

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(116)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>DANIELA ILLERA PELAEZ YESIKA PAOLA QUIROGA BALMACEDA</b>		
FACULTAD	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACION DE EMPRESAS</b>		
DIRECTOR	<b>Mg. BELEN TORCOROMA QUINTERO BAYONA</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>DIAGNOSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL FONDO DE EMPLEADOS “FACECOLFA” OCAÑA.</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>LA PRESENTE INVESTIGACIÓN TIENE POR OBJETO REALIZAR UN DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL FONDO DE EMPLEADOS FACECOLFA OCAÑA, EN EL CUAL SE DESARROLLARON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS, COMO FUERON: IDENTIFICAR LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL IMPLEMENTADAS DEL FONDO DE EMPLEADOS EN SU GESTIÓN ECONÓMICA, SOCIAL, AMBIENTAL, DETERMINAR EL IMPACTO QUE HAN GENERADO LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL FONDO Y POR ÚLTIMO PROPONER EL ESQUEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE APORTE AL DESARROLLO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL, QUE VINCULAN EL QUE HACER DEL FONDO DE EMPLEADOS “FACECOLFA”.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**DIAGNOSTICO PARA DETERMINAR EL GRADO DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL DEL FONDO DE EMPLEADOS “FACECOLFA” OCAÑA.**

**AUTORES**

**DANIELA ILLERA PELAEZ**

**YESIKA PAOLA QUIROGA BALMACEDA**

**Trabajo de grado presentando para obtener el título de Administradores de Empresas**

**Director**

**Mg. BELEN TORCOROMA QUINTERO BAYONA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Ocaña, Colombia**

**Abril, 2017**

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. Diagnostico para Determinar el grado de responsabilidad Social del Fondo de Empleados “Facecolfa” Ocaña .....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del Problema .....	3
1.2 Formulación del Problema .....	5
1.3 Objetivos .....	5
1.3.1 Objetivo General .....	5
1.3.2 Objetivos Específicos .....	5
1.4 Justificación .....	5
1.5 Delimitaciones .....	7
1.5.1 Delimitación Operativa .....	7
1.5.2 Delimitación Conceptual .....	8
1.5.3 Delimitación Geográfica .....	8
1.5.4 Delimitación Temporal.....	8
<b>Capítulo 2. Marco Referencial.....</b>	<b>9</b>
2.1 Marco Histórico .....	9
2.1.1 Historia de la responsabilidad social empresarial en el mundo.....	9
2.1.2 Historia de la responsabilidad social empresarial en Colombia.....	10
2.1.3 Historia de la responsabilidad social empresarial a nivel departamental .....	14
2.1.4 Historia de la responsabilidad social empresarial a nivel local.....	15
2.2 Marco Conceptual.....	19
2.2.1 Temática sobre Responsabilidad Social Empresarial.....	19
2.2.2 Fondo de empleados .....	25
2.3 Marco Teórico.....	25
2.3.1 Teoría de los stakeholders .....	25
2.3.2 La teoría de la legitimación .....	27
2.4 Marco Legal.....	29
2.4.1 Constitución Política de Colombia.....	29
2.4.2 Ley 454 de 1998 .....	31
2.4.3 ISO 26000.....	32
2.4.4 GTC 180.....	32
2.4.5 Proyecto de Ley 031 de 2007 .....	33
2.4.6 Proyecto de Ley 153 de 2006 .....	34
2.4.7 Proyecto de ley 058 de 2009 .....	34
2.4.8 Proyecto de ley 070 de 2010 .....	34
<b>Capítulo 3. Diseño Metodológico.....</b>	<b>37</b>
3.1 Tipo de Investigación.....	37
3.2 Población y Muestra .....	37
3.2.1 Población .....	37
3.2.2 Muestra.....	37
3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.....	38
3.4 Análisis de la Información .....	39
3.4.1 Análisis de resultados.....	39

<b>Capítulo 4. Presentación de Resultados .....</b>	<b>81</b>
4.1 Identificar las acciones de responsabilidad social implementadas por el fondo de empleados en su gestión económica, social y ambiental .....	81
4.2 Determinar el impacto que han generado las acciones de responsabilidad social del fondo.	83
4.3 Proponer el esquema de responsabilidad social empresarial que aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que vinculan el que hacer del Fondo de Empleados “FACECOLFA”	85
<b>Conclusiones .....</b>	<b>91</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>93</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>94</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>98</b>

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> .....	40
<b>Tabla 2</b> .....	41
<b>Tabla 3</b> .....	42
<b>Tabla 4</b> .....	43
<b>Tabla 5</b> .....	44
<b>Tabla 6</b> .....	45
<b>Tabla 7</b> .....	46
<b>Tabla 8</b> .....	47
<b>Tabla 9</b> .....	48
<b>Tabla 10</b> .....	49
<b>Tabla 11</b> .....	51
<b>Tabla 12</b> .....	52
<b>Tabla 13</b> .....	53
<b>Tabla 14</b> .....	54
<b>Tabla 15</b> .....	55
<b>Tabla 16</b> .....	57
<b>Tabla 17</b> .....	58
<b>Tabla 18</b> .....	59
<b>Tabla 19</b> .....	60
<b>Tabla 20</b> .....	62
<b>Tabla 21</b> .....	63
<b>Tabla 22</b> .....	64
<b>Tabla 23</b> .....	66
<b>Tabla 24</b> .....	67
<b>Tabla 25</b> .....	68
<b>Tabla 26</b> .....	70
<b>Tabla 27</b> .....	71
<b>Tabla 28</b> .....	72
<b>Tabla 29</b> .....	73
<b>Tabla 30</b> .....	74

## Lista de Graficas

Grafica 1. Su afiliación al fondo .....	40
Grafica 2. Conoce la norma que regula a los fondos de empleados .....	41
Grafica 3. Cuántos años lleva como asociado del fondo de empleados FACECOLFA .....	42
Grafica 4. Conoce usted los servicios que ofrece el Fondo de empleados FACECOLFA .....	43
Grafica 5. Que beneficios ha recibido del fondo de empleados .....	44
Grafica 6. <i>En qué nivel conoce usted los derechos como asociado</i> .....	45
Grafica 7. En qué nivel conoce usted los deberes como asociado.....	46
Grafica 8. Sabe usted qué es Responsabilidad Social Empresarial .....	47
Grafica 9. Teniendo en cuenta los grupos de interés del fondo, cómo se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial en cada uno de ellos .....	49
Grafica 10. Según la respuesta anterior como está integrada la misma dentro del Fondo .....	50
Grafica 11. Se reportan los resultados de Responsabilidad Social a los grupos de interés .....	51
Grafica 12. Se comparan los avances en materia de Responsabilidad Social con los ejercicios anteriores realizados año a año .....	52
Grafica 13. El fondo organiza programas y actividades educativas .....	53
Grafica 14. La organización destina recursos para programas de apoyo a la comunidad exterior .....	54
Grafica 15.Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable.....	56
Grafica 16. Que proyecciones sociales tiene el fondo de empleados FACECOLFA para los próximos cinco años, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.....	57
Grafica 17. <i>El fondo de empleados FACECOLFA analiza el impacto ambiental según la actividad realizada</i> .....	58
Grafica 18. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial.....	59
Grafica 19. Cuándo el fondo presenta informes o entrega correspondencia cuál es el medio utilizado.....	61
Grafica 20.Cuál es la forma, según la respuesta anterior.....	62
Grafica 21. Cómo aporta FACECOLFA el uso racional de la energía eléctrica .....	63
Grafica 22. <i>Se incorpora en la estrategia comunicacional de la organización la difusión de los diferentes aspectos ambientales que puedan afectar o interesar a sus públicos de interés</i> ....	65
Grafica 23. La empresa dispone de mecanismos de control del impacto ambiental generado por sus actividades .....	66
Grafica 24. De los servicios ofrecidos por el Fondo de empleados, cuál utiliza usted con mayor frecuencia.....	67
Grafica 25. Considera que los servicios que le brinda el fondo.....	69
Grafica 26. Considera que la tasa de interés que cobra el Fondo a los asociados por los créditos otorgados.....	70
Grafica 27. Considera que la tasa de interés que le otorga el Fondo a los asociados por los ahorros realizados .....	71
Grafica 28. Se encuentra conforme con los excedentes obtenidos en cada ejercicio económico .....	72

Grafica 29 En la distribución de excedentes se tiene en cuenta a los asociados retirados y que forman parte del respectivo ejercicio económico .....	73
Grafica 30. Tiene conocimiento de la inversión que el fondo ha apropiado en su presupuesto con destinación específica al cuidado del entorno ambiental .....	74



**Lista de Apéndices**

Apéndice A. Encuesta dirigida a los Asociados del Fondo de Empleados “Facecolfa” Ocaña  
.....99

## Resumen

La presente investigación tiene por objeto realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del Fondo de empleados FACECOLFA Ocaña, en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron: identificar las acciones de responsabilidad social implementadas del fondo de empleados en su gestión económica, social, ambiental, determinar el impacto que han generado las acciones de responsabilidad social del fondo y por último proponer el esquema de responsabilidad social empresarial que aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que vinculan el que hacer del Fondo de Empleados “FACECOLFA”.

En cuanto a la metodología empleada fue de tipo descriptiva, con la cual será posible conocer la situación actual del fondo de empleados del Colegio de Educación Media Fátima de Ocaña FACEFCOLFA

El trabajo desarrollado es un aporte al fondo, brindando la oportunidad para conocer la situación actual, evaluando la misma, y de esta manera ejecutar las actividades administrativas que se llevan a cabo en la empresa.

## Introducción

El presente trabajo es un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social del fondo de empleados “FACECOLFA” Ocaña, teniendo en cuenta que la empresa en la actualidad no ha llevado a cabo un diagnóstico que les permita determinar el grado de responsabilidad social empresarial, en su gestión económica, social, ambiental, siendo esta de gran importancia para la provincia de Ocaña, ya que contribuye con la generación de empleo y la prestación de sus servicios, siendo una empresa legalmente constituida.

Al mismo tiempo estas organizaciones sin ánimo de lucro actualmente se ven influenciadas en las nuevas tendencias que se presentan en el marco de la globalización, la calidad, la productividad entre otras variables de desempeño que involucran su sostenibilidad y sustentabilidad económica, social y ambiental, por tal motivo estas organizaciones, no son ajenas a un ambiente de constantes cambios, lo que implica que no haya identificado su incidencia o impacto de responsabilidad social en la comunidad, se ve la necesidad de realizar el diagnóstico que permita fortalecer su gestión empresarial.

Para la ejecución del trabajo, se desarrollaron los objetivos específicos planteados, que fueron: Identificar las acciones de responsabilidad social implementadas del fondo de empleados en su gestión económica, social, ambiental; Determinar el impacto que han generado las acciones de responsabilidad social del fondo; Proponer el esquema de responsabilidad social empresarial que aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que vinculan el que hacer del Fondo de Empleados “FACECOLFA.

El aporte que deja la investigación se pueden observar en distintos aspectos, primero contribuye en la orientación sobre la responsabilidad social del Fondo de Empleados “FACECOLFA como un compromiso continuo de actuar éticamente y contribuir al

crecimiento económico de la región, al mismo tiempo conservar la confianza de los asociados de la empresa y su transparencia con la comunidad, además, los autores del proyecto de investigación al realizar el proceso de investigación podrán poner en práctica todos aquellos conocimientos adquiridos durante su formación académica, obtener nuevos conocimientos y experiencias situándolas al servicio de la comunidad.

## **Capítulo 1. Diagnóstico para Determinar el grado de responsabilidad Social del Fondo de Empleados “Facecolfa” Ocaña.**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Según (ARTICULOS CCRE) La Responsabilidad Social Empresarial es definida como una visión de negocios en la cual se incorporan principios, valores éticos, políticas y programas diseñados para sustentar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial no solo preocupándose por lo económico, sino, también por el impacto de éstas en su entorno social y ambiental. Así mismo, es un instrumento que aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso de globalización, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa.

Las organizaciones de iniciativa social son organizaciones pertenecientes al sector de la economía solidaria identificadas por la condición de ser organizaciones sin ánimo de lucro, que cada vez más encuentran la necesidad de mejorar directiva, administrativa y operativamente su gestión, donde sus miembros deben caracterizarse por comportamientos éticos como la honestidad, la transparencia, la preocupación por los demás y la responsabilidad social; es así como funciona su razón de ser y su modo de actuar como una persona jurídica administrada por personas naturales que se encargan de gestionar los recursos para el ejercicio de una actividad social y económica que busca el bienestar común de sus asociados.

En Ocaña, las organizaciones se han preocupado principalmente por la producción de capital económico, desfavoreciendo y eludiendo su responsabilidad; pues son pocas las que adoptan voluntariamente un comportamiento socialmente responsable yendo más allá de las

obligaciones que les impone la ley. La preocupación última se ha centrado en el favorecimiento interno y la producción, sin tener en cuenta los efectos en su stakeholder, entendido éste como el recurso humano de la empresa, los clientes, la comunidad y el medio ambiente etc.

