

Responsabilidad Social Empresarial en la IPS Cardio Dajud de la ciudad de Sincelejo

Realizado por

Yamile Lujan Dajud Zuluaga

Trabajo de grado para optar al título de comunicadora social con énfasis organizacional

Asesora

Adriana Tobón Botero

Pontificia Universidad Javeriana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Carrera de Comunicación Social

Bogotá, D.C., mayo de 2019

Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana

Artículo 23

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Bogotá, 21 de mayo de 2019

Doctora
MARISOL CANO BUSQUETS
Decana
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá

Apreciada Doctora

Le presento mi trabajo de grado titulado ***Responsabilidad Social Empresarial en la IPS Cardio Dajud de la ciudad de Sincelejo*** con el cual culminó los requisitos exigidos por la Facultad de Comunicación y Lenguaje para obtener el título de Comunicadora Social con énfasis en Comunicación Organizacional.

El trabajo realizado es el producto de un análisis en el campo de la responsabilidad social, sostenibilidad y salud en Colombia. Agradezco infinitamente la atención prestada durante todos los años de carrera y tengo la esperanza de que esta investigación pueda ser un aporte para el ámbito de estudio de la comunicación y la salud.

Cordialmente,

Yamile Luján Dajud Zuluaga

CC: 1125228210

Bogotá, 21 de mayo 2019

Doctora

MARISOL CANO BUSQUETS

Decana

Facultad de Comunicación Social y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Estimada Decana:

Me permito presentar el trabajo *Responsabilidad Social Empresarial en la IPS Cardio Dajud de la ciudad de Sincelejo*, de la estudiante Yamile Luján Dajud Zuluaga para optar al título de Comunicadora Social con énfasis en Organizacional.

Este trabajo acercó a la estudiante al mundo empresarial con el interés de apoyar a la empresa familiar que tiene gran experiencia en la atención a pacientes del sector salud en la ciudad de Sincelejo, desde la especialidad de cardiología. Vale la pena destacar esto porque, como bien lo expresa el documento, su operación como compañía se da entre el cumplimiento de leyes y las consideraciones e intereses de sus directivas de servir al ser humano.

Considero valioso el estudio porque el sector salud es un área que ofrece oportunidades laborales de gran impacto para los comunicadores que quieran acercarse a todos los públicos de la entidad en busca de una atención integral que tenga en cuenta todos los ámbitos que involucra su servicio: científico, médico, operativo, logístico y entre otros, pero ante todo que reconozca la dignidad de sus usuarios.

La estudiante hace un recuento del vínculo que existe entre la comunicación y la responsabilidad social en una entidad de salud en beneficio de sus clientes, pacientes, sus familias y el entorno.

Cordialmente,

ADRIANA TOBÓN B.

Asesora

Referencia: Formato Proyecto Trabajo de Grado

Código Espacio para la CTG.

FORMATO PROYECTO TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

IDENTIFICACIÓN

Título del Trabajo de Grado: Responsabilidad Social Empresarial En La IPS Cardio Dajud De La Ciudad De Sincelejo

Aprobado por: ADRIANA TOBON B. Firma: _____ Nota: _____

Profesor Proyecto II: Asesor:

Campo Profesional en el que inscribe el proyecto: Organizacional
(Puede inscribir el trabajo en uno o dos campos profesionales o no asociarlo a ninguno)

Doble Programa: No: Si: Cual: Nombre programa.

Modalidad de Trabajo:

	Monografía Teórica	X	Análisis
	Sistematización Experiencias		Producto
	Práctica por proyecto		Asistencia Investigación

Línea de Investigación

	Discursos y Relatos	X	Procesos Sociales
	Industrias Culturales		Prácticas de Producción Innovadora

Palabras Clave: SISTEMA DE SALUD, RESPONSABILIDAD SOCIAL, COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, SOSTENIBILIDAD, RECONCILIACIÓN Y POSTCONFLICTO

Fecha Inscripción: 21 DE MAYO 2019

Estudiante

YAMILE LUJAN DAJUD ZULUAGA D.I. 1125228210

Asesor Propuesto: ADRIANA TOBON B.

Departamento al que está adscrito el asesor: Comunicación y ciencias de la información

Información Básica

A. Problema

1. ¿Cuál es el problema? ¿Qué aspecto de la realidad considera que merece investigarse?

La IPS Cardio Dajud ubicada en la ciudad de Sincelejo teme que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial que ejerce esté siendo de forma incorrecta, es significativo dar a conocer los beneficios de la RSE y más por medio de una profesión como comunicación social y periodismo la cual tiene su razón de ser en informar a la sociedad.

2. ¿Por qué es importante investigar ese problema?

La RSE es una apuesta irrenunciable para toda Pyme que aspire a ser innovadora, a generar beneficio y a mantener un negocio sostenible a los largo de muchos años por ende es importante que está RSE sea dada a conocer y qué mejor medio que desde la comunicación social, adicional a esto la RSE por el momento es una herramienta de aplicación voluntaria que está en busca de ser obligatoria y por medio de esta investigación se podría comenzar a sensibilizar a las Pyme en ese aspecto.

3. ¿Qué se va a investigar específicamente?

Básicamente la investigación estará enfocada en la RSE Responsabilidad Social Empresarial y su aporte a la Reconciliación y Construcción de Paz aplicada desde la IPS, para ello la ISO 26.000, GRI y los Indicadores ETHOS serán la herramienta base para conocer el estado actual de la IPS Cardio Dajud en esas áreas.

B. Objetivos

1. Objetivo General:

- Identificar criterios actuales de responsabilidad social que está aplicando la empresa Cardio Dajud en función de su cumplimiento y su compromiso, teniendo en cuenta su acción social e influencia positiva entre las comunidades de su entorno en la ciudad de Sincelejo.

2. Objetivos Específicos (Particulares):

- Comparar los elementos básicos que subyacen al tema de responsabilidad social en la IPS Cardio Dajud con los principios y deberes de la Responsabilidad Social Empresarial a partir de una recopilación de conceptos y autores relacionados con el tema.
- Caracterizar la empresa Cardio Dajud y su programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- Analizar resultados de las herramientas de análisis aplicadas a los empleados encargados en la I.P.S. Cardio Dajud
- Proponer recomendaciones para implementar un modelo de trabajo de RSE en la IPS Cardio Dajud SAS de la ciudad de Sincelejo y de seguimiento, incluyendo la reconciliación y construcción de paz.

Fundamentación Teórica y Metodológica

A. Fundamentación Teórica

1. Estado del Arte ¿Que se ha investigado sobre el tema?

A lo largo de la historia muchas empresas, en Colombia y en el mundo, han buscado un vínculo más estrecho y vital con las sociedades en las que operan. Sus acciones han ido más allá de los mínimos de una empresa para poder existir: generación de empleo, pago de impuestos y cumplimiento de obligaciones laborales. Algunas se han dedicado a la filantropía corporativa, mientras que otras han trabajado, mediante programas especiales, para elevar el bienestar de las comunidades que son cercanas a la operación de sus negocios y canalizar a través de la RSE sus aportes a la sociedad.

Otras empresas en su nuevo enfoque para enfrentar los retos que les impone el desarrollo están invirtiendo en ideas para crear oportunidades de mejorar en la atención a los más vulnerables y desvalidos de la sociedad. Entre estas iniciativas están, por ejemplo, el desarrollo de productos dirigidos a necesidades específicas, el aumento de compras de productos provenientes de proveedores locales y la cooperación en comunidades de bajos ingresos mediante la entrega de nuevos productos y servicios.

“En un mundo en el que hay cada vez una mayor demanda por la transparencia, las empresas que se comporten como ciudadanos corporativos globales responsables, en un marco de progreso social, no solo serán más competitivas en el largo plazo, sino que obtendrán el reconocimiento de los consumidores” (Ortiz, J. 2006).

De igual manera, en el momento que una organización considere los principios y las materias fundamentales para la Responsabilidad Social NORMA ISO 26000 por ejemplo, se podrá decir que cuenta con una orientación sobre cómo poner en práctica su responsabilidad social. Las organizaciones se pueden basar en sistemas, políticas, estructuras y redes existentes para hacerlo, aun cuando algunas actividades tengan que ser enfocadas de manera diferente, o teniendo en cuenta un rango más amplio de factores conforme a cada organización.

La participación e inclusión totales y efectivas de todos los grupos en la sociedad, incluidos los grupos vulnerables, ofrece y aumenta las oportunidades de todas las organizaciones y de las personas afectadas. Una organización tiene mucho que ganar si opta por un enfoque activo que asegure la igualdad de oportunidades y el respeto para todos los individuos. (ISO, 2010)

Los grupos que han sufrido una discriminación permanente que les ha generado desventajas son vulnerables¹ a sufrir nuevas discriminaciones, por lo que las organizaciones deberían poner mayor atención a los derechos humanos, en términos de protegerlos y respetarlos.

Así entonces, la discusión sobre la responsabilidad social ha estado ligada al desarrollo mismo de la empresa; tradicionalmente asociada a los conceptos de ética del empresario, buen trato al personal y, principalmente, a la filantropía. Según Gilli (2006) a partir de 1960 se ha venido planteando la cuestión en los términos actuales: se exige que la empresa asuma la responsabilidad por los problemas sociales y contribuya a su solución.

RSE y Posconflicto en Colombia

La Corte Constitucional de la República de Colombia se pronunció sobre la Responsabilidad Social Empresarial por medio de la sentencia T-247 de 2010 indicando que: “la RSE debe ser asumida como compromiso social, como complemento al ánimo de lucro”. De igual manera en la misma sentencia dio un bosquejo del paso a paso, a seguir para que las empresas implementen la RSE, así:

- Debe ser voluntaria.
- Generar programas de índole solidaria.
- El impacto positivo debe ser direccionado a la comunidad y sociedad en general.

Anterior a esa sentencia, autores como Agudelo de Bedout (2009) ya tenían el concepto de que “La legislación sobre RSE en Colombia ha quedado confinada y tal vez esto no permita definir claramente los límites que existen entre el mercadeo y la promoción de imagen política con la efectividad legislativa”, dando así poca claridad en la implementación de esta herramienta.

En la tercera edición de Entérese del Proceso de Paz, la cual expresa diez ideas para entender el proceso de paz, presenta dos ideas que vinculan a la sociedad civil en pro de la reconciliación y la construcción de paz,

“LA PAZ ES DE TODOS Y CON TODOS: Una vez se termine el conflicto, la construcción de la paz requerirá de una activa participación de la gente en los territorios en ejercicios de discusión sobre la forma de implementar los acuerdos. Este proceso pasa por aprovechar las capacidades existentes en los territorios y reflexionar desde allí acerca de las transformaciones que se deben dar con el objetivo de cerrar las brechas entre el campo y la ciudad, para tener una paz estable y duradera.” y “EL PROCESO DE PAZ ABRIRÁ NUEVOS ESPACIOS PARA LA CONVIVENCIA Y LA RECONCILIACIÓN: La implementación de los acuerdos requerirá de la creación de nuevos espacios de

¹ Por grupos vulnerables se entiende típicamente aquellos descritos en el apartado 6.3.7.2, (ISO, 26000).

participación en el nivel territorial, para que los diferentes sectores de la sociedad, incluyendo a las víctimas y también a quienes participaron en el conflicto, se encuentren, discutan y construyan de manera deliberativa una visión conjunta de cómo se deben implementar los acuerdos y en general, cómo se debe construir la paz en su territorio en conjunto con las autoridades. “Esos espacios de deliberación son también espacios de reconciliación”.

Es necesaria la innovación de estrategias comunicativas, para lograr algún efecto en la sociedad, ya que no solo se debe llegar a los líderes empresariales, si no a todas aquellas personas que constituyen las instituciones, es por eso que las estrategias deben estar alimentadas de los conectores significativos que maneja cada individuo dentro de sus contextos que nutre su propia interacción con la sociedad (Ribero, 2011).

La cooperación internacional, específicamente la Unión Europea le ha brindado a Colombia un programa llamado “Laboratorios de paz” el cual le apuesta al desarrollo del país construyendo escenarios donde “la reapropiación de los derechos humanos es la base para la reconstrucción del tejido social y la recuperación de un sentido de ciudadanía que contribuye a garantizar la paz duradera” (Unión Europea, 2003).

La inclusión laboral es el derecho que tienen personas en situaciones de vulnerabilidad a trabajar, en igualdad de condiciones con las demás; ello incluye el derecho a tener la oportunidad de ganarse la vida mediante un trabajo libremente elegido o aceptado en un mercado y un entorno laboral que sea abierto, inclusivo y accesible (Naciones Unidas, 2006).

El simple hecho de que un desmovilizado cuente con empleo le proporciona tranquilidad, estabilidad y emocionalmente puede sentirse parte de algo; la sociedad, así que el tener acceso económico para mantenerse y mantener a su familia es la demostración de ser útil para el país, la reapropiación de los derechos humanos empieza cuando un individuo tiene las herramientas necesarias para su realización en la sociedad.

Los desmovilizados son ciudadanos en condiciones especiales que requieren un trato en donde la normatividad actué a favor del desarrollo positivo de la persona y también en pro del posconflicto.

En ISO 26.000 el tema de la “Visión general de la gobernanza de la organización”, es considerado el factor más importante para que una organización se responsabilice de sus decisiones y acciones para integrar la Responsabilidad Social Empresarial a lo largo de toda la organización y sus relaciones. Acciones y expectativas sobre la forma en que debieran comportarse.

Los procesos y estructuras de la toma de decisiones serán los que permitan aplicar los principios y prácticas de Responsabilidad Social dentro de la organización. En este sentido las acciones y expectativas relacionadas han sido definidas de la siguiente manera²:

- Desarrollar estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la Responsabilidad Social.
- Demostrar compromiso y rendición de cuentas por parte de los líderes.
- Crear y nutrir un ambiente y cultura en los que se practiquen los principios de la responsabilidad social.

² Guía IRAM ISO 26000

- Crear un sistema de incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño en responsabilidad social.
- Usar eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos.
- Promover oportunidades justas para los grupos minoritarios dentro de la organización.
- Equilibrar las necesidades de la organización, con la de sus partes interesadas, incluidas las necesidades inmediatas y aquellas de las generaciones futuras.
- Establecer procesos de comunicación en dos direcciones con sus partes interesadas, identificando áreas de acuerdo y desacuerdo y arbitrando para resolver posibles conflictos.
- Promover la participación eficaz de los empleados de todos los niveles, en las actividades de la organización relacionadas a la responsabilidad social.
- Equilibrar el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que toman decisiones en representación de la organización.
- Mantener registro de la implementación de las decisiones para asegurar que dichas decisiones se llevan a cabo de la manera socialmente responsable y para determinar la rendición de cuentas por los resultados de las decisiones y las actividades de la organización, sean éstos positivos o negativos.
- Revisar y evaluar, periódicamente los procesos de gobernanza de la organización. Adaptar los procesos en función del resultado de las revisiones y comunicar los cambios a toda la organización.

Las acciones orientan a la organización hacia aquello que debería llevar a cabo y las expectativas sobre la forma como que la organización debería comportarse.

2. Marco Conceptual

¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará?

- Responsabilidad Social Empresarial
- Reglamentación RSE en Colombia
- Norma ISO 26000
- Derechos Humanos
- Sistema de Salud (IPS)
- Evolución de la RSE
- Comunicación Organizacional
- Comunicación Verde
- Comunicación para la Salud
- Comunicación y Reconciliación en el Posconflicto

Responsabilidad Social Empresarial:

La Responsabilidad Social Empresarial es el: “Hacer negocios basados en principios ético y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera”. (ISO 26000)

Reglamentación RSE en Colombia

Actualmente solo en la ciudad de Bogotá se ha radicado el PROYECTO DE ACUERDO 053 DE 2012 "Por medio del cual se Promueve la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, familiar e Individual en la Ciudad de Bogotá " la cual incentiva a empresas a practicar la RSE como también declara al 12 de septiembre como día de la RSE en la ciudad de Bogotá.

Norma ISO 26000

Una Norma Internacional ISO que ayuda a todo tipo de organización, sea cual sea su tamaño, a operar de una manera socialmente responsable siguiendo los puntos que se indican en la guía que compone esta norma.

Derechos Humanos

Los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición. Todos tenemos los mismos derechos humanos, sin discriminación alguna.

Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es de vital importancia para alcanzar los objetivos de cada empresa, pues ella es la encargada del flujo de información entre los colaboradores y su entorno creando un proceso de modificación y transformación de las ideas principales.

Comunicación Verde

Con todos los cambios negativos que ha venido sufriendo el planeta gracias al mal uso de sus recursos naturales por parte de nosotros, se ha venido presentando un nuevo tipo de comunicación, comunicación verde, la cual tiene como principal intención informar a al receptor sobre los beneficios, consecuencias y/o impacto al medio ambiente de utilizar o no productos o servicios sostenibles que ayuden a mantener y mejorar el medio ambiente.

Comunicación y Reconciliación en el Posconflicto

La comunicación juega un papel importante en el proceso de paz y reconciliación que vive Colombia hoy día es el medio encargado de transmitir de manera eficiente y veraz todo el contenido del proceso de paz a los ciudadanos colombianos.

