



**FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
BOGOTÁ D.C.**

LICENCIA CREATIVE COMMONS: Atribucion-No Comercial 2.5 Colombia (CC BY –NC 2.5)

AÑO DE ELABORACIÓN: 2018

TÍTULO: Donaciones y Responsabilidad Social Empresarial-CENCOSUD.

AUTOR (ES): Moreno Pachon, Maria Paula.

DIRECTOR(ES)/ASESOR(ES): Badillo Valderrama, Guillermo

MODALIDAD: Práctica empresarial.

PÁGINAS: **TABLAS:** **CUADROS:** **FIGURAS:** **ANEXOS:**

CONTENIDO:

1. Presentación
2. Marco referencial
3. Descripción de la Empresa
4. Objeto de la práctica
5. Funciones desempeñadas
6. Metodología empleada en la investigación
7. Justificación y resultados de la investigación
8. Conclusiones y recomendaciones
9. Glosario
10. Referencias
11. Apéndices



DESCRIPCIÓN:

El objeto de estudio planeado en este proyecto y en la práctica está basado en las donaciones y la responsabilidad social de la Compañía, respecto de las cuales se pudo evidenciar una falta de comunicación entre jefes de cajas y cajeros; del mismo modo también entre cajeros y clientes, en cuanto a la destinación de dineros sobrantes en las compras.

La importancia de esta investigación radica en la necesidad que no solo los trabajadores de la Empresa tengan conocimiento de los objetos sociales que tiene la misma si no el público en general, de tal forma que se haga más llamativa la oferta de las tiendas Jumbo y Metro y por ende aumente los beneficios de carácter social.

METODOLOGÍA:

La metodología aplicada en este proyecto es el analítico, ya que este consta de una serie de muestras a partir de las cuales se tiene mas conocimiento del objeto de estudio y sus características; El analisis del informe de redondeo y donacion en el cual estan las muestras de las 82 tiendas a nivel nacional, permite evidenciar las bajas en donaciones sobre todo en las tiendas mas grandes de CENCOSUD, que son las tiendas Jumbo. La herramienta usada para logra mas donaciones fue que por medio de volantes alusivos de la cruz roja, se incentivara a los clientes a donar los valores sobrantes de sus compras.

PALABRAS CLAVE: Redondeo, Donación, Responsabilidad social empresarial, Filantropía, Desarrollo Social.



CONCLUSIONES:

- Es indispensable lograr la confianza del cliente a la hora de donar, mediante la entrega de volantes donde se visualicen las labores sociales que ha logrado la Compañía en conjunto con la Cruz Roja
- Deben hacer reuniones semanales en cada tienda, donde estén los Cajeros, el Coordinador y el Jefe de cajas, para hacer un análisis de las negativas de los clientes y plantear el manejo de tales objeciones.
- En la capacitación de los cajeros nuevos, resaltarles la importancia de dirigirse al cliente para que done los valores sobrantes, y haga notar al cliente la importancia de la labor social que está realizando al hacer su donación.
- Cada tienda debe realizar el informe de redondeo y donación, debiendo validar el número de documento del cajero en cada compra para poder medir si está llevando a cabo o no la tarea con el cliente. Esto debido a que solo se maneja un informe de redondeo y donación general de las ochenta y dos (82) tiendas.
- Es evidente que, si el cliente conoce cuál es la destinación de la donación que está realizando, será proclive a donar en pesos que sobran de su compra
- Hay que aleccionar al cajero para que no olvide preguntarle al cliente si desea donar.
- Junto con el ticket de compra, entregar al cliente el volante alusivo a la responsabilidad social empresarial de la Compañía.

FUENTES:

- ANDI. Panorama de la gestión social de 500 empresas en Colombia. Colombia. 2017.
- CENCOSUD. Sostenibilidad. Santiago de Chile. 2016

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN
- RAE -**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia**
Vigilada Mineducación

RIUCaC

- Cortés, B. Trayectoria de las organizaciones de beneficencia en Chile y el devenir de las fundaciones. Santiago de Chile. 2001.
- Curto Grau Martha. La filantropía: ¿Un acto de responsabilidad social? España. 2012.
- Estatuto del consumidor. Ley 1480 de 2011. Colombia. 2011
- ICONTEC. GTC 180. Colombia. 2010
- Jonás, H. El principio de la responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica. Barcelona. 2004.
- Machado Felipe. Donación empresarial: de la filantropía a la inversión social. Chile. 2010.
- Marinetto. The historical development of bussiness philanthropy: social responsability in the new corporate economy. Reino Unido. 1999.
- Paul Lee, M. A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. EEUU. 2008.
- Ramirez Maria Monica. Para la protección del consumidor. Revista semana No. 305. Colombia. 2015
- Revista Semana. Responsabilidad social empresarial en Colombia. No. 262. 2006.

LISTA DE ANEXOS:

- Volantes- Medio para constar las labores sociales de la compañía.