Actualmente estas organizaciones sin ánimo de lucro se ven influenciadas en las nuevas tendencias que se presentan en el marco de la globalización, la calidad, la productividad entre otras variables de desempeño que involucran su sostenibilidad y sustentabilidad económica, social y ambiental, por tal motivo estas organizaciones, no son ajenas a un ambiente de constantes cambios y por esto es importante analizar los factores relevantes que se presentan alrededor de ellas, teniendo la necesidad y exigencia de que las organizaciones de economía solidaria o de iniciativa social, deben gestionar adecuadamente sus fortalezas y debilidades como componentes internos de su estructura como organización y con base a ello auto-gestionar su comportamiento en la dinámica de sus entornos y en sujeta determinación de los grupos interesados o grupos de stakeholders con los cuales mantiene y funciona en sus relaciones como empresa y los impactos que genera en el ejercicio de su objeto social sobre éstos y éstos sobre ella.

Debido a que el fondo aún no ha realizado un diagnostico que le permita determinar el grado de responsabilidad social y según lo mencionado anteriormente , el Fondo de Empleados del Colegio de Educación media Fátima de Ocaña “FACECOLFA”, siendo una organización responsable en el ámbito social es fundamental para la empresa analizar el impacto de su desempeño en la gestión económica, social y ambiental, por tal motivo es necesario llevar a cabo un diagnostico que permita identificar el grado de responsabilidad social de la empresa., con el fin de que la incertidumbre no ocasione un alejamiento de oportunidades que el medio puede llegar a ofrecer a esta empresa, especialmente cuando la

responsabilidad social empresarial (RSE) es un asunto que le favorece a todas las empresas en la actualidad.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Cumple el Fondo de Empleados “FACECOLFA” Ocaña con la responsabilidad social?

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social del Fondo de Empleados “FACECOLFA” Ocaña.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

Identificar las acciones de responsabilidad social implementadas por el fondo de empleados en su gestión económica, social, ambiental.

Determinar el impacto que han generado las acciones de responsabilidad social del fondo.

Proponer el esquema de responsabilidad social empresarial que aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que vinculan el que hacer del Fondo de Empleados “FACECOLFA”

## **1.4 Justificación**

Las organizaciones de iniciativa social son reconocidas como agentes alternativos de la economía, calando en la denominada economía solidaria, la cual es definida por el art 2 de la ley 454 de 1998 como: Sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el

conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía; preocupándose por la “Responsabilidad Social Empresarial” para ser socialmente responsable siendo un requisito indispensable para que una empresa sea competitiva en el mercado.

Así mismo, hay que tener en cuenta que el fondo de empleados es una empresa asociativa, que no tiene ánimo de lucro, sino que su objetivo se inclina por el bienestar de sus asociados, además hay que recalcar la importancia que esta empresa tiene hacia la iniciativa social, preocupándose no solo por el bienestar de sus asociados, sino también por lo social, ambiental y económico con respecto al medio donde desempeña sus actividades.

Teniendo en cuenta el alcance y el impacto de las empresas de iniciativa social, se ve la necesidad de realizar un diagnóstico que determine el grado de responsabilidad social del fondo de empleados FACECOLFA, debido a que la responsabilidad social sea convertido en un factor muy importante para la empresa ya que está integra a toda la organización, fortaleciendo los sistemas de gestión, en términos de confiabilidad, transparencia y creación de valor para todas las partes interesadas (stakeholderds), además de promover los criterios mínimos para procesos voluntarios de verificación y auditoria ética social, mejorando sistemáticamente el desempeño social de las organizaciones, entonces, valorando la gestión de FACECOLFA, en lo económico, social y ambiental, y no simplemente bajo la óptica del resultado económico; buscando así darle solución al problema a través de información obtenida a cerca del desempeño de la empresa de iniciativa social buscando establecer la sustentabilidad de la misma desde el triple resultado económico, social y ambiental.

Por todo lo anterior se puede decir que el presente trabajo traerá claros beneficios para el fondo de empleados FACECOLFA, debido a que con la responsabilidad social empresarial que se determine, conlleva a la creencia en valores éticos, que guiarán la conducta empresarial de ésta y la relación que ella desarrolla con su entorno. Entre estos valores están el bien común, respeto a derechos humanos, la solidaridad, la transparencia, la honestidad y el desarrollo, que no solo se ejecutan cumpliendo las leyes vigentes, sino que debe implicar el desarrollo de iniciativas por parte de quienes pretenden asumir esta responsabilidad, actuando de forma propositiva y proactiva, de igual forma cabe resaltar que ayudara a conocer el impacto que ha generado la empresa en la sociedad durante los últimos periodos teniendo claro las nuevas tendencias de la globalización y a los constantes cambios a los que se enfrenta día a día.

La importancia de este proyecto tiene varios puntos de vista, como son la fuente de consulta para personas particulares y jurídicas relacionadas o interesadas con la RSE de las empresas de interés social. Igualmente, el grupo de investigación se beneficia, ya que obtendrá mayores conocimientos y llevara a la práctica los adquiridos durante toda la carrera profesional, además el enfoque de la investigación se estructura en el desarrollo local y regional, contribuyendo a la producción de conocimiento científico como respuesta a las necesidades regionales de las organizaciones para mejorar la productividad y competitividad y en su defecto, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, contribuye al desarrollo económico y social de la región.

## **1.5 Delimitaciones**

### **1.5.1 Delimitación Operativa**

Las principales dificultades que se presentaron en el logro de los objetivos fue la localización de las personas a encuestar ocasionando que no se recolectara rápidamente la información requerida para la investigación.

### **1.5.2 Delimitación Conceptual**

La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: estructura organizacional, empresa, responsabilidad social empresarial, programa de responsabilidad social empresarial, factor social, impacto ambiental, diagnóstico situacional, fondo de empleados y grupos de interés.

### **1.5.3 Delimitación Geográfica**

El presente trabajo se desarrolló en el municipio de Ocaña, Norte de Santander; en el fondo de empleados “FACECOLFA”

### **1.5.4 Delimitación Temporal**

El presente proyecto tendrá una duración aproximada de 8 semanas a partir de la fecha de aprobación del anteproyecto, como se muestra en el cronograma de actividades.

## Capítulo 2. Marco Referencial

### 2.1 Marco Histórico

2.1.1 Historia de la responsabilidad social empresarial en el mundo. Según (CÓDIGO R, 2005) La RSE surge en Estados Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60, a raíz de la Guerra de Vietnam y otros conflictos mundiales, como el apartheid. Despierta el interés en los ciudadanos que comienzan a creer que, a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente censurables. Tiene un impulso importante con la aparición del libro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard R. Bowen.

La sociedad comienza a darse cuenta del impacto de las empresas u organizaciones en su entorno y piden una mayor revisión de este efecto. Así, nace la responsabilidad social empresarial como una tendencia que no debe ser interpretada como una moda pasajera o un capricho. ¿Pero qué significa realmente? Podemos encontrar infinidad de conceptos. Revisemos algunos de ellos.

Es una nueva forma de hacer negocios, donde la empresa gestiona sus operaciones en forma sustentable en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras.

Es 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 o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables

cuando las actividades que realizan se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.(ARTÍCULOS CCRE).

También llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. (NAVARRO, 2011)

Conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.

**2.1.2 Historia de la responsabilidad social empresarial en Colombia.** El hablar de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es hablar de un tema que se está trabajando en el ámbito público y privado, como eje estratégico que con lleva competitividad, sostenimiento continuo y desarrollo en las organizaciones sin importar el sector productivo ni la actividad comercial a la que se dedique, y en la actualidad es una necesidad en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento. (Rojas, 2013)

Es tal su importancia que en Colombia, en el primer semestre del 2005 se llevaron a cabo cerca de 15 eventos donde la temática y problemática prioritaria era la Responsabilidad Social Empresarial, de ahí su categoría, eficacia y el beneficio que despierta y genera en todos los actores de la realidad nacional e internacional.

Es por ello que día a día se toman decisiones gerenciales enfocadas hacia el desarrollo de la RSE, que están enfocadas hacia el axioma e combinación de prácticas éticas y socialmente responsables a la gestión administrativa en todos sus campos de acción de la organización, que son necesarias en la generación de confianza en los nichos y segmentos de mercados en los cuales la organización hace presencia: esta actuación es asumir los resultados por aquello que se ha hecho, conocer el impacto de dichas actitudes, como también identificar los riesgos, debilidades, oportunidades y fortalezas que se presentan a una organización.

En Colombia se ha venido implementando la Responsabilidad Social Empresarial mediante un proceso que se puede caracterizar en tres momentos que precisan la evolución de la RSE, según James Austin, Gustavo Herrero y Ezequiel Reficco, estos momentos son los siguientes:

Relación filantrópica de naturaleza asistencial

Relación transaccional: cada uno de los socios (empresas y organizaciones de la sociedad civil, OSC) asume tanto un papel de dar como de recibir)

Relación integrativa: alianzas entre empresa y OSC, donde ambas trabajan en forma integrada y las fronteras organizacionales se hacen más porosas.

Acorde a Simón Zadek se podría concebir que las empresas al desarrollar su sentido de responsabilidad corporativa pasa por cinco etapas las cuales son:

Etapas defensivas: las organizaciones niegan prácticas, efectos o responsabilidades, lo hacen para defenderse contra ataques a su reputación que podrían en el corto plazo afectar las ventas, el reclutamiento, la productividad y la marca.

Etapa de cumplimiento: adoptan un enfoque de cumplimiento como un costo de hacer negocios, para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo debido a riesgos continuos de reputación y litigios.

Etapa de gestión: introducen el tema social dentro de sus procesos centrales de gestión para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo, y obtener ganancias de más largo plazo al integrar prácticas de negocios responsables en sus operaciones diarias.

Etapa de estrategia: integran el tema social en sus estrategias centrales de negocios para mejorar el valor económico a largo plazo y obtener ventajas al ser los primeros en alinear la estrategia y las innovaciones de procesos con el tema social.

Etapa civil: promueven una participación amplia de la industria en la responsabilidad corporativa para mejorar el valor económico en el largo plazo, sobreponiéndose a cualquier desventaja inicial y así obtener ganancias mediante la acción colectiva.

Se deduce de estas etapas que la Responsabilidad Social Empresarial tiene su propia historia de desarrollo y fortalecimiento. Una primera fase la determina la RSE no estratégica que la caracteriza la filantropía. Esta fase predomina en Colombia. Aclarado que la filosofía de la RSE no es filantrópica ni moda. La filosofía de la RSE va más allá.

Sin embargo, se ilustra esta situación con las donaciones que recibió la Fundación Colfuturo por valor de US\$ 30 millones, de parte de la empresa privada, para que a partir del 2010 mil estudiantes puedan realizar maestrías y doctorados en el exterior. El dirigente empresarial Sarmiento Angulo señaló que el interés de los empresarios es "contribuir de manera responsable al desarrollo y crecimiento del país, fomentando la competitividad y

productividad a través del aprendizaje y generación de conocimiento para nuestros profesionales, en las mejores universidades del mundo”. (USC)

La segunda fase histórica de la Responsabilidad Social Empresarial la constituye la RS Estratégica que la caracteriza el “Diálogo con los públicos de interés, auditoría y reportes de sostenibilidad, inversión social”. Las empresas que evidencian su Responsabilidad Social como moda se caracterizan por “salir a mostrar obras sociales en comunidades vulnerables, (dejando), de revisar cómo funcionan las cosas al interior..., (de ellas y en su entorno social).

Según (ACTIVO LEGAL) La Responsabilidad Social Empresarial encuentra su fundamento primario en el derecho Internacional, más específicamente en el Libro Verde de Responsabilidad Social de la Comisión Europea, publicado en el 2001. “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento”.

Esta definición pone sobre la mesa dos de las características básicas de la Responsabilidad Social Corporativa: la idea de ser un plus normativo y la voluntariedad del empresario; sin embargo esta no es la definición que ha sido acogida en nuestro país, aun cuando sí lo es de la Organización de las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo. De acuerdo con lo anterior, el concepto de Responsabilidad Social Corporativa se enmarcaría en esencia dentro de una serie de acuerdos voluntarios que las compañías se comprometen a cumplir y que generan un “Plus” o valor añadido sobre las mismas.

La Responsabilidad Social Corporativa en nuestro país, nace de la preocupación por la violación de los derechos humanos, los impactos negativos en el medio ambiente, el

desmejoramiento de la calidad de vida de la población, los escándalos corporativos por la ausencia de ética empresarial y el trabajo infantil, entre otros. De esto, Colombia hace parte de la Declaración del Milenio del año 2000 la cual contiene ocho objetivos para ser cumplidos por dichos países en el año 2015.

### **2.1.3 Historia de la responsabilidad social empresarial a nivel departamental.**

Fomanort, Un grupo de trabajadores querían prestar un servicio para el beneficio de los asociados y familiares, y con sus mismos aportes hicieron posible un Fondo de empleados denominado FOMANORT, creado el 12 de junio de 1985, cuando 113 educadores firmaron el acta de constitución en la biblioteca de ASINORT, animados por el Doctor Carlos Julio Mora Peñaloza, el Licenciado Luis Enrique Peñaloza Delgado y Eduardo Rodríguez Barón, con el fin de fomentar el ahorro y cristalizar la unión y solidaridad entre los educadores.

FOMANORT, inicia sus operaciones gracias a que ASINORT le prestó \$50.000 y una oficina de unos dos metros cuadrados. De tan pequeña cantidad de dinero como empezó y en una pequeña oficina prestada por el sindicato de educadores hoy en día cuenta con edificaciones propias en el sector céntrico de la ciudad y puntos de atención en Ocaña y Pamplona, también cuenta con más de 16.000 millones de activos. De tres empleados ad honoris cuando empezó y 113 asociados, actualmente contamos con 17 empleados y 3.500 asociados.