Algunos de los autores definen la Responsabilidad Social Empresarial de la siguiente manera:

AUTORES	DEFINICIÓN
WBCSD (2000, p.10). ³	<i>"La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida".</i>

³ World Business Council Sustainable Development

Comisión de las Comunidades Europeas (2001, p.7) ⁴ .	<i>"La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".</i>
De la Cuesta y Valor (2003).	<i>"RSE se puede definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos".</i>
AECA (2004) ⁵ .	<i>"RSE es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su esencia social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa"..</i>
BSR ⁶ .	<i>"La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa".</i>
CSR Europe.	<i>"La integración de las operaciones empresariales y valores donde se reflejen los intereses de los stakeholders incluyendo consumidores, empleados, inversores, medio ambiente y comunidad local, en las acciones y políticas de las empresas.</i>
Forética.	<i>"La RSE consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano".</i>
Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas.	<i>"La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración".</i>
Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social.	<i>"La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".</i>
PWBLF ⁷ .	<i>"La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente".</i>

⁴ Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas. COM (2001).

⁵ Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

⁶ Business for Social Responsibility.

⁷ Prince of Wales Business Leaders Forum.

The Center for Corporate Citizenship del Boston College.	<i>"La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas".</i>
Foro de Expertos ⁸	<i>"Además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones".</i>

Fuente: Elaboración propia con base en varios autores

B. Fundación Metodológica

1. El diseño metodológico que se utilizará en esta investigación será de tipo descriptivo no experimental, de manera que se logren cimentar las bases para elaborar a futuro con las recomendaciones presentadas en este trabajo el plan de estratégico de RSE teniendo como objeto de estudio la empresa I.P.S. CARDIO DAJUD de la ciudad de Sincelejo.

De manera global, la investigación que se propone en esta tesis se concibe en tres fases; una primera de carácter exploratorio en la cual se recopila información que permita identificar los problemas y las necesidades que se presentan en la I.P.S. objeto del estudio, por medio de un diagnóstico previo con la herramienta de entrevistas al equipo directivo, La identificación de estos problemas permitirá desarrollar una segunda fase en la cual se sugieren metodologías y estrategias para implementar el plan de Responsabilidad Social Empresarial como respuesta al problema identificado.

De acuerdo con los planteamientos de Hernández et al. (2003), esta investigación se puede considerar como un estudio de carácter descriptivo ya que se van a identificar propiedades y características propias de una comunidad en un espacio de tiempo claramente definido y por último una tercera fase donde se formularán recomendaciones para potencializar la experiencia del servicio de la I.P.S. a futuro.

Fuentes primarias: Hace referencia a la información suministrada por el personal de la empresa, empleados, administrativos, directivas y mediante información directa en campo por parte del investigador.

Fuentes secundarias: Comprende la información recolectada a través de documentación, artículos científicos, tesis e investigaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, y que sirven como fundamento teórico para soportar la investigación y el desarrollo del plan a implementar.

De acuerdo con lo planteado por Jonker & Witte (2006), "esta metodología a implementar se enmarca en la hermenéutica ya que permite interpretar los mensajes planteados por los entrevistados y encuestados, para aportar de manera práctica a la creación de las estrategias a implementar dentro del plan de Responsabilidad Social".

⁸ Iniciativa del Ministerio de trabajo y Asuntos Sociales de España.

En la fase de evaluación del plan de Responsabilidad Social, se pretende evaluar los resultados a partir de los Indicadores Ethos que, como se dijo antes, constituyen una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que incorporan las prácticas de RSE.

2. Cronograma.

CRONOGRAMA				
SEMANA	ACTIVIDADES			
semana 1	EXPLORACION IPS CARDIODAJUD			
semana 2				
semana 3				
semana 4				
semana 5		DESARROLLO DE LA INVESTIGACION		
semana 6				
semana 7				
semana 8				
semana 9			UNIFICACION DE INFORMACION	
semana 10				
semana 11				
semana 12				
semana 13				PROPUESTA Y APLICACIÓN DE LA INVESTIGACION EN LA IPS
semana 14				
semana 15				
semana 16				
semana 17				REVISION FINAL Y ENTYREGA
semana 18				

3. Bibliografía básica:

- AECA (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. nº 1.
- Carroll, A.B. (1999): "Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct", Business & Society 38(3): 268-295.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001): Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Documento COM (2001) 366-final. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2002): Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible/COM/2002/0347 (<http://eurlex.europa.eu>).
- Comisión de las Comunidades Europeas (2011): Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas (<http://eur-lex.europa.eu>).
- Comisión Mundial para el desarrollo del medio ambiente (1987): Informe Brundtland (<http://daccess-ods.un.org>).
- De La Cuesta, M.; Valor, C. Y Kreisler, I. (2003). "Promoción institucional de la responsabilidad social corporativa", Boletín ICE Económico, nº 2779, pp. 9-20.

- Forética (2004). Responsabilidad social en las Empresas. Situación en España. Informe Fonética.
- Fuentes; S. (2007) “Memorias Colombia Responsable.1er Encuentro de Responsabilidad y Desarrollo Social”. Grupo SAF (Bogotá, Colombia)
- Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M.I. y Corchuelo Martínez-Azúa, M.B. (2013): “Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa”. Revista de Contabilidad, Spanish Accounting Review, 16, 1, enero-junio, 11-23.
- La red empresarial europea para la Responsabilidad Social Corporativa
- WBCSD (2002), Corporate Social Responsibility, The WBCSD’s Journey.

NOTA: El proyecto no debe sobrepasar las 15 páginas.

Agradecimientos

Quiero comenzar por darle gracias a Dios por todas sus bendiciones y el privilegio de darme la posibilidad por medio de mis padres para mi formación universitaria. Gracias a ellos por su apoyo incondicional y, sobre todo, por haberme dado la libertad y las herramientas para crear mi camino. Gracias por ser mi sustento incondicional y por depositar en mí toda su confianza y amor.

Sin duda, llegar hasta este punto no hubiera sido posible sin el apoyo de la Universidad y sus docentes. Gracias infinitas por el conocimiento transmitido. Es por esto que también quiero hacer mención especial en estos agradecimientos, es mucho todo lo aprendido y ofrecido por parte de ellos.

De igual forma, quiero manifestar mi agradecimiento con mi asesora de tesis, Adriana Tobón Botero, por su dedicación, su disposición, sus conocimientos, sus orientaciones, su forma de trabajar en equipo, su persistencia, su paciencia y su motivación para conmigo. Todo lo mencionado anteriormente, ha sido pilar fundamental para mi crecimiento tanto personal como intelectual. Para ser de mí un ser humano integral. Me siento muy afortunada por cada una de las personas que hicieron parte de este camino que culmina con infinita gratitud.

Tabla de contenido

Responsabilidad Social Empresarial en la IPS Cardio Dajud de la ciudad de Sincelejo	1
<i>FORMATO PROYECTO TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</i>	5
IDENTIFICACIÓN	5
Información Básica	6
A. Problema	6
B. Objetivos	6
Fundamentación Teórica y Metodológica	7
A. Fundamentación Teórica	7
<i>RSE y Posconflicto en Colombia</i>	8
B. Fundación Metodológica	13
1. Introducción	22
2. Justificación	23
3. Problema	25
4. Objetivo general	27
4.1. Objetivos Específicos (Particulares):	27
5. Estado del Arte	28
5.1. RSE y Posconflicto en Colombia	30
5.2. Sistema de la salud en Colombia	39
6. Marco Teórico	41
6.1. Comunicación Organizacional	41
	17

6.2. Comunicación Verde	42
6.3. Comunicación para la Salud	43
6.4. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	44
6.4.1. Clasificación de Enfoques, Teorías y Modelos en RSE	46
6.4.2. RSE en Comunicación y Salud	50
6.4.3. RSE en Derechos Humanos Y La Salud	51
6.5. Comunicación y Reconciliación en el Posconflicto	53
7. Marco Metodológico	54
7.1. Entrevista Inicial I.P.S. Cardio Dajud Sincelejo	58
7.1.1. Descripción del Instrumento	58
7.2. Cuestionario RSE I.P.S. Cardio Dajud Sincelejo	61
7.2.1. Descripción del Instrumento	61
7.3. Aplicación de los Indicadores Ethos	66
8. Caracterización de la IPS Cardio Dajud	68
8.1. Reseña Histórica	68
8.2. Misión	69
8.3. Visión	69
8.4. Valores Institucionales	69
8.5. Políticas de Calidad	70
8.6. Quiénes Somos	70
8.6.1. Propuesta de Servicios	71

8.6.1.1. Objetivo General	71
8.6.1.2. Alcance y Plan de Beneficios.	71
8.6.1.3. Servicios Habilitados.	71
8.6.1.4. Descripción Clasificación Única de Procedimientos CUPS	72
9.1. Responsabilidad Social en I.P.S. CARDIO DAJUD	75
9.1.1. Resultado del Diagnóstico Previo	75
9.1.2. Indicadores Ethos en I.P.S. Cardio Dajud	81
9.1.2.1 Calidad de vida en la empresa I.P.S. Cardio Dajud	
9.1.2.2. Compromiso con la comunidad.	82
9.1.2.3. Cuidado y preservación del medio ambiente.	83
9.1.2.4. Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (<i>stakeholders</i>).	83
10. Conclusiones	84
11. Recomendaciones	85
12. Bibliografía	89

Listado de tablas

Tabla 1 Código de buen gobierno, ética y conducta en EPS	23
Tabla 2 Enfoques RSE	34
Tabla 3 Teorías RSE	35
Tabla 4 Modelo de Indicadores Ethos y Global Reporting Initiative GRI.	36
Tabla 5 Indicadores de Calidad de Vida en la Empresa	47
Tabla 6 Indicadores de Compromiso con la Comunidad	48
Tabla 7 Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	49
Tabla 8 Indicadores de Competitividad y Relación con sus Involucrados	52
Tabla 9 Valores Institucionales	56
Tabla 10 Servicios Habilitados	58
Tabla 11 Descripción Clasificación Única de Procedimientos CUPS	59
Tabla 12 Responsabilidad Social en I.P.S. CARDIO DAJUD	63

1. Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema que actualmente ocupa una posición estratégica en los mercados. Si se hablara de su origen, sería inexacto mencionar una fecha precisa donde muestre el origen de este concepto, porque a través de los años el tema ha recogido diversos conceptos, estrategias y elementos que la han consolidado convirtiéndola en una de las herramientas más fuertes con las que cuenta la sociedad para generar desarrollo sostenible y hacer más eficiente su gestión empresarial.

Como uno de los aportes principales de este trabajo se hizo una recopilación de diferentes conceptos relacionados con la comunicación y la responsabilidad social para una entidad de salud teniendo en cuenta la situación actual del país de reconciliación y construcción de paz.

La Responsabilidad Social Empresarial ha venido evolucionando, lo cual ha permitido que los diferentes autores indaguen sobre la historia y evolución de este tema empresarial. Es por esto por lo que hoy en día se puede encontrar una extensa bibliografía de cómo se inició su construcción, desde el tema filantrópico que envuelve a todos los interesados hasta la actualidad donde se busca explicar la interacción y desarrollo sostenible de las empresas con su entorno sin afectar los grupos de interés o *stakeholders*.

Siendo el sector salud un área importante para contribuir al desarrollo del país, el presente trabajo rescata aspectos como la gestión de la IPS CARDIO DAJUD en materia de RSE y su éxito competitivo. Paradójicamente, la RSE en el sector salud no ha sido

suficientemente estudiada y en Colombia no existe una normatividad al respecto, que fomente los comportamientos responsables de las organizaciones, que, hasta el momento, se percibe como voluntaria por parte de las empresas.

Según McWilliams y Siegel (2001) Responsabilidad Social, es el conjunto de acciones de parte de las empresas que apoyan o consienten la promoción del bien social, más allá de los intereses de la compañía y sus tenedores de interés o *stakeholders* y más allá de lo que es requerido por la Ley.

Así pues, desde el punto de vista del posconflicto y reconciliación, la RSE es una herramienta útil que, al ser implementada de manera correcta, generaría un impacto de gran notoriedad en la sociedad, ya que en este proceso de construcción de paz en el que se encuentra Colombia, el simple hecho de que los sectores privados pongan en marcha la RSE le brindaría oportunidad de empleo incluyente a los 60.480⁹ desmovilizados de las FARC-EP.

2. Justificación

La responsabilidad social empresarial o también llamada inversión responsable, se define como el aporte voluntario de las empresas públicas o privadas al desarrollo sostenible del medio ambiente y de las comunidades impactadas por el objeto de cada empresa.

Todas las empresas giran en torno al usuario, cliente y/o consumidor final siendo de vital importancia el efecto causado en éste, según Morales Méndez y Galeano Barrera

⁹ Tomado de la ARN Agencia para la Reincorporación y la Normalización, Cuadro 1 Histórico de personas desmovilizadas

(2013) “las empresas dedicadas al sector salud tienen un contacto aún mayor con la sociedad y los individuos por su interrelación con los usuarios del servicio y por eso es lamentable que estén enfocadas a la búsqueda de la máxima rentabilidad de sus inversionistas, olvidándose del cuidado y beneficio del usuario final”.

Cuando una empresa a través de una adecuada administración visualiza la estrategia de la implementación y cumplimiento de la RSE, se puede integrar con el desarrollo sostenible tal como lo menciona Rodica, M (2010): “...un primer elemento está dado por el hecho de que el desarrollo sostenible es un atributo complejo de la estrategia de desarrollo, que no debe tomar la forma de un escenario único y que no solo será posible desde un punto de vista social sino también desde una perspectiva política, ecológica y punto de vista tecnológico, en una sociedad dada. Las dimensiones del desarrollo sostenible son a la vez demográfico, natural, y tecnológico. Un segundo elemento está dado por el carácter creciente del desarrollo sostenible que dé cuenta con los descubrimientos científicos y los riesgos imprevistos del futuro.” De tal manera que el aporte e inclusión de principios básicos de RSE al sector salud le proporciona al país una oportunidad de mejora.

La importancia de esta investigación radica en la identificación del estado actual, redactar mejoras y recomendaciones de RSE que puede llegar a aplicar la I.P.S. Cardio Dajud de la ciudad de Sincelejo, para así brindar sus servicios bajo las directrices medioambientales y sociales enfocadas a una vinculación directa con el escenario de construcción y reconciliación de Colombia. Por consiguiente, este análisis se hace

corresponsable en la búsqueda de oportunidades para la puesta en marcha de aceptación y apropiación de la construcción de paz y posconflicto del país desde la I.P.S. Cardio Dajud.

Además, a largo plazo se hace imperativo que todas las empresas incluyan en sus planes de trabajo y estrategia empresarial los principios básicos de la RSE donde se realice un seguimiento a cada área de la compañía y se genere sentido de pertenencia por el tema, para así aportar poco a poco a la mejoría del medio ambiente y la sociedad, dejando como prioridad apoyar los procesos de paz.

3. Problema

En la actualidad Colombia se encuentra transitando por un camino desconocido, pues atrás queda una guerra de más de medio siglo con las FARC - EP¹⁰ después de firmar los acuerdos de paz en Cartagena y en el Teatro Colon de Bogotá, ahora solo le espera implementar una paz duradera, la cual puede ser alcanzada, pero con ayuda de todos los colombianos. Nadie dice que va a ser fácil; sin embargo, el trabajo no es de uno solo, el trabajo debe ser en conjunto de todos los sectores aportando ideas y primordialmente colocando esas ideas en marcha para que Colombia sea ese país que soñamos.

No es ajeno al conocimiento público que uno de esos sectores que pueden apoyar la paz en Colombia es el sector salud, el cual está conformado por muchos actores entre ellos las Entidades Promotoras de Salud (EPS) y los Institutos Prestadoras de Servicio (IPS.) que fueron creadas en la Ley 100 de 1993; las primeras están encargadas básicamente de promover la afiliación al sistema de seguridad social, en ellas no existe atención médica

¹⁰Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia Ejército del Pueblo

sino administrativa y comercial y las segundas son contratadas por las EPS para que cumplan con los planes y servicios médicos que estas ofrecen (promueven) a sus usuarios, son con éstas con las que se pueden articular un sinnúmero de programas que aporten a la reconciliación en el posconflicto.

La Responsabilidad Social Empresarial ha venido siendo adoptada por un mínimo número de empresas colombianas. Su implementación es voluntaria, pues es un concepto aplicable y transversal en gran cantidad de áreas, que no se deja definir ni constreñir fácilmente. Por esta razón, cualquier intento de introducir una RSE obligatoria sería vano y limitante, siendo entonces ajustada a cada empresa según sus necesidades. Sin embargo, la responsabilidad social empresarial está siendo ignorada al momento de diseñar las estrategias y directrices administrativas, perdiendo la oportunidad de ser más competitivos en el mercado y de aportar a la construcción de la paz en Colombia.

