

**“PERCEPCIONES SOBRE LAS ACCIONES DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS
EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS DE SALUD
DOMICILIARIA: CASO GRUPO EMI S.A. SUCURSAL
MEDELLÍN”**

**“PERCEPCIONES SOBRE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS DE
SALUD DOMICILIARIA: CASO GRUPO EMI S.A. SUCURSAL MEDELLÍN”**

Por

**ADRIANA PATRICIA LONDOÑO EUSSE
CATALINA MARÍA GARCÍA LÓPEZ
LUCY RODRIGUEZ CARMONA**

Docente:

ELKIN OLAGUER PEREZ SANCHEZ

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESPECIALIZACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ

2012

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

Medellín, 07 de Abril de 2012

INDICE

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
2. JUSTIFICACIÓN	22
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
3.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	24
3.2. PROBLEMA A INVESTIGAR	25
3.3. DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE LA PREGUNTA	26
4. MARCO TEÓRICO O MARCO DE REFERENCIA	27
4.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	27
4.2. CONCEPTO DE PERCEPCIÓN	29
4.3. CONCEPTOS EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	31
4.4. EL SISTEMA DE SALUD EN COLOMBIA Y LEY 100.....	33
4.5. LA RSE EN LAS EMPRESAS DE SALUD	35
4.5.1. Disponibilidad	36
4.5.2. Accesibilidad.....	37
4.5.3. Aceptabilidad	37
4.5.4. Calidad	37
4.6. MEDICINA PRE HOSPITALARIA	38
4.7. EMI ATENCIÓN MÉDICA INTEGRAL.....	39
4.8. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN GRUPO EMI	42
5. OBJETIVOS	43
5.1. OBJETIVO GENERAL	43
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	43
5.2.1. Identificar las acciones	43

5.2.2.	Clasificar las acciones	43
5.2.3.	Jerarquizar en orden de importancia las acciones	43
5.2.4.	Describir las percepciones de los grupos de interés internos.....	43
6.	METODOLOGÍA.....	44
6.1.	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	44
6.2.	PARADIGMA INVESTIGATIVO	45
6.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	46
6.4.	ACCIONES CLAVE EN EL OBJETIVO GENERAL	46
6.5.	ACCIONES CLAVE EN LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS	46
6.6.	CÓMO SE LLEVÓ A CABO LA INVESTIGACIÓN	48
6.7.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	50
6.7.1.	Recopilación de información histórica y de los procesos de la organización:	50
6.7.2.	Diagnóstico:.....	51
6.7.3.	Análisis:	51
6.8.	IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES A ANALIZAR	51
6.9.	DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS	52
6.9.1.	Metodología de auto-evaluación Ethos.....	52
6.9.2.	Metodología de entrevistas a profundidad	59
6.9.3.	Metodología de observación.....	60
6.9.4.	Aplicación del instrumento cuantitativo y definición de la muestra para el mismo	61
6.9.5.	Aplicación del instrumento cualitativo y definición de la muestra para el mismo	62
7.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	64

7.1. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS SEGÚN EL MÉTODO CUANTITATIVO	64
7.1.1. Resultados obtenidos de la aplicación del instrumento cuantitativo ..	64
7.1.2. Hallazgos de resultados según el método cuantitativo.....	71
7.1.3. Análisis según el método cuantitativo	76
7.2. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS SEGÚN EL MÉTODO CUANLITATIVO.....	80
7.2.1. Resultados obtenidos de la aplicación del instrumento cualitativo	81
7.2.2. Hallazgos según el método cualitativo	83
7.2.3. Análisis según el método cualitativo	83
7.3. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS SEGÚN EL MÉTODO CUALITATIVO DE OBSERVACION DIRECTA	87
7.4. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS CONSOLIDADOS	88
8. CONCLUSIONES.....	93
9. RECOMENDACIONES.....	97
10. RESPONSABILIDAD ÉTICA	100
11. BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA	102

ANEXO A: Encuesta sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial para GRUPO EMI Sucursal Medellín, bajo metodología de auto evaluación ETHOS

ANEXO B: Tabulación de resultados de la encuesta bajo la metodología de auto evaluación Ethos

LISTADO DE TABLAS

TABLA No. 1: Línea de Investigación	45
TABLA No. 2: Niveles de los objetivos del paradigma holístico	47
TABLA No. 3: Clasificación de los grupos de interés internos	51
TABLA No. 4: Definición de la escala de valoración de la encuesta	56
TABLA No. 5: Dimensiones e indicadores evaluados	56
TABLA No. 6: Fórmula para el cálculo de N	61
TABLA No. 7: Valores para calcular la muestra por grupo de interés interno	61
TABLA No. 8: Resultados obtenidos de la aplicación del instrumento cuantitativo según la metodología de auto evaluación Ethos	65
TABLA No. 9: Resultados obtenidos por dimensiones	67
TABLA No. 10: Resultados comparativos entre colaboradores y directivos	68
TABLA No. 11: Resultados comparativos consolidados entre colaboradores y directivos	70
TABLA No. 12: Resultados de los indicadores y las dimensiones según la categoría de jerarquización	76
TABLA No. 13: Resultados de la entrevista a profundidad	80

LISTADO DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1: Ciclo holístico de la investigación	48
GRÁFICO No. 2: Diagnóstico directivos	70
GRÁFICO No. 3: Diagnóstico colaboradores	72
GRÁFICO No. 4: Diagnostico colaboradores y directivos.	73

AGRADECIMIENTOS

A la rectoría de la Fundación Universitaria LUISAMIGÓ, por avalar la realización de este trabajo.

Al GRUPO EMI S.A. que abrieron sus puertas al proyecto, contribuyeron en su cualificación y facilitaron la participación de los empleados de la organización en la ejecución del proyecto de investigación.

A los diferentes grupos de interés internos: Colaboradores y Jefes de Procesos; que suministraron parte de su tiempo para el diligenciamiento de la encuesta y la ejecución de las entrevistas a profundidad

A familiares y amigos que apoyaron nuestra labor con paciencia

A nuestros asesores Elkin O laguer Pérez Sánchez y Oscar Darío Bohórquez Marín, quienes nos orientaron en el tema con sapiencia y oportunidad, aportándonos grandes aprendizajes desde su saber y su ser.

GLOSARIO

1. STAKEHOLDERS (GRUPOS DE INTERÉS)¹

Son todos quienes se ven impactados por, o que pueden impactar a una organización, incluyendo individuos, grupos y otras organizaciones. La palabra impactar no está utilizada en un sentido negativo. Algunas definiciones distinguen entre los diferentes tipos de stakeholders, diferenciando entre primarios, todos aquellos que son impactados o pueden impactar directamente y secundarios, tienen un interés en los impactos y quienes muchas veces pueden impactar, pero ellos mismos no son directamente impactados. A pesar de que se efectuó tal diferenciación, la opinión generalizada fue que tal materia debía ser vista al analizar la identificación de los stakeholders.

2. RESPONSABILIDAD²

El diccionario de la Real Academia Española define Responsabilidad como:

Responsable. (Del lat. responsum, supino de respondēre, responder).

1. adj. Obligado a responder de algo o por alguien. U. t. c. s.
2. adj. Dicho de una persona: Que pone cuidado y atención en lo que hace o decide.
3. com. Persona que tiene a su cargo la dirección y vigilancia del trabajo en fábricas, establecimientos, oficinas, inmuebles, etc.³

Digamos que, para nuestro objeto de estudio, asumiremos el concepto de responsabilidad en relación con el derecho citado anteriormente, sin desconocer además que se denomina a alguien como “responsable” como un adjetivo, de lo cual se deriva como cualidad. Al respecto, Hans Jonas hace todo un tratado;

¹Disponible en WORLD WIDE WEB: <http://www.rsc-chile.cl/que-es-la-responsabilidad-social/que-son-los-stakeholders>

²REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. En: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2&TIPO_BUS=3&LEMA=responsabilidd

³REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. En: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2&TIPO_BUS=3&LEMA=responsable

critica entonces la ética tradicional, totalmente antropocéntrica, generada en la época de la modernidad y que concibe el alcance de la acción humana y su responsabilidad como algo claro y determinado. Bajo esta perspectiva el beneficio al ser humano es lo único importante, los nacionalismos o las imposiciones en busca de un “progreso” aparecen justificados, además producen errores históricos tan graves como la bomba de Hiroshima y Nagasaki.

A cambio del imperativo kantiano: “actúa de tal modo que el principio de tu acción se transforme en una ley universal”, Jonas propone un nuevo imperativo: “obra de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana auténtica en la Tierra”.⁴ Este imperativo hace un giro radical con respecto a la modernidad, propio de la contemporaneidad, pues al referirse a una vida humana auténtica incluye por lógica al conjunto de la naturaleza que debe ser protegida para que el ser humano realice todas sus capacidades. Y es precisamente el fondo del asunto que nos compete, pues el valor de la responsabilidad no es un simple responder por algo que se hizo, sino también y en primer lugar hacerse cargo de, con el fin de mantener la vida fluyendo en todas sus expresiones de la mejor manera, no sólo la vida humana a costa del resto del cosmos.

La responsabilidad en Jonas sugiere asegurar un futuro apto para las generaciones venideras, pero no solo las generaciones humanas sino todos los ciclos vivientes, por eso también critica la técnica en su forma actual de aprovechar los recursos naturales: “por su dimensión cósmica, por sus efectos acumulativos e irreversibles, las técnicas introducen distorsiones tan definitivas que crean una dimensión de peligro sin precedentes en la historia de la vida. La preservación de la vida siempre tuvo un costo, pero con el hombre moderno ese costo, puede ser el de la destrucción total”.⁵

⁴JONAS, Hans. El principio de responsabilidad: Ensayo de una ética para la civilización tecnológica. Herder: Barcelona, 1995. p. 40

⁵Ibid.

En conclusión, el principio de responsabilidad es una forma ética de concebir al ser humano en relación con el entorno, desembarazándose de las estructuras de poder y progreso implantadas por la modernidad, para pasar al compromiso no sólo de asumir las consecuencias de nuestros actos, sino también decidir y actuar buscando la estrategia que beneficie más a todas las partes o que tenga tal flexibilidad que se pueda abortar.

En Edgar Morin esta estructura de pensamiento y decisión se denomina “ecología de la acción” y nos permite, en esta contemporaneidad de cambios e incertidumbres, ser responsables de nuestros actos. Hablamos entonces de que es un valor de carácter “social”⁶, es decir, se vive y se prueba sólo en la relación con los demás y con el entorno.

3. RESPONSABILIDAD SOCIAL⁷

Este término ha tomado auge desde finales del siglo XX hasta hoy, sobre todo se utiliza en el ámbito corporativo, pues ha llegado a ser la forma de vincular a las organizaciones con la sociedad en la que están interactuando.

Según FrancoisValleys la Responsabilidad Social, desde una perspectiva organizacional, es:

- ✓ Un Compromiso para identificar y comprender los efectos de sus acciones en el mundo, considerar los impactos social, ambiental y económico, y los puntos de vista de las partes interesadas y asociadas a estos temas (stakeholders).
- ✓ Un Compromiso para considerar, concertar y responder de manera coherente (sea negativa o positivamente) a las aspiraciones, preocupaciones y necesidades de todas las partes interesadas.
- ✓ Un Compromiso para rendir cuentas de sus decisiones, acciones e impactos a las partes interesadas, con transparencia.

⁶MORIN, Edgar. Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional, Icfes, Unesco, 1999. p.66-67

⁷ <http://www.pucp.edu.pe/unid/facul/derecho/prosode/index.htm>

- ✓ Un Compromiso para dar respuesta a los problemas que se presentan y cumplir con lo declarado y pactado en la Misión y Visión y los acuerdos firmados de la organización (ser confiable)⁸.

4. CALIDAD⁹

Corresponde al conjunto de propiedades de un producto que lo hacen mejor que otros de su clase consiguiendo los resultados para los que ha sido fabricado. Puede hablarse de calidad en salud, si los objetivos inherentes a la actividad de la salud se logran con éxito. Sin embargo, el término calidad no se puede acomodar así nada más a la salud, es importante considerar en primer lugar los fines, el para qué de la salud, y luego los medios, es decir, los recursos y mecanismos que se necesiten para hacerlo.

5. BALANCE SOCIAL¹⁰

Sistema de diagnóstico que integra los estudios analíticos que aportan información parcial sobre la situación social y económica de la organización, incluyendo las condiciones de trabajo. El balance social, por tanto, cuantifica los datos sociales

6. CAPITAL SOCIAL¹¹

Es concebido generalmente como el conjunto de normas de confianza, valores, actitudes y redes entre personas e instituciones en una sociedad, que define el grado de asociatividad entre los diferentes actores sociales y facilita acciones colectivas y de cooperación. Puede tener varias dimensiones: una individual, es decir el grado de integración a su entorno a partir de las relaciones más cercanas de una persona, familia o empresa; una dimensión sectorial, es decir la acción de personas u organizaciones en su entorno ampliado, su interrelación y su relación con los poderes públicos (pertenencia a redes comunitarias, gremios, asociaciones empresariales, etc.). Finalmente, está la dimensión colectiva o

⁸ VALLEYS, Francois. La responsabilidad social de las organizaciones.

⁹ Organización Internacional para la estandarización (ISO)

¹⁰ PARRA LUNA, F. El balance social de la empresa. Bilbao. Ediciones Deusto, 1989

¹¹<http://www.eumed.net/libros/2008b/402/Procedimiento%20de%20la%20investigacion.htm>

nacional, es decir el capital social entendido como un acervo de una sociedad en su conjunto. En ese sentido, el concepto de Capital Social agrupa nociones de confianza, asociatividad, conciencia cívica y valores éticos predominantes que, en conjunto, facilitan o dificultan el Desarrollo de una determinada sociedad.

7. DERECHOS HUMANOS¹²

Principios universales definidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. Tienen su pilar en el reconocimiento de la dignidad intrínseca y la igualdad para todos los miembros de humanidad puesto que, con ello, se constituye el fundamento de la libertad, la justicia y la fraternidad en el mundo.

8. DESARROLLO SOSTENIBLE¹³

Desarrollo sostenible significa “desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas” (Comisión Brundtland). Extendiendo la meta del desarrollo humano a todas las personas que vivirán en el futuro, la “sostenibilidad” introduce exigencias de gestión racional de los recursos disponibles en el planeta, es decir complementa y equilibra las perspectivas sociales y económicas con la perspectiva ambiental y ecológica.

9. ETHOS¹⁴

Designa el conjunto de valores encarnadas en la práctica cotidiana de un grupo de personas, institución o comunidad, sus hábitos y su modo de residir en el mundo.

Refiriéndose a la etimología griega del término Ethos, ésta hace referencia a la “morada”, es decir a lo “moral”, en las acciones de las personas. La Responsabilidad Social Universitaria retoma el concepto en lo establecido por el código ético como un factor determinante en el ejercicio profesional, en cuanto a la gestión de las actitudes cotidianas que se cultivan en el seno de la institución

¹² BUERGENTHAL, Thomas. Derechos Humanos Internacionales. Editorial Gernika. México. 1996

¹³ Disponible en World Wide Web: <http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/glosario/DesarrolloHumanoSostenible.pdf>

¹⁴ Disponible en World Wide Web: <http://rsu.pucp.edu.pe/node/209>

universitaria. Lo ético en éste ámbito, corresponde a la formación en valores tanto de los a los estudiantes como de toda la comunidad universitaria.

Para el caso de nuestro trabajo de investigación, el Instituto Ethos¹⁵ es un centro de desarrollo de herramientas para ayudar a las empresas a analizar sus prácticas de gestión de negocios de manera responsable y profundizar su compromiso con el desarrollo social sostenible; basándose en una metodología participativa con el propósito de ayudar a las empresas a asimilar el concepto de RSE e incorporarlo en la gestión del día a día con un proceso de evaluación y mejoramiento continuo.

También promueve establecer normas de ética en el trato con empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente, de tal manera que con la adopción de esta nueva forma de hacer negocios, de acuerdo con los principios de desarrollo sostenible, la empresa contribuya decisivamente a mejorar la situación social, económica y medio ambiental del país.

Esta metodología opera como instrumento de concientización y permite demostrar que RSE es un concepto medible que se incorpora en las prácticas y en los procesos de gestión empresarial permitiendo el aprendizaje y monitoreo de las acciones de RSE que la empresa desarrolla en la relación con sus diferentes grupos de interés.

La metodología Ethos, se estructura en siete temas o dimensiones así:

1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.
2. Público interno.
3. Medio ambiente.
4. Proveedores.
5. Consumidores y Clientes.
6. Comunidad.
7. Gobierno y Sociedad.

¹⁵ Instituto Ethos – Brasil 2004

Así mismo, la metodología establece tres tipos de indicadores para los procesos de autoevaluación relacionados con cada tema; así:

1. Indicadores de profundidad: miden el avance de las acciones de RSE en cada una de las etapas o estadios
2. Indicadores binarios: suministran información adicional sobre cada etapa y ayudan a identificar el indicador de profundidad.
3. Indicadores cuantitativos, determinan cuantitativamente las acciones de RSE dentro de la organización

10. ÉTICA¹⁶

Viene del griego êthos que significaba “morada” y “forma de vida”, “lo normal”, “lo que la gente hace”. La ética puede ser definida como el cuidado de la morada común y de lo que la gente hace normalmente en ella, examinando, evaluando y mejorando estas “normas”. Esta morada tiene múltiples dimensiones: personal, social y planetaria. El progreso de las normas éticas está ligado a su capacidad de ser cada vez más universalizables. En efecto, la racionalidad moral se expresa en la capacidad de universalización de nuestras reglas de conducta.

¹⁶ Disponible en: <http://rsu.pucp.edu.pe/node/209>

RESUMEN

Con este trabajo se buscó conocer las percepciones de los grupos de los grupos de interés internos que participan en el diario desarrollo de la organización GRUPO EMI S.A. en la sucursal Medellín, en relación con las acciones existentes en la organización asociada al contexto de la Responsabilidad Social Empresarial.

Para lograr el propósito se realiza un estudio diagnóstico, en el que se construye un marco conceptual sobre la situación actual del GRUPO EMI S.A. en la sucursal Medellín de acuerdo con su misión, visión, valores y razón de ser de la organización elaborando dos instrumentos para conocer las percepciones que sobre el tema tienen los grupos de interés interno (jefes de procesos y colaboradores del GRUPO EMI)

Luego de aplicar los instrumentos de entrevistas a profundidad y encuestas de auto diagnóstico a los grupos de interés internos; se analizaron los datos obtenidos a nivel cualitativo, cuantitativo y desde la observación directa presentando los hallazgos, conclusiones y recomendaciones con base en los resultados.

Esperamos con esto contribuir al interés organizacional de cumplir constantemente con su Misión, su Visión y su objeto social, en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo responde a la búsqueda de tres candidatas a la especialización en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, respecto a los elementos que desde su quehacer profesional dinamizan el ejercicio de la Responsabilidad Social empresarial en GRUPO EMI, y con esta la práctica de conductas que respondan a los requerimientos sociales, culturales, políticos y ambientales del medio.

El y la especialista en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, son actores y actoras, que posibilitan el encuentro de saberes y experiencias en función del desarrollo humano de la población, por eso la Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI; surge como tema de interés para en el ejercicio de la Gestión en Responsabilidad Social Empresaria, ya que se acerca a la realidad organizacional y su deber ético en el proceso de atención a pacientes y de proyección socio-comunitaria, logrando el mejoramiento de las condiciones necesarias para la sustentabilidad de las organizaciones.

Es labor del especialista en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial afirmar entonces, que la RSE es un complemento esencial a la formación ética humanística, espiritual y cultural que ´por encima de todo demanda un compromiso con la sociedad; pues sólo es socialmente responsable una organización cuando tiene coherencia entre la ética de los individuos y sus acciones corporativas.