FOMANORT, con el fin de satisfacer las necesidades sociales, culturales y educativas de sus asociados, creó la Fundación de Investigaciones y Servicios Sociales FINEF el 13 de Agosto de 1999, cuya función es desarrollar programas de Educación y Servicios permanentes a todos los actores de la Fundación con responsabilidad, eficiencia y calidad. El 23 de julio de 2003 fundó el CLUB DEPORTIVO FOMANORT, cuya función principal es la

desarrollar programas competitivos en diversas disciplinas, además de programas terapéuticos y formativos.

FOMANORT, el 28 de noviembre de 2006 inaugura su agencia de viajes y turismo FOMATOURS E.U., con el objetivo de prestar a través de la agencia el servicio de recreación y turismo a sus asociados, empresas del sector solidario y al público en general, la cual contribuye al bienestar del cliente, con alternativas que satisfagan cada una de sus necesidades a través de los diferentes paquetes turísticos nacionales e internacionales.

El Fondo a lo largo de sus 25 años ha sido dirigido por el doctor CARLOS JULIO MORA PEÑALOZA, acompañado por un excelente grupo de trabajadores y directivos honestos que han marcado una ruta de éxitos y progreso. Su gerente ha sabido conjugar lo empresarial con los principios y valores del cooperativismo.

Esta premisa más su formación docente y jurídica, sumado a sus grandes dotes de líder, que lo impulsan a la actualización constante y al emprendimiento de nuevas ideas de negocio, han sido clave para que las Juntas Directivas de todos los periodos lo hayan confirmado siempre como el representante legal del fondo y Director de sus Unidades de Negocio.(FOMANORT)

**2.1.4 Historia de la responsabilidad social empresarial a nivel local.** De acuerdo a la investigación realizada se encontraron antecedentes históricos sobre la responsabilidad social empresarial en algunas empresas como:

**Crediservir.** Concibe la Responsabilidad Social como el grado de relación y respuesta que tiene la entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona y la desarrolla desde diferentes ángulos como normativo,

operacional, económico, social y ambiental, de la mano del ejercicio del objeto social: ahorro y crédito con sus asociados.

**Bancolombia.** Hemos avanzado en la consolidación de la educación como eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa y en este año implementamos nuestro programa de Educación Financiera dirigido a niños y a jóvenes, que se ampliará y llegará a más públicos con diferentes estrategias de pedagogía.

Durante 2010 también apoyamos el arte y la cultura, nos vinculamos a causas sociales, fortalecimos la identidad de país, buscamos incluir en el ámbito financiero a más personas, generamos empleo a más de 20.000 colaboradores en Colombia y en la región, acompañamos a nuestros empleados y a sus familias a vivir con mayor bienestar, mejoramos nuestra atención y servicio a los clientes, realizamos una gestión ambiental con colaboradores, clientes y proveedores, y contamos con el trabajo de la Fundación Bancolombia, entre otras acciones.

**Centrales Eléctricas (EPM).** La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el vehículo que nos conduce hacia esa meta y se materializa en los programas y actividades que adelantamos a lo largo del año como parte de la estrategia de EPM, inseparable de la dinámica de sus negocios y parte fundamental del lenguaje, de la cultura, del modo de ser de esta organización.

La comunidad y el medio ambiente, los proveedores, los servidores, el dueño, los clientes y todos nuestros grupos de interés se dan cita en estas páginas y es junto a ellos que presentamos esta suma de realizaciones del año 2010, producto del esfuerzo de todo un equipo humano que asume su trabajo con responsabilidad social y ambiental.

**Banco de Bogotá.** La responsabilidad del Banco de Bogotá ante la sociedad nace de reconocer el impacto que tienen nuestras operaciones sobre la vida de las personas y el entorno, es por lo anterior que identificamos unos ejes estratégicos que procuran reducir su impacto negativo al mínimo y potenciar el beneficio que podamos generar para la sociedad en general.

Continuamos avanzando en el diseño de la estrategia de responsabilidad social, la cual hemos comenzado a fortalecer gracias a la integración de buenas prácticas y la experiencia de BAC credomatic en asuntos estratégicos como la inclusión y la educación financiera, la responsabilidad con el medio ambiente y la inversión social.

Existen algunos fondos creados en Ocaña Norte de Santander por algunos trabajadores que veían la necesidad de confiar sus ahorros a este fondo para su beneficio y el de la misma empresa. Es así como se han ido creando diferentes fondos, algunos de ellos son: Faycen, Feiro. (REPOSITORIO UFPSO)

**FAYCEN**, El Fondo de Empleados del Colegio Francisco Fernández de Contreras nace un catorce de febrero de año 1984 en una reunión de profesores y empleados del colegio Francisco Fernández de Contreras con el nombre de grupo de ahorro y crédito de la Normal Francisco Fernández de Contreras, con treinta y nueve (39) asociados, quienes aportaron como cuota inicial doscientos (\$200) pesos cada uno. Desde el año 1984 hasta 1986 “Gaycen” funcionó como asociación sin personería jurídica, la cual fue concedida por el entonces Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas DANCOOP, el 26 de julio de 1986 y desde esa fecha se adoptó el nombre de Fondo de Ahorro y Crédito de la Normal Francisco Fernández de Contreras “FAYCEN” .

**Reseña histórica del fondo de empleados FACECOLFA Ocaña. (FACECOLFA)**

hace referencia a su reseña histórica: el Fondo de Empleados del Colegio de Educación media Fátima de Ocaña “FACECOLFA”, es una empresa asociativa de derecho privado, sin ánimo de lucro de personas y patrimonio variable e ilimitado, de responsabilidad limitada, creada el día 21 de junio de 1989 y reconocida jurídicamente por la cámara de comercio de Ocaña, por resolución No del 26 de Febrero de 1997, bajo el número 00000050 del libro 1 de las personas jurídicas sin ánimo de lucro, con vigencia indefinida.

En el año 1.986, un grupo de docente y empleados de servicios generales, en su mayoría pertenecientes al colegio de educación media Fátima del municipio de Ocaña, acordó aportar mensualmente una cuota de \$1000 en el propósito de constituir un fondo que les permitiera satisfacer una necesidad muy sentida: la recreación de cada uno de ellos y la de sus familiares.

El grupo humano, conformado de esa manera, realizó las primeras actividades recreativas visitando diferentes lugares, asunto que motivó a otros docentes a unirse a este colectivo de soñadores.

Después de varios años de integración voluntaria decidieron solicitar la legalización de esta pequeña sociedad como una empresa del sector de la economía solidaria. Como resultado de esta gestión, el departamento administrativo nacional de cooperativas, Dancoop, concedió personería jurídica No 01302 del 21 de junio de 1989, al Fondo de Ahorro y Crédito de Empleados del Colegio Fátima Ltda. “FACECOLFA”. Esta empresa se encuentra inscrita en la Cámara de Comercio de Ocaña, desde el 26 de febrero del año 1997 bajo el número 00000050 del libro primero de las personas jurídicas sin ánimo de lucro y es asociada de CONFECOOP ORIENTE.

En el momento esta empresa está formada por asociados que pertenecen a diferentes instituciones educativas oficiales de diferentes municipios, mayoritariamente de Ocaña, los cuales manifiestan satisfacción con los servicios que FACECOLFA les ofrece.

25 años de existencia legal como empresa solidaria han permitido ser considerada ejemplo de organización y posicionase, en nuestro medio, como un Fondo con alta moral comercial, cuyo propósito es el bienestar de sus asociados a través del cubrimiento de necesidades urgentes.

## 2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Temática sobre Responsabilidad Social Empresarial. Tiene como fundamento fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés. Uno de los objetivos de la RSE es la de fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés implementando procesos de responsabilidad social al interior, generando beneficios para las Empresas.

**-Responsabilidad social empresarial:** Según emitidos la RSE es definida bajo los siguientes conceptos:

(ONU) La Responsabilidad Social, es el compromiso voluntario que las empresas hacen para la mejora social, económica y ambiental. Quiere ir más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por hecho su respeto y su estricto cumplimiento. Bajo el concepto de administración y de management se engloban un conjunto de prácticas,

estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

La RS es sinónimo de transparencia de los inversores, de buen gobierno de las sociedades cotizadas, códigos éticos, iniciativas de acción social y mecenazgo cultural, entre otras iniciativas. Las organizaciones sociales desarrollan su misión a la vez que establecen vías de comunicación con la Administración y las empresas.

(OIT) la responsabilidad social es voluntaria, las empresa adoptan voluntariamente un comportamiento socialmente responsable yendo más allá de las obligaciones que les impone la ley, forma parte integrante de la gestión de la empresa, es sistemática y no ocasional.

Esta guarda relación con el desarrollo sostenible, no reemplaza el papel que desempeñan las autoridades públicas, ni a la negociación colectiva ni a las relaciones de trabajo.

(LIBRO VERDE DE RESPONSABILIDAD) La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del

ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

No obstante, la responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables.

**-Empresa.** Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece deberse, por lo menos en parte, que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo.

Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa

**-Responsabilidad Social Corporativa.** Es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la

calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general.

- **Ventajas de la Responsabilidad Social para la Empresa.** Además de contribuir a la sociedad, a la conservación y protección de los recursos naturales y al medio ambiente en general; la responsabilidad social empresarial resulta con frecuencia también favorable para la empresa en términos económicos; representando una inversión que repercute en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo.

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes.

Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también con miras al futuro.

La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad,

mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas". Según (SOTO)

- **Áreas de la R.S.E.** Las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden lo relativo a “los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”.

Las siguientes cinco áreas de RSE, son evaluadas como indicadores del grado de desarrollo de la RSE de una empresa. Estas son: Valores y Principios Éticos. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo. Apoyo a la Comunidad. Protección del Medio Ambiente. Marketing Responsable. (FUNDACIÓN CORDON)

- **Apoyo a la Comunidad.** Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad. La empresa hoy tiene que comprometerse en áreas de la sociedad, tales como educación, salud, empleo.

-**Protección del Medio Ambiente.** Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal.

Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

- **Aspectos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial.** Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable. Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social, Promueve el desarrollo humano sostenible, Protege los derechos humanos. Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.

- **Propósito de la Responsabilidad Social.** Fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders).

Implementar procesos de responsabilidad social al interior, generando los Sigüientes beneficios: Aumento de la productividad y la rentabilidad, Fidelidad y aprecio de sus clientes, Confianza y transparencia con los proveedores, Compromiso y adhesión de sus empleados, Respaldo de las instancias gubernamentales, Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad, Oportunidades para nuevos negocios; entre otros.

La Responsabilidad Social Empresarial previene los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen y mercado y puede llevar a la desaparición del negocio.

-**Aplicación de la Responsabilidad Social.** La responsabilidad social empresarial se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente con unos principios básicos de gestión.

La forma en cómo cada empresa implementa su responsabilidad social depende del sector al que pertenezca, así como las particularidades e intereses de sus stakeholders, el

modelo implementación de responsabilidad social empresarial desarrollado por el CCRE se compone de cinco pasos básicos para orientar las acciones que desarrolla la empresa hacia una gestión socialmente responsable, esos pasos son los siguientes:

Identificación y línea base de sus prácticas y caracterización de la responsabilidad social empresarial. Configuración de la gestión de responsabilidad social empresarial y definición de ejes de trabajo.

**2.2.2 Fondo de empleados.** Los Fondos de empleados son empresas asociativas de derecho privado sin ánimo de lucro constituidas por trabajadores dependientes, subordinados o asalariados de instituciones o empresas públicas o privadas con la característica de destinar sus excedentes a la prestación de servicios de carácter social y al crecimiento de sus reservas.

Las asociaciones mutuales son personas jurídicas de derecho privado, sin ánimo de lucro, constituidas libre y democráticamente por personas naturales, inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda recíproca frente a riesgos eventuales y satisfacer sus necesidades mediante la prestación de servicios de seguridad social.(CCA)

## **2.3 Marco Teórico**

**2.3.1 Teoría de los stakeholders.** La palabra “stakeholder” se ha hecho popular desde que Freeman la propuso definiéndola como: “un grupo o individuo que puede afectar o es afectado por la realización de los objetivos de la organización”, pues ha venido creciendo la conciencia de esos efectos, los cuales siempre son, en algún sentido, al menos de doble vía. Aunque se suele citar a Freeman como el punto de referencia de la teoría de los stakeholders, el mismo Freeman se refirió a un memorando interno del Instituto de investigaciones de

Standford de 1963 como un uso temprano del término; Otros autores encontraron usos del término incluso antes de los años 30 del siglo XX.

Stakeholders es una palabra que tiene diversos usos tanto para la gestión estratégica, la ética de los negocios, la contabilidad social y la medición del desempeño; por lo general ha estado asociada a la gestión estratégica de la responsabilidad social de las empresas entendida como proceso de desarrollo y cambio organizacional. En realidad, se trata de una concepción que puede articular la gestión de la Responsabilidad Social desde la planeación hasta la contabilidad social, que podría considerarse como una contabilidad integral de todos los procesos, a través de los cuales la empresa rinde cuentas a la sociedad; en esta perspectiva, la contabilidad financiera sería tan sólo un proceso dentro de la contabilidad social, referido al stakeholder propio de los dueños, socios o inversionistas de la empresa.