Sin embargo, según autores ya mencionados,

El enfoque de la RSE apela a todos los sectores económicos, por tal razón y tal como está estructurado el Sistema General de Seguridad Social en Colombia, sus actores no pueden ni deben ser ajenos a ella, pues de éstos depende el funcionamiento correcto y el desarrollo equilibrado de la salud en el país.

Las acciones de RSE que deben implementar los actores del sector salud tiene que ver también con el ámbito ético que, en realidad no debería ser una cuestión voluntaria, partiendo del hecho de que la salud es un derecho fundamental y de que el objetivo principal de estas instituciones debe ser brindar un servicio con calidad.

Morales Méndez y Galeano Barrera (2013)

Teniendo en cuenta lo anterior, las entidades confunden prestar un mejor servicio de calidad con RSE y desconocen cómo ser agentes de cambio en el posconflicto, al punto que no somos ajenos, como usuarios a que estas entidades vulneren y pasen por encima de nuestros derechos, situación que es la base de esta investigación.

Cabe entonces preguntar específicamente *¿Cuáles son los criterios de RSE que puede implementar la IPS Cardio Dajud a fin de potencializar la calidad de sus servicios y apoyar los procesos de paz y reconciliación del país?*

4. Objetivo general

Identificar los criterios de RSE que puede implementar la IPS Cardio Dajud a fin de potencializar la calidad de sus servicios y apoyar los procesos de paz y reconciliación del país.

4.1. Objetivos Específicos (Particulares):

- Comparar los elementos básicos que subyacen al tema de responsabilidad social en la IPS Cardio Dajud con los principios y deberes de la Responsabilidad Social Empresarial a partir de una recopilación de conceptos y autores relacionados con el tema.
- Caracterizar la empresa Cardio Dajud y su programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- Analizar resultados de las herramientas de análisis aplicadas a los empleados encargados en la IPS Cardio Dajud

- Proponer recomendaciones para implementar un modelo de trabajo de RSE en la IPS Cardio Dajud SAS de la ciudad de Sincelejo y de seguimiento, incluyendo la reconciliación y construcción de paz.

5. Estado del Arte

A lo largo de la historia muchas empresas, en Colombia y en el mundo, han buscado un vínculo más estrecho y vital con las sociedades en las que operan. Sus acciones han ido más allá de los mínimos de una empresa para poder existir: generación de empleo, pago de impuestos y cumplimiento de obligaciones laborales. Algunas se han dedicado a la filantropía corporativa, mientras que otras han trabajado, mediante programas especiales, para elevar el bienestar de las comunidades que son cercanas a la operación de sus negocios y canalizar a través de la RSE sus aportes a la sociedad.

Otras empresas en su nuevo enfoque para enfrentar los retos que les impone el desarrollo están invirtiendo en ideas para crear oportunidades de mejorar en la atención a los más vulnerables y desvalidos de la sociedad. Entre estas iniciativas están, por ejemplo, el desarrollo de productos dirigidos a necesidades específicas, el aumento de compras de productos provenientes de proveedores locales y la cooperación en comunidades de bajos ingresos mediante la entrega de nuevos productos y servicios.

“En un mundo en el que hay cada vez una mayor demanda por la transparencia, las empresas que se comporten como ciudadanos corporativos globales responsables, en un

marco de progreso social, no solo serán más competitivas en el largo plazo, sino que obtendrán el reconocimiento de los consumidores” (Ortiz, J. 2006).

De igual manera, en el momento que una organización considere los principios y las materias fundamentales para la Responsabilidad Social NORMA ISO 26000 por ejemplo, se podrá decir que cuenta con una orientación sobre cómo poner en práctica su responsabilidad social. Las organizaciones se pueden basar en sistemas, políticas, estructuras y redes existentes para hacerlo, aun cuando algunas actividades tengan que ser enfocadas de manera diferente, o teniendo en cuenta un rango más amplio de factores conforme a cada organización.

La participación e inclusión totales y efectivas de todos los grupos en la sociedad, incluidos los grupos vulnerables, ofrece y aumenta las oportunidades de todas las organizaciones y de las personas afectadas. Una organización tiene mucho que ganar si opta por un enfoque activo que asegure la igualdad de oportunidades y el respeto para todos los individuos. (ISO, 2010)

Los grupos que han sufrido una discriminación permanente que les ha generado desventajas son vulnerables¹¹ a sufrir nuevas discriminaciones, por lo que las organizaciones deberían poner mayor atención a los derechos humanos, en términos de protegerlos y respetarlos.

Así entonces, la discusión sobre la responsabilidad social ha estado ligada al desarrollo mismo de la empresa; tradicionalmente asociada a los conceptos de ética del

¹¹ Por grupos vulnerables se entiende típicamente aquellos descritos en el apartado 6.3.7.2, (ISO, 26000).

empresario, buen trato al personal y, principalmente, a la filantropía. Según Gilli (2006) a partir de 1960 se ha venido planteando la cuestión en los términos actuales: se exige que la empresa asuma la responsabilidad por los problemas sociales y contribuya a su solución.

Hincapié (2016), resalta la importancia de la RSE en el sector salud mostrando que es conveniente identificar los valores y principios éticos que deben encauzar el funcionamiento de toda organización tanto estatal como privada en la administración de los recursos empleados para su operación, enfocándose principalmente a la integración de un conjunto de principios relacionados a la toma de decisiones que incluya la RSE y a los objetivos estratégicos de la organización con el fin de minimizar los índices de corrupción que se presentan por la falta de políticas claras de control interno y externo, y los cuales van en detrimento del servicio que prestan las entidades, y más aún cuando se habla del sector salud. Y es que se ha dicho que la rendición de cuentas hace referencia a la responsabilidad que tiene la organización por los actos y omisiones que impactan el grupo de interés, y en esa medida la ética será un factor de creación de valor sobre el bienestar social por el tipo de labor desarrollado por las entidades prestadoras de salud.

Utilizando la RSE como un grupo de herramientas que emplean las organizaciones para buscar un equilibrio entre su actividad comercial y su relación con el entorno mediante el establecimiento de parámetros que garanticen rentabilidad económica, protección de derechos humanos, y potenciación de programas para la consecución de bienestar social y protección ambiental. Así las organizaciones contribuirán de forma efectiva para la construcción de país.

Al mismo tiempo Ortiz (2009) muestra a la estrategia como una aliada en el contexto competitivo de las empresas que implementa la RSE y a su vez, esta consta de cuatro elementos que se relacionan entre si con el entorno empresarial local que configuran la posible productividad.

1. Condiciones de los factores: llegar a conseguir altos niveles de productividad depende de que existan: instituciones, trabajadores formados de alta calidad, infraestructura física adecuada, procesos administrativos eficientes, y la disponibilidad de recursos naturales. En estos campos influye la RSE, mejorando los inputs, la calidad de vida de los ciudadanos etc.

2. Condiciones de la demanda: Estas incluyen el tamaño del mercado local, la adecuación de los criterios del producto, la sofisticación de los clientes locales donde la presencia de la RSE influye en los aspectos mencionados.

3. Contexto de la estrategia y la competencia: la RSE puede ejercer una fuerte influencia en la creación de un entorno más productivo y transparente para la competencia.

4. Sectores relacionados y complementarios: Donde a presencia de la RSE puede fomentar el desarrollo de conglomerados y fortalecer los sectores complementarios.

Estas cuatro condiciones resultan cruciales para la competitividad, y su mejora a través de la RSE puede conllevar enormes beneficios sociales para el mundo. La RSE puede ser en la mayoría de las ocasiones el medio más rentable y en ocasiones el único para mejorar el contexto competitivo.

5.1. RSE y Posconflicto en Colombia

La Corte Constitucional de la República de Colombia se pronunció sobre la Responsabilidad Social Empresarial por medio de la sentencia T-247 de 2010 indicando que: “la RSE debe ser asumida como compromiso social, como complemento al ánimo de lucro”. De igual manera en la misma sentencia dio un bosquejo del paso a paso, a seguir para que las empresas implementen la RSE, así:

- Debe ser voluntaria.
- Generar programas de índole solidaria.
- El impacto positivo debe ser direccionado a la comunidad y sociedad en general.

Anterior a esa sentencia, autores como Agudelo de Bedout (2009) ya tenían el concepto de que “La legislación sobre RSE en Colombia ha quedado confinada y tal vez esto no permita definir claramente los límites que existen entre el mercadeo y la promoción de imagen política con la efectividad legislativa”, dando así poca claridad en la implementación de esta herramienta.

En la tercera edición de Entérese del Proceso de Paz, la cual expresa diez ideas para entender el proceso de paz, presenta dos ideas que vinculan a la sociedad civil en pro de la reconciliación y la construcción de paz,

“LA PAZ ES DE TODOS Y CON TODOS: Una vez se termine el conflicto, la construcción de la paz requerirá de una activa participación de la gente en los territorios en ejercicios de discusión sobre la forma de implementar los

acuerdos. Este proceso pasa por aprovechar las capacidades existentes en los territorios y reflexionar desde allí acerca de las transformaciones que se deben dar con el objetivo de cerrar las brechas entre el campo y la ciudad, para tener una paz estable y duradera.” y “EL PROCESO DE PAZ ABRIRÁ NUEVOS ESPACIOS PARA LA CONVIVENCIA Y LA RECONCILIACIÓN: La implementación de los acuerdos requerirá de la creación de nuevos espacios de participación en el nivel territorial, para que los diferentes sectores de la sociedad, incluyendo a las víctimas y también a quienes participaron en el conflicto, se encuentren, discutan y construyan de manera deliberativa una visión conjunta de cómo se deben implementar los acuerdos y en general, cómo se debe construir la paz en su territorio en conjunto con las autoridades”. “Esos espacios de deliberación son también espacios de reconciliación”.

Es necesaria la innovación de estrategias comunicativas, para lograr algún efecto en la sociedad, ya que no solo se debe llegar a los líderes empresariales, si no a todas aquellas personas que constituyen las instituciones, es por eso por lo que las estrategias deben estar alimentadas de los conectores significativos que maneja cada individuo dentro de sus contextos que nutre su propia interacción con la sociedad (Ribero, 2011).

La cooperación internacional, específicamente la Unión Europea le ha brindado a Colombia un programa llamado “Laboratorios de paz” el cual le apuesta al desarrollo del país construyendo escenarios donde “la reapropiación de los derechos humanos es la base para la reconstrucción del tejido social y la recuperación de un sentido de ciudadanía que contribuye a garantizar la paz duradera” (Unión Europea, 2003).

La inclusión laboral es el derecho que tienen personas en situaciones de vulnerabilidad a trabajar, en igualdad de condiciones con las demás; ello incluye el derecho a tener la oportunidad de ganarse la vida mediante un trabajo libremente elegido o aceptado en un mercado y un entorno laboral que sea abierto, inclusivo y accesible (Naciones Unidas, 2006).

El simple hecho de que un desmovilizado cuente con empleo le proporciona tranquilidad, estabilidad y emocionalmente puede sentirse parte de algo; la sociedad, así que el tener acceso económico para mantenerse y mantener a su familia es la demostración de ser útil para el país, la reapropiación de los derechos humanos empieza cuando un individuo tiene las herramientas necesarias para su realización en la sociedad.

Los desmovilizados son ciudadanos en condiciones especiales que requieren un trato en donde la normatividad actué a favor del desarrollo positivo de la persona y también en pro del posconflicto.

En ISO 26.000 el tema de la “Visión general de la gobernanza de la organización”, es considerado el factor más importante para que una organización se responsabilice de sus decisiones y acciones para integrar la Responsabilidad Social Empresarial a lo largo de toda la organización y sus relaciones. Acciones y expectativas sobre la forma en que debieran comportarse.

Los procesos y estructuras de la toma de decisiones serán los que permitan aplicar los principios y prácticas de Responsabilidad Social dentro de la organización. En este

sentido las acciones y expectativas relacionadas han sido definidas por IRAM ¹²de la siguiente manera:

- Desarrollar estrategias, objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la Responsabilidad Social.
- Demostrar compromiso y rendición de cuentas por parte de los líderes.
- Crear y nutrir un ambiente y cultura en los que se practiquen los principios de la responsabilidad social.
- Crear un sistema de incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño en responsabilidad social.
- Usar eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos.
- Promover oportunidades justas para los grupos minoritarios dentro de la organización.
- Equilibrar las necesidades de la organización, con la de sus partes interesadas, incluidas las necesidades inmediatas y aquellas de las generaciones futuras.
- Establecer procesos de comunicación en dos direcciones con sus partes interesadas, identificando áreas de acuerdo y desacuerdo y arbitrando para resolver posibles conflictos.
- Promover la participación eficaz de los empleados de todos los niveles, en las actividades de la organización relacionadas a la responsabilidad social.
- Equilibrar el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que toman decisiones en representación de la organización.

¹² Guía IRAM ISO 26000 El Instituto Argentino de Normalización y Certificación (originalmente Instituto de Racionalización Argentino de Materiales: IRAM)

- Mantener registro de la implementación de las decisiones para asegurar que dichas decisiones se llevan a cabo de la manera socialmente responsable y para determinar la rendición de cuentas por los resultados de las decisiones y las actividades de la organización, sean éstos positivos o negativos.
- Revisar y evaluar, periódicamente los procesos de gobernanza de la organización. Adaptar los procesos en función del resultado de las revisiones y comunicar los cambios a toda la organización.

Las acciones orientan a la organización hacia aquello que debería llevar a cabo y las expectativas sobre la forma como que la organización debería comportarse.

La Siguiete tabla ilustra el código de buen gobierno, ética y conducta utilizado por un gran número de Entidades Prestadoras de Salud en Colombia:

Tabla 1 Código de buen gobierno, ética y conducta en EPS

Objeto social	Misión	Principio Esencial
Afiliación	Bienestar (salud) de sus usuarios y sociedad	Honestidad
Registro		
Recaudo de cotización de sus afiliados		
Responsabilidad con los grupos de interés		
Usuarios	Calidad	
Proveedores	Objetividad	
Trabajadores	bienestar laboral	
Autoridades	Legalidad	
Accionistas	Rentabilidad	

Competencia	Lealtad
Comunidad	rendición de cuentas
Gremios	participación
Medio ambiente	educación y gestión de residuos

Elaboración propia basada en Céspedes, J., Jaramillo, I., & Castaño, R. (2002)

Se puede afirmar que todas las empresas legalmente constituidas de Colombia practican la RSE sin darse por enterados, puesto que el simple hecho de cumplir con la Ley al pagar los aportes obligatorios de salud y pensiones de sus empleados, se encuentran aplicando uno de los principios básicos de la RSE, como lo es la transparencia.

Sin embargo, la interacción es mucho más profunda, pues lo anterior sólo corresponde a lo que es obligatorio o de mínimo cumplimiento por tener una empresa; teniendo en cuenta que “el goce del grado máximo de salud que se pueda lograr es uno de los derechos fundamentales de todo ser humano sin distinción de raza, religión, ideología política o condición económica o social” la salud y el desarrollo social deben ser un objetivo fundamental en todos los sectores de la sociedad y de la economía (UNESCO, 2005). Esa es la razón de ser y la principal responsabilidad en cualquier organización o empresa, relacionada o no, con el sector salud (Tatiana, 2013). Lo enunciado inicialmente, como se dijo, es solo lo que se debe realizar según el marco legal y comercial colombiano.

El Ministerio de Salud define al Sistema obligatorio de garantía de calidad de la atención de Salud (SOGCS) como un componente del Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS) creado para mantener y mejorar la calidad de los servicios de salud en el país, por medio de sus componentes Sistema Único de Habilitación, Sistema Único de Información, Auditoría para el Mejoramiento de la Calidad en Salud, Sistema

Único de Acreditación en Salud. Constituye una normatividad aplicable que garantiza a las organizaciones la oportunidad de posicionarse de manera más competitiva en el mercado internacional para exportar servicios de salud, y estimular la competencia entre las entidades en beneficio de los usuarios, quienes tendrán opción de escoger las instituciones con los más altos estándares de calidad (Ministerio de Salud, 2016).

Cuando una institución evalúa su razón de ser y el impacto de sus actividades, asume un compromiso voluntario y decidido con la responsabilidad social para contribuir con acciones concretas al mejoramiento integral de las condiciones de vida de la población (Ministerio de la Protección Social, 2006).

Esa responsabilidad de respetarlos se extiende a su esfera de influencia; esto implica tener políticas preventivas ante posibles consecuencias negativas generadas en el desarrollo de sus operaciones. No obstante, los antecedentes demuestran que hay vulnerabilidad de los derechos humanos por parte de las empresas por no prestar suficiente atención a la existencia de ese riesgo y a tener una forma de mitigarlo. La RSE no se puede desarrollar si no hay cumplimiento de la Norma internacional del comportamiento (Mena, 2013).

Es relevante que la Norma ISO 26000:2010 plantea la importancia de la RSE en el sector salud así: “La responsabilidad social es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y/o actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad” (ISO, 2010). Es por lo anterior que el concepto se visualiza como un instrumento que debe estar presente en las

organizaciones prestadoras de salud con el fin de atender a la necesidad de salud y bienestar de la sociedad, compromiso directo que debe provenir del direccionamiento estratégico hacia la totalidad de los colaboradores.