En un contexto como el que vive Colombia, donde a diario el ser humano se confronta con la vulneración de los derechos más fundamentales como son la vida, la salud y la dignidad de las personas, el rol que debe jugar el sistema de Salud en general y de manera específica GRUPO EMI S.A. es el de afianzar y fortalecer el ejercicio de la comunidad organizacional activa en las dimensiones que se proponen en los objetivos del milenio.

Específicamente, en GRUPO EMI S.A. en la sucursal Medellín, se requiere conocer las percepciones que los grupos internos de empleados, tanto a nivel

directivos como colaboradores, poseen frente a las acciones RSE, que la empresa desarrolla en el contexto de la realidad colombiana con el deseo de aportar a las relaciones democráticas y justas, con un compromiso ético moral fundamentado en los derechos humanos y en el desarrollo integral, considerando los diferentes escenarios con los que interactúa.

Como candidatas a especialización surgió entonces el interés de indagar sobre las percepciones que tienen los grupos de interés internos en GRUPO EMI S.A. específicamente en la sucursal de Medellín frente al concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su grado de implementación en GRUPO EMI S.A., esto debido a la participación de Catalina María García López en las funciones administrativas como Jefe Nacional de Servicio al Cliente en Colombia para GRUPO EMI S.A., y de Adriana Patricia Londoño Eusse y Lucy Rodríguez Carmona como estudiantes de la especialización en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial de la Fundación Universitaria Luis Amigó.

En el capítulo número tres (3), se desarrolla el planteamiento de la situación problema, por la cual se dio inicio a esta investigación, la pregunta que se planteó con respecto a la situación problema, los antecedentes de la situación problema que se presenta en GRUPO EMI S.A.; y los objetivos planteados para esta investigación

En el capítulo número cuatro (4), se desarrolla el marco de referencia con el fin de precisar el término Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI partiendo desde la salud, pasando por la atención médica pre hospitalaria, la Responsabilidad Social Empresarial en el sector salud y llegando finalmente a la realidad actual general de GRUPO EMI S.A.

En el capítulo número cinco (5) se especifica el desarrollo metodológico que se llevó a cabo para la ejecución de la investigación, incluyendo el paradigma investigativo, el método de investigación y la forma como se llevó a cabo el diagnóstico incluyendo la definición de la muestra tomada para la aplicación del instrumento cuantitativo.

El sexto capítulo interpreta los datos encontrados en los grupos de interés interno: colaboradores y directivos; conservando como marco de análisis los principios organizacionales y el objeto social de la organización.

Los capítulos siete y ocho (7 y 8) se refieren a las conclusiones generales, en las que se especifica el cumplimiento de los objetivos de la investigación y las recomendaciones que las investigadoras efectúan considerando los resultados obtenidos; respectivamente.

Sin lugar a dudas, este trabajo se constituye en la primera fase de un diagnóstico sobre Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín, que podrá utilizarse luego como insumo para profundizar y ampliar estudios al respecto, ya que está contemplado como una primera fase.

Esperamos que el presente estudio sea asumido como una herramienta para la gestión organizacional en GRUPO EMI, sirva para fortalecer el papel de la organización en el desarrollo de su objeto social y como el primer paso para la implementación de un modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial.

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Percepciones sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en las empresas prestadoras de servicios de salud domiciliaria: caso GRUPO EMI sucursal Medellín”

2. JUSTIFICACIÓN

Reconociendo el protagonismo que hoy juegan las empresas del sector salud en el desarrollo y bienestar de la sociedad y de manera consecuente con su incidencia en la calidad de vida de las personas; se pretende a partir del siguiente estudio, identificar las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín en relación con las diferentes dimensiones e indicadores propuestos por la metodología de autoevaluación Ethos; con el fin de identificar acciones que a futuro la empresa deba mantener o implementar desde el cumplimiento su objeto social.

Es importante anotar que en la actualidad la empresa desconoce su situación actual en referencia a la gestión de la relación con los diferentes grupos de interés, las acciones enfocadas a la responsabilidad social y competitividad de la organización y el enfoque de la gestión de la misma hacía la sostenibilidad. Por tal razón identificar acciones actuales de la empresa relacionadas con el contexto de la responsabilidad social empresarial o necesidades de implementación de las mismas, posibilitará al GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín, trascender en su rol como empresa prestadora de servicios de atención médica extra hospitalaria, es decir, ir más allá de lo que hoy hace y proyectarse al futuro garantizando relaciones claras y de mutuo beneficio con sus grupos de interés, la fidelización de sus clientes y por ende su permanencia en el mercado con los niveles de competitividad deseados. Dicho de otro modo, a partir del presente estudio la empresa encontrará un trayecto más seguro para recorrer en su forma de hacer el negocio ya que puede enmarcarlo en los términos en los que la declaratoria de principios de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México lo describe como “una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la

sustentabilidad de las generaciones futuras”¹⁷. Es decir, se trata de una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad¹⁸.

Por otro lado si GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín, asume el reto de evaluar su condición actual en la relación con los grupos de interés, e identificaciones que puedan enmarcarse dentro de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial en concordancia con el plan estratégico de la organización, podría alcanzar un impacto positivo en su cultura organizacional; que probablemente se vería reflejado en las relaciones de equidad y confianza con sus grupos de interés sirviendo como modelo o referente para otras sucursales del mismo grupo o para sus competidores.

¹⁷<http://www.aliarse.org.mx/>

¹⁸CORTÉS RODAS, Francisco y GRUSTI, Miguel. Justicia global, derechos humanos y responsabilidad. Perú: Siglo del Hombre Editores, 2007

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Partiendo de la base, que el sistema de salud en Colombia ha sufrido modificaciones que han dado origen al surgimiento de un mercado cada vez más amplio y competitivo en cuanto a ofertas de servicios de atención en salud y entendiendo que las alteraciones en el estado de salud de las personas no dan espera a los plazos, lugares y horarios establecidos por los centros de atención médica autorizados por las EPS; del país, cobra especial importancia el acceso a servicios complementarios de salud como los ofrecidos por la empresa EMI (Emergencia Médica Integral), creada en 1.979, de origen uruguayo, con el fin de responder a las necesidades sociales y, brindar soluciones en salud dentro del hogar de los afiliados, con la mejor calidad médica, un trato amable y personalizado.

Posteriormente, en el año 2006, por la unión de varias empresas de atención médica extra hospitalaria, se conforma el GRUPO EMI S.A., con presencia en Colombia, Panamá, Ecuador, El Salvador, Venezuela y Uruguay, consolidándose como la red más grande de Latinoamérica en éste tipo de servicios.

Hoy, GRUPO EMI S.A., evoluciona con las tendencias internacionales en el área de la salud, para ofrecer mayores y mejores servicios a sus afiliados. Además, continúa construyendo su historia, como empresa líder prestadora de servicios de atención médica extra hospitalaria en diferentes países latinoamericanos, asumiendo el compromiso de brindar un trato cálido, amable y personalizado, para contribuir de ésta manera a mejorar la calidad de vida de los pacientes y sus familias. Razón por la que Grupo EMI S.A, requiere conocer la percepción que el grupo interno de empleados tanto directivos como colaboradores poseen en torno a las acciones de responsabilidad social que GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín, ha implementado en pro del bienestar, el desarrollo de las personas y de la organización misma; de tal modo que ello contribuya al fortalecimiento de su objeto social hacía la sostenibilidad.

Por otro lado, y considerando que el proceso acelerado de crecimiento y expansión económica de la empresa y su incursión en las diferentes culturas nacionales e internacionales en Colombia y Latinoamérica, se ha dado en condiciones de desequilibrio desde el punto de vista económico, social y ambiental; y teniendo en cuenta que a futuro, dicho crecimiento, puede comprometer la sostenibilidad tanto del negocio mismo, como la de los mercados y comunidades con los que Grupo EMI S.A se relaciona; la organización, desea conocer las percepciones del grupo interno de empleados tanto directivos como colaboradores, respecto a las acciones que hoy desarrolla la organización en el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial; concepto que toma especial importancia, dado que ello permite identificar oportunidades de mejora en el direccionamiento estratégico y la operación de la organización.

Así mismo, considerando el compromiso de GRUPO EMI S.A., en cuanto a la contribución para el mejoramiento de la calidad de vida se refiere, definido en su objeto social, en términos de salud integral, seguridad al paciente, calidad en el servicio y la atención humanizada; se hace relevante para la organización, la aplicación de una metodología de autoevaluación que dé cuenta del conocimiento interno de sus actuaciones en torno a la Responsabilidad Social Empresarial y la percepción de éstas por parte de los empleados; entendiendo su estrecha relación con el compromiso de mejoramiento de la calidad de vida de todos los grupos de interés con los que la empresa se relaciona.

3.2. PROBLEMA A INVESTIGAR

En la actualidad GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín, requiere conocer la percepción actual del grupo de empleados (directivos y colaboradores) frente a las acciones de responsabilidad social empresarial existentes hoy en la organización.

Desde éste punto de vista, GRUPO EMI S.A. requiere convertirse en el agente y simultáneamente en el resultado de los procesos de cambio socialmente responsables en la organización; teniendo en cuenta que su objeto social es

“Brindar servicios de salud integral a través de la atención médica domiciliaria ofreciendo seguridad al paciente, calidad en el servicio y atención humanizada”¹⁹

De acuerdo con lo anterior, se valida la pertinencia de un estudio que permita conocer la percepción que el grupo interno de empleados tanto directivos como colaboradores poseen en torno a las acciones de responsabilidad social que GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín, ha implementado en pro del bienestar, el y desarrollo de las personas y de la organización misma.

Motivo por el que se aprueba para el año 2011 el desarrollo de un estudio de autodiagnóstico frente al tema de **Responsabilidad Social Empresarial**, con aplicación de la metodología **ETHOS** en las ciudades de Medellín, Cali y Bogotá, estudio que se espera, sirva como prueba piloto para replicar en las demás ciudades y países en los que la empresa tiene presencia en Latino y Centro América.

3.3. DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE LA PREGUNTA

¿Cuál es la percepción actual del grupo de empleados en referencia a las acciones de responsabilidad social empresarial existentes en GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín?

¹⁹ <http://www.grupoemi.com/s-conocenos-c11/sub-quienes-somos-c28/>

4. MARCO TEÓRICO O MARCO DE REFERENCIA

El presente marco de referencia, es un trabajo exclusivamente descriptivo-conceptual, que pretende hacer un análisis y descripción de cómo las empresas prestadoras de atención en salud domiciliaria, en este caso Grupo EMI S.A sucursal Medellín, puede identificar percepciones de su grupo de interés interno (directivos y colaboradores) respecto a las acciones de RSE existentes en la gestión empresarial y su influencia en la administración y operación de los procesos de la organización.

4.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El servicio de atención en salud domiciliaria, tuvo sus orígenes a partir del primer uso de la ambulancia como un vehículo especializado, diseñadas por Dominique Jean Larrey (1766-1842), para el médico principal de Napoleón Bonaparte.

Posteriormente se efectuó un gran avance en las ambulancias civiles, (que en los próximos años llegarían a conformar la política de los hospitales y las ambulancias), con la introducción de un carro de transporte para pacientes con cólera en Londres durante 1832.

La declaración sobre el transporte, tal como aparece en The Times, dijo: "El proceso de curación comienza en el instante que se pone al paciente en el carro, se ahorra tiempo que puede ser utilizado para la atención del paciente, el paciente puede ser llevado al hospital tan rápidamente que los hospitales pueden ser menos numerosos y encontrarse a más espaciados uno del otro." Este principio permanece hoy en la planificación de la emergencia médica moderna, además se encuentra referenciado en el propósito establecido por la Brigada de Ambulancias de San Juan, en junio de 1887 concebido para proporcionar primeros auxilios y servicios de transporte de emergencia en los eventos públicos en Londres. Dicho sistema se basaba en una estructura de tipo militar de mando y disciplina.

De ésta manera la evolución del sistema de ambulancias dio origen al sistema de atención pre hospitalaria, donde historiadores norteamericanos afirman que el primer componente de la atención pre-hospitalaria en escena comenzó en 1928,

cuando "Julien Stanley Sabio, realizó por primera vez acciones de salvamento de tripulación en riesgo.

La evolución del sistema de ambulancias dio origen al sistema de atención pre hospitalario, en tiempos en los que aún no existían leyes asociadas a la formación mínima para el personal de las ambulancias, ni programas de capacitación de primeros auxilios básicos.

Hoy el servicio de atención pre hospitalaria ha evolucionado significativamente a partir de las empresas privadas que ofrecen además del transporte del paciente, la atención de emergencia, urgencias o consultas médicas en el domicilio del paciente. En éste estado se ubica EMI (Emergencia Médica Integral). Empresa, de origen uruguayo dedicada a la prestación de servicios de atención médica pre hospitalaria creada en 1.979, con el fin de responder a las necesidades sociales y brindar soluciones en salud dentro del hogar de los afiliados.

Posteriormente y de acuerdo con crecimiento y desarrollo de EMI en el sector salud, surge la voluntad de unión de varias empresas de atención médica extra hospitalaria, logrando conformarse en GRUPO EMI S.A., en el año 2006, con presencia en Colombia, Panamá, Ecuador, El Salvador, Venezuela y Uruguay, dando paso a su consolidación como la red más grande de Latinoamérica en éste tipo de servicios.

Hoy, GRUPO EMI S.A., evoluciona con las tendencias internacionales en el área de la salud, para ofrecer mayores y mejores servicios a sus afiliados. Además, continúa construyendo su historia, como empresa líder prestadora de servicios de atención médica extra hospitalaria, mejorando la calidad de vida de los pacientes y sus familias. Motivo por el que ha decidido asumir el reto de emprender un estudio de autoevaluación, con aplicación de la metodología Ethos para la identificación de las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín, en pro del bienestar, el desarrollo de las personas y de la organización misma. Teniendo en

cuenta que la información obtenida en los resultados del estudio, permitirá identificar oportunidades de mejora en el direccionamiento estratégico en pro del cumplimiento su objeto social.

Además, considerando el compromiso de GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín en cuanto a la contribución para el mejoramiento de la calidad de vida, definido en su objeto social, expresado en términos de salud integral, seguridad al paciente, la calidad en el servicio y la atención humanizada; se hace relevante, conocer la percepción de éstas, por parte de su grupo interno de empleados (directivos y colaboradores)entendiendo su estrecha relación con el compromiso de mejoramiento de la calidad de vida de todos los grupos de interés con que la empresa se relaciona.

Por tal razón y en concordancia, con el objeto social de Grupo EMI, S.A, y sus acciones de responsabilidad Social, se hará el abordaje de algunos conceptos relevantes al tema en lo referente al concepto de percepción, Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social en las empresas prestadoras de servicios de salud y en el ámbito pre hospitalario, algunas generalidades referidas al tema de seguridad integra; así como información específica sobre Grupo EMIS.A, que para efectos de mayor claridad, se describen en el orden anteriormente mencionado.

Dado que el objeto del presente estudio centra su atención en conocer las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín. Interesa identificar algunas miradas desde el punto de vista de diferentes autores frente al concepto de percepción; para tal efecto se plantean las siguientes miradas frente a éste concepto.

4.2. CONCEPTO DE PERCEPCIÓN

La percepción ha sido concebida como un proceso cognitivo, que hace referencia a un conocimiento, a una idea o a la sensación interior que resulta de una

impresión material creada en nuestros sentidos; por ello, los especialistas aseguran que la percepción es el primer proceso cognoscitivo, que permite al sujeto captar la información del entorno a través de la energía que llega a los sistemas sensoriales, por otro lado la psicología reafirma la idea que se trata de la función que permite al organismo recibir, elaborar e interpretar la información que llega desde el entorno, a través de los sentidos.

Por lo tanto, diferentes miradas coinciden en que lo perceptivo se origina a partir del contacto de los órganos de los sentidos con una realidad determinada; donde la información es procesada y se logra formar la idea de un sólo objeto o situación. Esto quiere decir que es posible sentir distintas cualidades de un mismo objeto y unirlos a través de la percepción, por tal razón la formación de la representación interna de lo que acontece en el exterior es lo se denomina percepción que surge a modo de hipótesis en cada persona, de tal modo que la información que llega a los receptores se analiza de forma paulatina, junto a la información que viene de la memoria dando paso la interpretación.²⁰

En éste sentido y considerando los planteamientos anteriores, puede ocurrir que el estudio muestre diversas percepciones respecto a una misma situación o acción de Responsabilidad Social Empresarial existente en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín; dado el acceso a los niveles de información y participación que influye en la interpretación de la realidad de la organización de acuerdo con el cargo o funciones que cada persona desempeña.

Por otro lado, si la intención del estudio es conocer las percepciones frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín; conviene para efectos de precisión conceptual, abordar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su evolución planteada en los siguientes términos:

²⁰ VARGAS, MELGAREJO LUZ MARINA, Sobre el concepto de percepción. Centro de Información y Documentación Antropológica, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa /Departamento de Atención a la Salud.

4.3. CONCEPTOS EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El concepto de RSE, tiene sus orígenes en el siglo XX, donde aparece un alto interés por practicar acciones filantrópicas integrales dentro de las instituciones; cuando hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos. Aunque la expresión de RSE, surge entre los 50-60 en EE.UU., no llega a desarrollarse en Europa hasta los 90, cuando la Comisión Europea para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social, utilizó el concepto. Más tarde en 1999 el secretario general de la ONU durante el Foro Económico y Mundial de Davos pidió que se adoptasen valores con rostro humano y el concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías; lo que permitió nuevas miradas con mayor soporte a dicho concepto; como se describen a continuación:

El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se asume como una herramienta estratégica de hacer negocios, pero con el compromiso de ética y transparencia en todas las acciones que emprenden las empresas y no centrándose únicamente en la obtención de ganancias. La razón de ser de las compañías debe tener una conexión con su objeto social, con la idea de generar valor social, económico y ambiental.

Partiendo de la premisa de que La Responsabilidad Social Empresarial no es nueva, es importante validar que en las últimas décadas ha adquirido un mayor auge, especialmente en los países desarrollados, ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más conscientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales. Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se

rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

Otro aspecto que agrega valor al que hacer de las organizaciones; está directamente relacionado con el compromiso ambiental, a favor de la protección de la vida en todas sus especies y el aprovechamiento razonable de los recursos disponibles como mecanismo de control del desperdicio de los mismos y el fortalecimiento de valores en las actuaciones cotidianas dentro de la cultura organizacional, en este contexto, podemos visualizar que las empresas tienen grandes responsabilidades, no sólo frente a los procesos de desarrollo económico, sino también, en términos sociales y medioambientales.

Según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social, se define la Responsabilidad Social Empresarial como: La capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders)”²¹.

Otro concepto asociado a la responsabilidad social empresarial es aportado por la compilación de Manuel Reyno Momberg²², en el plantea diferentes propuestas del concepto, todas articuladas a un aspecto común, la **“Sostenibilidad”**, veamos algunas de ellas:

La RSE, se asocia a “las prácticas que adopta una organización con el fin de promover relaciones de equidad y confianza entre la empresa y sus diferentes grupos de interés”. Así mismo la RSE “es la integración voluntaria, por parte de las empresas y de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.²³

En otro concepto, la RSE, es “El compromiso consciente y congruente de las empresas para cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus

²¹ Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial. Colombia. 2008.

²² REYNO MOMBERG, Manuel. Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. Biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales.

²³ Libro Verde. Comisión Europea y CEMEFI (Centro Mexicano para la filantropía)

participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, el medio ambiente y para la construcción del bien común”²⁴.