A través de la contabilidad social se busca hacer transparentes los procesos de una organización, para que la sociedad esté mejor informada sobre sus operaciones, de manera que se puedan potenciar sus efectos positivos y tomar acciones correctivas cuando se trate de acciones que no beneficien a la sociedad. Se trata entonces, de una forma novedosa de mejorar las interacciones entre las empresas y la sociedad, en el sentido de permitir a la sociedad incidir en la transformación pacífica de las empresas en la línea de construcción de procesos de beneficio social.

La concepción de orientar la ética de las empresas hacia una gestión de responsabilidad con los stakeholders no sólo es coherente con la comprensión de los sistemas sociales como complejos y auto constituidos, sino también con la comprensión de las empresas como sistemas de interacciones complejas. La pregunta ética de fondo es si se trata de transformar este sistema a través de la violencia, o de si es posible construir otro orden social renunciando

a la violencia, pero de manera que ese orden social busque operar sin exclusiones, o al menos, sin las exclusiones que identificamos en el actual orden mundial.

Cuando se trata de la gestión de la responsabilidad social, se debate el asunto de la priorización de los stakeholders, si existen unos primarios y otros secundarios, si hay unos que no importan y otros que tienen derechos efectivos que las empresas reconocen; por ejemplo, el profesor Mitchel en 1997 propone medir la prominencia de cada stakeholder, que consiste en su poder, urgencia y legitimidad, para proceder a decidir cómo priorizar las necesidades de ese stakeholders; si un grupo presenta estas características, requiere una gran atención y debe ser priorizado en el manejo estratégico de la empresa.

**2.3.2 La teoría de la legitimación.** Según la definición de (HERANDEZ) Tal hipótesis nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad, y es el resultado de la aplicación del estudio de los negocios éticos. La legitimación en los business ethics subsiste en la organización cuando los objetivos y modos de operar son acordes con las normas sociales y los baluartes de la comunidad.

La empresa en esta idea se configura y expresa con un enfoque institucional considerada como organización social coordinadora de recursos y con capacidad de influencia, incluso en la legislación, los gustos y preferencias de los consumidores y en la opinión pública, yendo más allá que la stakeholders theory.

En esta teoría se dice que, el quehacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores en que una sociedad se ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas autenticando las actuaciones que las organizaciones habrán de considerar entre sus objetivos con identificación total a su entorno.

Incluso la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de ésta.

De acuerdo con la idea de Gray et. al., [1996: 48] en la teoría de los partícipes se introduce una segunda variante en la que no sólo se toman en cuenta las necesidades y posibilidades de los stakeholders, sino que va más allá y añade a dicha concepción teórica, conflictos y disentimientos. Se argumenta que la empresa puede solamente compenetrarse con la sociedad si su sistema de valores es congruente y acorde con esta última, lo que representa una cantidad importante de amenazas a la legitimidad de la organización, si ésta no las considera en forma idónea y oportuna.

Del respeto a la legislación y los acuerdos que establecen sus propios principios y valores, la empresa se adapta a su entorno social en busca de legitimación, de no hacerlo así, le puede acarrear una serie importante de problemas (legales o de tipo social), que podrían ir desde la pérdida de confianza y credibilidad hasta el pago de multas o sanciones por su falta de lealtad y compromiso para con la sociedad.

La legitimación del sistema de valores en el que la empresa se constituye debe estar muy por encima de las propias tradiciones y expectativas que la sociedad tiene y debe adaptarse constantemente a su dinamismo, requerimientos y preferencias garantizando la atención inmediata de las necesidades de cada uno de los participantes, e incluso excediendo las perspectivas sociales (que quizá sean muy cambiantes) y a las que deberá anticiparse oportunamente con una actuación proactiva adecuada.

Sí en algunos casos es difícil o imposible que la empresa esté en posibilidad de adelantarse a los hechos y no sea posible identificar situaciones críticas, una medida posible es que trate de aminorar o poner remedio definitivo a los problemas y a los efectos de sus

debilidades, con el fin de reducir los obstáculos que encuentre en el entorno en el que se desenvuelve.

Es muy importante señalar que, al igual que en la teoría de los partícipes, la organización debe manifestar su legitimación a través de la emisión de resultados que puedan ser por todos conocidos (aún cuando en este caso no son completamente identificables por la empresa cada uno de los stakeholders). Así, las memorias de RSE son estrictamente esenciales para refrendar su actuación con legitimidad. La contabilidad como la información emitida se ven influidas por conceptos e ideas que imperan en el contexto social en que se desenvuelven, tratando de normalizar los comportamientos de individuos y procesos que sean útiles para legitimar acciones de las firmas para que prevalezcan intereses auténticos y naturales en la empresa.

## **2.4 Marco Legal**

**2.4.1 Constitución Política de Colombia.** Los siguientes artículos de la Constitución política determinan cursos de acción y/o principios de comportamiento relativos a los temas de la RSE, los cuales se explican a continuación. (CPC)

Los artículos 53, 54, 55, 56 y 57, determinan las relaciones con los trabajadores bajo el amparo de un estatuto del trabajo que considere, en concordancia con lo que la ISO 26000 define como prácticas laborales, la igualdad de oportunidades para los trabajadores, remuneración, estabilidad, irrenunciabilidad a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso.

Artículo 53. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo;

estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad.

El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

Artículo 54. Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los 40 minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

Artículo 55. Se garantiza el derecho de negociación colectiva para regular las relaciones laborales, con las excepciones que señale la ley. Es deber del Estado promover la concertación y los demás medios para la solución pacífica de los conflictos colectivos de trabajo.

Artículo 56. Se garantiza el derecho de huelga, salvo en los servicios públicos esenciales definidos por el legislador. La ley reglamentará este derecho. Una comisión permanente integrada por el Gobierno, por representantes de los empleadores y de los trabajadores, fomentará las buenas relaciones laborales, contribuirá a la solución de los

conflictos colectivos de trabajo y concertará las políticas salariales y laborales. La ley reglamentará su composición y funcionamiento.

Artículo 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.

Artículo 58. De la Constitución, en correspondencia con lo que define la ISO 26000 participación activa y desarrollo de la comunidad, determina el alcance de la propiedad privada y el alcance de sus derechos cuando dicha propiedad se constituye en un bien de utilidad pública o interés social, todas veces que la Constitución determina que la propiedad es una función social que implica obligaciones.

El artículo 333 de la Constitución, contiene varias premisas que se enmarcan dentro de lo que la ISO 26000 desarrolla como materias fundamentales. Cuando determina la libertad de la actividad económica y la iniciativa privada dentro de los límites del bien común y establece que la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades, está impartiendo principios para que las organizaciones mantengan una conducta ética en sus transacciones con otras organizaciones, aspecto que está comprendido en la ISO 26000 denominado prácticas justas de operación.

El artículo 83 determina la presunción de la buena fe en las actuaciones de las autoridades públicas, aspecto que lo contempla la ISO 26000 ofreciendo pautas y mecanismos para su desarrollo en la materia fundamental denominada prácticas justas de operación.

**2.4.2 Ley 454 de 1998.** Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la

Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones. (Alcaldía de Bogotá)

**2.4.3 ISO 26000.** Será una guía que emitirá lineamientos en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés).

Se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) que publicará la certificación en el 2010.

Esta norma intenta que las organizaciones se logren involucrar con sus partes interesadas como lo son los grupos de interés, haciendo énfasis en que su desempeño interno y externamente sea una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz. Se busca mediante un comportamiento ético y transparente contribuir al desarrollo sostenible incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, considerando las expectativas de las partes interesadas, cumpliendo con la legislación aplicable siendo coherente con la normativa internacional de comportamiento.

**2.4.4 GTC 180.** Esta norma proporciona directrices para un enfoque de gestión socialmente responsable en las organizaciones y comparte principios comunes con otros sistemas e instrumentos de gestión. Por tanto, forma parte de una gestión voluntaria que va más allá del marco legal, que corresponde a una época en que las organizaciones y la comunidad internacional están adquiriendo una nueva comprensión de la importancia de crear un entorno equitativo y sostenible para el desarrollo y el bienestar de las personas.

El concepto de responsabilidad social ha venido adquiriendo mayor definición, legitimación, exigencia y aval entre la comunidad internacional y en el mundo de las relaciones entre organizaciones. Así, ha pasado a ser una exigencia de la sociedad contemporánea y de la economía global, y un factor cada vez más importante en las decisiones sobre inversión, producción y comercialización.

La responsabilidad social implica una visión integral de la sociedad y su desarrollo, que comprende las dimensiones social, ambiental y económica de las organizaciones, y entiende que el crecimiento económico y la productividad están asociados con las mejoras en la calidad de vida de las personas y la vigencia de organizaciones comprometidas con las libertades y los derechos humanos. Y el cuidado del medio ambiente.

El impacto de la organización se extiende a las partes interesadas (stakeholders) tanto en el ámbito externo, con los clientes (usuarios o consumidores), con los proveedores con otras organizaciones, con el estado y con la comunidad; así como en el ámbito interno, con los colaboradores, trabajadores, directivos y con los asociados, entre otros.

Una gestión socialmente responsable alcanza una nueva frontera de beneficios para las organizaciones contemporáneas, entre los que cabe destacar: estrecha las relaciones y genera fidelidad y satisfacción creciente con las diferentes partes interesadas; establece un marco de gestión basado en el desarrollo sostenible; protege e incrementa la reputación de la organización; entre otros aspectos.

**2.4.5 Proyecto de Ley 031 de 2007.** Por la cual se definen normas sobre la Responsabilidad Social y medioambiental de las empresas y se dictan otras disposiciones. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño,

desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales y ambientales responsables basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales. (SENADO DE LA REPUBLICA, 2007)

**2.4.6 Proyecto de Ley 153 de 2006.** Por la cual se reglamenta la Responsabilidad Social de las empresas, y se dictan otras disposiciones. Las normas contenidas en esta ley deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades. Las empresas deberán tener en cuenta en el giro de sus negocios una valoración del impacto ambiental, social, económico y financiero en cada una de sus actividades. La opinión de los accionistas será consultada y deberá responderse cualquier opinión expresada por estos sobre un proyecto en particular. (Senado de la Republica, 2006)

**2.4.7 Proyecto de ley 058 de 2009** Por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales. (Congreso de Colombia, 2009)

**2.4.8 Proyecto de ley 070 de 2010.** El proyecto publicado en Gaceta 494 de 2010 del Congreso de la república de Colombia definió instrumentos de carácter eminentemente voluntario para la promoción de un comportamiento empresarial socialmente responsable, el

mismo proyecto circunscribe a la protección de la niñez y la prevención y reparación de los daños ambientales. En tal sentido, el articulado del proyecto propone entre otras disposiciones: El establecimiento de incentivos para micro y pequeñas empresas que se acojan a la ley (artículo 3°); la obligación a las empresas que se acojan a la ley de presentar un informe anual (artículo 5°); advierte sobre la potestad del Gobierno Nacional de crear un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (artículo 7°) y un certificado de responsabilidad social empresarial (artículo 8°).

El proyecto mismo define la responsabilidad social empresarial como la “forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema” Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial-CCRE.

La Responsabilidad Social Empresarial es concebida actualmente como una herramienta gerencial, orientada a armonizar la gestión de una organización, de tal manera que atienda sus intereses financieros y económicos y de respuesta en el mismo nivel, a los aspectos sociales y ambientales que le son inherentes al desarrollo de su actividad. Se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente y con unos principios básicos de gestión.

Concebida como parte de una estrategia de negocio, la RSE genera diversos beneficios entre los que se puede mencionar el aumento de la productividad y la rentabilidad, compromiso y adhesión de sus empleados, disminución de riesgos operacionales, incremento

en la participación del mercado, incremento del valor de la empresa, entre otros. Así como menores costos de operación, menor consumo de materias primas, reducción de la generación de residuos, conservación. (Senado de la Republica, 2010)

## Capítulo 3. Diseño Metodológico

### 3.1 Tipo de Investigación

Siendo la investigación el proceso mediante el cual un sujeto se encamina hacia los hechos para obtener, respecto a ellos, un conocimiento, es preciso realizar una serie de etapas que permitan desarrollar con éxito el proceso y poder resolver el problema o la oportunidad que se presenta dentro de una empresa o una actividad cualquiera.

El tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva, la cual consistió en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

El proyecto a desarrollar se realizó teniendo en cuenta este tipo de investigación, ya que se hizo un diagnóstico que midiera el grado de responsabilidad social empresarial del fondo de empleados “FACECOLFA” Ocaña

### 3.2 Población y Muestra

**3.2.1 Población.** La población que se consideró para la investigación, estuvo conformada por 108 asociados del fondo de empleados FACECOLFA Ocaña.

**3.2.2 Muestra.** El proceso para seleccionar la muestra es a través de una fórmula estadística como a continuación se relaciona:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

**Donde,**

$n$  = Muestra

$N$  = Población total = 108

$e$  = Margen de error = 5% = 0.05

$p$  = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

$q$  = Proporción de Rechazo = 50% = 0.5

$Z$  = Nivel de confianza = 95% = 1.96

**Entonces,**

$$n = \frac{(1.96)^2 * 108 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2(108 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{103.72}{1.2279}$$

$$n = 84.5$$

$$n = 85 \text{ asociados}$$

Si se encuestan a 85 personas, el 95% de las veces el dato real estará en el intervalo 5% respecto al dato observado en la encuesta.