Aunque cada vez hay más empresas que reconocen su responsabilidad social, muchas aún no han adoptado sus prácticas. Se requiere formación para adquirir las cualificaciones y competencias necesarias. Las empresas pioneras ayudan a generalizarse al divulgarlas y convertirse en referente de las mejores prácticas.

A medida que la responsabilidad social forma parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores deben tomar sus decisiones empresariales a partir de criterios que se añaden a los modelos tradicionales de comportamiento empresarial, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial que ya no son suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno (EUROPEAS, 2001).

Como señalan Navarro Espigares y González López (2006), cada vez es mayor el número de empresas europeas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a presiones sociales, medioambientales y económicas. Su objetivo es transmitir una señal a sus interlocutores: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades y ONG. Al obrar así invierten en su futuro y apuestan a que el compromiso adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su reputación y su rentabilidad.

El concepto de responsabilidad social se relaciona sobre todo a las grandes empresas, pero en realidad en todas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables, así no se les valore como tal.

Cuando constituye un proceso de gestión de sus relaciones con interlocutores que pueden influir realmente en su libertad de funcionamiento, los argumentos comerciales son evidentes.

Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad. Adoptar un enfoque financiero, comercial y social integrado desemboca en una estrategia a largo plazo que minimiza los riesgos relacionados con la incertidumbre. Las empresas deben asumir su responsabilidad social a nivel internacional y europeo a lo largo de toda su cadena de producción (EUROPEAS, 2001).

Al responder positivamente a retos como la protección del medio ambiente, el respeto a la dignidad de los trabajadores, la creación de valor y del sentido de comunidad, las empresas envían un inequívoco mensaje a sus grupos del entorno: los temas clave que afectan a la sociedad, afectan también al sector empresarial (Isabel, 2005).

5.2. Sistema de la salud en Colombia

Hoy día el sistema de seguridad social de Colombia no posee la mejor referencia de parte de sus usuarios, pero ¿cómo se llegó a ese concepto generalizado en la población colombiana?

Una recopilación exacta de los años 90's en el ámbito de la salud la brinda Ramírez (2011) indicando que:

Colombia, hasta finales de los 90, tenía los peores indicadores de salud de América, superando tan solo a Haití; su cobertura era muy limitada, cubría sólo al 22% de la población. El gasto de bolsillo consumía una buena porción del ingreso familiar, afectando especialmente a las familias de escasos recursos. Se carecía de sistemas de información, el servicio era fragmentado, ineficiente e inequitativo.

La Ley 100 de 1993 (Colombia, 1993) creó un nuevo modelo de seguridad social que en sólo 16 años permitió que la cobertura superará el 95% de la población. Hoy los estratos de menores ingresos tienen mayor posibilidad de ejercer su derecho a la salud y acceder a servicios de calidad. No obstante, las cifras que siguen no son muestra de eficiencia y calidad.

La OMS¹³ califica al sistema colombiano como número uno en solidaridad y 22 en desempeño. Dicha puntuación se otorga mediante la evaluación de los siguientes indicadores: nivel global de salud de la población nacional; nivel de desigualdad entre sectores y capacidad de respuesta y satisfacción de los diferentes sectores atendidos por el sistema, entre otros.

El desempeño del Sistema de Seguridad Social en Salud debe medirse en diferentes dimensiones: la protección de las familias ante la enfermedad en procura de una atención adecuada y eliminar el riesgo de ruina por los costos involucrados en el servicio al enfermo; el poder conferido mediante la libertad de elección de EPS, las cuales no poseen ninguna herramienta de diferenciación distinta a la calidad de servicio.

¹³ OMS, Organización Internacional de la Salud

El Ministerio de Salud presentó el Boletín de Prensa No 201 DE 2017 donde explica los principales logros destacados entre los que se encuentran, el mejoramiento de valiosos indicadores en materia de salud pública –embarazo en adolescentes y desnutrición crónica- conocidos durante la presentación de resultados de los dos estudios más relevantes del sector: la Encuesta Nacional de Demografía y Salud (Ends) y la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (Ensin), respectivamente.

También se acentúan los logros en materia institucional, en especial para la mejor administración de los recursos del sistema general de salud, de la mano con los avances en la implementación de la Ley Estatutaria, el control a medicamentos, el mejoramiento de la condición financiera de los hospitales públicos, los avances en la lucha contra el tabaco, y el despegue del nuevo Modelo Integral de Atención en Salud (Mias).

5.3. Reconciliación, Construcción de Paz y Salud

La reconciliación, construcción de paz y la salud, son realidades interrelacionadas e interdependientes en la vida de las personas y de la sociedad. estos conceptos tienen diversos significados, implicaciones y órdenes de determinación en los campos individual y colectivo, sin embargo todas son tareas que siempre estarán en construcción.

En la situación actual de Colombia cobra especial interés tratar de profundizar en la reflexión sobre ellas e identificar líneas de acción para contribuir a la construcción de una sociedad saludable y en paz.

Además de la interrelación de conceptos entre la salud y la paz, también cabe resaltar que ambas son reconocidas como derechos, siendo la primera definida por el Comité Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU así: "La salud es un derecho humano fundamental e indispensable para el ejercicio de los demás derechos", y reconoce el derecho a la salud como "el derecho al disfrute del más alto nivel posible de salud", la paz, por su parte, se viene pensando como derecho sólo desde finales del siglo pasado. No fue sino en 1984 que se logró que la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptara la Declaración sobre el derecho de los pueblos a la paz, considerándose entonces como uno de los derechos emergentes, o de tercera generación. Así pues la paz se vuelve un prerrequisito para la salud.

Franco (2015), promulga que el sistema de salud es una pieza clave en la construcción de una sociedad tranquila y equitativa, es decir, en paz. El que hoy tiene Colombia, ya ha demostrado su incapacidad tanto para atender adecuada y oportunamente las necesidades en salud y en atención de las enfermedades, como para generar equidad en salud, legitimidad al Estado y tranquilidad a los ciudadanos. Así pues, el sector salud puede cumplir también un papel importante en la superación del conflicto armado, la comprensión de su naturaleza y sus dinámicas, el manejo de sus múltiples secuelas, la formulación y el funcionamiento de un nuevo sistema de salud y la fundamentación de valores afines a la paz. Es preciso reconocer que, por la forma como se han desarrollado hasta ahora los acuerdos de paz, y por el aislamiento histórico del sector salud, este ha tenido un bajo perfil y ha estado casi ausente del proceso. En la medida en que evolucione favorablemente, se amplíe el espectro de actores en los acuerdos y el sector salud

reivindique su participación, empezará a desempeñar el papel que le corresponde en la reconciliación y construcción de paz.

6. Marco Teórico

6.1. Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional hace parte de las ciencias sociales las cuales estudian el comportamiento humano en la sociedad y sus formas de organización....

El científico investigador Fernández Collado (1997) interpreta la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización , y entre ésta y su medio” al mismo tiempo la define como: “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”

En concordancia con lo anterior, Kreps Gary (1990) define a las organizaciones como entidades más o menos estáticas porque sus miembros están afectivamente coordinando sus conductas y exhibiendo con éxito las actividades conjuntas de la agrupación, que estará organizada mientras sus miembros cooperen. Los miembros están en continuos procesos de organización y reorganización. La comunicación es el proceso

por el que estos miembros acostumbran a facilitar la realización de actividades coordinadas.

Los dos autores mencionados permiten presentar el concepto de comunicación organizacional como un medio vital para alcanzar los objetivos de una empresa, haciendo énfasis en la relación entre los miembros de la empresa y su entorno para dar y recibir lo comunicado.

6.2. Comunicación Verde

Con todos los cambios negativos que ha venido sufriendo el planeta gracias al mal uso de sus recursos naturales por parte de nosotros, se ha venido presentando un nuevo tipo de comunicación, comunicación verde, la cual tiene como principal intención informar a al receptor sobre los beneficios, consecuencias y/o impacto al medio ambiente de utilizar o no productos o servicios sostenibles que ayuden a mantener y mejorar el medio ambiente.

Este nuevo enfoque de comunicación ha provocado también a nuevas oportunidades relacionadas con reducción de costos, mejora en los procesos productivos y ventajas competitivas, además que ha venido creando en el consumidor una conducta responsable frente a la situación actual del planeta.

De Vries, Senerman F. y Emhart G. (2015) afirman que los atributos ambientales son también una importante ventaja competitiva que se potencia si es bien comunicada. Una comunicación informativa y transparente de estos atributos podrá fomentar su consumo y permitirá fortalecer al segmento de consumidores que prefiere productos con mayor estatus ambiental. Actualmente, las empresas ya ven un segmento de consumidores

ambientalmente responsables de alto potencial y valor, no obstante, aún existen obstáculos en esta materia respecto de cómo se debe comunicar efectiva y correctamente el desempeño ambiental de productos y servicios.

En ese orden de ideas la comunicación verde les permite a las empresas establecer un valor agregado que refleje el deseo del consumidor al querer ayudar al medio ambiente.

Del mismo modo, la comunicación ambiental se está convirtiendo en una actividad de gran importancia tanto para las organizaciones no gubernamentales, entidades del Estado y empresas, debido al incremento de la conciencia pública, a la preocupación y expectativas de las agencias ambientales gubernamentales, e incluso a las exigencias del mercado, un ejemplo de este fenómeno es el impulso de la campaña de Al Gore¹⁴ sobre Cambio Climático.

Según la Comisión Sectorial de Calidad Ambiental, Sostenibilidad y Prevención de Riesgos Laborales, en la octava Jornada del Seminario Permanente de Ambientalización de la Universidad de Valladolid en España, se definieron una serie de buenas prácticas en comunicación ambiental:

- Formar y despertar conciencia ambiental, ayudando a las personas y a los grupos sociales a que adquieran una mayor sensibilidad y conciencia respecto del medioambiente en general y de los problemas conexos.
- Generar conocimientos en las personas y grupos sociales para ganar una comprensión básica del medioambiente en su totalidad, de los problemas conexos y de la

¹⁴ Al Gore, ganador del Premio Nobel de la Paz 2007, autor y director del lanzamiento de una campaña publicitaria masiva dirigida a incrementar el alerta de la población de Estados Unidos sobre los peligros del calentamiento global.

presencia y función de la humanidad en él, lo que entrañaba, también, la formación de una responsabilidad crítica.

- Desarrollar actitudes en las personas y grupos sociales, basadas en la adquisición de valores sociales y de un profundo interés por el ambiente, que los impulse a participar activamente en su protección y mejoramiento.

- Descubrir y cultivar las aptitudes de las personas para resolver problemas ambientales, por sí mismas y/o actuando colectivamente.

- Estimular la participación, ayudando a las personas y a los grupos sociales, a profundizar su sentido de responsabilidad y expresarlo actuando decididamente en la búsqueda de alternativas para lograr una relación sociedad–naturaleza verdaderamente equilibrada con miras hacia el desarrollo sostenible a escala humana.

- Desarrollar la capacidad de evaluación en las personas y grupos sociales, para evaluar los recursos, en función de factores ecológicos, políticos, económicos, sociales, estéticos y educativos.

Según esta misma Comisión, para llevar a cabo una estrategia de comunicación ambiental se plantean los siguientes pasos:

1. Diseño y planificación estratégica de la campaña.
2. Creación de la estrategia: objetivos, público objetivo, sinergias,...
3. Ejecución de la estrategia.
4. Seguimiento-evaluación-reorientación.

6.3. Comunicación para la Salud

La evolución de las definiciones en comunicación para la salud ha tenido cambios sustanciales en la planeación y la conceptualización utilizada en su desarrollo. En esta sección analizaremos algunas que se utilizan hoy en la planeación de programas y campañas de comunicación.

De acuerdo con un documento de la Organización Mundial de la Salud (Healthy People 2010, volumen I), la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud. Este tipo de comunicación es reconocida como un elemento necesario en los esfuerzos para mejorar la salud pública y personal. Asimismo, puede contribuir en todos los aspectos de la prevención de la enfermedad incluyendo las relaciones médico-pacientes, la adherencia del individuo a recomendaciones clínicas y regímenes terapéuticos, la construcción de mensajes y campañas de salud pública en conjunto con la disseminación de información concerniente a riesgos para los individuos y las poblaciones, o comunicación preventiva.

En el aspecto de promoción es importante la exposición a los mensajes y la búsqueda por parte del individuo de información acerca de la salud, la utilización de imágenes de salud en los medios de comunicación masiva, la educación de los consumidores acerca de cómo ganar acceso a los sistemas de salud pública y de cuidado de la salud.

Díaz y Balatti (2008), definen que la Comunicación y la Salud poseen una clara relación ligada al desarrollo. Anteriormente se pensaba a esta última ligada a la visión de un mal comportamiento individual, los cuales eran los responsable de los problemas de

salud. La promoción de la misma y su progreso eran vistos como una cuestión individual que la persona debía incentivar. Dicha visión fue criticada por los países desarrollados, quienes consideraban que ésta perspectiva olvidaba la influencia de las condiciones sociales que fomentaban comportamientos insalubres. La Organización Mundial de la Salud (OMS) se ha apartado de estas visiones individualistas, poniendo énfasis en la idea de una integración entre las acciones individuales y sociales para la promoción de la salud y para la manutención de las condiciones de una vida saludable.

Mario Mosquera, Ph.D. Comisionado por la Organización Panamericana de la Salud 2003 indica que la comunicación en salud se concibe como un proceso estratégico para optimizar las acciones encaminadas a lograr una utilización racional de la oferta de servicios de salud, mejorar la eficiencia y efectividad de los programas dirigidos a la prevención de la enfermedad y promoción de la salud.

este autor señala que las investigaciones han demostrado que programas de comunicación en salud, basados en la teoría pueden poner la salud en la agenda pública, reforzar los mensajes sanitarios, estimular a las personas para que busquen más información, y en algunos casos, dar lugar a estilos de vida saludables. También apunta que la teoría de la comunicación para la salud utiliza cuatro elementos clave del proceso de comunicación: audiencia, mensaje, fuente y canal, sumados a un fuerte componente de investigación y participación. Los programas efectivos de comunicación en salud identifican y le dan prioridad a la segmentación de audiencias, entregan mensajes precisos basados en fuentes científicamente veraces y logran llegar a las audiencias a través de canales de comunicación familiares.

6.4. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Hace más de un siglo se comenzaron a conocer los parámetros sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), con la Ley Antimonopolio Sherman, publicada el 2 de julio de 1890. Esta ley mostró la necesidad de regulación y control en el entorno empresarial, buscando proteger los intereses individuales y colectivos de la sociedad. Explica también que “todo contrato o combinación en la forma de *trust* o colusión, en restricción del intercambio o libre comercio entre los diversos estados o con naciones extranjeras, es declarado ilegal” (Ley Sherman Antitrust, 1890).

En este mismo sentido, surge la RSE obligatoria después de la crisis económica de la década de 1930 que dejó una extrema pobreza, seguida de la Segunda Guerra Mundial en 1945 y una crisis ambiental y social, podría decirse incluso civilizatoria, en donde comienzan aparecer limitaciones medioambientales que obligan a entes supranacionales a la creación de regulaciones y decretos que propenden por el cuidado y recuperación del ambiente, aplicadas a todos los continentes, con las que se busca disminuir y controlar los daños causados al medioambiente por parte del ser humano (Raufflet, 2010).

En la década de 1980 aparece la RSE voluntaria cuando gran parte del mundo había adoptado un modelo de crecimiento y desarrollo basado en el alto consumo, dos tendencias contrapuestas pero la primera como contención de la segunda; acompañado de esto, se profundiza la internacionalización de la economía, un intercambio comercial desmesurado entre diferentes partes del mundo, reflejando políticas de liberación y desregulación, logrando que los impactos que generan las empresas, ya no sean sólo locales, sino

globales, afectando de diferentes maneras los lugares donde están presentes las empresas (Reich, 2007)..

Desde la perspectiva empresarial, adquiere importancia creciente la Ciudadanía Corporativa, una actividad legitimadora de la organización frente a la sociedad (Wartick & Cochran, 1985; Neu et al., 1998; Hooghiemstra, 2000; Deegan, 2002). La idea central de la Teoría de la Legitimación es que la supervivencia de la organización depende del entorno en el que opera, dentro de los límites y normas establecidas por la sociedad (Deegan, 2002; Hooghiemstra, 2000). La legitimidad social se sustenta en un “contrato social” entre compañía y sociedad que le otorga “licencia para operar” y la sociedad lo puede “revocar” con evidencias: los consumidores pueden dejar de comprar sus productos o la comunidad puede manifestarse contra de la organización. La supervivencia de la organización se verá amenazada si la sociedad considera que no está cumpliendo con su contrato social.

La responsabilidad social empresarial o corporativa ha estado ligada íntimamente a su práctica. Grunig y Hunt, académicos de la comunicación, señalan que la responsabilidad pública o social se ha convertido en una fuerte razón para que una organización adelante funciones de relaciones públicas (Grunig & Hunt, 1984: 48). En este sentido, la Responsabilidad Corporativa no solo estaría estrechamente vinculada a las Relaciones Públicas, sino que sería una acción legitimadora de la propia actividad de Relaciones Públicas en una organización según Capriotti (20069).