Por último y en relación con la aplicación de la metodología ETHOS, se presenta el concepto de RSE, desde la mirada expuesta frente en los siguientes términos:

"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”²⁵

De acuerdo con las propuestas del concepto de RSE, y considerando que el presente estudio se desarrolla en torno a las actuaciones de RSE en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín, empresa del sector salud, dedicada a la prestación de servicios de atención médica extra hospitalaria, se encuentra pertinente presentar algunos conceptos referidos a la RSE vista y aplicada en el contexto de las empresas prestadoras de salud y además contextualizarla en la ley 100 del sistema de salud en Colombia.

4.4. EL SISTEMA DE SALUD EN COLOMBIA Y LEY 100

El sistema de salud en Colombia, está regulado por el gobierno nacional por intermedio del Ministerio de la Protección Social, bajo mandato constitucional, delegado en parte al sector privado y se encuentra reglamentado por la Ley 100, de 1993, que entre otras disposiciones reglamenta el sistema de seguridad social integral, definiéndolo en los siguientes términos “La Seguridad Social Integral, es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para

²⁴ Libro Verde

²⁵ Instituto Ethos – Brasil 2004

proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad”²⁶. Además el sistema de salud se fundamenta en seis principios: **eficiencia, universalidad, solidaridad, integralidad, unidad y participación**; sumado a esto, el artículo 153 determinó que el seguro de salud debía ser examinado, que los proveedores de salud debían tener autonomía administrativa y que los usuarios del servicio debían tener el derecho a escoger libremente el proveedor de salud que desearan.

Por otro lado el sistema de salud en el país, según el congreso, se divide en cuatro secciones o libros, sobre la regulación de pensiones, sobre el sistema de la salud, sobre las condiciones de trabajo y sobre servicios complementarios de la salud; además, con el fin de asegurar que los servicios de salud cumplan una función de equidad, las Naciones Unidas, supervisa la aplicación del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y adoptó en el 2000, una observación general sobre el derecho a la salud, que dice “el derecho a la salud no sólo abarca la atención de salud oportuna y apropiada sino también los principales factores determinantes de la salud, como el acceso al agua limpia potable y a condiciones sanitarias adecuadas, el suministro adecuado de alimentos sanos, una nutrición adecuada, una vivienda adecuada, condiciones sanas en el trabajo y el medio ambiente, y acceso a la educación e información sobre cuestiones relacionadas con la salud, incluida la salud sexual y reproductiva”²⁷.

Finalmente y con el propósito de buscar la efectividad para el sistema de salud en el país, su reforma se plantea con fin evitar el “monopolio” del estado sobre la salud y permitir el derecho de la “competencia con la participación empresas prestadoras de salud; así como la incorporación de subsidios al sector salud para cubrir a la población menos favorecida; entendiendo que los principios generales

²⁶ <http://www.ilo.org/gimi/gess/RessShowRessource.do?ressourceId=7485> - Ley Número 100 de 1993 (Diciembre 23)

²⁷ Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 1966

de la ley, determinan que la salud es un servicio público, que debe ser garantizado en condiciones aptas para los ciudadanos.

Teniendo en cuenta la finalidad de evitar el monopolio del estado sobre la salud de los ciudadanos y permitir el derecho de la competencia, como se menciona en el texto anterior, y reconociendo que el tema de la salud no puede verse aisladamente, ya que el mejoramiento de la calidad de vida, implica un esfuerzo tanto en la cobertura como en logística, que facilite la atención y la presencia de varios sectores; se da el surgimiento a múltiples organizaciones orientadas a la prestación de servicios de salud; dando paso a un mercado más amplio y competitivo en el que aparecen las empresas dedicadas específicamente a la prestación de servicios en medicina pre hospitalaria.

De acuerdo a lo anterior, es que el presente estudio pretende dar un soporte conceptual a la Responsabilidad Social Empresarial, aplicada en el contexto de las empresas prestadoras de salud.

4.5. LA RSE EN LAS EMPRESAS DE SALUD

Hablar de RSE en las empresas de salud, implica abordar el concepto de Seguridad Social Integral, entendido como el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen las personas y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad” . Además el sistema de salud se fundamenta en seis principios: eficiencia, universalidad, solidaridad, integralidad, unidad y participación, desde éstos fundamentos la ley, determinan que la salud es un servicio público, que debe ser garantizado en condiciones aptas para los ciudadanos.

Por otro lado el reconocimiento, de la salud como un servicio público que debe propender por el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, implica un

esfuerzo tanto en la cobertura como en logística, que facilite la atención y la presencia de varios sectores; lo que da el surgimiento a múltiples organizaciones orientadas a la prestación de servicios de salud; dando paso a un mercado más amplio y competitivo.

La razón de ser de las empresas del sector salud son los pacientes y su compromiso es mantener los mejores niveles de salud en la comunidad asegurando la recuperación y bienestar de los pacientes a través de la prestación de un servicio oportuno, competente y con altos estándares técnicos y científicos. Por otro lado, las empresas del sector encuentran soporte en el *proyecto de acuerdo 159 de 2004*, "Por el cual se impulsan Acciones de Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad en el Distrito Capital" donde se plantea la importancia de garantizar "Salud Para la Vida Digna" que persigue como objetivo fundamental, la reducción de la mortalidad materna, el restablecimiento de derechos e inclusión social de la población desprotegida y la vinculación de jóvenes a procesos de prevención de la salud en forma integral, previniendo el uso de sustancias psicoactivas y de promoción de la salud sexual y reproductiva, aspectos que comprometen directamente las actuaciones las empresas dedicadas a la prestación de servicios de medicina en un compromiso social contra la pobreza y la exclusión.

Por tal razón, el derecho a la salud abarca cuatro elementos fundamentales, que tienen total relación con la aplicación de la RSE en el sector de la salud; éstos son:

4.5.1. Disponibilidad

Se deberá contar con un número suficiente de establecimientos, bienes y servicios públicos de salud, así como de programas de salud. Este principio busca satisfacer la demanda de las necesidades de salud de la población. Según la Constitución Política de Colombia, es al Estado, al que le corresponde organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud y en consecuencia mantener el acceso de estos a disposición de todos los habitantes.

4.5.2. Accesibilidad

El acceso a los servicios de salud tiene una estrecha relación con los principios de universalidad y equidad, mediante los cuales se busca la prestación a todos los habitantes sin discriminación alguna e igualdad en la calidad de los servicios a todos los beneficiarios.

Los establecimientos, bienes y servicios de salud deben ser accesibles a todas las personas, teniendo en cuenta: No discriminación, accesibilidad física, accesibilidad económica (asequibilidad) y acceso a la información; como lo menciona la Constitución Política que establece, que se garantizará a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

4.5.3. Aceptabilidad

Este elemento hace referencia a la posibilidad que tiene cada persona de elegir la forma como maneja su propia salud. Según el comité de derechos Económicos, sociales y culturales la aceptabilidad implica que todos los establecimientos, bienes y servicios de salud deberán ser respetuosos de la ética médica, de la cultura de las personas, de las minorías, de los pueblos, las comunidades y de la confidencialidad, y deben ser sensibles a los requisitos del género y del ciclo de vida.

4.5.4. Calidad

La Ley 100 de 1993 en su artículo 153, numeral 9, establece que la calidad debe ser una de las reglas del servicio público de salud, el sistema establecerá mecanismos de control a los servicios para garantizar a los usuarios la calidad en la atención oportuna, personalizada, humanizada, integral, continua y de acuerdo con los estándares aceptados en procedimientos y prácticas profesionales como consecuencia de la prestación de los servicios de salud con calidad, deben crearse mecanismos que permitan efectuar un control y evaluación de los servicios que se prestan.

Abordar el tema de la salud implica para las organizaciones comprometidas con la prestación de éste servicio, actuar siempre a favor de la vida, priorizar el bienestar y prevenir causas que afecten significativamente el bienestar de las personas y de la sociedad; por ésta razón, el presente proyecto de Investigación consiste en conocer las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín; por el que se aborda en el segmento posterior y de forma detallada el concepto de medicina pre hospitalaria.

4.6. MEDICINA PRE HOSPITALARIA

La Medicina pre hospitalaria es una subespecialidad de la Medicina de emergencias y desastres, que se encarga de la atención del paciente fuera del ámbito hospitalario. Se relaciona con los conceptos de, sistemas de emergencia y sistemas de servicios y atención pre-hospitalarios. Las empresas de salud dedicadas a la prestación de éstos servicios tienen un impacto directo en la contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y el compromiso de ajustar su plan de negocios al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, teniendo en cuenta su impacto en la calidad de vida de las personas.

La atención pre hospitalaria, hace referencia a un programa de atención que sin poner en riesgo la vida del paciente y bajo un modelo multidisciplinario brinda una solución a los problemas de salud de ciertos pacientes (los que cumplen los criterios de inclusión) conservando siempre como logro y objetivo la ganancia en términos de calidad de vida. Este servicio se ha posicionado en los últimos años como una estrategia de atención que permite brindar servicios de salud humanizados y oportunos a la población, representando una mejoría importante en la calidad de vida de los usuarios y con un relativo menor costo comparado con la atención tradicional.

El modelo de medicina pre hospitalaria exige la implementación de actividades orientadas al fomento y la protección de la salud, la atención primaria, la

prevención clínica, la hospitalización en casa con el uso domiciliario de equipos tradicionalmente hospitalarios y procedimientos de rehabilitación.

La atención domiciliaria trae algunas ventajas como:

- ✓ Aspecto científico-técnico
- ✓ Ausencia de infecciones
- ✓ Minimización de los fenómenos de «hospitalismo».
- ✓ Disminución de los episodios de confusión mental y/o depresión
- ✓ Aspecto psicosocial
- ✓ Humanización de la relación personal con el paciente.
- ✓ Permite mayor intimidad y comodidad, además de liberalizar los horarios de actividades propias (alimentación, descanso, higiene, etc.).
- ✓ Evita desplazamientos de los familiares al hospital, con el consiguiente ahorro económico y de tiempo.
- ✓ Facilita la comunicación entre el personal de salud y los familiares.
- ✓ Integra a la familia en el proceso curativo.
- ✓ Promueve las actividades de educación sanitaria.
- ✓ Aspecto gerencial (Gestión):
- ✓ Disminuye los costes por proceso.
- ✓ Facilita el acceso a los hospitales a quien realmente lo necesita.
- ✓ Sirve de conexión entre el hospital y el primer nivel, favoreciendo la comunicación entre los profesionales de ambos niveles asistenciales.

Los programas de atención domiciliaria se han constituido en una estrategia fundamental para garantizar la prestación de servicios tanto a pacientes crónicos como agudos, a través de novedosos modelos de gestión.²⁸

4.7. EMI ATENCIÓN MÉDICA INTEGRAL

En el presente estudio, se adopta el caso de la empresa GRUPO EMI S.A. Sucursal Medellín, como punto de partida entendiendo que su objeto social conserva las características de un Sistema Pre-hospitalario; además por que sus

²⁸ PROCESO DE MARKETING. GRUPO EMI S.A. 2004

acciones se encuentran orientadas hacia los propósitos requeridos para la diversificación y fortalecimiento de las ofertas de atención en salud del país.

EMI es una empresa líder en servicios de atención médica extra hospitalaria, tiene presencia en varios países latinoamericanos, y se distingue por el trato amable y personalizado con sus afiliados. Su compromiso es ayudar a los afiliados para que puedan disfrutar de su estilo de vida sin limitaciones, dándoles la tranquilidad que necesitan para contribuir a mejorar su calidad de vida.

La Misión trazada por GRUPO EMI, es conocer los clientes y trabajar para preservar y mejorar su calidad de vida, a través de sus servicios médicos extra-hospitalarios, basándose en un modelo de gestión innovador que fomenta los máximos niveles de eficiencia. Su Visión está enfocada a ser líderes y referentes en la prestación de servicios extra-hospitalarios, siendo reconocidos por la más alta calidad de servicio y de la eficiencia de su modelo de gestión.

Los Valores Corporativos de EMI son:

Actitud de Servicio: Servir con devoción y orientar con todo el esfuerzo para asegurar la fidelidad de los clientes, brindando un servicio conveniente en el lugar y momento justo.

Calidez: Trabajar con alegría y amor por lo que hacen, brindando un trato humano y amable a la gente que a diario les rodea.

Responsabilidad: Utilizar todo el talento para responder al compromiso adquirido y asumir las consecuencias de los resultados de sus actos y decisiones.

Respeto: Las actividades diarias se inspiran en el respeto por las personas, por sus derechos, creencias y principios.

Trabajo en equipo: Unir talentos y esfuerzos para el logro de objetivos comunes, escuchar a todos con atención, valorar la diversidad de opiniones y mantener relaciones de confianza.

Calidad: Hacer el trabajo bien hecho desde el principio, dar lo mejor de cada uno, buscando siempre soluciones simples.

Emi ha desarrollado unas Convicciones Básicas para su funcionamiento, entre ellas están:

La Calidad de vida, la cual se ha asumido desde la valoración de la vida, de asumirla como sagrada y por ello su compromiso de ayudar a que otros la vivan mejor, de salvar vidas y contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas en donde tienen influencia.

Servicio: El compromiso está en proveer el mejor servicio a los afiliados, a quienes consideran el centro de atención

Protagonismo: Son actores y protagonistas en la sociedad y en la comunidad, por eso mantienen una participación proactiva.

Conocimiento: Tienen el propósito de liderar la industria de prestación de servicios de salud domiciliaria. Para ello, aplican el conocimiento adquirido a través de años de experiencia, y hacen de la innovación, un asunto permanentemente en tecnología para estar a la vanguardia en la atención de emergencias, urgencias, y consulta médica domiciliaria.

Diversidad: Esta convicción los hace más creativos y más fuertes. Defienden y promueven la diversidad en los empleados y afiliados.

Desempeño y resultado: EMI es una compañía orientada al desempeño y al resultado de alta calidad. Se esfuerzan cada día para ser mejores y alcanzar metas difíciles.

Como parte del sistema de seguridad social en salud, GRUPO EMI es actor interdependiente con los hospitales, centros de salud y empresas administradoras de los planes de beneficios de los pacientes; manejando de manera equitativa, ética y eficiente las móviles y equipos disponibles para facilitar la continuidad de la atención a los pacientes. De tal forma que las empresas prestadoras de servicios

médicos domiciliarios, y en este caso GRUPO EMI inciden directa e indirectamente en los ODM a partir de acciones enmarcadas en el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial, como se enuncia a continuación:

4.8. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN GRUPO EMI

La Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI, nace como parte del proyecto de crecimiento y expansión social de la organización en todo latino América y los demás lugares donde tiene presencia como EMI o FALK, su nuevo accionista europeo.

GRUPO EMI, asume la RSE como parte de su política ética y de seguridad del paciente, por lo que requiere gestionar el proyecto de implementación de un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial en las diferentes dimensiones considerando los impactos ambientales, sociales y económicos con sus diferentes grupos de interés (partes interesadas) y con la sociedad en general. Razón por la que valida la realización del presente estudio con el fin de conocer las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín, siendo éste, una aproximación significativa para implementación futura de buenas prácticas en el contexto de RSE en la organización.

Entendiendo que un Sistema de Gestión en RSE, debe contribuir e identificar y delimitar el marco para constituirse en una “Buena Práctica de RSE”, asumiendo que hablar de “*buenas prácticas*” en RSE, implica acciones o procesos eficaces que a través de la innovación permiten a la empresa responder a sus necesidades y a las de sus grupos de interés, mejorar el desempeño de los procesos, mantenerse en el tiempo e incorporarse en la gestión empresarial volviéndose sostenibles y replicables.²⁹

²⁹ SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL. Buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Valle del Cauca. 2005.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

5.2.1. Identificar las acciones desarrolladas por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial.

5.2.2. Clasificar las acciones previamente identificadas, considerando los grupos de interés.

5.2.3. Jerarquizar en orden de importancia las acciones desarrolladas por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial.

5.2.4. Describir las percepciones de los grupos de interés internos de Grupo EMI, sucursal Medellín, respecto a las acciones de RSE, existentes en la organización, a través de la aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos de investigación según metodología ETHOS.

6. METODOLOGÍA

La investigación es un proceso que, mediante la aplicación de un método científico procura obtener información relevante y fidedigna para entender el conocimiento.³⁰

En este sentido, la implementación de la metodología expuesta, permite la consecución del objetivo fundamental de la investigación planteada y de los objetivos específicos planteados que son la base del cumplimiento del objetivo general.

Según su alcance, se puede decir que esta investigación se refiere a un estudio descriptivo, ya que se orienta a la recolección de información relacionada con un estado real de las personas y el entorno organizacional.

El desarrollo de esta investigación se enmarca dentro de la modalidad de una investigación descriptiva participativa, pues toma los datos directamente de la realidad para cerciorarse de las condiciones que se han obtenido, y se cuenta con la participación de los grupos de interés internos; empleados y líderes de proceso en GRUPO EMI S.A. Sucursal Medellín.

Esta investigación es de carácter cualitativo, ya que se refiere aspectos observables y describibles de la situación actual de la población elegida para la investigación y aunque esta investigación contiene datos cuantificables relacionados con las variables estudiadas, se dedica específicamente a preguntar y describir las percepciones del grupo de interés interno empleados en GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín.³¹

6.1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación está enmarcada en la línea de investigación brindada durante la asignatura seminario de investigación I de la Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables de la Especialización en responsabilidad social

³⁰ TAMAYO, MARIO Y TAMAYO. El Proceso de la Investigación. Limusa Noriega Editores. Tercera Edición. Pag 72 -79.

³¹ Para el desarrollo de la propuesta, se retomaron los elementos del modelo de una investigación participativa de tipo descriptivo. Se aplicó un instrumento de corte mixto que permitió la recolección datos cualitativos y cuantitativos sobre la situación actual de GRUPO EMI sucursal Medellín sobre RSE de los grupos internos.

empresarial de la Fundación universitaria LUIS AMIGÓ; tal y como se especifica en la tabla No. 1 Línea de Investigación.

Tabla No. 1
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Línea de Investigación	Descripción	Área de Interés
Responsabilidades de la empresa en el desarrollo social	Identificación, clasificación, jerarquización y descripción de las acciones desarrolladas por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial considerando su círculo de influencia	Percepción de los empleados de GRUPO EMI en la sucursal Medellín Gestión de la información Análisis de los resultados obtenidos

6.2. PARADIGMA INVESTIGATIVO

“Durante décadas la confrontación sobre qué paradigma de investigación era más válido que otro, específicamente entre el paradigma positivista-cuantitativo y el paradigma fenomenológico cualitativo llevó a que muchos esfuerzos se perdieran en esa discusión y no en la investigación misma y los aportes que esta debe hacer a la sociedad” (Alejandro Uribe Tirado. Ude A. 2004).³²

Esta investigación acogerá el **paradigma holístico** (Capra, Weil, Bohm, Wilber, Pribram); es decir, acogerá la posición de que hay múltiples maneras de “percibir” (holismo) que son un proceso cíclico; y que hay diferentes herramientas para observar, conocer y entender el objeto o sujeto percibido, tanto cualitativas como cuantitativas, las cuales en vez de ser contrarias son complementarias:

³² URIBE, TIRADO ALEJANDRO. Creación de un modelo para la recopilación y análisis de la información. Universidad de Antioquia. 2004

6.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Es importante destacar, frente a los tipos de investigación en coherencia con el paradigma holístico que todo proceso de investigación, es un proceso que depende del objeto de estudio, de los sujetos estudiados y de su relación con el grado de profundidad que se quiera alcanzar durante el proceso investigativo, aspectos, que finalmente determinan el objeto mismo de la investigación.³³

Conforme a lo anteriormente enunciado, a continuación se efectúa el análisis de los objetivos de esta investigación teniendo en cuenta la clasificación de tipos de objetivos y de investigación (“holotipos”) del paradigma holístico, para así definir el alcance y por consiguiente, el tipo de investigación que desarrolla este trabajo:

6.4. ACCIONES CLAVE EN EL OBJETIVO GENERAL

Conocer las percepciones que tienen los diferentes grupos de interés internos (colaboradores y directivos) **frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial** existentes en **GRUPO EMI S.A.** Sucursal Medellín

6.5. ACCIONES CLAVE EN LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. **Identificar las acciones** desarrolladas por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial.
2. **Clasificar las acciones** previamente identificadas, considerando los grupos de interés.
3. **Jerarquizar en orden de importancia las acciones desarrolladas** por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial.
4. **Describir las percepciones de los grupos de interés internos** de Grupo EMI, sucursal Medellín, respecto a las acciones de RSE, existentes en la organización, a través de la aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos de investigación según metodología ETHOS.