**Viabilidad de la muestra.**

$$s = \sqrt{\frac{P * Q}{n}} = \sqrt{\frac{0.5 * 0.5}{85}} = 0.05$$

### [3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información](#)

La técnica que se utilizó para la recolección de la información, es el cuestionario, y el instrumento, la encuesta, la cual será aplicada directamente a los asociados del fondo de empleados FACECOLFA Ocaña, por los autores del proyecto a la muestra seleccionada a juicio permitiendo la recolección de datos primarios los cuales conllevará al desarrollo del mismo. (Ver apéndice A).

**Fuentes primarias.** Para la recolección de datos se aplicó la encuesta debidamente orientada, con la cual se obtuvo información para el adecuado desarrollo del estudio dando paso a la planeación y ejecución de las acciones.

**Fuentes secundarias.** Hace referencia a las informaciones complementarias, la cual es obtenida a través la normatividad legal, económica y datos aplicables al sector donde se puede ubicar este proyecto.

### **3.4 Análisis de la Información**

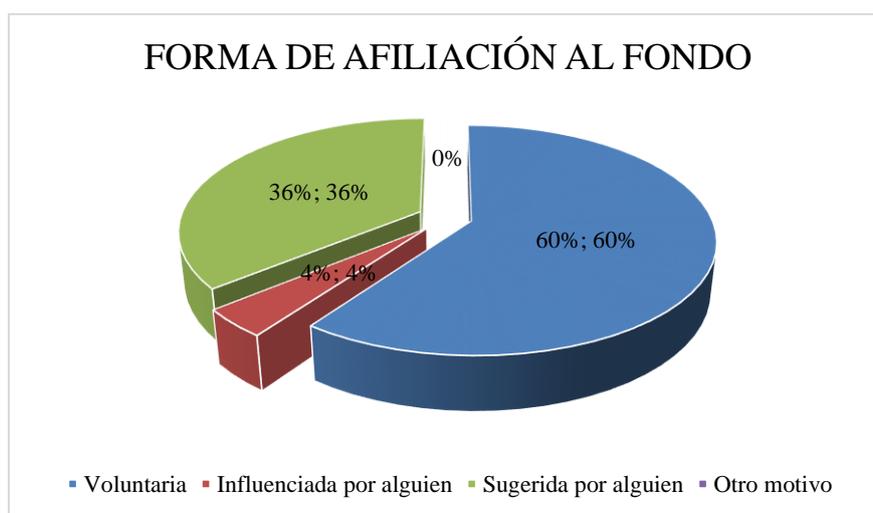
Los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de la información, fueron analizados cuantitativamente a través de tablas y gráficas, es decir; que nos permitieron conocer numéricamente el valor porcentual de los resultados obtenidos; de igual forma se realizó un análisis de cada respuesta para la forma cualitativa mostrándonos las características que nos permitieron desglosar las cualidades de los resultados.

**3.4.1 Análisis de resultados:** A continuación se presentaran los resultados que arrojaron las encuestas realizadas a los asociados del fondo de empleados FACECOLFA, cabe resaltar que la muestra que se utilizó para la recolección de la información fue de 85 asociados.

**Tabla 1.**

Su afiliación al fondo fue

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Voluntaria	51	60%
Influenciada por alguien	3	4%
Sugerida por alguien	31	36%
Otro motivo	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.**Grafica 1.** Su afiliación al fondo**Nota fuente:** Autores de la investigación.

De la gráfica anterior se puede destacar que el 60% de los asociados manifiestan que su afiliación al fondo ha sido de manera voluntaria, de igual forma un 36% de ellos aseguran que su afiliación ha sido sugerida por alguien más.

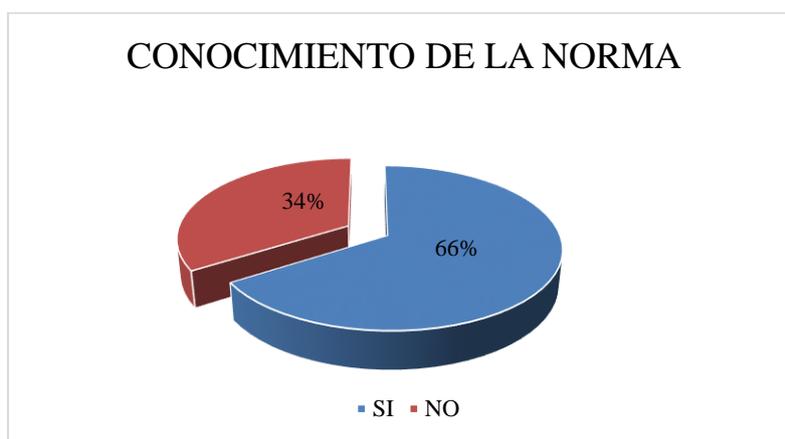
Cabe resaltar que la muestra que se seleccionó para la recolección de la información fue de 85 asociados de quienes el 4% expresan que su afiliación ha sido influenciada por alguien más, en este caso por personas que tienen varios años siendo asociados del fondo de empleados FACECOLFA.

**Tabla 2.**

*Conoce la norma que regula a los fondos de empleados*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	56	66%
No	29	34%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 2.** Conoce la norma que regula a los fondos de empleados

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Los resultados arrojaron que los asociados si conocen la norma que regula a los empleados, pues el 66% expresa que si la conocen, motivo por el cual es importante mencionar que es la norma rectora de la forma asociativa conocida como Fondos de Empleados para adecuarla a las condiciones sociales, económicas, políticas y culturales que determinan el quehacer de estas empresas.

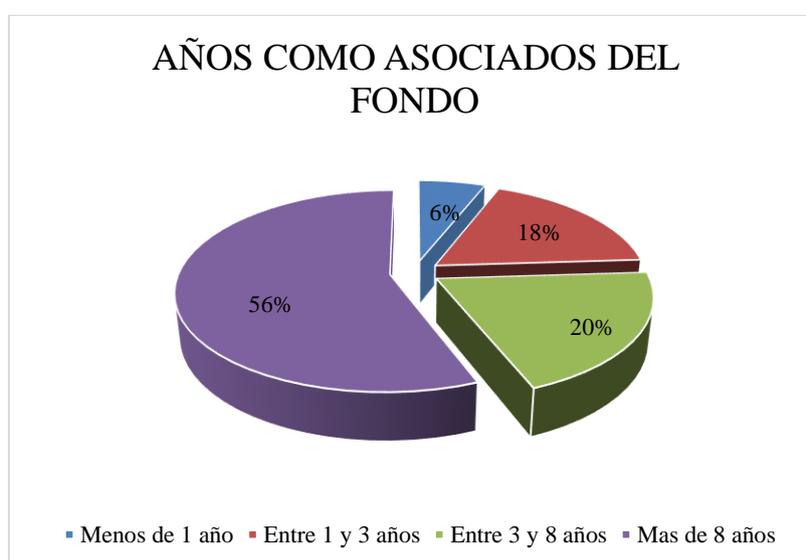
Del mismo modo se puede mencionar que el 34% restante de la muestra encuestada expresa que no tiene conocimiento de la norma que regula los fondos de empleados, ya que no se les ha proporcionado la información adecuada para conocer de dicha norma.

**Tabla 3.**

*Cuántos años lleva como asociado del fondo de empleados FACECOLFA*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 año	5	6%
Entre 1 y 3 años	15	18%
Entre 3 y 8 años	17	20%
Más de 8 años	48	56%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 3.** Cuántos años lleva como asociado del fondo de empleados FACECOLFA

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Teniendo en cuenta la antigüedad del Fondo de empleados FACECOLFA, el cual cuenta con 27 años de funcionamiento, según los resultados obtenidos muchos de sus asociados manifestaron que su antigüedad en el fondo es mayor a los 8 años viéndose reflejado en un 56% de los encuestados, estos consideran que su permanencia se debe a que la empresa les ofrece excelentes servicios que les permite satisfacer algunas de sus necesidades.

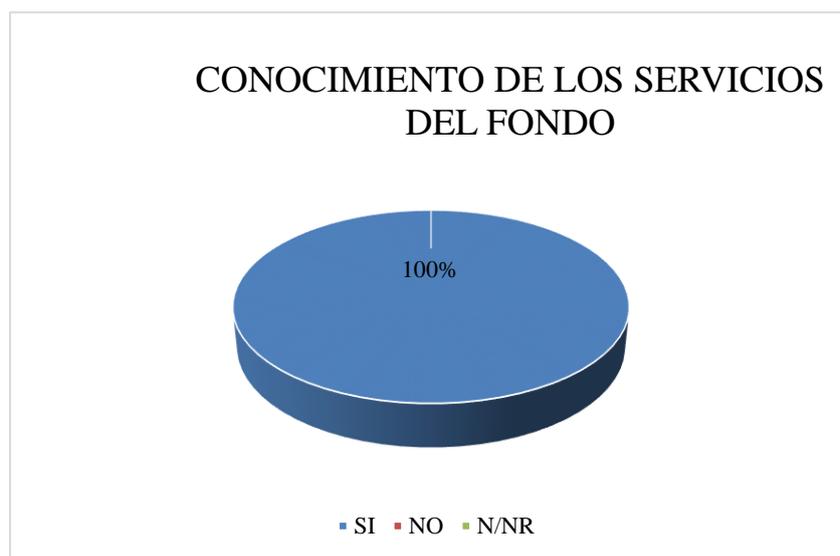
De la misma manera se puede ver en la gráfica que el 20% de la muestra lleva vinculada al fondo entre tres y ocho años considerando de igual forma que se les ofrece excelentes servicios; cabe resaltar que el 18% de los asociados que llevan entre uno y tres años como miembros del fondo aspiran seguir siendo parte de la empresa. Así mismo el 6% de la muestra restante comentan que llevan menos de un año como asociado del fondo.

**Tabla 4.**

*Conoce usted los servicios que ofrece el Fondo de empleados FACECOLFA*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	85	100%
No	0	0
NS/NR	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 4.** Conoce usted los servicios que ofrece el Fondo de empleados FACECOLFA

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Según la gráfica anterior el 100% de los asociados encuestados manifestó que tienen conocimiento de los servicios que ofrece el fondo, mencionando algunos de ellos, como lo

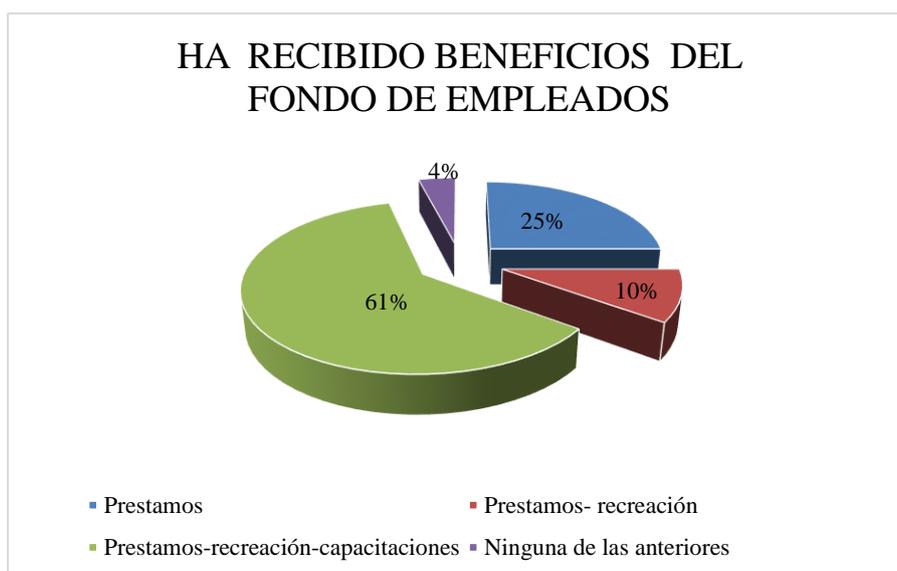
son: los préstamos ordinarios, educación, recreación, solidaridad, préstamos de emergencia, salud, ahorro, compra con tarjetas, convenios con entidades; entre otros.

**Tabla 5.**

*Que beneficios ha recibido del fondo de empleados*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prestamos	21	25%
Prestamos- recreación	9	10%
Prestamos-recreación-capacitaciones	52	61%
Ninguna de las anteriores	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 5.** Que beneficios ha recibido del fondo de empleados

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

Según los resultados arrojados por las encuestas el 61% de los asociados expresan que son muchos los beneficios que reciben del fondo de empleados, tales como; préstamos, recreación y cursos de capacitación. Así mismo el 25% de los encuestados manifiestan que solo reciben beneficios en préstamos y recreación pues consideran que el fondo es solidario en momentos de emergencia además de brindarles momentos lúdicos y recreativos a ellos

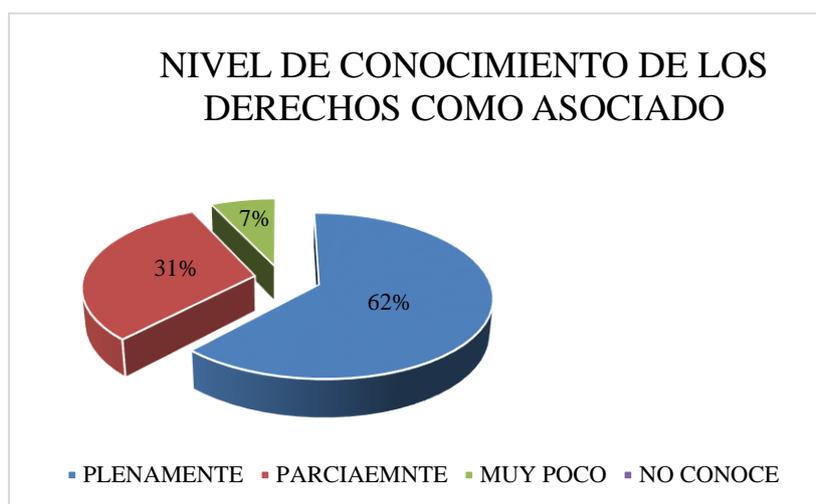
como a sus familiares. De igual forma cabe resaltar que el 4% restante opinan que no se le han recibido beneficios por parte del fondo, debido a que llevan poco tiempo vinculados.