6.4.1. Clasificación de Enfoques, Teorías y Modelos en RSE

La literatura ha establecido diferentes clasificaciones de las teorías y enfoques de RSE, entre ellas tenemos a Lantos (2001) que analiza cuatro *benchmarks* de compromiso de recursos en actividades de responsabilidad social:

Tabla 2 Enfoques RSE

Visión De Generación De Ganancias Como Fin Único	Visión De Generación De Ganancias En Un Ámbito Limitado	Visión Bienestar Social	Visión de Empresa Al Servicio De La Comunidad
Encuadrada en el ámbito económico de la RSE, en donde la generación de ganancias es el fin único de la empresa, y su único deber con la sociedad es respetar las leyes vigentes (normas explícitas). La idea es generar el máximo de utilidades mientras se respeten las leyes.	También es una visión económica de la RSE, pero además de cumplir la ley, la empresa se entiende como una entidad que respeta las normas tácitas dadas por su entorno.	Esta visión lleva la ética a un nivel superior, donde la empresa debe estar consciente del daño que puede causar a la sociedad y hacerse responsable de él (gestión de externalidades negativas), integra en esta visión las relaciones existentes con los diversos grupos de interés.	Visión altruista, la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el fin de generar bienestar en la sociedad (derramar beneficios sociales).

Elaboración propia basada en “*The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility*”, Lantos, G. (2001)

Por otro lado, Carroll (1991) explica que es posible distinguir al menos cuatro tipos de acciones en responsabilidad social que gestionan las empresas: Responsabilidades Económicas, Legales, Éticas y Filantrópicas.

A las dos clasificaciones anteriores se suma una tercera (Garriga y Melé, 2004) que se caracteriza por su rigurosidad. Analiza distintos trabajos de RSE en torno a cuatro grupos teóricos: Instrumentales, Integradoras, de Carácter Político.

Tabla 3 Teorías RSE

Teorías Instrumentales	Teorías Integradoras	Teorías de Carácter Político
<p>Apuntan al estudio de las actividades sociales que permiten cumplir de mejor forma con los objetivos de creación de riqueza empresarial (Friedman, 1970¹⁵; Murray y Montanari, 1986¹⁶; Litz, 1996¹⁷; Porter y Kramer, 2002¹⁸; entre otros).</p> <p>La posición teórica de Milton Friedman¹⁹ (1970) está circunscrita a su trabajo: “The social responsibility of business is to increase its profits” donde establece que la responsabilidad social debe recaer directamente en los individuos en sí, y no en las empresas propiamente, es decir, establece que la responsabilidad social entendida como una forma de generar bienestar más allá de las fronteras de la empresa no es una obligación para la empresa ni tampoco un beneficio.</p>	<p>Se desarrollan una serie de estudios que buscan explicar el desarrollo de actividades de RSE por el deseo de integrar diversas demandas sociales entre las que destaca el cumplimiento de las leyes, políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa (Carroll, 1979²⁰; Jones, 1980²¹; Vogel, 1986²²; Wilcox, 2005²³).</p> <p>las empresas deben respetar las instituciones establecidas en cada sociedad. Carroll, A. (1979) establece que se debiera atender a una nueva visión unificadora de conceptos, que apunte al modo de receptividad social, el cual llama modelo de desempeño social.</p>	<p>Enfatiza el poder social que adquiere la compañía en la medida que se ve inserta en una sociedad. Los estudios al respecto explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participan, dado por el poder e influencia que tiene cada empresa sobre la economía (Davis, 1960²⁴; Donaldson y Dunfee, 1994²⁵; Wood y Hodgson, 2002²⁶).</p> <p>Bajo esta mirada la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus obligaciones y derechos o participar activamente en asegurar la colaboración social. En este enfoque no se requiere, necesariamente, la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable.</p>

Elaboración propia basada en “Corporate social responsibility theories: mapping the territory” Garriga, E. y Melé, D. (2004).

¹⁵ Friedman, C. (1970). “The social responsibility of business is to increase its profits”. Times Magazine, September 13th, New York

¹⁶ Murray, K., Montanari, J. (1986). “Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory”. Academy of Management. The Academy of Management Review. Briarcliff Manor: Oct 1986. Vol. 11, Iss. 4; pg. 815.

¹⁷ Litz, R. (1996). “A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ethical Awareness, and Issue Responsiveness as Strategic Assets”, Journal of Business Ethics; Dec 1996; 15, 12; pg. 1355.

¹⁸ Porter, M. y M.R. Kramer (2002), “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, Harvard Business Review, Diciembre, 56-68.

¹⁹ “The business of business is business”, El negocio de los negocios son los negocios (Milton Friedman).

²⁰ Carroll, A.B. (1979). “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. Academy of Management Review, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.

²¹ Jones, T. (1980). “Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined”, California Management Review. Berkeley: Spring 1980. Vol. 22, Iss. 3; pg.59.

²² Vogel, D. (1986). “The Study of Social Issues in Management: A Critical Appraisal”. California Management Review; Winter 86, Vol. 28, Issue 2, p142, 10p

²³ Wilcox, D. (2005). “Responsabilidad social empresarial (RSE), la nueva exigencia global”. Estudios 2005, documento de trabajo 13, Universidad Viña del Mar.

²⁴ Davis, K. (1960). “Can business afford to ignore corporate social responsibilities?” California Management Review, 2, pp.70-76

²⁵ Donaldson, T. y Dunfee, T. (1994). “Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory”. Academy of Management Review 19, pp. 252–284.

²⁶ Wood, D. J. y J. M. Lodgson (2002). “Business Citizenship: From Individuals to Organizations”. Business Ethics Quarterly, Ruffin Series, No. 3, 59–94.

La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (*stakeholders*), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprende innumerables organizaciones de interés civil social-ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores –público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9).

Los Indicadores Ethos ofrece a las empresas una herramienta que las guie en el proceso de implementación y profundización de su compromiso adquirido con el desarrollo sostenible y su responsabilidad social.

Tabla 4 Modelo de Indicadores Ethos y Global Reporting Initiative GRI.

Indicadores Ethos de RSE	Global Reporting Initiative GRI.
<p>Los indicadores ETHOS permiten a las empresas evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos que involucran la responsabilidad social de una organización. Estos indicadores abarcan la RSE desde una perspectiva integral, que incluye las políticas y acciones de la empresa en siete dimensiones (Ethos: 2005) conformadas así:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Valores, Transparencia y Gobernanza 2. Público interno 3. Medio Ambiente 4. Proveedores 5. Consumidores y Clientes 6. Comunidad 7. Gobierno y Sociedad” 	<p>“El producto principal de GRI son los Estándares de Reporte de Sustentabilidad que están disponibles como un bien público gratuito”. (Global Reporting Initiative, 1997)</p> <p>Para cumplir su misión, GRI ha identificado cuatro áreas de enfoque:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cree normas y orientación para avanzar en el desarrollo sostenible 2. Armonizar el panorama de sostenibilidad 3. Liderar informes de sostenibilidad eficientes y efectivos 4. Impulsar el uso efectivo de la información de sostenibilidad para mejorar el rendimiento

Elaboración propia basada en Indicadores Ethos y G.R.I.

GRI es una organización internacional independiente que ha sido pionera en la presentación de informes de sostenibilidad desde 1997. Ayuda a las empresas y los

gobiernos de todo el mundo a comprender y comunicar su impacto en temas críticos de sostenibilidad, como el cambio climático, los derechos humanos, la gobernabilidad y el bienestar social. Esto permite una acción real para crear beneficios sociales, ambientales y económicos para todos. Los Estándares de Informes de Sostenibilidad GRI²⁷ se desarrollan con verdaderas contribuciones de múltiples partes interesadas y enraizadas en el interés público.

6.4.2. RSE en Comunicación y Salud

Para conocer el impacto o la forma en que se aplica la RSE en la comunicación se debe primero establecer qué es comunicación.

Para Fonseca (2000), “Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes”. Y para Hernández y Garay (2005), “La comunicación es un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión” coincidiendo los dos autores en que la sociedad tiene la necesidad de intercambiar ideas y de una manera u otra influir en los comportamientos y /o decisiones de los demás.

La salud plantea hoy, en gran medida, en y desde lo cultural, donde sujeto, realidad social y comunicación constituyen los elementos dinámicos que lo articulan. Estos tres

²⁷ Global Reporting Initiative (G.R.I)

elementos constituyen un sistema cerrado, que según el concepto de sistema definido por la Teoría General de Sistemas (TGS) de Von Bertalanffy²⁸, los elementos interrelacionan entre sí para, dinámicamente configurar el sistema. En este sentido, desde la posición ética, la comunicación social se alza como un instrumento de salud pública. Así como lo menciona Cuesta y otros (2008), todo lo público, debe cooperar a la convivencia, facilitar la toma de decisiones en libertad. Esto se consigue proporcionando la mejor información posible para que el ciudadano escoja la conducta más adecuada desde sus preferencias personales, tanto éticas como físicas, estéticas, grupales.

6.4.3. RSE en Derechos Humanos Y La Salud

Según la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia sanitaria y los servicios sociales necesarios”. Existen factores sociales, políticos, económicos, ambientales y culturales que ejercen gran influencia en el estado de la salud de las personas y en la calidad de vida. Son muchos los componentes que la determinan: los niveles de pobreza y exclusión, el desempleo, la educación, el acceso a alimentos, agua potable e instalaciones sanitarias, la vivienda, el acceso a información, los grados de protección social, la discriminación por cuestiones de género, raza o edad, la inversión en salud pública, la vulnerabilidad frente al cambio climático.

²⁸ Von Bertalanffy biólogo y filósofo austríaco, reconocido fundamentalmente por su teoría de sistemas

La salud es mucho más que ausencia de enfermedad o tener acceso a la atención médica; es un derecho fundamental que toca todos los aspectos de la vida y que sigue sin ser reconocido en muchos países, por eso es importante entenderla del modo más amplio posible a partir de la definición de la Organización Mundial de la Salud: “estado de completo bienestar físico, mental y social”. A esta definición de salud se han ido incorporando otros conceptos ilustrando la salud como un fenómeno continuo y dinámico a lo largo del tiempo, hasta llegar a instaurarse la idea de que la salud es un fenómeno multidimensional. Así pues, se constata que la noción de salud ha ido evolucionando a lo largo de la historia desde un enfoque médico-biológico hasta un concepto global e integral que incorpora el paradigma socio-ecológico (Frutos y Royo, 2006).

El artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos consagra el derecho a la salud así: “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene asimismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, viudez, vejez u otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad.” Como se ve en el artículo 25, son muchos los componentes necesarios para lograr el bienestar.

En el derecho a la salud, como en otros derechos humanos, se observa la interdependencia entre los derechos, por eso en una sociedad donde no se respeten es imposible hablar de bienestar físico, mental y social, de vida saludable.

El derecho a la salud está desarrollado en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, cuyo artículo 12 establece que los Estados partes en el pacto reconocen el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental y en el segundo párrafo describe algunas de las medidas que se deben adoptar para garantizarlo.

El problema es que la obligación de adoptar medidas es laxa, es decir, se deberán “adoptar medidas” creando condiciones para facilitar la promoción de esos derechos de “forma progresiva” y “en la medida de los recursos disponibles”. El derecho a la salud debe entenderse como un derecho al disfrute de toda una gama de facilidades, bienes, servicios y condiciones necesarios para alcanzar el más alto nivel posible de salud.

Colombia al igual que otros 192 países, firmó los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, aceptando el llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, aunque incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Los Objetivos están interrelacionados, con frecuencia la clave del éxito de uno involucrará las cuestiones más frecuentemente vinculadas con otro.

La definición del PNUD²⁹ indica que los ODS³⁰ conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida,

²⁹ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

de manera sostenible, para las generaciones futuras. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general.

Ahora bien, el objetivo número 3 Salud y Bienestar; indica que la buena salud es esencial para el desarrollo sostenible, y la Agenda 2030 refleja la complejidad y la interconexión de ambos. Toma en cuenta la ampliación de las desigualdades económicas y sociales, la rápida urbanización, las amenazas para el clima y el medio ambiente, la lucha continua contra el VIH y otras enfermedades infecciosas, y los nuevos problemas de salud, como las enfermedades no transmisibles. La cobertura universal de salud deberá ser integral para lograr el ODS 3, al igual que terminar con la pobreza y reducir las desigualdades. De igual manera el ODS número 10, Reducción de las Desigualdades. Expones que la desigualdad de ingresos ha aumentado en casi todas partes en las últimas décadas, pero a diferentes velocidades. La más baja es en Europa y la más alta en el Medio Oriente. Para frenar este aumento de disparidades, es necesario optar políticas solidas que empoderen a las personas de bajos ingresos y promuevan la inclusión económica de todos y todas, independientemente de su género, raza o etnia.

La desigualdad de ingresos es un problema mundial que requiere soluciones globales. Estas incluyen mejorar la regulación y el control de los mercados y las instituciones financieras y fomentar la asistencia para el desarrollo y la inversión extranjera directa para las regiones que más lo necesiten.

³⁰ Objetivos de Desarrollo Sostenible

Colombia como parte de los países firmantes de la Agenda 2030 debe adoptar junto con actores públicos y privados los propósitos allí señalados. Situación que propicio la creación del CONPES 3918 DE 2018³¹, como estrategia de implementación con planes de acción para abarcar a todo país.

En la búsqueda de alcanzar y contribuir a los ODS, se creó el Pacto Global de las Naciones Unidas, el cual es una iniciativa que promueve el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción.

El Pacto Global según las Naciones Unidas se considera un marco de acción que facilita la legitimación social de los negocios y los mercados. Aquellas organizaciones que se adhieren al Pacto Global comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la generación de un mercado global más estable, equitativo e incluyente, y que fomenta sociedades más prósperas.

Actualmente, Pacto Global tiene presencia en más de 130 países y cuenta con aproximadamente 12.900 organizaciones adheridas en el mundo, por esta razón, se constituye en la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo.

³¹ La estrategia de implementación de los ODS definida por el CONPES 3918 consta de cuatro pilares:

- Un esquema de seguimiento y reporte
- Una estrategia territorial
- Alianzas con actores no gubernamentales
- Acceso a datos abiertos para el seguimiento al cumplimiento de los Objetivos

6.5. Comunicación y Reconciliación en el Posconflicto

La comunicación juega un papel importante en el proceso de paz y reconciliación que vive Colombia hoy día es el medio encargado de transmitir de manera eficiente y veraz todo el contenido del proceso de paz a los ciudadanos colombianos.

Eamon Gilmore³², periodista y enviado especial de la Unión Europea para el proceso de paz en Colombia, manifestó que el proceso de paz en Colombia es “una de las mejores y más grandes historias de principio de siglo”, sin embargo, enfatizó que no importa a qué acuerdos llegue el gobierno y las FARC-EP, mientras el pueblo colombiano no le dé su aprobación, y es ahí donde entra la comunicación como aliada del posconflicto.

María Alejandra Villamizar³³, directora de La Conversación más Grande del Mundo, señala que “Estamos ante una sociedad colombiana que ha asumido la paz con énfasis en lo político. Cuando miramos qué pasa con los ciudadanos y las víctimas en las calles y los municipios, nos damos cuenta de que no hay conexión entre lo que pasa en la cotidianidad del país y lo político”, y esto se corrobora con el escepticismo que tiene la sociedad al no darle oportunidad al gobierno de ser capaz de ponerle fin a una guerra.

La posición en la que se encuentra la sociedad es alentada por la polarización política existente, que no permite vislumbrar que hay unos objetivos comunes por

³² Invitado Seminario-Taller El papel de la comunicación en el posconflicto y en la construcción de paz, Bogotá, 2016

³³ Invitada Seminario-Taller El papel de la comunicación en el posconflicto y en la construcción de paz, Bogotá, 2016

construir, ya que, si la sociedad en general estuviera girando hacia un mismo lado, todos estarían pensando en cómo seguir adelante. Por tales motivos Villamizar (2016) propone generar espacios de comunicación para “entender los argumentos de los otros y reconocer a los demás para crear un nuevo momento cultural que permita el tránsito y darnos cuenta de que merecemos este cambio”.

Esto quiere decir que la manera en que los diferentes medios de comunicación presenten la información que tienen es también un desafío importante para el logro de la paz, en la medida en que son ellos quienes tienen la posibilidad de influir de manera positiva o negativa en la opinión pública, lo cual, sin duda, es fundamental para que los procesos de construcción de paz se visibilicen o se mantengan inadvertidos. Del mismo modo, al ser los medios de comunicación herramientas esenciales para dar a conocer a la comunidad el trabajo de las organizaciones que trabajan por la paz, estas últimas deberían incluir entre sus prioridades iniciar o consolidar las estrategias de comunicación de sus iniciativas con elementos tecnológicos e informativos, tradicionales o alternativos, que favorezcan el trabajo que se adelanta desde los diferentes ámbitos para ser manifiesto a todos los ciudadanos.