³³ <http://docencia.udea.edu.co/investigacioninternet/>

TABLA No. 2

NIVELES DE LOS OBJETIVOS DEL PARADIGMA HOLISTICO ³⁴

Nivel	Acciones claves	Objetivo
Perceptual	Explorar	Indagar, revisar, detectar, observar, registrar, reconocer
	Describir	Codificar, enumerar, clasificar, identificar, diagnosticar, definir, narrar, relatar, caracterizar.
Aprehensivo	Comparar	Asemejar, contrastar, diferenciar, Cotejar
	Analizar	Recomponer, desglosar, criticar, juzgar
Comprensivo	Explicar	Entender, Comprender
	Predecir	Prever, pronosticar, anticipar
	Proponer	Exponer, presentar, plantear, formular, diseñar, proyectar, inventar, programar, formular
Integrativo	Modificar	Cambiar, ejecutar, reemplazar, propiciar, motivar, organizar, realizar, aplicar, mejorar,
	Confirmar	Verificar, comprobar, demostrar, probar
	Evaluar	Valorar, estimar, ajustar

Teniendo en cuenta, las acciones clave del objetivo general y los objetivos específicos, y la clasificación del paradigma holístico, podemos decir que esta investigación llegará hasta **el nivel perceptivo- aprehensivo**, teniendo en cuenta que el nivel comprensivo se desarrollará en una segunda etapa del proyecto en la que se pretende proponer un proyecto de diagnóstico con miras al fortalecimiento del objeto social de GRUPO EMI; con base en los resultados obtenidos a partir de la misma.

³⁴HURTADO BARRERA, Jacqueline. Metodología de la Investigación Holística. Venezuela: SYPAL-IUTC, 2000, 656 p.

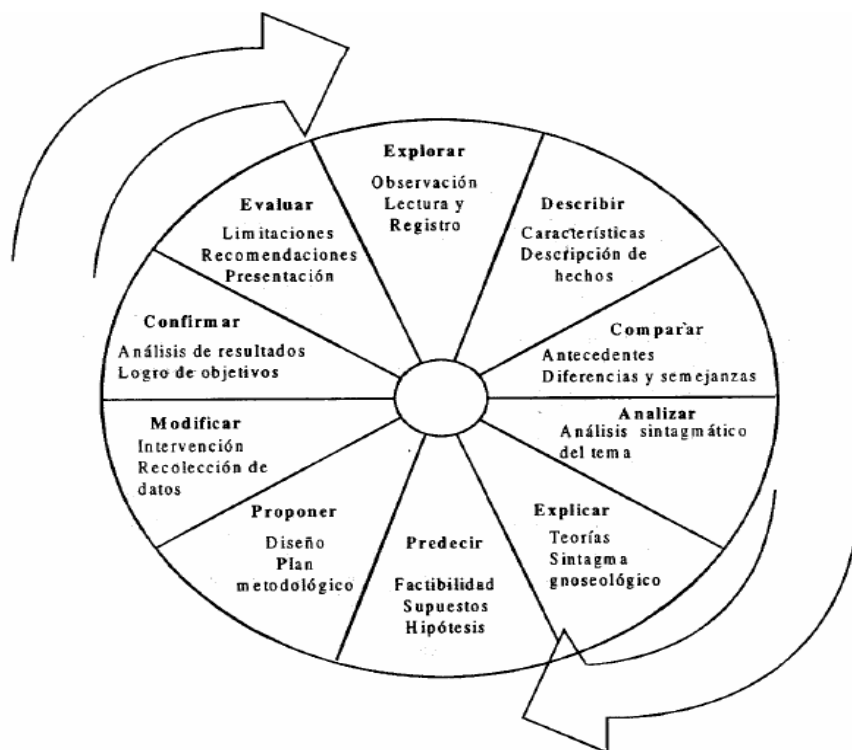
Esto implica que esta investigación, de acuerdo a la clasificación de este paradigma holístico, en la relación nivel y tipo de objetivo, estaría ubicada en el **tipo de investigación descriptiva** con miras a convertirse en un proyecto que sirva de punto de referencia para el momento en el que la organización defina formular o implementar un Modelo de Gestión de Responsabilidad Social en GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín.

6.6. CÓMO SE LLEVÓ A CABO LA INVESTIGACIÓN

En el gráfico No.1 se muestra el ciclo holístico de la investigación con el interés de dar a conocer el proceso continuo y progresivo como se lleva a cabo un proceso investigativo, la fase hasta la cual se llegará en esta investigación y cuales fases estarían incluidas en una segunda etapa de este proceso investigativo con miras a fortalecer el objeto social de GRUPO EMI S.A. en la sucursal de Medellín.

GRÁFICO No. 1

CICLO HOLÍSTICO DE LA INVESTIGACIÓN³⁵



³⁵ HURTADO BARRERA, Jacqueline. Op. Cit. Infograma No5 Ciclo holístico de la investigación.

6.6.1.1. Nivel perceptual: Fase exploratoria y descriptiva³⁶

De acuerdo con el gráfico, nos referimos en esta investigación, a la fase exploratoria y descriptiva, que es en la cual se delimitó el objeto y el alcance de esta investigación sobre las “Percepciones sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en las empresas prestadoras de servicios de salud domiciliaria: caso GRUPO EMI S.A. sucursal Medellín”; en la cual se efectuó la recopilación de bibliografía histórica que permitió la construcción del marco de referencia de la investigación. Así mismo, en esta fase, se utilizaron fuentes de información (entrevistas y herramienta de autoevaluación), con los empleados y líderes de cada uno de los procesos y su relación con los diferentes grupos de interés; teniendo en cuenta, que se les preguntó directa e indirectamente en términos de Responsabilidad Social Empresarial; es decir, las preguntas e interacción efectuada se realizó en términos de conocer el funcionamiento de cada proceso; comparando y analizando posteriormente los elementos y procesos claves.

6.6.1.2. Nivel Aprehensivo: Fase Analítica³⁷

Posterior a la recolección de los datos a partir de la herramienta de autoevaluación y luego de finalizar las entrevistas a profundidad; se analizaron los datos para obtener resultados que nos permitan contestar a la pregunta planteada y cumplir con los objetivos de:

1. **Identificar** las acciones desarrolladas por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial.
2. **Clasificar** las acciones previamente identificadas, considerando los grupos de interés.
3. **Jerarquizar** en orden de importancia las acciones desarrolladas por la organización en relación a la gestión de la responsabilidad social empresarial.
4. **Describir** las percepciones de los grupos de interés internos de Grupo EMI, sucursal Medellín, respecto a las acciones de RSE, existentes en la

³⁶ ADELL, J. Tendencias de investigación en la sociedad de las tecnologías de la información. [Documento electrónico] En: EDUTEC: Revista electrónica de Tecnología Educativa, No. 7, 1997. www.uib.es/depart/gte/revelec7.html [Consultado el 23 de julio de 2004].

³⁷ BARRY, Christine A. Las habilidades de información en un mundo electrónico: la formación investigadora de los estudiantes de doctorado. En: Anales de Documentación, N°. 2, 1999; p. 237-258.

organización, a través de la aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos de investigación según metodología ETHOS.

Luego de finalizado este proceso de investigación, se propondrá la presentación de los resultados a la organización y se propondrá la siguiente fase proponiendo **el fortalecimiento del objetivo social de GRUPO EMI y posteriormente con miras a formular** un proyecto de implementación de un modelo de gestión de la responsabilidad social empresarial en GRUPO EMI, en la ciudad de Medellín como prueba piloto que podría expandirse a todo las sucursales del grupo en Latino américa y en el mundo.

6.7. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN³⁸

Se pretende en este trabajo investigativo, llegar a tres momentos, producto de este tipo de investigación, el primero, los métodos e instrumentos propios para llegar a conocer la percepción sobre las acciones de la gestión en torno a la Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI S.A. Sucursal Medellín, el segundo, los resultados, y las depuraciones de los mismos y el tercero, el análisis de información, que responderá específicamente a los procesos necesarios para alcanzar cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

El proceso metodológico fue el siguiente:

6.7.1. Recopilación de información histórica y de los procesos de la organización

En esta fase, se desarrollaron estrategias exploratorias, para reconocer los procesos y procedimientos documentados en el sistema de calidad, las políticas o características de la empresa, en cuanto a la existencia de acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

³⁸ HERNÁNDEZ, SAMPIERI ROBERTO. Metodología de la investigación. Mc Graw Hill, Colombia (1996)

6.7.2. Diagnóstico

En esta fase se desarrollaron estrategias exploratorias, para indagar de forma cualitativa a la población interés, identificando, caracterizando y jerarquizando, las acciones existentes en la organización sobre la gestión de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI – Sucursal Medellín, favoreciendo la construcción de las categorías y variables de análisis que debían estar presentes en el diseño del instrumento.

6.7.3. Análisis

Esta se constituye como la fase final del alcance de esta investigación, dado que luego de procesados los datos se procede a analizarlos y a obtener los resultados que permiten responder satisfactoriamente a cada uno de los objetivos específicos y al objetivo general planteado inicialmente, para lograr obtener “las percepciones sobre las acciones de gestión de responsabilidad social empresarial en las empresas prestadoras de servicios de salud domiciliaria: caso **GRUPO EMI S.A.** sucursal Medellín”

6.8. IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES A ANALIZAR

Para la ejecución de los métodos de investigación se debieron identificar previamente los grupos de interés (Stakeholders) de GRUPO EMI S.A – Sucursal Medellín; entre los que se ubican grupos internos y externos y el tipo de relación que establecen con la organización, luego se consideró pertinente iniciar esta investigación con los grupos de interés internos, ya que por asuntos de tiempo, logística, veracidad y efectividad en la recolección y análisis de la información, los grupos de interés externos no garantizaban el cumplimiento del cronograma en el tiempo esperado y bajo los criterios de calidad establecidos.

Dentro de los grupos de interés se definieron:

TABLA No. 3

CLASIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES INTERNOS³⁹

Tipo	Grupo	Categoría de Empleados
------	-------	------------------------

³⁹ De Sebastián, L. Análisis de involucrados (Stakeholder análisis). Pág. 72. [Documento PDF]. (2001). URL. Disponible en: <http://indes.iadb.org/pub/l-14UE.pdf>

INTERNO	Directivos	Presidentes, Directores y Gerentes
	Colaboradores	Personal administrativo y de logística, Médicos, líderes y auxiliares; jefes, analistas de nivel I, II y III

6.9. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS

6.9.1. Metodología de auto-evaluación Ethos

Para el desarrollo de esta investigación y con el interés de alcanzar el cumplimiento de los objetivos específicos y por ende el objetivo general de la misma, se ha tomado la metodología de auto-evaluación Ethos como instrumento cuantitativo para la obtención de resultados; teniendo en cuenta que:

Los indicadores Ethos se constituyen como herramientas que, además de posibilitar la unificación de los conceptos de responsabilidad social empresarial, también ofrecen una lista de aspectos susceptibles de ser evaluados por las empresas, en el caso de que las mismas estuvieran interesadas en hacer un auto-diagnóstico de sus prácticas. Así, los Indicadores Ethos han cumplido un rol fundamental, orientando a todos los públicos que los utilizan, dentro y fuera de las empresas, acerca de los aspectos que integran una gestión socialmente responsable; de esta manera, se posibilita la auto-evaluación por parte de las empresas incorporadas al logro de estos retos, al igual que el desarrollo de un método de evaluación crítico y constructivo.

La responsabilidad social empresarial (RSE), según el concepto adoptado por una serie de instituciones, es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo⁴⁰. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil, social y ambiental, además de

⁴⁰«Business for Social Responsibility» (BSR), «Corporate Social Responsibility» (CSR-Europe), Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, «International Finance Corporation» (IFC), «Sustainability Institute, Institute of Social and Ethical Accountability» y otras diversas organizaciones para el desarrollo sustentable

aquéllos usualmente reconocidos por los gestores de público interno, accionistas y consumidores/ clientes.

En esta medida, el número y los tipos de público que atañen a cada empresa deben ser analizados y definidos según el contexto en el cual dicha empresa actúa o quiere actuar y de acuerdo con su proyecto de futuro.

Para facilitar y generalizar el concepto, se organiza la RSE en siete tópicos a ser considerados:

- a. Valores, transparencia y gobernabilidad
- b. Público interno
- c. Medio ambiente
- d. Proveedores
- e. Consumidores/clientes
- f. Comunidad
- g. Gobierno y sociedad

Se define así la estructura del contenido de los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial⁴¹.

La RSE abarca temas que van, desde códigos de ética, prácticas de buena gobernabilidad corporativa, compromisos públicos asumidos por la empresa, gestión y prevención de riesgos, hasta mecanismos anticorrupción, diversidad, apoyo a las mujeres y a los no blancos, entre otros; contempla además la extensión de esos compromisos por toda la cadena productiva involucrada en la relación con los proveedores.

Conforme con lo anterior, es importante destacar que, las acciones sociales de una empresa sólo pueden ser consideradas RSE si forman parte de un conjunto

⁴¹ ETHOS, 2004

de iniciativas que aborde todos los aspectos arriba mencionados, y detallados en los indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial.

A continuación, se definen algunas características que evidencian una gestión socialmente responsable; y que por tal razón se constituyen en los aspectos claves de la auto-evaluación según Ethos.

- ✓ **Transparencia:** Consiste en la divulgación de informaciones, decisiones e intenciones en términos claros y accesibles para todos los públicos relacionados con la empresa.
- ✓ **Establecimiento de compromisos públicos:** Al respecto, la empresa deberá asumir públicamente sus compromisos, bien sean éstos relativos a su público interno, o bien al futuro, al mantenimiento de los recursos naturales, a la promoción de la diversidad.
- ✓ **Interacción con instituciones que representan intereses variados:** Se genera a partir de la creación de ámbitos de contacto y diálogo con organizaciones especialistas, procurando que las mismas colaboren con la empresa en el tratamiento y resolución de sus dilemas.
- ✓ **Capacidad de atraer y mantener talentos:** Se define como la inversión de esfuerzos tendientes a erigir a la empresa como una alternativa que responde a los intereses de los ciudadanos, particularmente en sus aspiraciones profesionales.
- ✓ **Alto grado de motivación y adherencia de los colaboradores:** En este sentido, se tratará de involucrar a todos los colaboradores internos y a los proveedores con la gestión de RSE de la empresa, demostrando coherencia en la suscripción y cumplimiento de sus compromisos.
- ✓ **Capacidad de lidiar con situaciones de conflicto:** Esta característica se adquiere demostrando disposición para la investigación y el diálogo, desarrollando procesos que prevengan situaciones de riesgo, profundizando el contacto con redes de organizaciones y formadores de opinión y reflejando transparencia en estas acciones y relaciones.

- ✓ **Establecimiento de metas a corto y a largo plazo:** Incorpora de manera efectiva los diferentes aspectos de responsabilidad social en la gestión de la empresa, con todas las características que poseen otros indicadores de performance.
- ✓ **Compromiso de la dirección de la empresa:** Se fortalece la confiabilidad, comprobando claramente el entendimiento estratégico que posee la dirección de la empresa con respecto a las cuestiones de responsabilidad social. En general, la empresa tiene uno o más dedicados de modo permanente a profundizar los aspectos relativos a la responsabilidad social.

Los puntos anteriormente mencionados están presentes en todas las empresas que están incorporando la RSE en sus gestiones. Tales características pueden estar bien claras y definidas o es posible que existan evidencias de que la empresa manifieste interés en desarrollarlas.

El Instituto Ethos creó los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, los cuales, en conjunto, constituyen una herramienta para la evaluación y la planificación de los procesos de responsabilidad social en las organizaciones, usada por muchas empresas para adaptarse a ese nuevo paradigma empresarial.

Es importante subrayar que los Indicadores reflejan diferentes etapas de responsabilidad social. La evolución de una etapa a otra exige compromiso, planificación e inversiones.

Conviene resaltar que tales Indicadores pueden servir de base para la reflexión de las organizaciones acerca del rol social que las empresas deciden desempeñar.

El instrumento de Auto-Evaluación Ethos, se utilizó una escala cuantitativa de valoración que permitiera indagar sobre las percepciones de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI sucursal Medellín, evaluando en total seis (6) dimensiones con 58 afirmaciones en torno a cada uno de los componentes del método de auto-evaluación Ethos en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial

se refiere, teniendo presente que cada afirmación fuese clara, sencilla, de fácil comprensión.

A cada dimensión evaluada se le asignó un porcentaje de peso, con respecto al total de la evaluación y de igual forma se elaboró una escala de cuatro niveles aplicada a las 58 afirmaciones; estos niveles eran: Si, Parcialmente, No, No sabe; para cada uno la significación y cuantificación fue la siguiente:

TABLA No. 4
DEFINICIÓN DE LA ESCALA DE VALORACIÓN DE LA ENCUESTA

Valoración	Significado	Cuantificación
Si	En todo el proceso organizacional, siempre está presente la afirmación	Si
Parcialmente	La afirmación se presenta con cierta frecuencia pero no con las mejores calidades.	Parc
No	La afirmación no es cierta, no se presenta ese comportamiento en la organización	No
No sabe	Desconoce si se presenta ese comportamiento en la organización	No sabe

Las cuantificaciones permitieron dimensionar cada afirmación, el nivel de ubicación y su respectiva valoración por parte de los grupos de interés internos con quienes se elaboró el estudio.

Aspectos específicos evaluados en GRUPO EMI según metodología Ethos

A partir de la aplicación de la herramienta de auto evaluación con metodología Ethos, las dimensiones e indicadores considerados para GRUPO EMI en la sucursal Medellín se describen a continuación:

TABLA No. 5
DIMENSIONES E INDICADORES EVALUADOS

Dimensión	Indicador	
VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL	1	Nivel de Concienciación
	2	Gobernabilidad Corporativa
	3	Importancia concedida a los Compromisos Éticos
	4	Prácticas Antisoborno y anticorrupción implementadas
	5	Conocimiento sobre los grupos de interés
	6	Liderazgo institucional e influencia social en el entorno
	7	Oportunidad de las Comunicaciones y transparencia
	8	Satisfacción de las partes interesadas
GESTIÓN AMBIENTAL	9	Gestión sobre los impactos ambientales
	10	Compromiso de la empresa con la calidad ambiental

PÚBLICO INTERNO	11	Criterios de Selección de personal
	12	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo
	13	Beneficios laborales adicionales
	14	Proyección del desarrollo profesional
	15	Sobre de inclusión, respeto a la diversidad y promoción de la equidad
	16	Derechos a la libre asociación
PROVEEDORES	17	Criterios de Selección y evaluación de proveedores

	18	Apoyo para el desarrollo de sus proveedores
CONSUMIDORES Y CLIENTES	19	Calidad de la Atención al Cliente
	20	Política de Comunicación Comercial
COMUNIDAD	21	Gestión con las comunidades del entorno
	22	Compromiso con la acción social intersectorial

6.9.2. Metodología de entrevistas a profundidad

Utilizando la herramienta de entrevistas a profundidad como instrumento cualitativo, se efectuaron cinco (5) entrevistas a empleados, líderes de procesos en GRUPO EMI sucursal Medellín; los cinco (5) jefes de procesos entrevistados fueron abordados con preguntas directas e indirectas asociadas a la gestión de responsabilidad social empresarial en GRUPO EMI – Sucursal Medellín; teniendo en cuenta que todos ellos son jefes nacionales en el proceso que lideran.