**Tabla 6.**

*En qué nivel conoce usted los derechos como asociado*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plenamente	53	62%
Parcialmente	26	31%
Muy poco	6	7%
No conoce	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 6.** *En qué nivel conoce usted los derechos como asociado*

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Una empresa legalmente constituida como lo es el Fondo de empleados FACECOLFA Ocaña, debe dar a conocer a sus asociados cuales son los derechos que estos tienen por ser miembros de la organización, por tanto se puede decir que el 62% de los encuestados conoce plenamente cuáles son esos derechos fundamentales que tienen como asociados, los cuales están estipulados en los estatutos y reglamentos tales como; utilizar y recibir los servicios que

ofrece el fondo, participar en las actividades del fondo y en su administración mediante el desempeño de cargos sociales, entre otros.

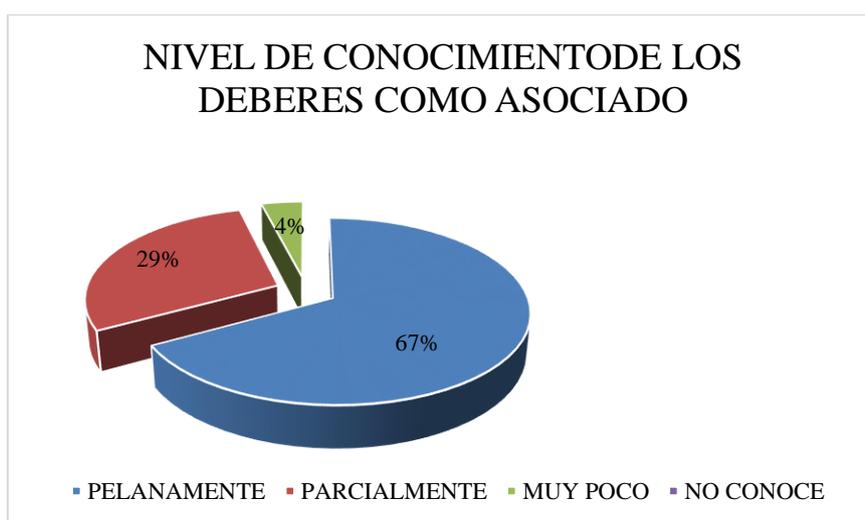
Cabe resaltar que el 31% de los encuestados tiene un conocimiento parcial de esos derechos y el 7% consideran que sus conocimientos son muy pocos; es importante resaltar que el fondo como una empresa legalmente constituida debe dar a conocer a sus asociados toda la información pertinente para que estos conozcan con exactitud esos derechos que tienen por ser asociados al fondo.

**Tabla 7.**

*En qué nivel conoce usted los deberes como asociado*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plenamente	57	67%
Parcialmente	25	29%
Muy poco	3	4%
No conoce	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 7.** En qué nivel conoce usted los deberes como asociado

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

De la gráfica anterior se puede apreciar que el 67% de los asociados encuestados conocen plenamente los deberes que tienen como asociados al fondo establecidos en los estatutos y reglamentos según el decreto 1481 de 1989, así mismo el 29% de estos asociados manifiesta que su conocimiento es parcial con respecto a los deberes con criterio de igualdad tales como cumplir oportunamente las obligaciones de carácter económico y demás derivadas de su asociación al fondo, entre otras obligaciones que deben cumplir.

Es importante mencionar que un bajo porcentaje de los encuestados en este caso el 4% tiene muy poco conocimiento de esos deberes fundamentales que deben cumplir como asociados.

**Tabla 8.**

*Sabe usted qué es Responsabilidad Social Empresarial*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	43	51%
No	42	49%
NS/NR	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Gráfica 8.** Sabe usted qué es Responsabilidad Social Empresarial

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

La responsabilidad social empresarial es vista como un compromiso social con el medio que rodea a la empresa, y en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar la organización; es así como el 51% de los encuestados definieron la responsabilidad social.

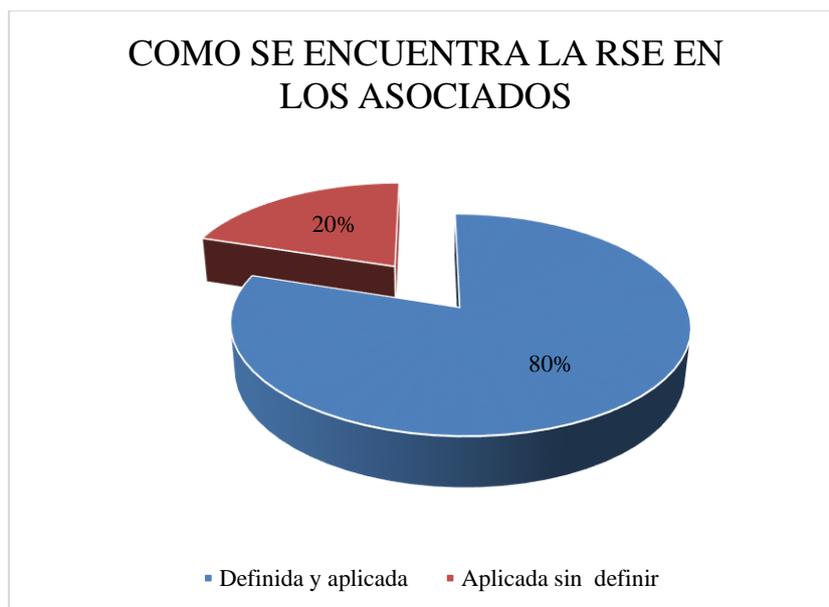
Así mismo el 49% de los encuestados expresan que no saben su significado, pero opinan que están interesados en conocer sobre la RSE; pues consideran que es de gran importancia y que éste repercute en la competitividad del fondo, porque la productividad de una empresa no solo depende de sus ventajas técnicas y económicas, ahora son fundamentales el manejo ambiental y la estabilidad social de la comunidad en que se desarrolla.

**Tabla 9.**

*Teniendo en cuenta los grupos de interés del fondo, cómo se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial en cada uno de ellos*

<b>ITEM ASOCIADOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Definida y aplicada	68	80%
Aplicada sin definir	17	20%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 9.** Teniendo en cuenta los grupos de interés del fondo, cómo se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial en cada uno de ellos

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Según el criterio de los asociados y como se ve reflejado en la gráfica anterior, el 80% de los encuestados expresan que la responsabilidad social empresarial se encuentra definida y aplicada para el grupo de interés del fondo en este caso los asociados; es importante resaltar que no se tiene conocimiento de los otros grupos de interés como lo son los trabajadores, el gobierno y la comunidad en general.

Así mismo se puede decir que el 20% de los encuestados manifiestan que la responsabilidad social empresarial se encuentra aplicada pero no está definida en ningún grupo de interés del fondo,

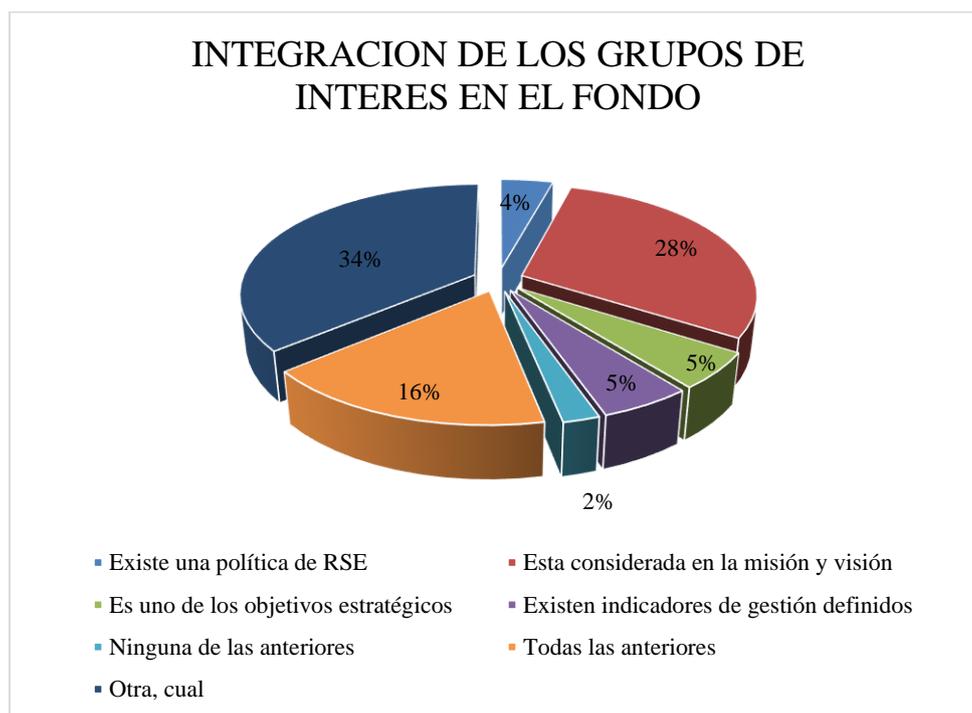
**Tabla 10.**

*Según la respuesta anterior como está integrada la misma dentro del Fondo*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Existe una política de RSE	3	4%
Está considerada en la misión y visión	24	28%

Es uno de los objetivos estratégicos	4	5%
Existen indicadores de gestión definidos	4	5%
Ninguna de las anteriores	2	2%
Todas las anteriores	14	16%
N/S N/R	34	40%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 10.** Según la respuesta anterior como está integrada la misma dentro del Fondo

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

Según los resultados arrojados por las encuestas se pudo determinar que el 34% de los encuestados manifestaron que no tienen conocimiento de cómo se encuentra la responsabilidad social empresarial integrada dentro del fondo. Sin embargo el 28% de los asociados expresan que la RSE está considerada en la misión y visión de la organización, cabe resaltar que la muestra que se utilizó para recolectar la información fue de 85 asociados en total.

De igual forma es preciso destacar que el 14% consideran que la responsabilidad social empresarial está integrada en la misión y visión, que existe una política de RSE, que es un

objetivo estratégico además de existir un indicador de gestión definidos. Por último y con la misma importancia se ve reflejado que el 4% de los asociados piensan que se encuentra integrada en los aspectos antes mencionados.

Cabe resaltar que no hay concordancia con las respuestas arrojadas en la pregunta debido a que anteriormente se analizó que el 80% de los asociados consideran que la RSE está definida y aplicada, pero el 34% de ellos no tiene conocimiento de cómo se encuentra integrada la misma dentro del fondo de empleados FACECOLFA, y es preciso decir que ellos no tienen claramente conocimiento del significado de responsabilidad social pues lo ven relacionado con la parte operativa de la empresa y con el bienestar que se les brinda.

**Tabla 11.**

*Se reportan los resultados de Responsabilidad Social a los grupos de interés*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	60	71%
No	25	29%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 11.** Se reportan los resultados de Responsabilidad Social a los grupos de interés

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

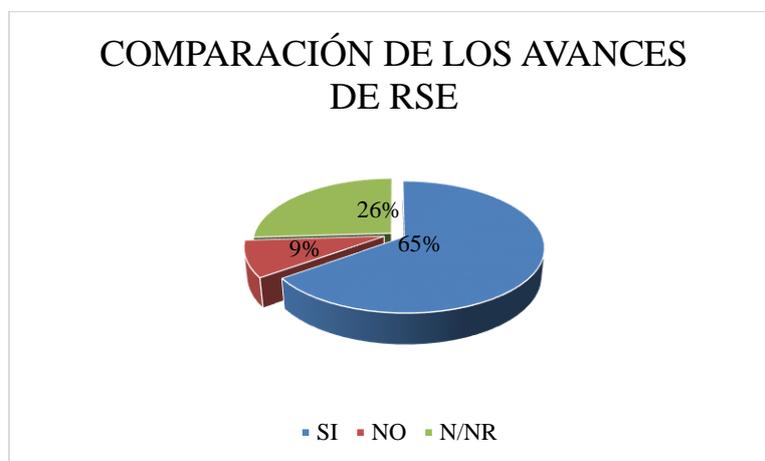
Como se observó en la gráfica 11, el 71% de los encuestados afirman que en el fondo se hacen los reportes de los resultados de responsabilidad social empresarial a los grupos de interés, en este caso en la parte económica, debido a que a través del ahorro se están reportando los resultados. Por otro lado el 29% de la muestra manifiesta que estos resultados no son reportados correctamente.

