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. Recuperado en 01 de octubre de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es

Pérez Porto , J., & Merino , M. (18 de Febrero de 2009). *Definiciones*. Recuperado el 18 de septiembre de 2019, de <https://definicion.de/diario-de-campo/>

Porras, E. G. (24 de Marzo de 2017). *Opinion y noticia*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2019, de <http://www.opinionynoticias.com/opinioneconomia/29409-reciclaje>

Proyecto de ley 70 de 2010 senado (Congreso de colombia 2010).

Puerto Becerra, D. P., & Aguilera Castro, A. (Marzo de 2012). Scielo. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en)

[62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en)

Quintero Núñez, Margarito, & Moncada Aguilar, Andrés. (2008). Contaminación y control de las quemas agrícolas en Imperial, California, y Mexicali, Baja California. *Región y sociedad*, 20(43), 3-2. Recuperado en 30 de septiembre de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252008000300001&lng=es&tlng=es.

Razeg, F. C. (11 de Octubre de 2010). *Scielo*. Recuperado el 2019 de septiembre de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a07.pdf>

Salas, A. (2009) El consumo responsable en Colombia (Tesis de Licenciatura) Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Bogotá, Colombia. Recuperado de www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis206.pdf

SAI. (2008). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/ad818s/ad818s06.htm>

Schreck, P. (2009). *The Business case for corporate social responsibility* Munich, Alemania: Springer Science & Business Media.

SCHWALB, María y MALCA, Óscar. *Responsabilidad Social. Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. 2005, 264 p. ISBN 978-997-2571-44-2

Sierra, B. (1995). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.

S, T. G. (11 de Noviembre de 2007). *SDL galerias*. Recuperado el 23 de Marzo de 2019, de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/responsabilidad_social.pdf

Trujillo, María Andrea y Vélez Bedoya, Rodrigo. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. *Universidad & Empresa*, 8, 319.

Unión temporal, ocade ltda. (colombia), saniplan (r.j. brasil), & ambiental s.a. (argentina). (16 de Mayo de 2012). Ambiente Bogota. Obtenido de Diagnóstico ambiental sobre el manejo actual de llantas: <http://ambientebogota.gov.co/documents/10157/0/Llantas.pdf>

Universiad Santo Tomas. (19 de Febrero de 2015). Universiad Santo Tomas. Obtenido de [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Momento%20Formacion%20Ambiental Maria%20Teresa%20Sarabia/mercados_verdes.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Momento%20Formacion%20Ambiental%20Maria%20Teresa%20Sarabia/mercados_verdes.html)

Valenzuela J, Luis Fernando. (2012). Responsabilidad social empresarial: una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental. *Innovar*, 22(45), 155-156. Retrieved September 30, 2019, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512012000300012&lng=en&tlng=en.

Vallaey, F. (2006). *CCA*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2019, de http://www.cca.org.mx/apoyos/formacion_c/02_profesores/info_esp/01_Responsabilidad_Social/marco_teorico_rsu_vallaey.pdf

Vilariño Corella, C.M. (2013). Contribución a la gestión estratégica organizacional con enfoque ambiental. Enl@ce Depósito legal pp 200402ZU1624

Revista Venezolana de Información, Tecnología y Año 10: No. 1, Enero-Abril 2013,
pp. 31-52 Conocimiento, 10 (1), 31-52

VIVES, Antonio y PEINADO, Estrella. La Responsabilidad Social de la empresa en América
Latina. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. 2011. 468 p

Volpentesta, J. R. (julio - diciembre de 2017). Manifestaciones emergentes en la gestión de
empresas multinacionales que asumen compromisos socio-ambientales. *Cuadernos
latinoamericanos de administración*, XIII(25), 30. Recuperado el Septiembre de 2019