Los jefes entrevistados fueron Isabel Cristina Rave, Jefe Nacional del Sistema de Gestión Integral, Ramon Eduardo Cardona, Jefe Nacional de Formación, Consuelo Castañeda, Jefe Nacional de Salud Ocupacional, Catalina Restrepo Auditora Médica Nacional y Manuela Del Corral, Gerente de Mercadeo para Grupo EMI

Con cada uno de ellos y ellas se desarrolló la entrevista a profundidad basada en las siguientes preguntas:

1. Para usted en que consiste la responsabilidad social
2. De acuerdo con el concepto que tiene de RS que es para usted RSE
3. Existe alguna diferencia o cuales aspectos comunes existen entre RS y RSE
4. De eso que usted cree que es Responsabilidad social, que conoce que hace su empresa.
5. De las diferentes áreas de la compañía ¿cuál cree usted que es la que está liderando o debería liderar el tema de RSE en la organización?.
6. Desde el área en la que usted presta sus servicios que acciones de responsabilidad social empresarial se llevan a cabo.
7. Que conoce usted que la empresa hace por:
 - ✓ El medio Ambiente
 - ✓ Los empleados y el bienestar de los empleados y sus familias.
 - ✓ Los clientes y pacientes
 - ✓ Proveedores
 - ✓ Competencia
8. De acuerdo con esta conversación usted que sugeriría para crecer hacia la responsabilidad social empresarial en GRUPO EMI S.A.
9. Usted como empleado, desde sus condiciones actuales en la empres, cuales de ellas contribuyen a su bienestar
10. Que asuntos de la empresa lo enorgullecen a usted y que asuntos de la empresa requieren mejora.

6.9.3. Metodología de observación

Adicionalmente se utilizó metodología observación e indagación de la percepción de la realidad particular de las personas que laboran en **GRUPO EMI S.A.** en su contexto laboral específico, en el tiempo presente y se observaron los acontecimientos que suceden en el entorno particular laboral de **GRUPO EMI S.A.** en la sucursal Medellín, en su diario desarrollo como punto de partida para hacer observaciones y análisis más detallados. Así mismo se efectuaron observaciones directas, e incluso el mismo diálogo espontáneo con diferentes colaboradores de las áreas de servicio que constituyen a **GRUPO EMI S.A.** en la sucursal Medellín, que son fuentes de verificación de información.

6.9.4. Aplicación del instrumento cuantitativo y definición de la muestra para el mismo

Muestreo: Para la selección de la muestra de colaboradores pertenecientes a los grupos de interés internos, se tomó el número total de la población, y se dividió por Directivos y Colaboradores. El tamaño de la muestra y la focalización de los encuestados se definieron teniendo en cuenta la siguiente expresión:

Población finita

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza 95%= 1.96

p= variabilidad negativa 20

q= variabilidad positiva 80

N= tamaño de la población

e= error 0.05

TABLA No. 6
FORMULA PARA EL CÁLCULO DE N⁴²

FORMULA	$n = \frac{(z^2)Npq}{(e^2)(N-1) + (z^2)pq}$
---------	---

TABLA No. 7
VALORES PARA CALCULAR LA MUESTRA POR GRUPO DE INTERÉS
INTERNO⁴³

	Directivos	Colaboradores	
Z	1,96	1,96	

⁴² KISH, L. 1965. SurveySampling [trad.: Muestreo para Encuestas] p. 116. Nueva York: Wiley.

⁴³SUÁREZ, Mario, Interaprendizaje Holístico de Matemática, Ed. Gráficas Planeta, Ibarra, Ecuador. 2004

P	0,2	0,2	
Q	0,8	0,8	
N	10	750	
E	0,05	0,05	
			Total de Encuestas
n=	9,64	185	195

Para el grupo de directivos, es importante destacar que todos ellos debieron contestar la encuesta en la reunión de comité directivo para efectos de la auto-evaluación. El tamaño de la muestra se calculó como el 10% de la población total y se tuvo en cuenta la población total de empleados para la sucursal Medellín de GRUPO EMI.

Se aplicó el instrumento cuantitativo a una muestra de 195 personas integrantes de los dos grupos de interés internos en los que se dividió el equipo completo de colaboradores para el desarrollo de esta encuesta; dicha información fue tabulada y analizada en relación a su percepción frente a los procesos de Responsabilidad Social Empresarial y como auto-evaluación bajo la metodología Ethos.

6.9.5. Aplicación del instrumento cualitativo y definición de la muestra para el mismo

Las entrevistas a profundidad fueron aplicadas a cinco (5) personas líderes de diferentes procesos a nivel Colombia, en la organización y en ellas se plasmaron los resultados que cualitativamente los diferentes jefes dieron a conocer a partir de sus percepciones personales.

Las entrevistas a profundidad efectuadas no fueron calculadas a partir de un N determinado; simplemente fueron convocados aquellos jefes que tienen injerencia nacional en sus procesos y que por su trayectoria y cargo dentro de la organización; están en la capacidad de contestar a profundidad sobre las acciones que existan asociadas a la Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI.

De los jefes convocados, cinco (5) de ellos, aceptaron la invitación y respondieron abiertamente las preguntas efectuadas.

Es importante aclarar que en una segunda fase del trabajo investigativo; estas entrevistas a profundidad, debería ser ampliadas a los jefes que conforman el comité primario de jefes, que está conformado por un total de 11 personas con funciones a nivel local y nacional dentro de la organización.

7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

7.1. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS SEGÚN EL MÉTODO CUANTITATIVO

A continuación se presentan las tablas que contienen los resultados obtenidos de aplicar los instrumentos cualitativo y cuantitativo para su posterior análisis

7.1.1. Resultados obtenidos de la aplicación del instrumento cuantitativo

7.1.1.1. Especificaciones sobre las dimensiones y el análisis efectuados

A cada una de las variables analizadas a través del instrumento cuantitativo se le asignó un peso porcentual igual; con respecto a las demás, dado que como se refiere a una percepción inicial de los grupos de interés internos sobre las Acciones de Responsabilidad Social Empresarial, se requería la existencia de un equilibrio a la hora de calificar las diferentes dimensiones evaluadas.⁴⁴

Así mismo cada dimensión fue evaluada en su puntaje por pregunta (score indicador), en el puntaje obtenido por variable (score total) y en el puntaje obtenido por dimensión (score dimensión).

A continuación se especifican las dimensiones que fueron evaluadas bajo el instrumento cuantitativo de auto evaluación según Ethos.⁴⁵

Dimensión No 1. Dimensión ética

Que incluye los valores, los principios, la transparencia y el impacto social de la organización frente a los grupos de interés.

Dimensión No 2. Dimensión Ambiental

Que se refiere específicamente a la gestión ambiental desarrollada por la organización con los grupos de interés.

⁴⁴ SPERACRISTINA. Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1ª edición en español. Publicación del Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa (CEyCC) de CEDICE y el Instituto Ethos.

⁴⁵ BNDES. Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social. Rio de Janeiro: Relato Setorial n. 2.

Dimensión No 3. Público interno

Dimensión que hace referencia a las acciones de Responsabilidad Social que se han implementado con el grupo de interés empleado.

Dimensión No. 4 Proveedores

La cual está directamente asociada a la evaluación a proveedores para su escogencia y el apoyo que GRUPO EMI brinda a estos proveedores para su desarrollo en el mercado.

Dimensión No 5. Consumidores y clientes

Que se refiere a la calidad en la atención a los clientes y las adecuadas políticas de divulgación y comunicación del servicio

Dimensión No. 6 Comunidad

Que se refiere a la relación existente entre GRUPO EMI y la comunidad

7.1.1.2. Clasificación de los resultados por rango y color

Es importante destacar que a cada variable se le asignó un color, de acuerdo con la calificación obtenida y que se especifican los resultados por cada una de las variables y los resultados obtenidos para cada uno de los indicadores que conforman la dimensión.

Fueron coloreadas con verde, aquellas variables con puntuación entre 81% y 100%; es decir, que según la percepción de los encuestados, si existe al interior de la organización acciones con respecto a la variable calificada. Fueron coloreadas con amarillo, todas aquellas variables con puntuación entre 60% y 80%; lo que significa que existen parcialmente acciones que dan cuenta de la variable calificada, según los encuestados y finalmente fueron coloreadas con rojo, aquellas variables cuya puntuación estuvo calificada por debajo de 60% por parte de los encuestados, es decir que no existen acciones que impacten dicha variable.

Debido a que los resultados expuestos en las tablas corresponden a promedios ponderados de las 195 encuestas efectuadas, se pueden evidenciar resultados en todos los rangos y no totalizantes para cada rango.

TABLA No.8
RESULTADOS OBTENIDOS DE LA APLICACIÓN DEL
INSTRUMENTO CUANTITATIVO SEGÚN LA METODOLOGÍA DE AUTO
EVALUACIÓN ETHOS

Score Dimensión	Dimensión	Indicador		Preg	Score Indicador	Score Total
38%	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL	1	Nivel de Concienciación	1.1	47%	43%
				1.2	39%	
		2	Gobernabilidad Corporativa	2.1	34%	33%
				2.2	31%	
		3	Importancia concedida a los Compromisos Éticos	3.1	39%	28%
				3.2	8%	
				3.3	35%	
		4	Prácticas Antisoborno y anticorrupción implementadas	4.1	72%	48%
				4.2	24%	
		5	Conocimiento sobre los grupos de interés	5.1	36%	31%
				5.2	26%	
		6	Liderazgo institucional e influencia social en el entorno	6.1	42%	34%
				6.2	26%	
37%	GESTIÓN AMBIENTAL	9	Gestión sobre los impactos ambientales	9.1	44%	38%
				9.2	41%	
				9.3	30%	
		10	Compromiso de la empresa con la calidad ambiental	10.1	49%	37%
				10.2	50%	
				10.3	24%	
				10.4	24%	
52%	PÚBLICO INTERNO	11	Criterios de Selección de personal	11.1	57%	54%
				11.2	84%	
				11.3	22%	
		12	Condiciones de salud y seguridad en	12.1	75%	69%

			el trabajo	12.2	63%	
		13	Beneficios laborales adicionales	13.1	34%	53%
				13.2	68%	
				13.3	56%	
		14	Proyección del desarrollo profesional	14.1	46%	47%
				14.2	49%	
		15	Sobre de inclusión, respeto a la diversidad y promoción de la equidad	15.1	14%	28%
				15.2	2%	
				15.3	78%	
				15.4	21%	
		16	Derechos a la libre asociación	15.5	23%	
				16.1	76%	
				16.2	19%	
				16.3	83%	59%
22%	PROVEEDORES	17	Criterios de Selección y evaluación de proveedores	17.1	41%	31%
				17.2	28%	
				17.3	25%	
		18	Apoyo para el desarrollo de sus proveedores	18.1	18%	13%
				18.2	7%	
70%	CONSUMIDORES Y CLIENTES	19	Calidad de la Atención al Cliente	19.1	67%	60%
				19.2	73%	
				19.3	39%	
		20	Política de Comunicación Comercial	20.1	81%	79,6%
				20.2	78%	
31%	COMUNIDAD	21	Gestión con las comunidades del entorno	21.1	34%	28%
				21.2	15%	
				21.3	35%	
		22	Compromiso con la acción social intersectorial	22.1	34%	33%
				22.2	34%	
				22.3	32%	

La tabla No.8 contiene los resultados obtenidos, teniendo en cuenta el valor en porcentaje de personas que contestaron Si en el atributo, con respecto al total de personas que contestaron la evaluación. Esta tabla contiene además los resultados generales para cada variable y también los resultados generales para cada dimensión.

TABLA No. 9
RESULTADOS OBTENIDOS POR DIMENSIONES

VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL	38%
GESTIÓN AMBIENTAL	37%
PÚBLICO INTERNO	52%
PROVEEDORES	22%
CONSUMIDORES Y CLIENTES	70%
COMUNIDAD	32%

La tabla No. 9 resume los resultados totales obtenidos de cada una de las dimensiones evaluadas por parte de los colaboradores y directivos de GRUPO EMI S.A. en la sucursal Medellín y permite evidenciar el estado actual de cada dimensión con respecto a las demás desde la percepción particular y general de las personas encuestadas.

TABLA No. 10

RESULTADOS COMPARATIVOS ENTRE COLABORADORES Y DIRECTIVOS

Dimensión	Indicador		COL	GER
VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL	1	Nivel de Concienciación	52%	59%
	2	Gobernabilidad Corporativa	44%	65%
	3	Importancia concedida a los Compromisos Éticos	40%	57%
	4	Prácticas Antisoborno y anticorrupción implementadas	46%	62%
	5	Conocimiento sobre los grupos de interés	33%	64%
	6	Liderazgo institucional e influencia social en el entorno	40%	32%
	7	Oportunidad de las Comunicaciones y transparencia	34%	43%
	8	Satisfacción de las partes interesadas	63%	69%
GESTIÓN AMBIENTAL	9	Gestión sobre los impactos ambientales	51%	44%
	10	Compromiso de la empresa con la calidad ambiental	50%	61%
PÚBLICO INTERNO	11	Criterios de Selección de personal	67%	79%
	12	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	70%	55%
	13	Beneficios laborales adicionales	67%	29%
	14	Proyección del desarrollo profesional	58%	46%
	15	Sobre de inclusión, respeto a la diversidad y promoción de la equidad	37%	26%
	16	Derechos a la libre asociación	38%	48%
PROVEEDORES	17	Criterios de Selección y evaluación de proveedores	37%	35%
	18	Apoyo para el desarrollo de sus proveedores	16%	25%
CONSUMIDORES Y CLIENTES	19	Calidad de la Atención al Cliente	59%	85%
	20	Política de Comunicación Comercial	82%	84%
COMUNIDAD	21	Gestión con las comunidades del entorno	45%	14%
	22	Compromiso con la acción social intersectorial	46%	21%

La tabla No 10. Permite visualizar los resultados comparativos entre las percepciones de los colaboradores y las percepciones de los directivos de GRUPO EMI en la sucursal Medellín y permite evidenciar y establecer las diferencias entre dichas percepciones de acuerdo con el nivel jerárquico de funciones que se desarrollan en la organización.

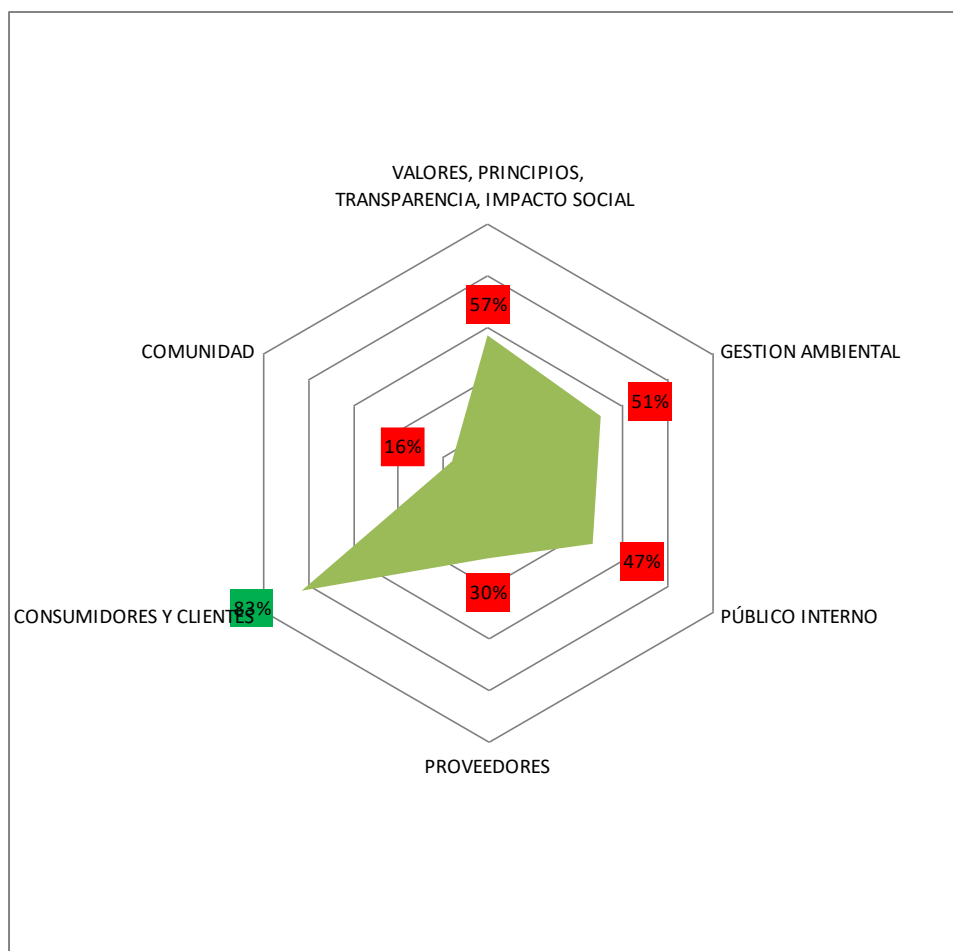
TABLA No. 11
RESULTADOS COMPARATIVOS CONSOLIDADOS ENTRE COLABORADORES
Y DIRECTIVOS

EMI RESULTADOS POR DIMENSIÓN – GENERAL		
Dimensión	Colaboradores	Gerencial
VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL	44%	57%
GESTIÓN AMBIENTAL	51%	51%
PÚBLICO INTERNO	56%	47%
PROVEEDORES	26%	30%
CONSUMIDORES Y CLIENTES	70%	83%
COMUNIDAD	46%	16%

La tabla No 11. Consolida los resultados por dimensiones y compara la percepción de los colaboradores con la percepción de los directivos en cada dimensión, teniendo en cuenta que de una forma muy visual es posible evidenciar a través de los rangos de colores los resultados generales.

7.1.2. Hallazgos de resultados según el método cuantitativo

GRAFICO No. 2
DIAGNOSTICO DIRECTIVOS



En la gráfica radial expuesta en el Gráfico No. 2 Diagnostico Directivos, se puede visualizar la tendencia positiva hacia la dimensión consumidores y clientes, con un 83%, es decir, que según la percepción de los directivos, es esta dimensión sobre la cual se ejecutan las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en el más alto porcentaje; así mismo se visualiza que la dimensión comunidad es la de menor atención, según la percepción de los directivos.

Lo anteriormente expuesto, significa, desde la valoración propuesta; que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, en GRUPO EMI sucursal Medellín, pueden jerarquizarse en tres categorías, de acuerdo con el porcentaje obtenido de acuerdo con el método cuantitativo de auto diagnóstico Ethos así:

Categoría de Jerarquización Alta: Existen acciones de Responsabilidad Social Empresarial; cuando el porcentaje obtenido para la dimensión se encuentra entre 81 y 100.

Categoría de Jerarquización Media: Existen parcialmente acciones de Responsabilidad Social Empresarial; cuando el porcentaje de obtenido para la dimensión se encuentra entre 61 y 80.