**Tabla 12.**

*Se comparan los avances en materia de Responsabilidad Social con los ejercicios anteriores realizados año a año*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	55	65%
No	8	9%
NS/NR	22	26%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 12.** Se comparan los avances en materia de Responsabilidad Social con los ejercicios anteriores realizados año a año

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

El fondo de empleados ha realizado comparación de los avances de responsabilidad social con los ejercicios realizados en años anteriores, manifestado así por el 65% de los asociados encuestados, estos consideran que es de vital importancia que el fondo realice esas

comparaciones pues se analiza cada año cuales son las fortalezas que cumple a diario para ser un fondo de empleados socialmente responsable, además porque les permite conocer cuales las falencias que tiene la empresa para así poder realizar acciones de mejora.

También se puede observar en la gráfica que el 26% de los asociados expresan que no saben si el fondo realiza esas comparaciones, debido a que no han sido informados de dichas comparaciones por ningún medio; además es preciso resaltar que el 9% restante responden que en el fondo no se realizan esas comparaciones de ejercicios de años anteriores sobre responsabilidad social.

**Tabla 13.**

*El fondo organiza programas y actividades educativas*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	85	100%
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 13.** El fondo organiza programas y actividades educativas

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

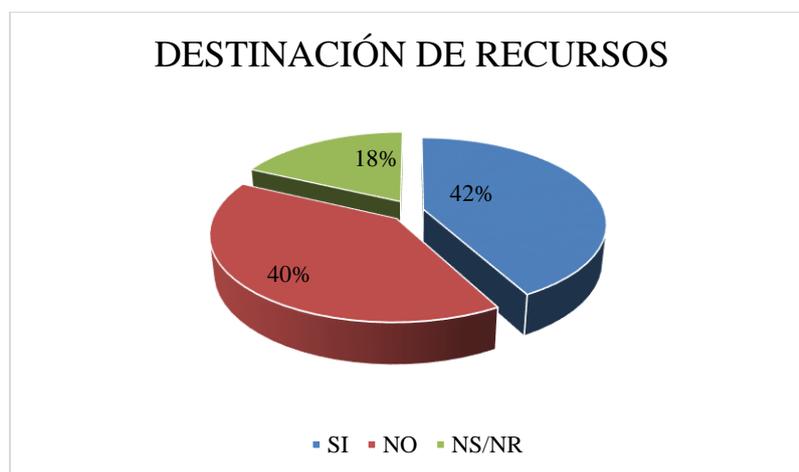
Teniendo en cuenta lo importante que es la responsabilidad social en las empresas, en el cumplimiento de actividades que redunde en beneficio propio y de sus grupos de interés el fondo de empleados FACECOLFA realiza actividades y programas educativos manifestado así por el 100% de los asociados encuestados, estos expresaron que anualmente son organizados programas y actividades con temas relacionados con cooperativismo, convivencia, importancia del ahorro, normatividad, crecimiento del fondo, crecimiento humano, economía solidaria, entre otros temas de importancia.

**Tabla 14.**

*La organización destina recursos para programas de apoyo a la comunidad exterior.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	36	42%
No	34	40%
NS/NR	15	18%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 14.** La organización destina recursos para programas de apoyo a la comunidad exterior

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

Como se puede observar en la gráfica 13, de los asociados encuestados el 42% manifestó que la organización si destina recursos para programas de apoyo a la comunidad exterior, como la realización de actividades en las que puedan participar la comunidad en general. Así mismo cabe resaltar que el 40% de los encuestados consideran que no se destinan recursos para realizar programas de apoyo, ya que no han sido informados para que el fondo realice diversos programas de apoyo.

También se puede mencionar que de la muestra de 85 asociados el 18% de los encuestados dicen no tener conocimiento de que el fondo destine recursos para realizar programas a la comunidad exterior.

**Tabla 15.**

*Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Reporta beneficios para la empresa	14	16%
Es una forma de responder a las exigencias legales	17	20%
Es un asunto de principios y deber ético	26	31%
Es la manera de responder a las necesidades de la comunidad	27	32%
Otro motivo	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 15** Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Para los asociados encuestados el 32% de ellos manifestó que la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable es la manera de responder a las necesidades de la comunidad, ya que consideran que la responsabilidad social permite ganar legitimidad y aceptación social. También se puede observar en la gráfica anterior, que el 31% opina que es un asunto de principios y deber ético que depende de una actitud sincera de la empresa con respecto al entorno donde desarrolla sus actividades.

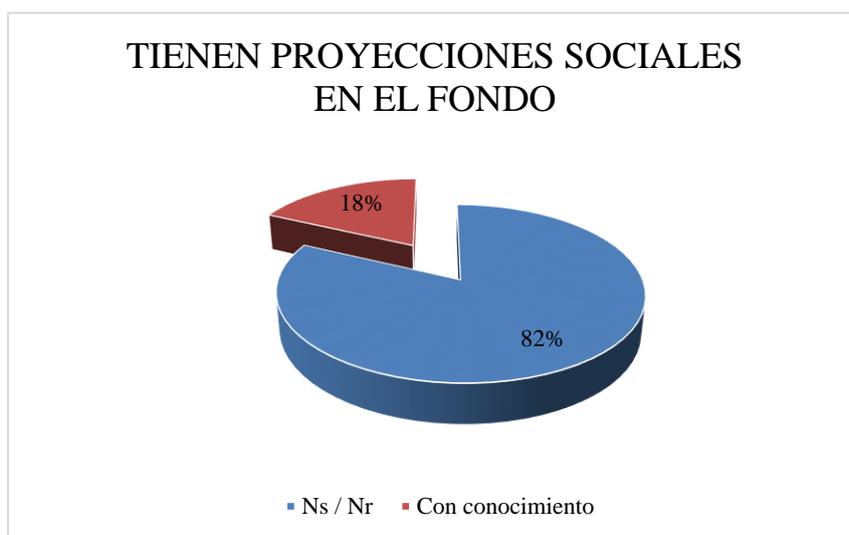
Así mismo el 17% y 14% expresan que la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable es en la forma de responder a las exigencias legales y reportar beneficios a la empresa. Cabe resaltar que para considerarse como una empresa socialmente responsable primero se debe conseguir ser lo que se dice ser, reconocer su identidad, coordinar la imagen empresarial, que exista coherencia entre identidad e imagen, no solamente es responsable social la organización que cumple la ley sino que da algo más.

**Tabla 16.**

*Que proyecciones sociales tiene el fondo de empleados FACECOLFA para los próximos cinco años, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ns / Nr	70	82%
Con conocimiento	15	18%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 16.** Que proyecciones sociales tiene el fondo de empleados FACECOLFA para los próximos cinco años, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Es importante resaltar que el 82% de los asociados no tienen conocimiento de las proyecciones sociales que tiene el fondo de empleados FACECOLFA en los próximos cinco años con respecto a la responsabilidad social empresarial; ya que estos no saben exactamente el significado de ser una empresa con responsabilidad social, debido a eso lo relacionan con la operatividad de la empresa y la parte de bienestar que les brinda el fondo a todos los asociados.

Cabe destacar que el 18% de los asociados manifiestan tener conocimiento de las proyecciones hacia el futuro tales como crecer como empresa solidaria, mantenerse en un

pleno desarrollo que les permita prestar los servicios en forma eficiente a sus asociados; y que con el tiempo aumente el número de Asociados donde puedan participar Asociados con menor edad. Así mismo expresan que se debe actualizar el PESEM (proyecto educativo socio-empresarial) para brindar al asociado garantías en todos los aspectos.

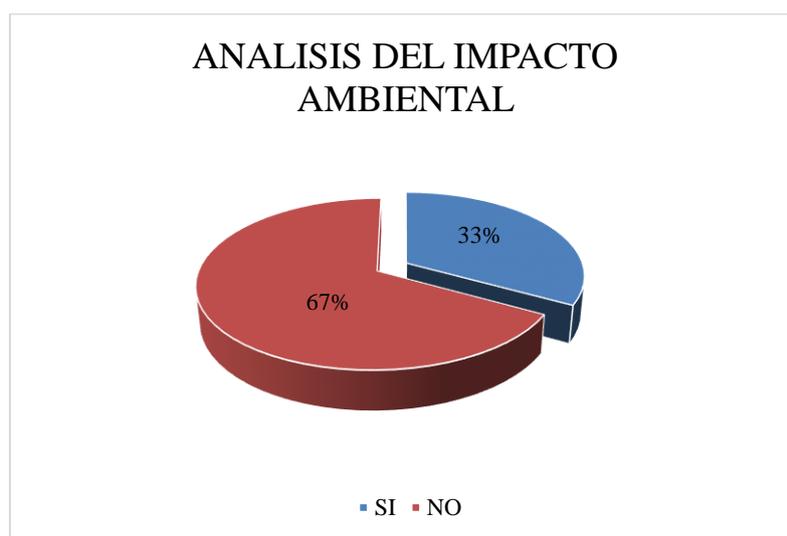
De igual forma se proyectan en vincular dentro de la empresa la responsabilidad social empresarial en los aspectos tanto económicos como sociales y ambientales; con el fin de que la empresa reduzca el impacto ambiental y continúe realizando labores que brinden la oportunidad a la comunidad de beneficiarse.

**Tabla 17.**

*El fondo de empleados FACECOLFA analiza el impacto ambiental según la actividad realizada*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	33%
No	57	67%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 17.** *El fondo de empleados FACECOLFA analiza el impacto ambiental según la actividad realizada*

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

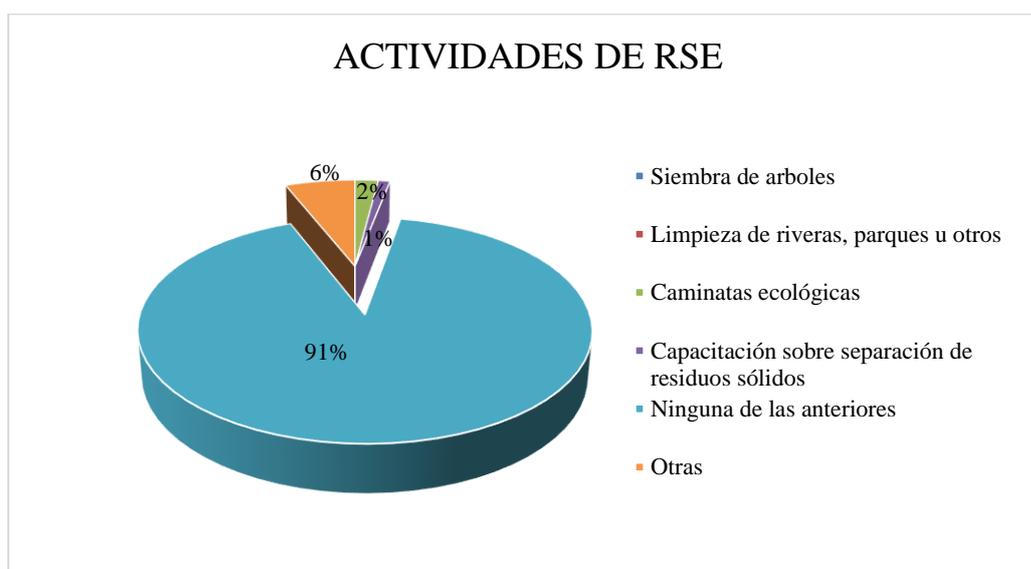
La grafica anterior nos muestra que el 67% de la muestra encuesta manifiesta que en el fondo de empleados FACECOLFA no se analiza el impacto ambiental que genera la actividad que se realiza; sin embargo el 33% restante opina que si se analiza el impacto que genera la actividad que se desarrolla pues consideran que en la actualidad para ser una empresa socialmente responsable no solo se miden los aspectos económicos si no que se deben tener como aspecto fundamental el impacto tanto social como ambiental, pues estos definen que tan responsable en la empresa en el entorno que desarrolla su actividad.

**Tabla 18.**

*Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial referente a*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siembra de arboles	0	0
Limpieza de riveras, parques u otros	0	0
Caminatas ecológicas	2	2%
Capacitación sobre separación de residuos sólidos	1	1%
Ninguna de las anteriores	77	91%
Otras	5	6%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 18.** Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

De la gráfica anterior se puede determinar que en el fondo de empleados FACECOLFA, el 91% de los asociados encuestados manifestaron que no se realizan en la empresa actividades de responsabilidad social referentes en este caso, con el aspecto ambiental; estos opinan que no se realizan siembra de árboles, limpieza de riveras o parques, caminatas ecológicas, entre otros programas; que permitan concientizar a los asociados del cuidado que se debe tener para prevenir el deterioro del entorno donde la empresa desarrolla sus actividades.