Teniendo en cuenta lo anterior los procesos de construcción de paz se deben plantear como estrategias que permitan reconstruir el tejido social, reconstruir las formas propias de organización social y fortalecer los sistemas culturales. En este sentido es importante buscar iniciativas que persigan los mismos fines y promover capacitaciones para que comunidades que no conocen o no han generado sus procesos propios puedan plantearse proyectos con estrategias que ha sido efectivas en otros territorios con el apoyo

de una comunicación clara y transparente. Un ejemplo de estos espacios y/o proyectos es el “Foro de Comunicación, Cultura y Construcción de Paz” la cual es una iniciativa que viene desarrollando la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura en varias ciudades de Colombia desde 2015. Gracias a alianzas con medios de comunicación y con distintas universidades del país como la Universidad Sergio Arboleda y la Universidad del Magdalena, en todo este tiempo se ha convocado a investigadores de comunicación y cultura y a líderes de experiencias comunicativas, culturales y de reconciliación quienes, desde su ejercicio cotidiano, contribuyen a la construcción de paz en los territorios.

7. Marco Metodológico

El diseño metodológico que se utilizará en esta investigación será de tipo descriptivo no experimental, de manera que se logren cimentar las bases para elaborar a futuro con las recomendaciones presentadas en este trabajo el plan de estratégico de RSE teniendo como objeto de estudio la empresa I.P.S. CARDIO DAJUD de la ciudad de Sincelejo.

De manera global, la investigación que se propone en esta tesis se concibe en tres fases; una primera de carácter exploratorio en la cual se recopila información que permita identificar los problemas y las necesidades que se presentan en la I.P.S. objeto del estudio,

por medio de un diagnóstico previo con la herramienta de entrevistas al equipo directivo, La identificación de estos problemas permitirá desarrollar una segunda fase en la cual se sugieren metodologías y estrategias para implementar el plan de Responsabilidad Social Empresarial como respuesta al problema identificado.

De acuerdo con los planteamientos de Hernández et al. (2003), esta investigación se puede considerar como un estudio de carácter descriptivo ya que se van a identificar propiedades y características propias de una comunidad en un espacio de tiempo claramente definido y por último una tercera fase donde se formularán recomendaciones para potencializar la experiencia del servicio de la I.P.S. a futuro.

Fuentes primarias: Hace referencia a la información suministrada por el personal de la empresa, empleados, administrativos, directivas y mediante información directa en campo por parte del investigador.

Fuentes secundarias: Comprende la información recolectada a través de documentación, artículos científicos, tesis e investigaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, y que sirven como fundamento teórico para soportar la investigación y el desarrollo del plan a implementar.

MATRIZ PRINCIPALES NORMA EN RSE			
TÍTULO	ISO 26000	Global Reporting Initiative - GRI	Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial

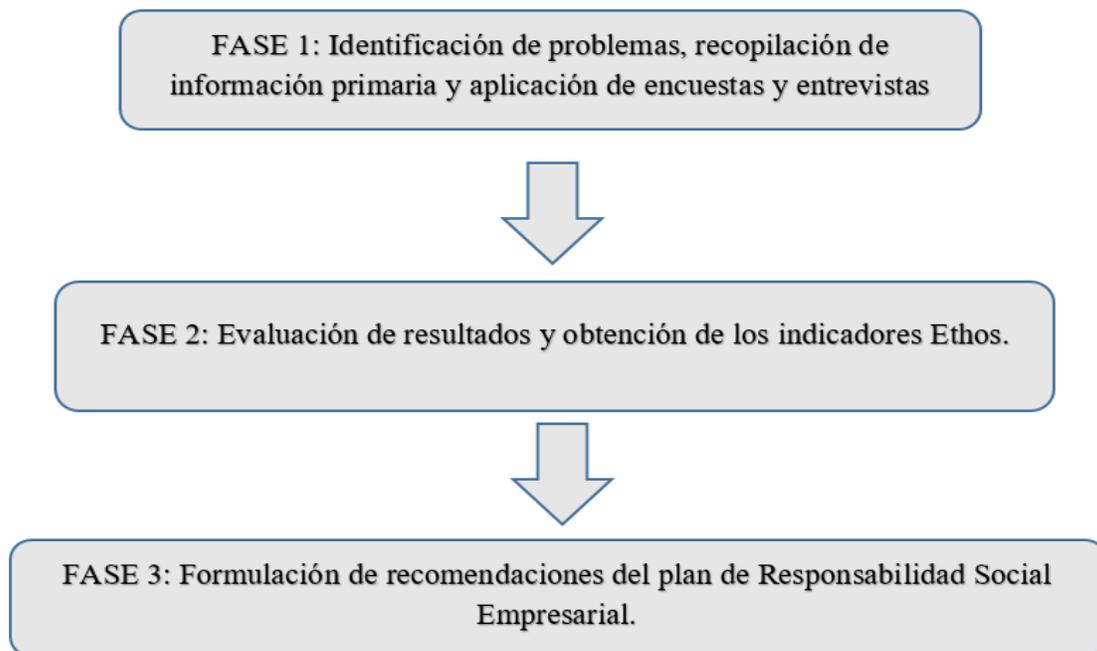
OBJETIVO	“Proporciona una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con la responsabilidad social, y los métodos para implementar los principios de responsabilidad social en las actividades diarias en una organización, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de <i>stakeholders</i> ”. (ISO/WD 26000, 2006 P.8)	La GRI ha elaborado un marco que aporta directrices sobre la elaboración de memorias de RSE, incluyendo los impactos económicos, sociales y ambientales de una empresa. (S Strandberg, 2010: 15)	“Estos indicadores buscan plantear cómo puede la empresa mejorar su desempeño en los temas correspondientes desde distintas perspectivas”. (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social:2006 p. 6)
PRINCIPIOS	“1. Medio ambiente 2. Derechos humanos 3. Prácticas laborales 4. Gobierno organizacional 5. Prácticas de negocio justo / reglas de mercado 6. Participación de la comunidad 7. Consumidores / responsabilidad del producto”	Las directrices de la GRI se refieren a cuatro principios respecto al contenido de las memorias: Materialidad, Participación de los Grupos de Interés, Contexto de Sostenibilidad y Exhaustividad. También establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales.	“1. Valores, Transparencia y Gobernanza 2. Público Interno 3. Medio Ambiente 4. Proveedores 5. Consumidores y Clientes 6. Comunidad 7. Gobierno y Sociedad”

De acuerdo con lo planteado por Jonker & Witte (2006), “esta metodología a implementar se enmarca en la hermenéutica ya que permite interpretar los mensajes planteados por los entrevistados y encuestados, para aportar de manera práctica a la creación de las estrategias a implementar dentro del plan de Responsabilidad Social”.

En la fase de evaluación del plan de Responsabilidad Social, se pretende evaluar los resultados a partir de los Indicadores Ethos que, como se dijo antes, constituyen una

herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que incorporan las prácticas de RSE.

Figura 1. Fases de Investigación.



Fuente: Elaboración propia

7.1. Entrevista Inicial I.P.S. Cardio Dajud Sincelejo

7.1.1. Descripción del Instrumento

Se planea y se diseña una entrevista inicial para los empleados encargados de la planificación estratégica administrativa de la I.P.S., con la cual se busca identificar y

diagnosticar si al momento de trazar la hoja de ruta laboral la I.P.S. Cardio Dajud tiene en cuenta los principios básicos de RSE.

Diagnóstico Previo

LA RSE EN LA I.P.S. CARDIODAJUD	DIRECCIÓN EMPRESARIAL EN RSE
DATOS DEL ENTREVISTADO	

Nombre:
Cargo:
Teléfono:
Correo Electrónico:
Fecha:

La dirección de una empresa es el área encargada y responsable de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las acciones y/o actividades para aumentar las ganancias. Por tal motivo la comprensión, aceptación y compromiso con la RSE es de vital importancia.

Así pues, la dirección debe proyectarse en conjunto con sus empleados para gestionar y alcanzar las metas propuestas, logrando así un resultado óptimo para la empresa. Por consiguiente, la implementación de RSE de manera armónica y eficiente le brindaría a la empresa y a sus empleados beneficios y reconocimiento en su entorno.

A través de esta entrevista se busca diagnosticar el programa de RSE desde la dirección de la I.P.S. CARDIO DAJUD de Sincelejo.

1. ¿La empresa ha identificado sus grupos de interés y los priorizado en función de su relevancia para la I.P.S.?

SÍ

NO

En parte

OBSERVACIONES:

2. ¿La dirección empresarial se involucra activamente en las relaciones con los grupos de interés y se integran las necesidades y expectativas de éstos en los sistemas de gestión de la organización?

SÍ

NO

En parte

OBSERVACIONES:

3. ¿La empresa ha identificado de forma sistemática sus responsabilidades legales en materia económica, social y ambiental, garantizando su cumplimiento?

SÍ

NO

En parte

OBSERVACIONES:

4. ¿Se ha adherido su empresa a algún estándar nacional o internacional de RSE?

(por ejemplo, GRI)

SÍ

NO

En parte

OBSERVACIONES:

5. ¿Proporciona periódicamente información pública accesible, clara, completa y veraz sobre el funcionamiento de la empresa en términos económicos, sociales y medioambientales a sus grupos de interés?

SÍ

NO

En parte

OBSERVACIONES:

6. ¿Tiene conocimiento de los acuerdos pactados en la Habana entre el gobierno y las FARC-EP, implementa la I.P.S. alguna política orientada a apoyar la reconciliación y construcción de paz en el país?

SÍ

NO

En parte

OBSERVACIONES:

7.2. Cuestionario RSE I.P.S. Cardio Dajud Sincelejo

7.2.1. Descripción del Instrumento

En la metodología de la propuesta y se propone, la aplicación del instrumento de indicadores ETHOS, que permitirá a I.P.S. CARDIO DAJUD, conocer de las prácticas responsables en el contexto latinoamericano y ajustarse a los propósitos de RSE en el municipio de Sincelejo. Para tal efecto se ha desagregado la naturaleza y dinámica de la empresa en cuatro áreas fundamentales:

- Calidad de vida en la empresa.
- Compromiso con la comunidad.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.
- Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (*stakeholders*).

La valoración de cada respuesta es 5 al mayor grado de semejanza con el enunciado y 1 al menor.

Tabla 5 Indicadores de Calidad de Vida en la Empresa

Indicadores de Calidad de Vida en la Empresa	1	2	3	4	5
Cuenta con un código de ética publicado en un documento que comparte y difunde y utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.					
Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.					
Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.					

Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados.					
Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.					
Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.					
Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.					
Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.					
Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos.					
Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.					
Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.					
Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.					
Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.					
Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etc.)					
Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio.					

Tabla 6 Indicadores de Compromiso con la Comunidad

Indicadores de Compromiso con la Comunidad	1	2	3	4	5
Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades, y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias.					

Responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo.					
Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona.					
Cuenta con una instancia, puesto, fundación o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones.					
Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.					
Otorga donativos en efectivo al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales ³⁴ .					
Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias en las que involucra al personal y sus familias.					
Mantiene alianza con alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.					
Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad; apoya las causas filantrópicas de su personal.					
Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.					
Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.					
Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social)					
Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.					
Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.					
Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.					

Tabla 7 Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente

³⁴ A nivel internacional las empresas líderes reportan entre un 1% y un 2% de sus utilidades dedicadas a inversión social. Lo importante es contar con un presupuesto específico para la RSE.

Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	1	2	3	4	5
Realiza una “Auditoria Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.					
Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas.					
Opera sistemas o aparatos para disminuir las emisiones contaminantes que produce.					
Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.					
Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).					
Realiza acciones que generen conciencia en el personal sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a los familiares y a la comunidad inmediata a la empresa					
Adquiere productos y materia prima reciclable, minimizando el uso de materiales no degradables					
Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).					
Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).					
Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.					
Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.					
Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.					
Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.					
Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo					
Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.					

Tabla 8 Indicadores de Competitividad y Relación con sus Involucrados

Indicadores de Competitividad y Relación con sus Involucrados	1	2	3	4	5
Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.					
Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno.					
Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.					
Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción.					
Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores.					
Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.					
Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.					
Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes.					
Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.					
Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.					
Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.					
Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo - proactivo en sus jefaturas (mandos medios).					
Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).					

Cuenta con una política de respeto a los competidores.					
Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).					

Elaboración propia con base a distintas publicaciones (fuentes)

7.3. Aplicación de los Indicadores Ethos

La investigación propuesta de carácter descriptivo permitirá el registro, análisis e interpretación de diversos aspectos, dimensiones y componentes que caracterizan las acciones de RSE en la I.P.S. Una de las implicaciones de la descripción propuesta es la medición de los indicadores ETHOS, buscando caracterizar de manera independiente las categorías y variables que se identificaron en cada una de las preguntas orientadoras.

Se realizó un ajuste al diseño metodológico y un rastreo inicial de la base de datos de las I.P.S. en el municipio de Sucre, con datos suministrados por la Cámara Comercio y el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, encontrando que en la región aún no se aplica el modelo de indicadores ETHOS, por ello, se decidió como actividad posterior a la revisión de literatura en torno a investigaciones similares, documentos y libros relacionados con el tema, aplicar el modelo a la empresa objeto de estudio, caracterizándose como caso. Además, se realizó el diseño y ajuste de instrumento para la aplicación del modelo propuesto por la firma Ethos de Brasil, entidad que ha registrado la metodología.

En la fase exploratoria se aplicará un diagnóstico previo en la organización, luego de un minucioso análisis realizado con el equipo directivo y con base en lo encontrado en

los resultados, se revaluó el instrumento, se efectuaron los ajustes y se complementaron hasta llegar a estructurar y operacionalizar los indicadores y concluir con su inclusión a manera de observatorio del modelo en la firma.

Para la obtención de conclusiones definitivas se consideraron factores contingentes al desarrollo de la RSE, ya que si bien el modelo que se utilizó sugiere una ruta normativa, hay varios factores que influyen en la trayectoria específica de una empresa particular, entre ellos: propósitos de los fundadores y tiempo de la fundación; fuerzas externas (económicas, sociales y políticas); estrategia y competencia de la empresa; tradición y cultura; liderazgo y balance: presión externa (clientes, comunidad, leyes, entre otras) Vs empuje interno (tradición e imagen, estrategia).

El método utilizado es el análisis de caso, según señala Becker (1975) citado por Gundermann (2008), “uno de sus propósitos es el conocimiento global u holístico del caso que se estudia”. Es por esto que, para obtener una validez garantizada, se utilizaron fuentes múltiples de evidencia. Se conjuntaron datos provenientes de las respuestas de directivos entrevistados, a las preguntas clave de cada dimensión; el análisis de la documentación interna y externa de la empresa; y las notas de campo del investigador, las cuales se procesaron, sintetizaron para ubicar la etapa en la que se encuentra cada dimensión.

Dado que se requiere de interpretación, pues se trata de un método cualitativo, se utilizó la metodología de 360° *stakeholders*, como ayuda para fundamentar los hallazgos y respaldar los resultados. Para guiar el trabajo el modelo al que se ha hecho referencia fue el de Indicadores ETHOS, debido a que dicho modelo considera que el desarrollo de la RSE como un proceso en el que se transita por diversos estados como resultado de las tensiones

internas y externas que se generan con las prácticas empresariales y los problemas que ellas provocan, lo que obliga a que las empresas deban elaborar una respuesta adecuada.

Las recomendaciones dadas a la I.P.S. CARDIO DAJUD son en base a la normativa existente sobre RSE.

8. Caracterización de la IPS Cardio Dajud

8.1. Reseña Histórica³⁵

CARDIODAJUD IPS SAS es una entidad creada el 2 de abril del 2014 en el departamento de Sucre; en su estructura científico asistencial en el área de la cardiología está representada por su fundador, el médico especialista en cardiología e intensivista cardiovascular, Luis Enrique Dajud Casas, quien tiene más de 24 años de experiencia en el campo cardiovascular. Los servicios están debidamente habilitados, cuenta con nanotecnología, personal idóneo y capacitado, lo que garantiza el cumplimiento de sus valores institucionales como son seguridad del paciente, calidad, ética, experiencia y vocación de servicio.

³⁵ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

8.2. Misión³⁶

CARDIODAJUD IPS S.A.S es una institución especializada en prestar servicios de salud en las áreas de cardiología, medicina cardiovascular, cuidado intensivo y coronario, tratamiento y apoyo diagnóstico del paciente con alto riesgo cardiovascular bajo los principios de la ética y excelencia, pilares fundamentales de la prevención y el mejoramiento de la salud.

8.3. Visión³⁷

Posicionarnos en el departamento de Sucre y su área de influencia como una institución prestigiosa, referente, especializada y de larga experiencia en las áreas de cardiología y el cuidado intensivo coronario, manejo y apoyo diagnóstico del paciente con alto riesgo cardiovascular bajo lo más altos estándares de calidad y excelencia.

8.4. Valores Institucionales

Tabla 9 Valores Institucionales³⁸

SEGURIDAD:	Proteger al paciente frente a la falencia y riesgos externos que afecten su vida.
CALIDAD:	Satisfacer las necesidades y superar las expectativas del cliente.
ÉTICA:	Actuar con responsabilidad y siguiendo los requisitos que la ley vigente plantee.