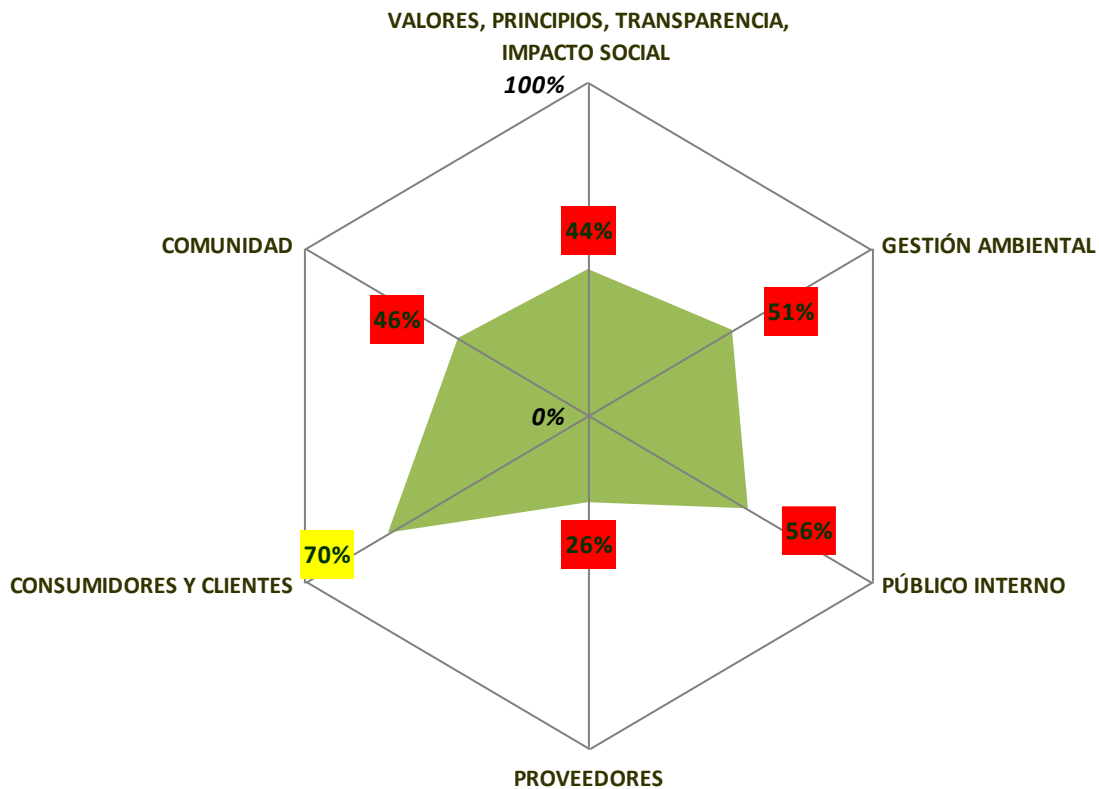
Categoría de Jerarquización Baja: Existen mínimas acciones de Responsabilidad social Empresarial; cuando el porcentaje obtenido para la dimensión evaluada es inferior a 60%

Para el grupo de directivos, las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial se jerarquizan de la siguiente manera:

Categoría de Jerarquización Alta: La dimensión consumidores y clientes, en la que se identifican acciones de Responsabilidad social empresarial materializadas a través de la calidad en la atención al cliente y la política de comunicación comercial con un porcentaje del 83%.

Según la percepción del grupo de directivos, reflejado en la gráfica radial del diagnóstico gerencial, las dimensiones de; valores, principios, transparencia e impacto social; gestión ambiental, público interno, proveedores y comunidad, con los porcentajes de: 57, 51, 47, 30 y 16% respectivamente, se encuentran en la categoría baja; es decir que estas dimensiones existen mínimas acciones de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI sucursal Medellín.

GRAFICO No. 3
DIAGNOSTICO COLABORADORES



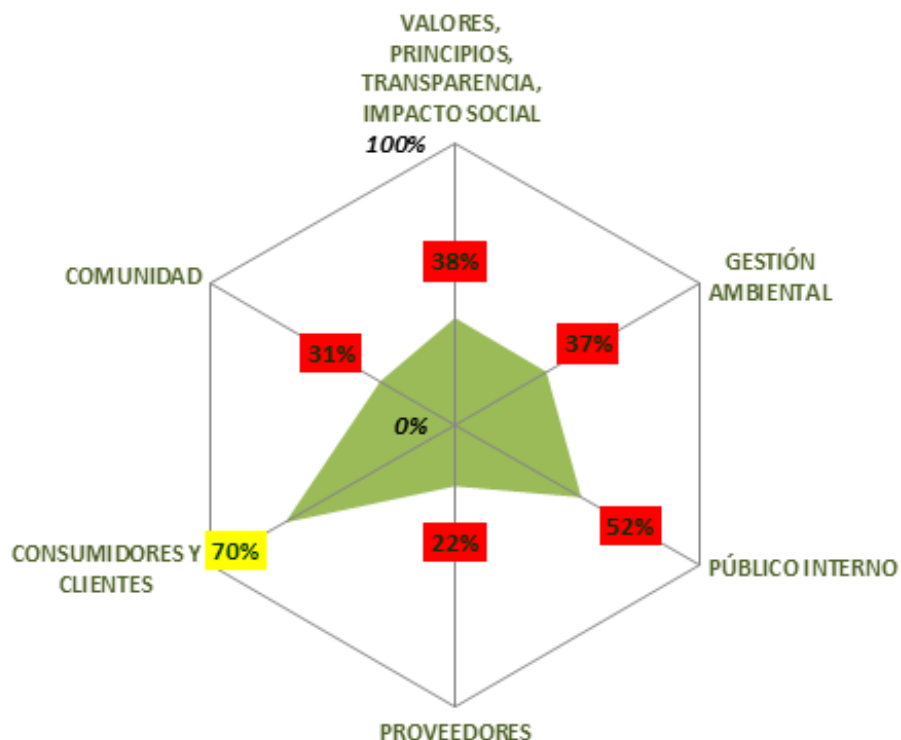
De acuerdo con la gráfica No. 3 Diagnostico Colaboradores, la dimensión consumidores y clientes, presenta la mayor atención en cuanto a las acciones de RSE se refiere; presentándose una disminución en el porcentaje con relación al grupo de directivos. La dimensión proveedores es la de menor atención en cuanto a las acciones de RSE; según la percepción de los colaboradores; diferente a la percepción del grupo de directivos, quienes consideran a la dimensión comunidad como la de menor atención en acciones de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI sucursal Medellín.

Para el grupo de colaboradores, las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial se jerarquizan de la siguiente manera:

Categoría de Jerarquización Alta: En esta categoría se encuentra la dimensión de consumidores y clientes con un porcentaje del 70%

De igual manera que el grupo de directivos, los colaboradores ubican en la categoría de jerarquización baja, las dimensiones Público interno, gestión ambiental, comunidad, valores, principios, transparencia e impacto social y proveedores; con 56, 51, 46, 44 y 26% respectivamente.

GRÁFICO No. 4
DIAGNOSTICO COLABORADORES Y DIRECTIVOS



En el gráfico No. 4 que consolida gráficamente las percepciones de RSE del grupo directivo y el grupo colaboradores, se observa que la dimensión con mayor atención en cuanto a las acciones de RSE se refiere es consumidores y clientes con un porcentaje total del 70%, mientras que proveedores, es la dimensión que ocupa el último lugar en cuanto a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial se refiere.

Con el fin de plantear la mirada conjunta del grupo de interés: empleados, integrado por los colaboradores y directivos; se reportan a continuación las similitudes y diferencias en la jerarquización:

Los directivos le asignaron un porcentaje del 83% a la dimensión de consumidores y clientes, los colaboradores le dieron un porcentaje del 70%; generando un resultado conjunto del 70% para la dimensión consumidores y cliente; ubicándola en la categoría de jerarquización Medía.

En la categoría de jerarquización baja; teniendo en cuenta la percepción conjunta del grupo de directivos y colaboradores quedaron los demás indicadores así:

- ✓ Público Interno con un porcentaje de 52% y una variación del 9% entre el porcentaje asignado por directivos con relación al porcentaje asignado por el grupo de colaboradores.
- ✓ Valores, principios, transparencia e impacto social, con un porcentaje de 38% y una variación del 13% entre la percepción del grupo de directivos con relación al grupo de los colaboradores.
- ✓ Gestión ambiental; con un porcentaje del 37% sin variación entre la percepción del grupo de directivos y el grupo de colaboradores.
- ✓ Comunidad, con un porcentaje del 31% y una variación de 30 puntos entre la percepción del grupo de directivos con relación al grupo de colaboradores.
- ✓ Proveedores, con un porcentaje del 22%, siendo la dimensión con más bajo porcentaje según la percepción conjunta de directivos y colaboradores; con una variación de 4 puntos entre el grupo de directivos con relación al grupo de colaboradores; expresado en criterios de selección y evaluación de

proveedores y con relación al apoyo para el desarrollo de los proveedores de GRUPO EMI sucursal Medellín.

7.1.3. Análisis según el método cuantitativo

Para el desarrollo del análisis de resultados, de acuerdo con el método cuantitativo fueron usados gráficos radiales, los cuales son utilizados cuando no es posible efectuar una comparación entre las diferentes series, en este caso específico las seis (6) dimensiones analizadas según la metodología de auto evaluación Ethos.

- ✓ De acuerdo con los hallazgos, la dimensión comunidad, presenta una variación significativa entre las percepciones del grupo directivo y el grupo colaboradores. Los directivos desde sus funciones y su poder de decisión consideran que son mínimas las acciones de Responsabilidad Social Empresarial orientadas a este grupo de interés (con un 16% de resultado); a diferencia del grupo de colaboradores, quienes estiman en un mayor porcentaje (46%) las acciones de responsabilidad social empresarial orientadas a este grupo de interés.
- ✓ En cuanto a la dimensión publico interno se refiere; los colaboradores perciben un mayor porcentaje de acciones de responsabilidad social empresarial (con un 56%) en comparación con la percepción del grupo de directivos (con un 47%).
- ✓ Los directivos perciben un mayor porcentaje de acciones de responsabilidad social empresarial en la dimensión valores, principios, transparencia e impacto social (con un 57%) en relación con el grupo de colaboradores que lo evalúan en un porcentaje inferior (44%)
- ✓ En la dimensión gestión ambiental, expresada en la gestión sobre los impactos ambientales y el compromiso de la empresa con la calidad ambiental, tanto el grupo de directivos como el grupo de los colaboradores coinciden con el porcentaje asignado a esta dimensión (51%).
- ✓ En el porcentaje total de las dimensiones analizadas; aunque el grupo directivo tiene mayor nivel de información del negocio y poder de decisión frente al mismo que el grupo de colaboradores; las percepciones del grupo de

colaboradores tienen mayor peso sobre el total de los resultados en cada dimensión dado el número de personas pertenecientes a este grupo.

- ✓ En términos generales, al analizar los resultados obtenidos de manera conjunta entre el grupo de directivos y el grupo de colaboradores, con respecto a las categorías de jerarquización se evidencia que cinco de las seis dimensiones evaluadas, se encuentran en la categoría de jerarquización baja, que son: Público Interno, Gestión Ambiental, Valores, principios, transparencia e impacto social, comunidad y proveedores; mientras que la dimensión consumidores y clientes, se encuentra en la categoría de jerarquización media.
- ✓ A continuación se relacionan los indicadores por dimensión y la respectiva categoría de jerarquización en la que fueron clasificados.

TABLA No. 12
RESULTADOS DE LOS INDICADORES Y LAS DIMENSIONES SEGÚN LA
CATEGORÍA DE JERARQUIZACIÓN

RESULTADOS DE LOS INDICADORES Y LAS DIMENSIONES SEGÚN LA CATEGORÍA DE JERARQUIZACIÓN			
PORCENTAJE OBTENIDO	CATEGORÍA DE JERARQUIZACIÓN DEL INDICADOR	INDICADOR	DIMENSIÓN
85%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Calidad de la Atención al Cliente	CONSUMIDORES Y CLIENTES
81%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Política de Comunicación Comercial	CONSUMIDORES Y CLIENTES
78%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Criterios de Selección de personal	PÚBLICO INTERNO
68%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Satisfacción de las partes interesadas	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
66%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Conocimiento sobre los grupos de interés	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL

PORCENTAJE OBTENIDO	CATEGORÍA DE JERARQUIZACIÓN DEL INDICADOR	INDICADOR	DIMENSIÓN
64%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Gobernabilidad Corporativa	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
63%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Prácticas Antisoborno y anticorrupción implementadas	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
60%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Compromiso de la empresa con la calidad ambiental	GESTIÓN AMBIENTAL
59%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Importancia concedida a los Compromisos Éticos	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
57%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Nivel de Concienciación	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
56%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	PÚBLICO INTERNO
49%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Derechos a la libre asociación	PÚBLICO INTERNO
47%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Proyección del desarrollo profesional	PÚBLICO INTERNO
43%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Oportunidad de las Comunicaciones y transparencia	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
42%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Gestión sobre los impactos ambientales	GESTIÓN AMBIENTAL
35%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Criterios de Selección y evaluación de proveedores	PROVEEDORES
32%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Liderazgo institucional e influencia social en el entorno	VALORES, PRINCIPIOS, TRANSPARENCIA, IMPACTO SOCIAL
27%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Beneficios laborales adicionales	PÚBLICO INTERNO
26%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Políticas de inclusión, respeto a la diversidad y promoción de la equidad	PÚBLICO INTERNO

PORCENTAJE OBTENIDO	CATEGORÍA DE JERARQUIZACIÓN DEL INDICADOR	INDICADOR	DIMENSIÓN
24%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN MEDIA	Apoyo para el desarrollo de sus proveedores	PROVEEDORES
19%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Compromiso con la acción social intersectorial	COMUNIDAD
13%	CATEGORIA DE JERARQUIZACIÓN BAJA	Gestión con las comunidades del entorno	COMUNIDAD

- ✓ Luego de haber identificado, clasificado y jerarquizado las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI para sucursal Medellín, las investigadoras encontraron que 14 de los 22 indicadores evaluados, se encuentran en la categoría de jerarquización baja; es decir que en los 18 indicadores se perciben carencia de acciones de Responsabilidad Social Empresarial, 6 de los 22 indicadores se encuentran en la categoría de jerarquización media, es decir que en los 6 indicadores se percibe implementación parcial de acciones de Responsabilidad Social Empresarial; y 2 indicadores se encuentran en la categoría de jerarquización alta, es decir, se percibe un alto grado de acciones implementadas para un modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial.

7.2. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS SEGÚN EL MÉTODO CUANLITATIVO

A continuación se especifican los resultados, hallazgos y análisis de los mismos; a partir de las respuestas obtenidas de las entrevistas a profundidad efectuadas a cinco (5) líderes de procesos a nivel nacional en GRUPO EMI S.A.

7.2.1. Resultados obtenidos de la aplicación del instrumento cualitativo

TABLA No. 13
RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Entrevistado	Isabel Catalina Restrepo	Manuela del Corral	Isabel Cristina Rave	Consuelo Castañeda	Ramon Cardona
Cargo	Auditora Médica Nacional	Gerente de Mercadeo	Jefe Nacional de Calidad	Jefe Nacional de Salud Ocupacional	Jefe Nacional de Formación
Antigüedad	7	5	5	8	6
Preguntas y subpreguntas de la entrevista a profundidad					
1	Es el aporte personal que debemos brindar al entorno	Es el compromiso de cada individuo con la sociedad para retribuir lo que se recibe de ella.	Es el compromiso que adquiere la persona con la sociedad y con los demás.	Es una actitud del ser humano frente al mundo de manera ética y transparente	Es el aporte que todas las personas debemos a la sociedad para el mejoramiento del entorno
2	Son los compromisos de las empresas, con la sociedad donde impactan	Es la forma de responder de la empresa a sus empleados y sociedad lo que recibe de ella.	Es el Compromiso de las empresas con la sociedad y con sus empleados	Es una política que define la empresa para relacionarse de manera ética y transparente con los grupos de interés.	Es el compromiso que deben asumir las empresas con la sociedad, para asegurar su permanencia en el tiempo.
3	La diferencia esta en el lugar donde impactan.	La diferencia esta en la capacidad de influir	La RS compromete a las personas y la RSE compromete a las empresas.	Ambas son tuercas que se engranan para producir un engranaje mayor	No hay diferencias, ambas buscan cuidar el entorno social, se impacta, se entrega y se ayuda.
4	EMI asume un compromiso reactivo, no preventivo	Acciones aisladas, lideradas por personas sensibles, más no son institucionales.	El avance es poco, el concepto es mas desde donaciones y obras de caridad.	No hay una política integrada, hay acciones como PAENS(dotación de insumos médicos) y PAES(negocios con pequeñas empresas). La semana de la salud se hace extensiva a la familia.	EMI vela porque la practica medica, sea de alta calidad. Se han dado campañas para sembrar árboles
5	Recursos Humanos apalancado por los jefes de la compañía	La dirección debe liderar el tema de RSE, y designar un área que se encargue de diagnosticar y guiar a todas las áreas.	Recursos Humanos tiene algunas iniciativas, pero debe ser un área con poder y autoridad, que cuente con el apoyo directo de la dirección.	Hay acciones aisladas con compromisos asumidos por personas, la dirección debe implementar un área nueva que se encargue de la RSE.	Gestión Humana.
6	Ninguna	Ninguna, se presentan practicas aisladas.	No se desarrollan acciones de RSE	Cultura del medio ambiente. Maternidad	Ninguna

Entrevistado	Isabel Catalina Restrepo	Manuela del Corral	Isabel Cristina Rave	Consuelo Castañeda	Ramon Cardona
Cargo	Auditora Médica Nacional	Gerente de Mercadeo	Jefe Nacional de Calidad	Jefe Nacional de Salud Ocupacional	Jefe Nacional de Formación
Antigüedad	7	5	5	8	6
Preguntas y subpreguntas de la entrevista a profundidad					
7.1.	Por Legislación al manejo adecuado de desechos biológicos e incineración.	Algunos proveedores son elegidos por sus practicas sanas con el medio ambiente sanas y micro empresas.	Se rige por los requisitos de ley. (manejo de desechos)No por desiciones voluntarias. Se trituran neumáticos y se donan para base del asfalto y construcción de canchas sintéticas para parques recreativos de escuelas y la comunidad, emi quiere al planeta, para reciclaje, manejo de la energia.	Certificar a los proveedores si cumplen con su función de hacer extensivo el compromiso de incineración. Se hace inspección de desechos orgánicos y se hace un proceso de recolección de grasas de hidrocarburos; así mismo se efectúa la descarga de pilas que posteriormente se entregan a fundaciones para su adecuada disposición.	En cali se han dado campañas de siembra de árboles periodicas y disciplinadas
7.2.	La fiesta de la Familia, no se hacen acciones de RSE	Semana de la salud dos veces al año, pausas activas y fisioterapia.	La fiesta de la familia, Emi gratis para el grupo familiar básico, Gente emi, boletin de reconocimiento a los empleados	Autocuidado, se hace un reporte economico a los empleados incapacitados. EMI esta trabajando en la norma de salud ocupacional OHSAS, se ofrece refrigerio a mujeres embarazadas en mañana y tarde, durante su turno de trabajo.	Ninguna
7.3.	Existe un programa de seguridad del paciente	Circuito saludable(prevencción cardiovascular), contacto permanente con los afiliados.	Valores agregados EMI (emi especialistas y emi beneficios), participación periodica en la carrera de la mujer. Envió de video de pausas activas y primeros auxilios a empresas clientes y sus empleados; campañas de cancer de seno vía mail y en tomas de ciclovias.	Desconoce	Asumir el reto de la seguridad del paciente
7.4.	Desconoce	Se eligen micro-empresas para el desarrollo de campañas de telemarketing	Lo que exige la ley norma iso 9000.	Desconoce	Desconoce
7.5.	No lo han asumido	Desconoce	No tiene idea	Desconoce	Desconoce
8	En salud debemos trabajar la prevención y reforzar el autocuidado.	Que se cree la política de RSE, desde la alta dirección, y que el área de procesos la lidere.	Hacer campañas de prevención y cuidar la población que no tienen acceso a salud. Los funcionarios capacitarse en primeros auxilios y ser multiplicadores	Que exista una política clara de RSE, enmarcada en la Ética y la Transparencia, liderada por la Dirección general.	Desde el área de formación, sacar la formación puertas a fuera, proyectarse a la comunidad.
9	No existen en la actualidad.	La flexibilidad en los horarios y la credibilidad en los procesos	No existen	El pago puntual, la igualdad de genero en la empresa, Unidad de apoyo a mujeres embarazadas	Ninguna
10.1.	Que trabajan para salvar vidas.	Las personas podemos liderar proyectos para el desarrollo de la empresa	EMI salva vidas y ha detectado enfermedades a tiempo.	Que en emi existen muchas personas éticas	Que hay mucho por hacer y lo que se hace se nota.
10.2.	Mejorar la comunicación y la atención directa	Tener un norte claro en RSE, lo cual requiere una planeación estratégica disciplinada y constante.	La empresa solo sigue pensando en vender y le falta fortalecer la relacion con clientes y colaboradores	Mejoraría la percepción del área de Bienestar.	Mejorar los procesos de comunicación.

7.2.2. Hallazgos según el método cualitativo

Como puede evidenciarse al revisar detalladamente las respuestas de cada líder en la entrevista a profundidad; los líderes entrevistados laboran en la organización hace más de cinco (5) años y de acuerdo con los cargos que tienen, poseen funciones a nivel nacional; es decir, los procesos que lideran se ejecutan desde las ciudades de Bogotá, Cali y Medellín. Los entrevistados, contestaron ampliamente las 10 preguntas planteadas y cada uno brindo a las investigadoras, sus percepciones personales sobre lo que conocen y aplican en sus procesos sobre Responsabilidad Social Empresarial. Cada entrevista a profundidad tenía un tiempo previsto de 45 minutos y en este tiempo se desarrollaron ampliamente las respuestas a las preguntas inicialmente planteadas. Así mismo cada líder desde su proceso entrego material de apoyo usado en el proceso y que apalanca las acciones de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la organización.

7.2.3. Análisis según el método cualitativo

- ✓ Los líderes de proceso entrevistados tiene un conocimiento básico del concepto de Responsabilidad Social y Responsabilidad Social Empresarial y desde ese conocimiento definen las acciones que GRUPO EMI en la sucursal de Medellín ejecuta actualmente.
- ✓ Como puede observarse en la media de la percepción de los y las líderes entrevistados; la gestión de Responsabilidad Social Empresarial efectuada por la empresa y que se traduce en acciones específicas es nula o poca; ubicándose en un nivel mínimo; indicando que, aunque se gestionan acciones de Responsabilidad Social Empresarial aisladas y más de acuerdo con el liderazgo de cada jefe de proceso, existe todo un camino por recorrer en cuanto a Gestión de Responsabilidad Social se refiere.
- ✓ Además, según la encuesta realizada, se percibe que los procesos y procedimientos liderados funcionan de manera independiente existiendo poca comunicación entre ellos y por lo tanto poco conocimiento de las acciones que realizan las áreas de manera aislada.

- ✓ Así mismo, según las respuestas a la entrevista, se percibe la no existencia de una directriz clara y específica sobre Responsabilidad Social Empresarial ni un área que actualmente lidere este tema.
- ✓ Se percibe además que las acciones que se ejecutan actualmente asociadas al concepto de Responsabilidad Social Empresarial, se desarrollan por la legislación que rige al sector salud y específicamente en la prestación del servicio pre hospitalario domiciliario y no obedecen a un interés organizacional de dar respuesta a los problemas o repercusiones que la organización cause a la sociedad o a los grupos de interés con los que interactúa en el desarrollo de su objeto social.
- ✓ Los líderes de procesos entrevistados manifestaron que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, es de vital importancia y es prioritario el desarrollo de un plan de acción (o la creación de un área con poder de decisión) que dependa de la alta dirección para asumir el reto de la implementación de una política y de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI. Así mismo todos manifestaron su interés de contribuir desde sus funciones, acciones y liderazgo en dicha implementación.
- ✓ A través de las entrevistas, el grupo de investigadores percibe, que uno de los líderes entrevistados tiene mayor conocimiento del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación dentro de GRUPO EMI Sucursal Medellín y que por tal razón este líder identifica claramente acciones de Responsabilidad Social Empresarial que se ejecutan actualmente en la Sucursal Medellín.
- ✓ En el diseño de las entrevistas a profundidad, las investigadoras indagaron por acciones específicas de Responsabilidad Social Empresarial en cinco grupos de interés específicos que son: Medio Ambiente, Empleados y sus familias, clientes y pacientes, proveedores y competencia; encontrando las percepciones que se enuncian a continuación:
 1. En cuanto a Medio Ambiente se refiere, los entrevistados mencionaron acciones de Responsabilidad Social Empresarial tales como:
 - El manejo integral de desechos biológicos y desechos sólidos.

- La incineración de desechos biológicos con proveedores que cumplan las disposiciones de ley respecto al medio ambiente.
 - Manejo de grasas de hidrocarburos
 - Inspección y disposición de desechos orgánicos.
 - Trituración de neumáticos que se entregan a fundaciones para la base de pavimentación de carreteras y canchas sintéticas para escuelas y parques infantiles
 - Tratamiento de descarga de pilas y posterior entrega a fundaciones
 - Evaluación a proveedores y las prácticas de RSE en manejo del medio ambiente.
2. En cuanto a los Empleados y sus familias, los entrevistados identificaron las siguientes acciones:
- La semana de la salud para los empleados y sus familias, con periodicidad de dos veces al año.
 - Servicio gratuito de atención médica pre hospitalaria a domicilio para el grupo familiar del empleado.
 - Boletín Gente emi de reconocimiento a empleados
 - Campaña mensual de auto cuidado y fisioterapia.
 - Boletín específico para mujeres embarazadas que contiene sus deberes y derechos y entrega de refrigerios diarios (mañana y tarde) para las mujeres en estado de embarazo.
 - No existe discriminación en contratación a personal por edad o sexo.
 - A los empleados cuyas incapacidades son superiores a un (1) mes; emi como política les ajusta el salario hasta el 100% del mismo.
 - Existe un comité técnico científico que se reúne semanalmente para tratar temas de interés al equipo de líderes y profesionales del área médica. Este comité genera ideas creativas que nacen a partir de la prestación del servicio, de los pacientes atendidos, de los médicos, enfermeros y/o conductores, a las cuales se les verifica su viabilidad de implementación al interior de la organización. En el año 2011 se

implementaron 30 ideas nuevas en las diferentes regionales a raíz del comité técnico científico, teniendo una evaluación total de 482 ideas.

- Cinco (5) mujeres con niños menores de 3 años con tele trabajo.
3. En referencia a los clientes y pacientes; los entrevistados mencionaron acciones tales como:
- Programa de seguridad del paciente
 - Circuito saludable (prevención cardio vascular) a clientes actuales y potenciales.
 - Emi especialistas y emi beneficios, que se refiere a convenios con proveedores del sector salud, cuyo beneficio es traslado directamente al cliente y a los pacientes.
 - Capacitación en primeros auxilios y pausas activas a empresas y empleados clientes de GRUPO EMI.
 - Campañas de prevención al cáncer de seno en mujeres clientes en empresas, convenios y personas naturales.
4. Con relación a proveedores y competencia, los entrevistados no identificaron acciones de Responsabilidad Social Empresarial que actualmente se llevan a cabo en la organización.
5. Aunque las investigadoras no indagaron por el grupo de interés comunidad; los entrevistados mencionaron acciones concretas que dan cuenta de la Responsabilidad Social Empresarial con este grupo de interés, tales como:
- 1100 servicios al mes (promedio) gratuitos a la comunidad.
 - Circuito saludable y punto de bienestar (barra de oxígeno y primeros auxilios) en la ciclo vía.
 - Participación en la carrera de la mujer y durante las jornadas de entrenamiento con un puesto de bienestar. Carrera de ejecutivos: De ejecutivo a atleta en cinco pasos, con tips de auto cuidado.
 - Circuito saludable en centros comerciales, empresas, tomas barriales con entrega de resultados a la comunidad.
 - Recordaciones saludables (tips de bienestar y salud) vía mails a mujeres.

- Donación de loncheras y colores en centros educativos y centros comerciales.
 - Invitación a 500 niños de fundaciones a Divercity.
 - Formación en centros educativos de la importancia de las ambulancias y su función en la sociedad.
 - Apoyo a las iniciativas municipales en campañas de salud (vacunación) auto cuidado y bienestar.
 - Hogares saludables, con tomas barriales de médicos y enfermeros para chequeos cardio vasculares.
 - Campaña de posicionamiento de marca de Divercity para el acercamiento al objeto social de la organización por parte de los niños.
- ✓ Luego de haber finalizado las entrevistas a profundidad con los cinco líderes, las investigadoras percibimos que los encuestados tienen un acercamiento con las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, relacionadas con el proceso que lideran, desconociendo las acciones de Responsabilidad Social Empresarial ejecutadas por otros procesos; dando cuenta de la ausencia de un proceso de comunicación y acercamiento entre los procesos que les permita tener una visión global del negocio y su objeto social.

7.3. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS SEGÚN EL MÉTODO CUALITATIVO DE OBSERVACION DIRECTA

A partir de la observación directa y el dialogo espontaneo con los miembros de la organización; instrumentos del método cualitativo que se se constituyen en fuente de verificación de información; las cuales fueron efectuadas entre el 01 y el 15 de Noviembre de 2011, se presentan los siguientes hallazgos:

- ✓ Se presentan respuestas inmediatas frente a situaciones de emergencia social, por parte del grupo de empleados, que son apoyadas por la dirección (Haiti, Damnificados ola invernal 2011)

- ✓ Se evidencian acciones filantrópicas temporales, que impactan necesidades específicas de una comunidad; tales como: las visitas a orfanatos y a hogares, geriátricos que se efectúan en el mes de Diciembre por parte de los empleados, los cuales donan su tiempo (en el caso de médicos, enfermeros y conductores para la evaluación médica general del personal de la institución visitada), mercados, elementos de aseo y dinero para refrigerios y eventos especiales. Estas acciones filantrópicas son apoyadas por la dirección con donaciones representativas en dinero para las instituciones elegidas por los jefes de proceso
- ✓ En cuanto a gestión ambiental se refiere, se observaron puntos ecológicos para la separación de residuos sólidos.
- ✓ Se observan condiciones adecuadas en infraestructura física de los puestos de trabajo, incluyendo iluminación, sillas ergonómicas, condiciones de temperatura y circulación del aire, descansa pies, pantallas con protección, entre otras.
- ✓ Se observó la participación del personal femenino en actividades lúdico deportivas organizadas por el proceso de salud ocupacional y cuya periodicidad es semanal. Estas actividades se efectúan en horario laboral y están encaminadas a mejorar la salud, la presentación personal y la apariencia física de las asistentes.
- ✓ Se observó la conformación del comité primario de jefes, quienes se reúnen semanalmente para tratar temas de interés de la organización y de los equipos de personas a cargo. El comité fue creado como iniciativa propia de los jefes y en él se presentan iniciativas por parte de los diferentes jefes respecto a medio ambiente, grupos de estudio científico, capacitaciones de liderazgo, aportes a fundaciones, comunidades y al mismo personal que presenta situaciones de calamidad.

7.4. RESULTADOS, HALLAZGOS Y ANÁLISIS CONSOLIDADOS

Tanto en el análisis cualitativo como en el análisis cuantitativo y en la observación directa se encontraron; percepciones similares, percepciones encontradas y

siempre un interés por parte de las personas de la organización, con las que se compartió durante el proceso investigativo, en conocer más sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, su aplicabilidad en GRUPO EMI Sucursal Medellín y su posibilidad de participar en el proceso.

A continuación se especifican los resultados, hallazgos, análisis consolidados y las percepciones similares y encontradas que nos permitirán concluir y cumplir con los objetivos generales y específicos de la investigación planteada.

✓ Existen dentro de la organización de manera intrínseca y superficialmente definidos como son:

1. Empleados
2. Pacientes, Clientes y consumidores
3. Proveedores
4. Comunidad
5. Medio Ambiente
6. Accionistas

La competencia es considerada con un ente importante para el desarrollo del negocio, más no se considera como un grupo de interés bajo el concepto de responsabilidad social empresarial.

✓ Con los grupos de interés identificados, se ejecutan acciones de Responsabilidad Social Empresarial, aunque el personal que participó de este proceso investigativo no las reconoce como tal y desconoce las razones por las cuales dichas acciones se refieren a Responsabilidad Social Empresarial.

✓ El concepto de Responsabilidad Social Empresarial se confunde frecuentemente con acciones filantrópicas o asistencialistas que se puedan efectuar en la comunidad.

✓ Se percibe que las dimensiones más desarrolladas tanto en el análisis cuantitativo como en el análisis cualitativo son, en orden descendente son: consumidores y clientes, público Interno, valores, principios, transparencia, impacto social, gestión ambiental, comunidad y proveedores.

- ✓ Los líderes de los procesos, desarrollan algunas acciones aisladas en sus procesos que son desconocidas por otros líderes de proceso y no son ampliamente comunicadas en la organización; por tal razón, las investigadoras perciben falencias en los procesos de comunicación internos encaminados a dar a conocer y a difundir las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que se ejecutan.
- ✓ Las investigadoras perciben que si los y las líderes con iniciativas y que ejecutan en su proceso acciones de Responsabilidad Social Empresarial, las compartiera, combinaran y participaran a otros líderes y a otros procesos, se podría tener una mejor y/o una más amplia percepción en el grupo de interés empleados; sobre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes.
- ✓ Las percepciones expresadas por los colaboradores y directivos a través del método cuantitativo de investigación se pueden mejorar, empleando mecanismos de difusión de las acciones existentes; que de manera éticamente responsable impacten contundentemente en los procesos de socialización que se establecen al interior y al exterior de GRUPO EMI Sucursal Medellín, influyendo así, en todos los procesos organizacionales que lidera la organización.
- ✓ Los resultados obtenidos, a cerca del desconocimiento de las acciones implementadas por diferentes líderes de proceso, asociadas a la Responsabilidad Social Empresarial indican que la comunicación como herramienta que posibilita el establecimiento de adecuados procesos para la gestión organizacional, debe mejorarse a través del uso de los conductos para la toma de decisiones y la trasmisión de información.
- ✓ La proyección social de la organización, de acuerdo con los resultados obtenidos es valorada como aceptable, ya que se observa en el grupo de colaboradores y directivos el espíritu de servicio y sentido de pertenencia por la empresa en la que laboran. Este espíritu de servicio se traduce en el interés de participar en la creación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial, lo

cual motiva a la inclusión de valores, deberes y derechos que impacten de forma positiva a los colaboradores.

- ✓ Grupo emi, sucursal Medellín, puede pensar en ofrecer estrategias para el mejoramiento de hábitos saludables y la calidad de vida del grupo de colaboradores; además se debe propender por un mayor sentido de participación social en los procesos de toma de decisiones.
- ✓ Dentro del desarrollo de la investigación se identificaron dos grupos de interés internos que son: Colaboradores y equipo de directivos; dadas sus características de tamaño (cantidad de personas que pertenecen al grupo de colaboradores) y su poder de decisión (Directivos que laboran desde la ciudad de Medellín y que tienen injerencia sobre los diferentes mercados donde EMI tiene presencia en Latino América. Posteriormente se consideró pertinente iniciar esta investigación con los grupos de interés internos, ya que por asuntos de tiempo, logística, veracidad y efectividad en la recolección y análisis de la información, los grupos de interés externos no garantizaban el cumplimiento del cronograma en el tiempo esperado y bajo los criterios de calidad establecidos.
- ✓ **En conclusión**, la percepción de los colaboradores y directivos sobre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, existentes en GRUPO EMI es baja; es decir, los empleados y colaboradores perciben una mínima implementación de acciones de responsabilidad social empresarial en GRUPO EMI sucursal Medellín.
- ✓ Se puede decir que el grupo de interés empleados (colaboradores) perciben bajamente responsable a la organización, y que entre menos contacto tienen con los procesos diferentes al proceso en el que realizan sus funciones, más baja será su valoración. Esto quiere decir que el grupo de interés empleados (colaboradores) deben conocer más en detalle del objeto social de la organización, sus procesos y con estos una postura constructiva para el desarrollo de acciones que fortalezcan la proyección y función empresarial de GRUPO EMI en la sucursal Medellín.

- ✓ Se encuentra que el grupo de interés empleados (directivos) percibe la Responsabilidad Social Empresarial como baja, es decir con mínimas acciones implementadas al respecto, dejando claro que la organización le brinda a los directivos poder de decisión y apoya los proyectos por liderar procesos de interés colectivo, que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, y todos aquellos que interactúan con la organización. Sin embargo, deben fortalecer el desarrollo de acciones hacia los procesos organizacionales y con estas contribuir a la excelencia organizacional, sobre un enfoque de Responsabilidad Social Empresarial.

8. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo investigativo y con base a los análisis efectuados a partir de los resultados obtenidos de la investigación se concluye que:

- ✓ Esta investigación permitió el logro de los objetivos específicos inicialmente planteados así:
 1. Se identificaron las acciones que actualmente ejecuta la organización en cuanto a responsabilidad social empresarial se refiere.
 2. Se clasificaron las acciones previamente identificadas considerando los grupos de interés también identificados y teniendo en cuenta las dimensiones e indicadores proporcionados por la metodología de auto evaluación ETHOS.
 3. Se jerarquizaron las acciones que GRUPO EMI actualmente ejecuta según su grado de implementación, de acuerdo con la metodología de investigación utilizada; a través de la cual se le asignó un porcentaje al grado de implementación donde se indica si las acciones traducidas en indicadores y enmarcadas en dimensiones existen (Si: en todo el proceso organizacional, siempre está presente la afirmación), parcialmente existen (Parcialmente: La afirmación se presenta con cierta frecuencia pero no con las mejores calidades) y no existen (no: La afirmación no es cierta, no se presenta ese comportamiento en la organización)
 4. Mediante el análisis de resultados se describieron las percepciones de los grupos de interés internos (directivos y colaboradores) respecto a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, existentes en la organización
- ✓ Se identifican oportunidades de mejora en los mecanismos de comunicación al interior de GRUPO EMI Sucursal Medellín; que permitan difundir la información sobre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial actualmente ejecutadas en diferentes procesos de la organización; difundiendo a los empleados su compromiso como participantes activos de estas acciones y de

su aporte a la generación de nuevas acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

- ✓ Se identifica la necesidad de precisar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial entre los empleados (tanto colaboradores como directivos) de GRUPO EMI en la sucursal Medellín y de las acciones que cada empleado puede implementar y ejecutar desde su quehacer diario en las funciones asignadas a su cargo.
- ✓ Se evidencia apertura y receptividad por parte de la dirección a las iniciativas de los empleados en cuanto a acciones de Responsabilidad Social Empresarial se refiere; sin embargo las iniciativas no surgen como respuesta a una directriz corporativa, sino que son el producto del deseo individual de un empleado o un grupo de empleados que lideran la implementación de las acciones desde un proceso específico.
- ✓ Las percepciones sobre Responsabilidad Social Empresarial y las acciones existentes en la organización entorno al concepto son diferentes entre el grupo de directivos y el grupo de empleados lo que evidencia la diferencia de puntos de vista según el conocimiento de la organización que cada grupo posee; excepto en la dimensión gestión ambiental en la que ambos grupos coinciden en su percepción, frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial con esta dimensión.
- ✓ Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes hoy en GRUPO EMI sucursal Medellín, pueden crecer y expandirse de manera proporcional al nivel de crecimiento económico por el que hoy atraviesa la organización.
- ✓ Se evidencia sensibilidad e interés de los grupos de empleados, tanto directivos como colaboradores frente al tema de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la organización.
- ✓ Se evidencia que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial existentes en GRUPO EMI sucursal Medellín, no corresponden a la responsabilidad de un área específica dentro de la organización; estas suelen

ser iniciativas que surgen de manera individual, como se mencionó anteriormente.