³⁶ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

³⁷ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

³⁸ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

EXPERIENCIA	Amplios conocimientos y actuación profesional.
VOCACIÓN DE SERVICIO	La capacidad de darse a los demás, teniendo la conciencia de brindar un servicio con sentido humano y altruista.

Elaboración propia basada en datos suministrados por I.P.S. Cardio Dajud

8.5. Políticas de Calidad³⁹

Garantizar una prestación de servicio a los clientes en las áreas de cardiología, a través de altos estándares de calidad, técnicos científicos, bajo condiciones óptimas y seguras para el paciente con gran sentido humano y responsabilidad social.

8.6. Quiénes Somos⁴⁰

Somos una empresa respaldada por 24 años de experiencia de su director científico en el ámbito de la cardiología y el cuidado intensivo. Nuestro objetivo principal es reducir las enfermedades cardiovasculares con un alto nivel científico en donde la calidad del servicio y los procesos son orientados a la seguridad del paciente, sin afectar los altos estándares de calidad, respaldada por una atención humanizada, con sentido y sensibilidad social.

³⁹ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

⁴⁰ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

8.6.1. Propuesta de Servicios⁴¹

8.6.1.1. Objetivo General

Prestar los servicios integrales en las áreas de cardiología, medicina integral y apoyo diagnóstico cardiovascular, dentro de los más altos estándares de calidad; con el fin de mejorar la calidad de vida de los pacientes que la padecen, mitigar el impacto de la enfermedad y favorecer así el uso racional y pertinente de recursos destinados al cuidado de los pacientes.

8.6.1.2. Alcance y Plan de Beneficios.

La presente propuesta abarca actividades, procedimientos, intervenciones diagnósticas y tratamientos cardiovasculares que incluye desde servicios de detección temprana en población en riesgo hasta servicios de apoyo diagnóstico y complementación terapéutica que mitigan el impacto de la patología en las actividades de la vida diaria de las personas que la padecen: Para ello se declara en el REPS los siguientes servicios:

8.6.1.3. Servicios Habilitados.

Tabla 10 Servicios Habilitados

GRUPO	CÓDIGO SERVICIO	SERVICIOS
Consulta Externa	302	CARDIOLOGÍA
Apoyo Diagnóstico y Complementación Terapéutica	701	DIAGNÓSTICO CARDIOVASCULAR
Apoyo Diagnóstico y Complementación Terapéutica	730	NEUMOLOGÍA LABORATORIO FUNCIÓN PULMONAR
Apoyo Diagnóstico y	732	ECOCARDIOGRAFÍA

⁴¹ Información suministrada por la I.P.S. Cardio Dajud de Sincelejo

Complementación Terapéutica		
------------------------------------	--	--

Tabla suministrada por I.P.S. Cardio Dajud

Beneficios para los usuarios con la implementación del programa integral:

- Disminuir el impacto en la calidad de vida de los pacientes y en el alto costo de las aseguradas mediante el enfoque de detección temprana de la enfermedad en la población identificada con riesgo de padecer las enfermedades crónicas.
- Favorecer el uso razonable de las tecnologías en salud utilizadas en el diagnóstico confirmatorio de las enfermedades crónicas.
- Favorecer mediante el apoyo en los servicios de complementación terapéutica la disminución de complicaciones.
- Implementar estrategias educativas para el tratamiento de los pacientes.
- Implementar un programa de auto-cuidado enfocado a en el bienestar de los pacientes.

8.6.1.4. Descripción Clasificación Única de Procedimientos CUPS

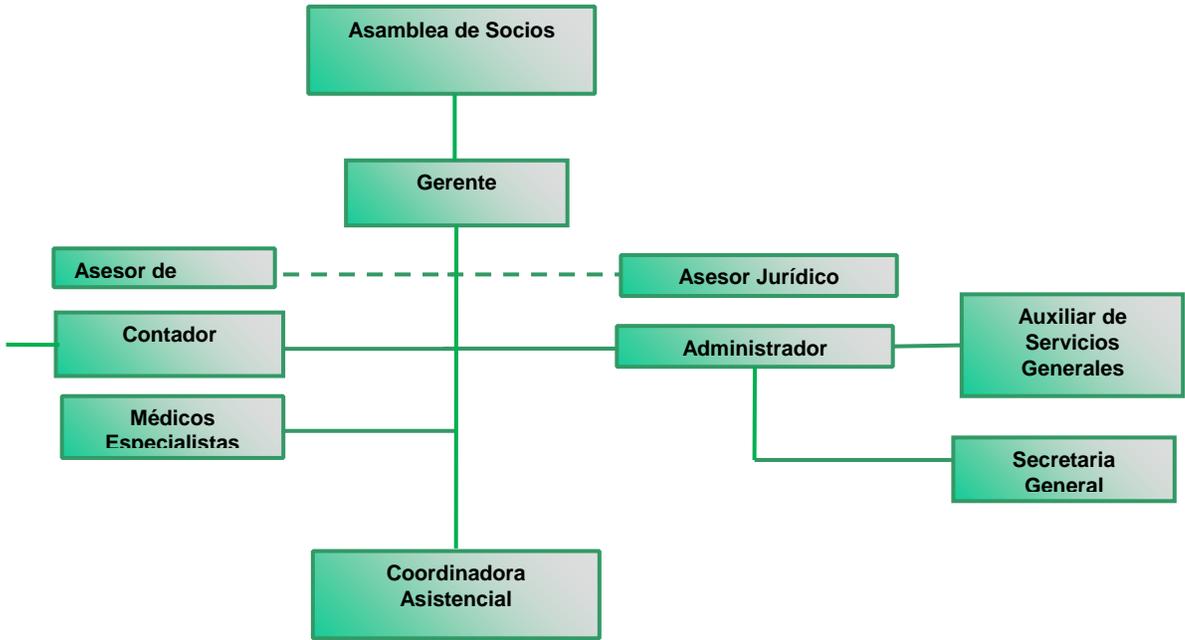
Tabla 11 Descripción Clasificación Única de Procedimientos CUPS

CUPS	DESCRIPCION CUPS	OFERTA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
CONSULTA EXTERNA DE MEDICINA ESPECIALIZADA				
895100	ELECTROCARDIOGRAMA DE RITMO	X		MODALIDAD EVENTO.
881234	ECOCARDIOGRAMA MODO M Y BIDIMENSIONAL CON DOPPLER A COLOR	X		MODALIDAD EVENTO.
881235	ECOCARDIOGRAMA TRANSESOFÁGICO	X		MODALIDAD EVENTO.

881236	ECOCARDIOGRAMA STRESS CON PRUEBA DE ESFUERZO Y FÁRMACO	X		MODALIDAD EVENTO.
894102	PRUEBA DE ESFUERZO	X		MODALIDAD EVENTO.
896000	MONITOREO DE PRESIÓN ARTERIAL SISTEMICA SOD MAPA	X		MODALIDAD EVENTO.
895001	ELECTROCARDIOGRAFÍA DINÁMICA (HOLTER)	X		MODALIDAD EVENTO.
933600	REHABILITACIÓN CARDÍACA	X		MODALIDAD EVENTO
894103	PRUEBA DE MESA BASCULANTE	X		MODALIDAD EVENTO
893809	ESPIROMETRÍA	X		MODALIDAD EVENTO
893805	ESPIROMETRÍA SIMPLE CON BRONCODILATADORES	X		MODALIDAD EVENTO
881234	ECOCARDIOGRAFÍA MODO M DOOPLER COLOR O ECOCARDIOGRAFÍA TRANSTORÁCICO TRIDIMENSIONAL	X		MODALIDAD EVENTO
890228	CONSULTA DE PRIMERA VEZ POR ESPECIALISTA EN CARDIOLOGÍA	X		MODALIDAD EVENTO.
890328	CONSULTA DE SEGUIMIENTO POR ESPECIALISTA EN CARDIOLOGÍA	X		MODALIDAD EVENTO

Tabla suministrada por I.P.S. Cardio Dajud

	GESTIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	ORGANIGRAMA	Fecha de Aprobación 10/10/2013
		Página 1 de
		104



Elaboró	Revisó	Aprobó
Nombres: Lina María García Ll.	Nombres: David Dajud	Nombres: Luis Enrique Dajud Casa
Cargo: Asesor Calidad	Cargo: Asesor Jurídico	Cargo: Gerencia
Fecha: 01/12/2014	Fecha: 05/12/2013	Fecha: 10/12/2014

9. Responsabilidad Social Empresarial. Un Futuro en el Presente

9.1. Responsabilidad Social en I.P.S. CARDIO DAJUD

Para darle continuidad a esta investigación el paso a seguir fue realizar el diagnóstico previo, entrevistando al equipo directivo, compuesto por:

Tabla 12 Responsabilidad Social en I.P.S. CARDIO DAJUD

Nombre	Cargo	Tiempo laborando
Luis Enrique Dajud Casas	Gerente	Fundador
Ruby Ruth Rodríguez Pérez	Subgerente	3 años y 8 Meses
Salwa Dajud Lascarrío	Asesora Calidad	8 meses
Miriam Reyes Guzmán	Asesora Gestión Ambiental	8 meses

Elaboración propia basada en datos suministrados por I.P.S. Cardio Dajud

La entrevista que se llevó a cabo fue de tipo mixta siendo una mezcla entre la entrevista estructurada y la no estructurada, alternando preguntas establecidas con anterioridad y preguntas libre sobre la RSE.

9.1.1. Resultado del Diagnóstico Previo

ÁREAS FUNDAMENTALES	INDICADOR	I.P.S. CARDIODAJUD		
		SI	NO	OBSERVACIONES
Calidad de vida en la empresa.	Cuenta con un código de ética publicado en un documento que comparte y difunde y utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.		X	

	Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.		X	
	Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.	X		
	Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados.	X		
	Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.		X	
	Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.	X		
	Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.	X		
	Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.		X	
	Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos.	X		
	Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.		X	
	Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.	X		
	Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.		X	
	Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.	X		
	Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etc.)		X	
	Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio.		X	
Compromiso con la comunidad.	Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades, y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias.		X	
	Responde a las expectativas que la comunidad tiene	X		

	de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo.			
	Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona.	X		
	Cuenta con una instancia, puesto, fundación o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones.		X	
	Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.		X	
	Otorga donativos en efectivo al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales		X	
	Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias en las que involucra al personal y sus familias	X		
	Mantiene alianza con alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.		X	
	Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad; apoya las causas filantrópicas de su personal.		X	
	Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.		X	
	Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.		X	
	Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social).		X	
	Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.		X	
	Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.		X	
	Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.		X	
Cuidado y preservación del medio ambiente.	Realiza una “Auditoría Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.		X	

	Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas.		X	
	Opera sistemas o aparatos para disminuir las emisiones contaminantes que produce.		X	
	Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.		X	
	Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).		X	
	Realiza acciones que generen conciencia en el personal sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a los familiares y a la comunidad inmediata a la empresa.		X	
	Adquiere productos y materia prima reciclable, minimizando el uso de materiales no degradables.		X	
	Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).		X	
	Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).		X	
	Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.	X		
	Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.		X	
	Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.		X	
	Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.		X	
	Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo		X	
	Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.		X	
Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (stakeholders).	Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.	X		
	Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno.	X		
	Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.	X		

Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción.	X		
Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores	X		
Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.		X	
Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.	X		
Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes.	X		
Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.	X		
Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.	X		
Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.	X		
Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo - proactivo en sus jefaturas (mandos medios).		X	
Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).	X		
Cuenta con una política de respeto a los competidores.		X	
Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).		X	

La I.P.S. tiene como norma principal el cumplimiento de las obligaciones Ordenadas por la ley Laboral en Colombia, esto lo demuestra a través del cumplimiento de sus obligaciones legales y se aproxima a algunas prácticas sociales. Además, tiene identificada una parte de su grupo de interés (*Stakeholders*), no todos, por ende, no se vinculan activamente con estos.

Actualmente la I.P.S. Cardio Dajud se encuentra implementando un sistema de gestión de calidad para a futuro iniciar el proceso para la certificación ISO 9000 (certificación de calidad) hallándose en el paso de diagnóstico y planificación.

A título personal el propietario de la I.P.S. Cardio Dajud ha venido desarrollando a lo largo de su trayectoria donaciones para propósitos diversos, dependiendo de las necesidades de la comunidad o instituciones donde ha realizado sus actividades, pero la entidad considera que este tipo de intervenciones filantrópicas no tienen el impacto esperado y llevan a una relación de dependencia entre las entidades apoyadas y la empresa de salud.

En lo que respecta al tema de reconciliación y construcción de paz, la I.P.S. Cardio Dajud, reconoció que no se encuentran al tanto de los acuerdos finales entre el Gobierno Nacional y las FARC-EP, por consiguiente, ninguna de sus políticas se estableció bajo directrices de reconciliación y construcción de paz.

Teniendo en cuenta que los resultados del diagnóstico previo nos arrojan muy por encima una mínima aplicación de los principios básicos de RSE y que de manera abierta en el transcurso de la entrevista inicial los entrevistados presentaban desconocimiento y confusión entre RSE y calidad del servicio. Se decidió profundizar por medio de los indicadores Ethos, el estado real de RSE en la I.P.S. Cardio Dajud.

9.1.2. Indicadores Ethos en I.P.S. Cardio Dajud

En una segunda entrevista con el equipo directivo de la I.P.S. Cardio Dajud se llevó a cabo el cuestionario sobre RSE en base en los Indicadores Ethos, luego se tomaron las respuestas y se tabularon para darle paso al siguiente informe:

9.1.2.1 Calidad de vida en la empresa I.P.S. Cardio Dajud

Según la valoración de semejanza realizada con los indicadores Ethos los cuatro entrevistados coinciden en que la I.P.S. no tiene publicado un código de ética para resolver situaciones al interior y al exterior de esta, por ende, están de acuerdo con que el código ético no se refleja en sus prácticas cotidianas. Sin embargo, de manera verbal instan a mantener un ambiente laboral estable.

El gerente fundador de la I.P.S. y la asesora de calidad quien lleva en la I.P.S. ocho meses coinciden en que la empresa cuenta con mecanismos e instrumentos de comunicación con los empleados, percepción que el subgerente, quien tiene tres años y ocho meses en la I.P.S. y la asesora de gestión ambiental con 8 meses no tienen. De igual manera, se presenta la misma posición de cada uno de los entrevistados en el plan de desarrollo de los empleados y sus familias, en la implementación de programas que refuerzan la seguridad y salud, además de los mecanismos e instrumentos que permitan el apoyo educativo y capacitación.

En cuanto a los derechos del personal como liquidaciones y despidos todos los entrevistados afirman que se maneja el pleno respeto y cumplimiento con lo previsto por la ley.

La I.P.S. Cardio Dajud en los dos últimos años ha venido aumentando la participación femenina en áreas directivas, sin embargo, no cuenta aún con políticas de no discriminación al momento de contratar personal. tampoco utilizan esquemas que permitan acomodarse a las diversas necesidades del personal, ni cuentan con programas de reconocimiento que genere motivación entre los trabajadores.

9.1.2.2. Compromiso con la comunidad.

La comunicación con la comunidad es nula ya que la I.P.S. no invierte para conocer las particularidades y necesidades de su entorno local, perdiendo toda posibilidad de prevenir cualquier conflicto a causa del ejercicio de su razón de ser. Sin embargo, el equipo directivo hace referencia que la I.P.S. Cardio Dajud ha respondido al llamado que la comunidad le ha realizado en ocasiones anteriores.

La empresa no posee ni cuenta con organizaciones sin ánimo de lucro y/o fundaciones que le permitan otorgar donativos y hacerle su respectivo seguimiento, como tampoco tiene políticas de apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) o financieros. Aunque el gerente manifiesta que apoya a los trabajadores que hagan este tipo de acciones filantrópicas.

Los Entrevistados coinciden en que de frente a la comunidad I.P.S. Cardio Dajud adopta medidas para que sus actividades no la impacten de forma negativa, aunque ninguna de estas disposiciones se encuentra estipuladas o publicadas con anterioridad.

9.1.2.3. Cuidado y preservación del medio ambiente.

Ante el cuidado y preservación del medio ambiente la empresa objeto de este estudio, según los indicadores planteados se encuentra en desventaja, ya que no realiza la auditoria verde ni práctica programas de aprovechamiento para minimizar la generación de residuos, tampoco cuenta con políticas para reducir el consumo de energía, agua entre otros.

Esta área del medio ambiente cuenta con varias certificaciones internacionales que ayudan a que el desarrollo de una empresa sea sostenible ambientalmente, a pesar de que la I.P.S. Cardio Dajud no cuenta con ninguna de estas certificaciones, ya comenzó un proceso para alcanzar un sistema de gestión de calidad, lo cual sería una base para postularse a adquirir una certificación de este tipo.

Según las respuestas la empresa reconoce que no genera conciencia en el personal sobre el cuidado del medio ambiente ni establece estándares como declaración de principios medioambientales. Pero sí cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post - consumo y también mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.

9.1.2.4. Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (*stakeholders*).