- ✓ **GRUPO EMI**, tiene el reto de generar articulaciones en los procesos y fortalecer desde su objeto social, estrategias que impacten a los diferentes grupos de interés, en busca de una mejor gestión, que propenda por un bienestar organizacional y una mejor proyección social.
- ✓ La dirección de Gestión Humana, en la actualidad es el área que tiene la responsabilidad de implementar acciones para el bienestar de los colaboradores y sus familias, sin embargo se puede concluir que se requiere un área dedicada al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, que atienda no solo al cliente interno y sus familias, si no ampliar la mirada a todos los grupos de interés que defina la empresa.
- ✓ Después de analizar la información obtenida a partir de las entrevistas a profundidad y los resultados de la observación y dialogo espontaneo con algunos empleados, se evidencia que los resultados obtenidos de la aplicación de la metodología cuantitativa de auto evaluación Ethos, son el reflejo del nivel de conocimientos que hoy poseen los empleados frente al concepto y las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en la organización.

Desde la especialización en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, se puede concluir que:

- ✓ Es necesario en las organizaciones y en este caso específico en GRUPO EMI Sucursal Medellín, centrar el desarrollo social en la dimensión humana, su integridad y complejidad, para responder al conjunto de demandas materiales, psicológicas, intelectuales y espirituales, en este sentido la Responsabilidad Social es dinamizada desde la labor del especialista en gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, quien de manera ética y comprometida se vincula a los procesos de desarrollo organizacional.
- ✓ Ya que es interés de la especialización en gestión de la responsabilidad Social Empresarial, la generación de capital social, es un deber del especialista articularse a los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en las

organizaciones; ya que desde estos espacios se propicia el análisis crítico de la realidad y la creación de una sociedad activa.

- ✓ El especialista en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, , contribuye a que las organizaciones sean socialmente responsables cuando propician prácticas protectoras y positivas que tienden a satisfacer demandas sociales, culturales y políticas de los miembros de las comunidades con quienes interactúan.
- ✓ Los procesos de investigación y análisis de la Responsabilidad Social Empresarial, son prioridades académicas y profesionales para el especialista en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, porque desde el sistema educativo y empresarial pueden generar cambios significativos en la sociedad, y específicamente, pueden hacer de las organizaciones los instrumentos de transformación del pensamiento en procesos de desarrollo sustentable para la sociedad.

9. RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones a las que llegó el grupo de investigadores se plantean a continuación las recomendaciones que este mismo grupo propone a GRUPO EMI de acuerdo con los resultados de: “Las percepciones sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en las empresas prestadoras de servicios de salud domiciliaria: caso GRUPO EMI sucursal Medellín”

- ✓ A partir del logro de los objetivos general y específicos planteados en esta investigación, el grupo de investigadoras recomienda una segunda etapa del proceso de investigación en la cual se efectúe el análisis de las percepciones sobre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial según los grupos de interés externos a GRUPO EMI Sucursal Medellín; y posterior a esta segunda etapa se efectúe una tercera etapa de viabilidad de implementación de un modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial en Grupo EMI Sucursal Medellín, en la que se obtengan como resultado cronogramas de actividades con fechas establecidas para la obtención de la primera versión del modelo de Responsabilidad Social Empresarial el GRUPO EMI.
- ✓ Se recomienda que además del trabajo investigativo; GRUPO EMI Sucursal Medellín, trabaje en paralelo en las acciones que puede implementar con el grupo de interés interno y que las que hoy se ejecutan se mantengan y fortalezcan.
- ✓ Se recomienda implementar un proceso de comunicación interna que incluya diferentes medios (internet, intranet, papelería física, gestión del conocimiento, entre otros) encaminado a mejorar la difusión de la información sobre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial actualmente ejecutadas en diferentes procesos de la organización.
- ✓ Se recomienda homologar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial para todos los empleados de la organización a través de planes de formación

continuos que aborden el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, las acciones ejecutables y mejores prácticas en el sector salud, entre otras.

- ✓ Se recomienda la creación o asignación de un proceso (área) específico transversal a la organización que lidere las futuras investigaciones, trabaje en el fortalecimiento de las acciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial, en la creación de nuevas acciones y proyecte en la implementación de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial en GRUPO EMI Sucursal Medellín.
- ✓ Dado que el proceso investigativo se realizó para GRUPO EMI Sucursal Medellín, las conclusiones y recomendaciones abordan solo a esta sucursal; sin embargo las investigadoras recomiendan ampliar la investigación a las otras sucursales de GRUPO EMI en Colombia y en el resto de países en Latino América donde tiene presencia la organización.
- ✓ Se recomienda que a nivel del equipo directivo se definan lineamientos estratégicos y se emprendan acciones de Responsabilidad Social Empresarial que acerquen la relación entre la empresa y la comunidad.
- ✓ Se recomienda aprovechar los resultados obtenidos del análisis cualitativos, para el fortalecimiento de la cultura organizacional en Grupo EMI S.A, sucursal Medellín, dado que son éstos resultados el punto de partida que orienta y determinan las actuaciones de las personas otorgando identidad tanto al grupo de interés empleados como a los procesos desarrollados dentro de la organización y de cara al mercado en el que se desarrolla la organización.
- ✓ De acuerdo con los análisis obtenidos sobre gestión ambiental y público interno que presentan se recomienda, la implementación de estrategias que aseguren un crecimiento paulatino en la relación y el compromiso de la organización con el bienestar de ambas dimensiones.

- ✓ Se recomienda que el equipo directivo de GRUPO EMI Sucursal Medellín, evalúe su relación con el grupo de interés empleados; dada la relevancia que dicho grupo toma frente a la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por la organización a otros grupos de interés como son los clientes y consumidores en quienes según desde la percepción de los directivos, recae el mayor porcentaje de acciones de RSE emprendidas por la organización.

10. RESPONSABILIDAD ÉTICA

En este capítulo de nuestro trabajo, las investigadoras hacemos un especial reconocimiento a todos los autores que aportaron al desarrollo de esta investigación y a la construcción de este documento; así mismo hacemos un especial reconocimiento a **GRUPO EMI S.A.** y a **COMFENALCO VALLE**; quienes a través de su disposición y aporte de conocimientos tanto de la organización como de la aplicación del instrumento de auto evaluación ETHOS enfocado a Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones del sector salud constituyeron las principales fuentes de información para la ejecución de la metodología y el respectivo análisis de los resultados.

Las investigadoras Catalina María García López, Adriana Patricia Londoño Eusse y Lucy Rodríguez Carmona solicitaron a GRUPO EMI S.A. a través de sus directivos y específicamente a través del proceso de gestión del talento humano con la jefe nacional de recursos humanos Amalia García, la autorización para llevar a cabo la investigación y la presentación de los resultados de la misma; teniendo en cuenta que dicha autorización fue aceptada con el compromiso por parte de las investigadoras de entregar el material obtenido, presentar los resultados y definir un plan de acción encaminado a la futura implementación de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial en la organización, en la sucursal de Medellín.⁴⁶

De acuerdo con lo anterior, la investigación realizada al interior de la organización GRUPO EMI S.A. en la sucursal de Medellín, tuvo en cuenta a la población objeto de la investigación dentro de la comunidad organización y el entorno en el que se desarrolla. La investigación respetó la privacidad, la sensibilidad de la población a investigar y los derechos de las personas, así como su integridad en las funciones desarrolladas en la organización durante el periodo de investigación.

⁴⁶ AMERICAN EDUCATIONAL RESEARCH. Normas éticas para proyectos de investigación. 1992
<http://aera.net/resource/ethics.html>

Así mismo, las investigadoras, informaron a los participantes de las entrevistas y de la herramienta de auto evaluación, sobre los objetivos de la investigación de manera clara y a través de sesiones de capacitación y reuniones de presentación de la investigación de acuerdo al caso específico de la población abordada.⁴⁷

La investigación, tuvo en cuenta además el desarrollo de las entrevistas la lengua materna de la población y la comunicación asertiva con el lenguaje explícito sobre los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial, en aquellos casos en los que las personas desconocían el concepto. De la misma forma, las investigadoras, proporcionaron información completa sobre el programa de investigación a los empleados y directivos participantes del proceso investigativo.

Las investigadoras tienen hoy, un compromiso con la organización para la entrega de los resultados de la investigación, al grupo directivo y al grupo de jefes de la organización en la sucursal Medellín: presentación que incluirá los resultados, el análisis de los mismos, las conclusiones, las recomendaciones y las actividades consecuentes a esta investigación que permitirán avanzar en el cronograma de implementación de un modelo de gestión de la responsabilidad social empresarial en **GRUPO EMI S.A.** sucursal Medellín, como prueba piloto para el resto de las sucursales del Grupo.

⁴⁷Normas éticas para proyectos de investigación. Asociación norteamericana de investigación educativa. 2002.
<http://www.ibo.org/es/informationfor/mediaandresearchers/researchers/jeffthompsonaward/documents/EthicalStandards2010>

11. BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA

ADELL, J. Tendencias de investigación en la sociedad de las tecnologías de la información. [Documento electrónico] En: EDUTEC: Revista electrónica de Tecnología Educativa, No. 7, 1997. www.uib.es/depart/gte/revelec7.html [Consultado el 23 de julio de 2004].

AMERICAN EDUCATIONAL RESEARCH. Normas éticas para proyectos de investigación. 1992

ANDERSON, Robert M. y Funnell, Martha. 2005. Empoderamiento de los pacientes: reflexiones sobre el reto de fomentar la adopción de un nuevo paradigma ". Educación del paciente y Consejería 57 (2005) 153-157.

ANDREASEN, Alan. Marketing Social Change. Jossey - Bass Publishers. San Francisco, 1995

ARAMAYO, Roberto R. Culpa u responsabilidad como vertientes de la conciencia moral.

AUPPERLE, KE, Carroll y Hatfield JD AB: 1985, "Un examen empírico de la relación entre Responsabilidad Social Corporativa y la rentabilidad ", Academy of Management Journal 28, 446-463.

BARRY, Christine A. Las habilidades de información en un mundo electrónico: la formación investigadora de los estudiantes de doctorado. En: Anales de Documentación, Nº. 2, 1999; p. 237-258.

BEAUCHAMP, Tom 2007. Los cuatro principios del enfoque de la ética asistencial en los principios de la ética asistencial. Segunda edición. John Wiley&Sons.

BEAUCHAMP, Tom L. y Childress, James F. 1979, Principios de Ética Biomédica, primero a quinto eds. Nueva York: Oxford

BNDES. Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social. Rio de Janeiro: Relato Setorial n. 2.

BRANDEN, Nathaniel. Como llegar a ser autorresponsable: Hacia una vida autónoma e independiente. Piados. 1997

BUERGENTHAL, Thomas. Derechos Humanos Internacionales. Editorial Gernika.México. 1996

CARRIZO, Luis. Sed de ética, capital social y desarrollo en América Latina. Archivo de PDF.

CENTRO COLOMBIANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Colombia. 2008.

CARROLL, AB 1979, "Un modelo conceptual en tres dimensiones del desempeño social de las empresas", Academia de Revisión por la Dirección 4, 497-506.

CARROLL, AB: 1991, "Medición del Desempeño Social Corporativa: Un Comentario sobre Métodos para la Evaluación de una Construir difícil de alcanzar ", en LE Preston (ed.), La investigación en Corporate Performance y Política Social, vol. 12,

CLARKSON, MBE 1995, el marco de partícipe para analizar y evaluar el rendimiento social de las empresas.

CORTÉS RODAS, Francisco y GRUSTI, Miguel. Justicia global, derechos humanos y responsabilidad. Perú: Siglo del Hombre Editores, 2007

CORTINA, Adela - Razón Comunicativa y responsabilidad solidaria- Salamanca: Sígueme - 1988

CUMBRE MUNDIAL 2010 SOBRE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO. 1998

COVEY, Stephen R. – The seven habits of highly effective people – Simon and Schuster – New York - 1989

DECLARACIÓN “MESA DE TRABAJO INTERNACIONAL SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA” Universidad de Antioquia, Medellín - Colombia, 14 de marzo de 2008. Documento digital. SMD.

De Sebastián, L. Análisis de involucrados (Stakeholder análisis). Pág. 72. [Documento PDF]. (2001). URL. Disponible en: <http://indes.iadb.org/pub/I-14UE.pdf>

Disponible en <http://aera.net/resource/ethics.html>

Disponible en Universidad de Antioquia web: <http://docencia.udea.edu.co/investigacioninternet/>

Disponible en World Wide Web: <http://rsu.pucp.edu.pe/node/209>

Disponible en: <http://rsu.pucp.edu.pe/node/209>

Disponible en <http://www.aliarse.org.mx/>

Disponible en <http://www.grupoemi.com/s-conocenos-c11/sub-quienes-somos-c28/>

Disponible en World Wide Web: <http://www.rsc-chile.cl/que-es-la-responsabilidad-social/que-son-los-stakeholders>

Disponible en <http://www.ilo.org/gimi/gess/RessShowRessource.do?ressourceId=7485> - Ley Número 100 de 1993 (Diciembre 23)

Disponible en World Wide Web: <http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/glosario/DesarrolloHumanoSostenible.pdf>

Disponible en: WORLD WIDE WEB: <http://www.rsc-chile.cl/que-es-la-responsabilidad-social/que-son-los-stakeholders>

Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Etica>

Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/marketingsocial>

Disponible en: http://www.manosunidas.org/opinion/adela_cortina.htm

Disponible en:
<http://www.ibo.org/es/informationfor/mediaandresearchers/researchers/jeffthompsonaward>

FREEMAN, RE: 1984, Gestión Estratégica. Un enfoque de las partes interesadas, Boston: Pitman / Ballinger (Harper Collins).

FREEMAN, RE y Velamuri, SR: 2006, "Un nuevo enfoque de la RSE: la empresa responsable las partes interesadas", en Kakabadse, A. y Morsing, M., la aspiración de responsabilidad social corporativa con la aplicación de Conciliación, 9 - 23. PalgraveMcMillan. Gran Bretaña

GARCÉS CANO, Jorge Enrique - Marketing y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) – Santiago de Chile - 2007

GIULIANO, Pontara -Ética y Generaciones futuras– Ariel – Barcelona - 1996

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto et. Al. Metodología de la Investigación. México, D. F.: McGraw-Hill; 2008.

HOLMES RODRÍGUEZ, Rudolf; Hacienda y Crédito público 2006

HURTADO BARRERA, Jacqueline. Metodología de la Investigación Holística. Venezuela: SYPAL-IUTC, 2000, 656 p.

HURTADO BARRERA, Jacqueline. Op. Cit. Infograma No5 Ciclo holístico de la investigación.

ICONTEC, Guía Técnica Colombiana #180. Responsabilidad social. Bogotá: Icontec; 2008.

INSTITUTO ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social, International FinanceCorporation (IFC), Sustainability Institute, Institute of Social and EthicalAccountability y otrasdiversas organizaciones para el desarrollo sustentable

Business for Social Responsibility (BSR), Corporate Social Responsibility (CSR-Europe)

Instituto Ethos – Brasil 2004

JONAS, Hans. El principio de responsabilidad: Ensayo de una ética para la civilización tecnológica. Herder: Barcelona, 1995. 397p.

KANE, CK: 2004, "los entrenamientos de Médicos de Atención al Paciente", Journal of the American Medical Association 200 (1), 1-9.

KISH, L. 1965. SurveySampling [trad.: Muestreo para Encuestas] p. 116. Nueva York: Wiley.

KLISKBERG, Bernardo. Capital social y cultura, claves olvidadas del Desarrollo. En: http://revistas.colmex.mx/revistas/7/art_7_916_6278.pdf.

LEY 100 DE 1993 (diciembre 23) El Congreso De La Republica De Colombia. GOBIERNO NACIONALCESAR GAVIRIA TRUJILLO

La UNESCO. Declaración Universal sobre Bioética y Derechos Humanos. París, 2005. UNESCO Informe del Comité Internacional de Bioética DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SALUD (2010)

Libro Verde. Comisión Europea y CEMEFI (Centro Mexicano para la filantropía)

LONDOÑO DE LA CUESTA, Juan Luis Proyecto de Ley No.070 de 2010 SENADO. Por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones. Gaceta del Congreso, Senado y Cámara. Artículo 36, Ley 5a. de 1992

MARTINEZ, Cynthia, et. Al. La responsabilidad social como instrumento para fortalecer la vinculación organizacional-entorno social.

MORENO, L. La responsabilidad social de las organizaciones. En: 1er. Congreso Internacional de Comunicación Corporativa. Industrias Pampero, Maracaibo, 1992.

MORIN, Edgar. Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional, Icfes, Unesco, 1999. 89p.

Normas éticas para proyectos de investigación. Asociación norteamericana de investigación educativa. 2002.

RAMÍREZ ACUÑA, Luis Fernando - El Ministro de Trabajo y Seguridad Social – 2008

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LA ESTANDARIZACIÓN (ISO)

OSSA PARRA, MARCELA. pautas para citar textos y hacer listas de referencias según las normas de la american psychological association. (apa) (2da edición en español). Bogotá. 2003

PACTO INTERNACIONAL DE DERECHOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES, 1966

PARRA LUNA, F. El balance social de la empresa. Bilbao. Ediciones Deusto, 1989

<http://www.eumed.net/libros/2008b/402/Procedimiento%20de%20la%20investigacion.htm>

PROCESO DE MARKETING. GRUPO EMI S.A. 2004

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Enciclopedia libre de Wikipedia.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. En:http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2&TIPO_BUS=3&LEMA=responsabilidd

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. En: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2&TIPO_BUS=3&LEMA=responsable

REYNO MOMBERG, Manuel. Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. Biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales.

RUBIANO MUÑOZ, Rafael -Responsabilidad y Estudio. Hacia una construcción de la opinión pública en el mundo universitario - Revista Utopía siglo XXI Vol. 1 N. 5. 2000.

SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL. Buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Valle del Cauca. 2005.

SPERACRISTINA. Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1ª edición en español. Publicación del Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa (CEyCC) de CEDICE y el Instituto Ethos.

SUÁREZ, Mario, Interaprendizaje Holístico de Matemática, Ed. Gráficas Planeta, Ibarra, Ecuador. 2004

SULBARÁN, Juan Pedro, et al. El concepto de Responsabilidad Social en la empresa. Archivo de PDF. p.232 -234. 71

TAMAYO, MARIO Y TAMAYO. El Proceso de la Investigación. Limusa Noriega Editores. Tercera Edición. Pag 72 -79.

URIBE, TIRADO ALEJANDRO. Creación de un modelo para la recopilación y análisis de la información. Universidad de Antioquia. 2004

THIBADOUX GREG M, Marsha Scheidt, Isabel Luckey. Contabilidad y la medicina: una investigación exploratoria en actitudes de los médicos hacia el uso de estándares de contabilidad de costos Métodos en Medicina del Diario. Ética en los Negocios. Dordrecht: 10 2007. Vol. 75, Iss. 2, pág. 137 (13 pp)

VALLEYS, Francois. La responsabilidad social de las organizaciones. En: Responsabilidad Social Universitaria. (cd-room). Banco Interamericano de Desarrollo y Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social, 2006. 1cd-room.

VARGAS, MELGAREJO LUZ MARINA, Sobre el concepto de percepción. Centro de Información y Documentación Antropológica, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa /Departamento de Atención a la Salud.

ANEXO A: Encuesta sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial para GRUPO EMI Sucursal Medellín, bajo metodología de auto evaluación ETHOS

ANEXO B: Tabulación de resultados de la encuesta bajo la metodología de auto evaluación Ethos