En la I.P.S. Cardio Dajud el cargo de administrador tiene en una de sus funciones, la responsabilidad de promover y monitorear el comportamiento ético tanto interno como

externo con mecanismos y procedimientos que apoyen que ninguno de sus proveedores o personal pueda ser cómplices de corrupción.

La empresa cumple las obligaciones fiscales ante la ley, cuenta con un mecanismo para que su *stakeholders* pueda hacer llegar sus sugerencias, quejas y reclamos, aunque la entidad no tiene política de equidad en selección y pago de proveedores sí posee la cultura de conocer y atender las necesidades de su grupo de interés. A fecha de hoy tampoco toma partido en los acuerdos de paz, según los entrevistados no tienen conocimiento sobre la aplicación de estos y sobre el aporte del sector privado.

Actualmente no cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en calidad y productividad estandarizado, tampoco tiene programas para desarrollar el liderazgo asertivo - productivo en sus mandos medios, por consiguiente, el balance social que debe ser presentado interna y externamente de forma anual no se ha lleva a cabo.

10. Conclusiones

La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial permite a la empresa actuar de forma positiva con el entorno, grupos de interés y medio ambiente, por tal motivo la ejecución de este trabajo se llevó a cabo bajos los principios que menciona la NORMA ISO 26000 e INDICADORES ETHOS, los cuales son una de las distintas rutas internacionales para la instalación de RSE en entidades tanto públicas como privadas.

A su vez, la I.P.S. Cardio Dajud tiene el interés de comenzar el proceso en RSE, al brindar la oportunidad de realizar este estudio con información privada de la I.P.S. para así tener claro lo que se está aplicando actualmente sobre RSE en la institución y lo que no, en función de su cumplimiento y compromiso con los grupos de interés y medio ambiente, de esta manera el trabajo identifico y caracterizo las fortalezas y debilidades que tiene la I.P.S. en esta área.

Así mismo, con este estudio se espera que la I.P.S. desde su equipo directivo estructure y acoja las políticas necesarias que lleven a la empresa a cumplir con los principios básicos de RSE, basados en la teoría integradora expuesta en la tabla 3 y en conformidad con lo promulgado en la ISO 26000 en cuanto a la calidad de vida en la empresa, al compromiso con la comunidad, al cuidado y preservación de medio ambiente y a la competitividad y relación con los grupos de interés; de igual manera proyectando los ODS 3 Y 10, salud y bienestar y reducción de las desigualdades respectivamente. Es importante que la I.P.S. adopte indicadores de gestión que le permitan medir y cuantificar el impacto de sus decisiones en RSE.

Como resultado final de este estudio se dan recomendaciones de mejora e implementación, integrando lo que se halló de RSE y lo que postulan las normas e indicadores ya mencionados anteriormente, que facilite y ayude al desarrollo y aplicación de gestión medioambiental en la I.P.S. generando mejora en la calidad del servicio y reconocimiento tanto social como ambiental, también se genera una propuesta de incorporación de reconciliación y construcción de paz en los procesos de planeación estratégica de la empresa.

11. Recomendaciones

Para hacer posible un modelo de RSE en la I.P.S. Cardio Dajud, ésta debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

Partiendo que la gerencia se encuentra con disposición de apoyar la implementación de un modelo de RSE, el equipo directivo debe establecer políticas claras, publicarlas y sensibilizar al personal para que apoyen y pongan en práctica las estrategias definidas. En el proceso de elaborar las políticas la I.P.S. debe decidir qué es la responsabilidad social para su empresa y cómo contribuir a la sostenibilidad, el primer paso es identificar y reconocer el impacto que genera el funcionamiento de la empresa y luego, rediseñar la plataforma estratégica, donde la misión, la visión y demás directrices incluyan la RSE con miras al aporte en reconciliación y construcción de paz en el país.

El segundo paso es conocer completamente los grupos de interés (*stakeholders*), por ejemplo; realizar una pirámide poblacional donde identifique a la población que utiliza sus servicios, caracterizar al usuario, incentivar la asociación de usuarios, implementar programas con valor agregado, como por ejemplo un plan de hábitos saludables... En cuanto a proveedores y sociedad en general debe dar a conocerse por su requerimiento de ética y anticorrupción para continuar con la relación comercial, es aquí donde es importante la creación de un comité de ética que lleve constancia y registro de cada eventualidad presentada. También es importante tener en cuenta al personal laboral y sus familias, creando programas y oportunidades de mejora profesional que le brinde una

mayor estabilidad tanto económica como emocional a su empleados y sus familias, pero para llevar a cabo cualquier acción para implementar RSE es necesario que haya una planeación efectiva y asignación de recursos para que los indicadores estipulados en la plataforma estratégica lleguen a ser cumplido y controlados, definir qué se puede medir y evaluar el progreso de cada programa. Al igual se recomienda acoger en toda política creada a futuro los acuerdos de paz y así contribuir a la reconciliación y construcción de este país.

Básicamente el soporte de la implementación de RSE en cualquier empresa está vinculada de forma directa con la planeación estratégica, por ende se le recomienda a la I.P.S. Cardio Dajud los siguientes pasos para llevarla a cabo:

1. Convocar a un equipo proveniente de todo el sistema, es decir, un mapeo completo de stakeholders.
2. Este equipo representativo del sistema observa lo que está sucediendo de manera que, se realiza un diagnóstico integral de la situación.
3. Procede a construir historias sobre lo que podría suceder con lo cual se obtendrán una serie de escenarios que permitirán,
4. Descubrir lo que puede y debe hacerse que no es otra cosa que plantear los objetivos que se quieren alcanzar para finalmente,
5. Actuar para transformar el sistema que se ha construido de forma participativa e integral.

Al mismo tiempo que realice los 5 pasos anteriores la I.P.S. también debe entrelazar su planificación estratégica con la responsabilidad mancomunada que tienen todos los actores

de la sociedad en asegurar una implementación efectiva de los acuerdos de paz, en lo Socioeconómico; implementar programas de empleabilidad, iniciativas de emprendimiento, incluir a los grupos priorizados en sus cadenas de valor, activar su operación en zonas afectadas por el conflicto, y realizar inversiones sociales en territorios de conflicto, en Tejido social y cultura de paz; la empresa se puede comprometer con: procesos de rehabilitación, reintegración y reconciliación de todos los actores involucrados en el conflicto, la creación y difusión de actividades de memoria histórica, promoción de la comprensión, tolerancia y solidaridad en los ámbitos de operación de la empresa, y establecer mecanismos de diálogo y resolución de conflictos con grupos de interés, en Gobernanza y fortalecimiento institucional; la I.P.S. puede apoyar la conformación de veedurías ciudadanas, acompañar las iniciativas del Estado en lo local, fomentar espacios de participación, y apoyar iniciativas de reparación del Estado, en Seguridad; La empresa puede aportar mediante: la generación de oportunidades laborales para los excombatientes, apoyar procesos de solución pacífica de conflictos, y promover iniciativas de construcción ciudadana y en Responsabilidad social y derechos humanos; la empresa puede aportar a la construcción de paz desde las siguientes iniciativas: realizar análisis de riesgos en la operación, implementar una estrategia de relacionamiento con sus grupos de interés, implementar mecanismos de respeto de los derechos humanos, e implementar medidas anticorrupción y de rendición de cuentas.

La I.P.S. Cardio Dajud debe ser más abierta con la información, para esto pueden utilizar de manera interna la comunicación organizacional, donde dé a conocer los objetivos, resultados y beneficios de cada acción, abriendo el canal de comunicación puede saber y evaluar lo que el entorno piensa de la I.P.S. para esto la empresa puede utilizar medios

como página web, redes sociales, reporte anual y de manera externa valerse de los pasos proporcionados por la comunicación verde:

- Definir objetivos: Mejorar el desempeño ambiental, informando, educando y movilizándolo a los distintos actores claves.
- Conocer la historia detrás de su organización, producto o servicio: Aquí puede realizar una Cadena de valor de los servicios que ofrece.
- Compromiso con la sustentabilidad: La empresa debe incorporar el compromiso con la sustentabilidad en su misión, visión y cultura organizacional, así como en sus operaciones.
- Definir grupos de interés: Una vez definidos los objetivos de la comunicación, y los beneficios ambientales que se quieren difundir, se deberá definir a quiénes dirigir la comunicación.
- Definir mensajes: Una vez identificados los grupos de interés, se podrán desarrollar mensajes especializados para cada uno de ellos.
- Elegir canales de comunicación: Una vez establecido qué se va a comunicar y a quién, se debe buscar el modo de hacerlo, como prensa, internet, redes sociales, etc.
- Plan de acción: Una vez definida la Estrategia de Comunicación, se puede establecer un Plan de Acción con las actividades de corto, mediano y largo plazo, el grupo objetivo a quién está dirigido, la planificación, el presupuesto y los responsables de cada acción.
- Evaluación: Una vez implementada la Estrategia, es recomendable evaluar los resultados y ver en qué medida los objetivos fueron logrados, por ejemplo con encuestas, número de visitas a la página web, entre otras.

Es vital conformar un comité estratégico de RSE encabezado por gerencia, ambiental, financiera, talento humano y trabajadora social con registro de lo que hacen y lo que proyectan para que haya una línea que seguir en caso de algún cambio en el personal directivo y así el que llegue sepa que han hecho y pueda seguir los programas establecidos, otra función importante de este comité es elegir la herramienta con la cual la I.P.S. va a implementar la RSE, entre ellas están el Reporte Global (GRI), ISO 26000 entre otras, ahora bien si desea también puede integrar dos o más herramientas de las ya mencionadas anteriormente.

La entidad del estudio debe comprender que los frutos de RSE se verán a largo plazo, por tal razón se recomienda además de invertir financieramente, invertir en tiempo, pues se requiere llevar a cabo la implementación con convicción y sentido de pertenencia, por eso es necesario que la planta del personal sea aliada de esta implementación para lograr una gestión estratégica alineada y sólida en RSE.

En cuanto a la salud, la I.P.S. debe crear programas de prevención y educación que instruyan a los usuarios en cómo evitar y minimizar las enfermedades más comunes atendidas en la I.P.S. Cardio Dajud. Se recomienda también identificar los elementos claves para la sostenibilidad de los programas con ayuda de la comunicación en salud y la institucionalización del mismo. La empresa puede implementar un programa que contenga las siguientes actividades:

El presente es el momento indicado para vivir el futuro, implementar el programa de Responsabilidad Social Empresarial agrega valor y favorece el desarrollo tanto de los

clientes como de los que hacen parte de la I.P.S. porque la sostenibilidad empresarial va más allá de ahorrar energía y papel en las oficinas, y abarca desde el manejo adecuado de los recursos hasta el crecimiento de empresa.

Recomendaciones en comunicación verde y comunicación para la salud.

No es muy claro el resultado obtenido en términos de salud, reconciliación y construcción de paz. Este se percibe como un tema abordado levemente pero que no genera una propuesta concreta de incorporación en los procesos de planeación estratégica de la empresa.

12. Bibliografía

- Agudelo de Bedout (2009). Responsabilidad Social. Empresarial, Una mirada desde Colombia. Revista de Negocios. Internacionales. Vol. 2. No. 1
- Carroll, A.B. (1979). “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. Academy of Management Review, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.
- Carroll, A.B. (1991). “The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders”. Business Horizons, July/August, pp. 39-48.
- Capriotti, Paul. Concepción e importancia de la ciudadanía corporativa. En: Revista Razón y Palabra No. 53 de octubre y noviembre de 2006.
- Céspedes, J., Jaramillo, I., & Castaño, R. (2002) Impacto de la Reforma del Sistema de Seguridad Social sobre la equidad en los servicios de salud en Colombia. Cad Saude Publica 2002; 18(4):1003-1024.
- Cuesta, U.; Ugarte, A.; Menéndez, T. (2008) Comunicación y salud: avances en modelos y estrategias de intervención. Madrid: Complutense, p. 22.
- Díaz, N.; Balatti, M. (2008) Buena Vida, Buena Muerte Cuidados Paliativos. Argentina. p. 24.
- Davis, K. (1960). “Can business afford to ignore corporate social responsibilities?” California Management Review, 2, pp.70-76
- Documento CONPES 3918 Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia Departamento Nacional de Planeación, 2018

- Donaldson, T. y Dunfee, T. (1994). "Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory". *Academy of Management Review* 19, pp. 252–284.
- De Fonseca, M. *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México DF, México: Editorial Pearson Educación, 2000.
- De Vries, Senerman F. y Emhart G. (2015) *Fundación Chile, Eva de Vries, Michelle Senerman F. Cristián Emhart G, (2015) Guía de Comunicación Verde*, pag. 17.
- Franco, Saul. (2015) *Salud para la paz y paz para la salud*, *Rev. Gerenc. Polit. Salud* vol.14 no.29 Bogotá July/Dec.
- Friedman, C. (1970). "The social responsibility of business is to increase its profits". *Times Magazine*, September 13th, New York Fernández Collado (1997), *La Comunicación en las Organizaciones*; editorial Trillas
- *Guía IRAM ISO 26000*
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). "Corporate social responsibility theories: mapping the territory". *Journal of Business Ethics*, Vol. 53 Nos 1/2, pp. 51-71.
- Gulli, (2006) *Arte de Proyectar en Arquitectura*. Gustavo **Gili**, México, D.F.
- Global Reporting Initiative (G.R.I) Recuperado de <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>
- Gundermann, H. Caniguan, J., Castillo, E., Clavería, A., Faúndez, C. 2008. *Perfil sociolingüístico de comunidades mapuche de la VIII, IX y X Región*.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2003). *Metodología de la Investigación*. (3 a ed.). México: Mc Graw-Hill

- Hernández, A., y Garay, O. (2005). La comunicación en el contexto deportivo. Wanceulen Editorial Deportiva, S.L., 2005.
- Hincapié Rusinque, Yinna Constanza, (2016). Importancia de la Responsabilidad Social en el Sector Salud. Bogotá.
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social: 2006 p.
- Indicadores en RSE propuestos por Business in the Community en Inglaterra.
- ISO en RSE. Recuperado de www.iso.org/iso/en/info/Conferences/SRConference/home.htm
- Jones, T. (1980). “Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined”, California Management Review. Berkeley: Spring 1980. Vol. 22, Iss. 3; pg. 59.
- Jonker & Witte (2006) Management Models for Corporate Social, Recuperado://webs2002.uab.es/dep-economia-empresa/Jornadas/Papers/2006/Truno.pdf
- José Frutos García, Miguel Ángel Royo Bordonada, 2006. Salud Publica y Epidemiologia
- Litz, R. (1996). “A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ethical Awareness, and Issue Responsiveness as Strategic Assets”, Journal of Business Ethics; Dec 1996; 15, 12; pg. 1355.
- Lantos, G. (2001), “The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility”, Journal of Consumer Marketing, Vol. 18 NO.7, pp. 595-630.
- McWilliams, A & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility. A theory of the firm perspective. Academy Management Review, 26(1), 117 – 127, 1.
- Morales Méndez y Galeano Barrera (2013), Responsabilidad Social

- Mosquera, Mario (2003). Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y Experiencias. p. 2.
- Mena, 2013. Estado actual de la investigación en Responsabilidad Social Corporativa a nivel organizativo: consensos y desafíos futuros, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 85, diciembre 2015
- Murray, K., Montanari, J. (1986). “Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory”. Academy of Management. The Academy of Management Review. Briarcliff Manor: Oct 1986. Vol. 11, Iss. 4; pg. 815.
- Milton Friedman). “The business of business is business”, El negocio de los negocios son los negocios
- Navarro Espigares y González López (2006), Estudios de Economía Aplicada, 2006: 723-749, Vol. 24-2. 1.
- Ortíz Aristizabal, Paula Catalina, (2009). La Responsabilidad Social Empresarial como Base de la Estrategia Competitiva de HZX.
- Ortiz, Juliana. (2006). Global Reporting Initiative. Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: <http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>
- Organización Mundial de la Salud (Healthy People 2010, volumen I)
- Porter, M. y M.R. Kramer (2002), “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, Harvard Business Review, Diciembre, 56-68.
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas – Global Compact www.unglobalcompact.org

- PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Ribero, F. (2011). Mediación Social. Bogotá.
- Ramírez (2011), La Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Gestión En La Organización Pranha S.A.
- Raufflet, E. (2010). Responsabilidad de las empresas y desarrollo sostenible. Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, 26 (43), 23-32
- Reich, R. (1998). The new meaning of corporate social responsibility. California Management Review, 40 (2), 8-17
- Von Bertalanffy Ludwig (1976): Teoría General de los Sistemas Fondo.
- Vogel, D. (1986). “The Study of Social Issues in Management: A Critical Appraisal”. California Management Review; Winter 86, Vol. 28, Issue 2, p142, 10p
- Wood, D. J. y J. M. Lodgson (2002). “Business Citizenship: From Individuals to Organizations”. Business Ethics Quarterly, Ruffin Series, No. 3, 59–94. Wilcox, D. (2005). “Responsabilidad social empresarial (RSE), la nueva exigencia global”. Estudios 2005, documento de trabajo 13, Universidad Viña del Mar.