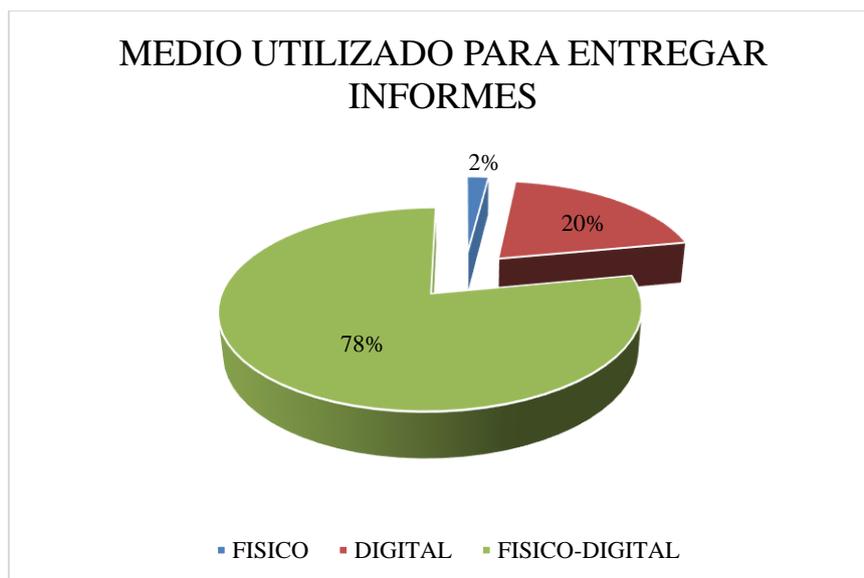
De igual forma se ve reflejado que el 6% de los encuestados expresan que no tienen conocimiento referentes a si la empresa realiza actividades o programas con temas relacionados a la responsabilidad social empresarial. Sin embargo el 1% y el 2% restante de los encuestados opinan que si se realizan capacitaciones sobre separación de residuos sólidos y caminatas ecológicas.

**Tabla 19.**

*Cuándo el fondo presenta informes o entrega correspondencia cuál es el medio utilizado*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Físico	2	2%
Digital	17	20%
Físico- Digital	66	78%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 19.** Cuándo el fondo presenta informes o entrega correspondencia cuál es el medio utilizado

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Como lo muestra el grafico 19, de la muestra de 85 personas el 78% de los encuestados manifestaron que en el fondo de empleados FACECOLFA cuando se les presenta un informes o se entrega correspondencia a los asociados utilizan los medios tanto digitales como físicos; se considera que cualquier medio es importante para recibir cualquier tipo de notificación e información que se desea compartir siempre y cuando sea entendible y pueda ser distribuido con la mayor facilidad.

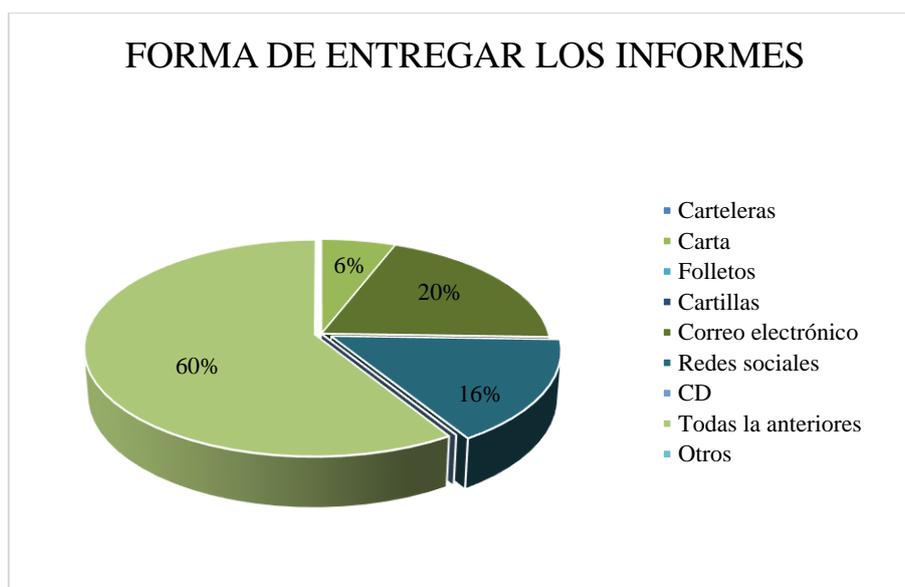
Así mismo el 20% de los asociados indican que los informes son entregados de forma digital ya que es el medio más empleado en la actualidad, sin embargo existe un 2% que opina que reciben esos informes y correspondías por medio físico.

**Tabla 20.**

*Cuál es la forma, según la respuesta anterior*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carteleras	0	0
Carta	3	6%
Folletos	0	0
Cartillas	0	0
Correo electrónico	17	20%
Redes sociales	14	16%
CD	0	0
Todas la anteriores	51	60%
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

**Grafica 20.** Cuál es la forma, según la respuesta anterior

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

La grafica número 20, nos muestra como resultado que de los encuestados el 60% manifiesta que los informes o la correspondencia es entregada a los asociados del fondo a través de las redes sociales, correo electrónico, CD, cartas, cartillas; entre otros medios tanto físicos como digitales, esto lo hacen con el fin de que la información llegue a todos los miembros del fondo FACECOLFA utilizando las diferentes maneras y medios de

comunicación existentes. Cabe resaltar que varios de los asociados expresan que por la globalización y los constantes cambios mundiales es preferible utilizar los medios digitales permitiéndoles así contribuir con el aspecto ambiental.

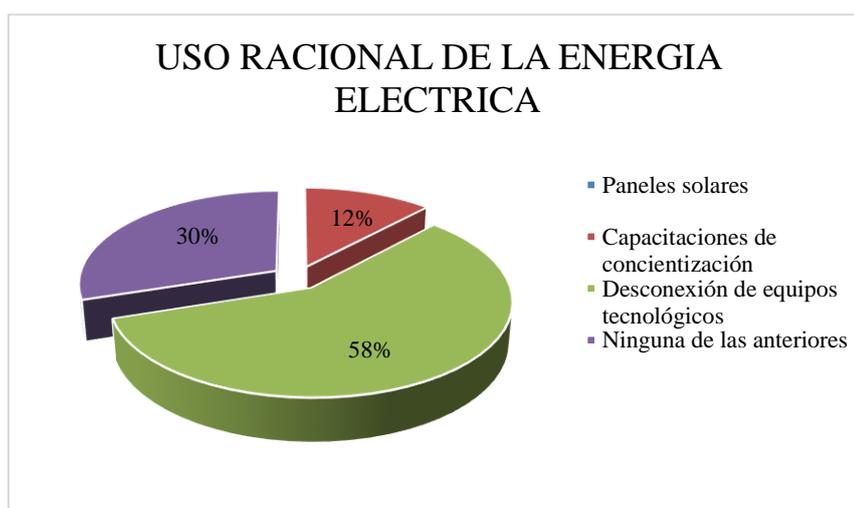
Cabe resaltar que el 20% de los encuestados afirman que reciben la información por correo electrónico, ya que consideran que es la manera más rápida y eficiente de recibir la información; así mismo manifiesta el 16% de los asociados quienes consideran que por medio de las redes sociales es más rápido llegar a todos los asociados miembros del fondo siendo este un medio utilizado con mayor frecuencia en la actualidad.

**Tabla 21.**

*Cómo aporta FACECOLFA el uso racional de la energía eléctrica*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paneles solares	0	0
Capacitaciones de concientización	10	12%
Desconexión de equipos tecnológicos	49	58%
Ninguna de las anteriores	26	30%
Otros medios	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 21.** Cómo aporta FACECOLFA el uso racional de la energía eléctrica

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Es importante resaltar que el fondo de empleados FACECOLFA, una empresa legalmente constituida busca la manera de poder aportar y contribuir con el uso racional de la energía eléctrica, en la gráfica anterior se puede apreciar que el 58% de los asociados encuestados manifiestan que con la desconexión de equipos tecnológicos pueden contribuir con el medio ambiente y de igual forma evitan daños dentro de la organización.

Así mismo se puede mencionar que varios de los miembros del fondo encuestados consideran que no se realizan acciones que permitan un uso racional de la energía eléctrica, expresada en un 30% de los resultados; pues existen factores que no se implementan dentro de la empresa para poder cumplir con requisitos ambientales. Sin embargo el 12% restante afirman que se realizan capacitaciones de concientización a los asociados que los motivan a tener un uso racional de la energía eléctrica.

**Tabla 22.**

*Se incorpora en la estrategia comunicacional de la organización la difusión de los diferentes aspectos ambientales que puedan afectar o interesar a sus públicos de interés*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	11%
No	47	55%
NS/NR	29	34%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 22.** *Se incorpora en la estrategia comunicacional de la organización la difusión de los diferentes aspectos ambientales que puedan afectar o interesar a sus públicos de interés*

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Según los resultados arrojados se puede observar que la mayoría de los encuestados es decir, el 55% de ellos manifestaron que en el fondo de empleados FACECOLFA no se incorpora en la estrategia comunicacional la difusión de los diferentes aspectos ambientales que pueden afectar o interesar a su público de interés. De igual forma se puede decir que el 34% de los encuestados dicen no tener conocimiento de si se hacen esos procedimientos dentro del fondo.

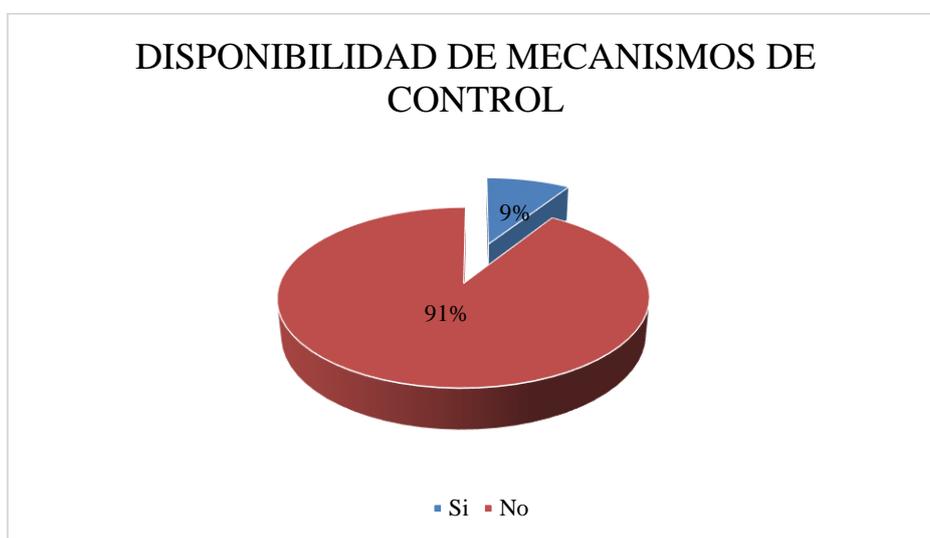
Sin embargo el 11% de los encuestados afirman que dentro del fondo de empleados FACECOLFA se incorpora en la estrategia comunicacional de la organización la difusión de los diferentes aspectos ambientales que puedan afectar o importar a sus públicos de interés.

**Tabla 23.**

*La empresa dispone de mecanismos de control del impacto ambiental generado por sus actividades*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	9%
No	77	91%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Gráfica 23.** La empresa dispone de mecanismos de control del impacto ambiental generado por sus actividades

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

Como se vio en la gráfica 23, la empresa no dispone de mecanismos de control del impacto ambiental generado por las actividades que realiza el fondo de empleados FACECOLFA, el 91% de los asociados encuestados manifestaron que no se llevan a cabo procesos o acciones para mitigar el impacto ambiental. Sin embargo el 9% restante de los encuestados opinan que si se disponen de mecanismos como el uso racional de la energía

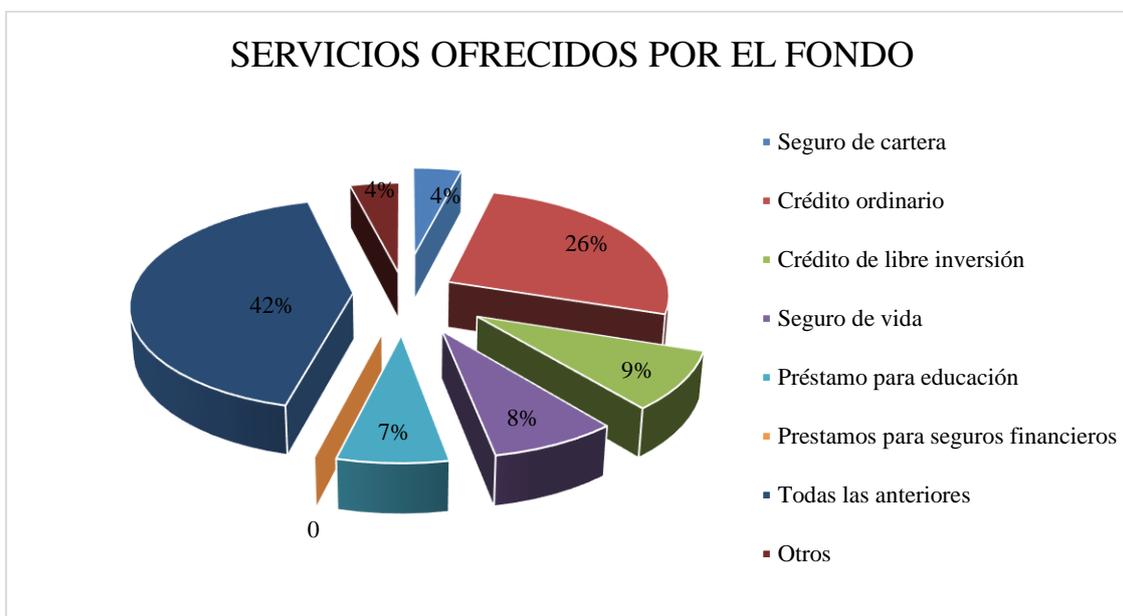
permitiéndoles reducir el impacto que genera la empresa en el desarrollo de sus actividades diarias.

**Tabla 24**

*De los servicios ofrecidos por el Fondo de empleados, cuál utiliza usted con mayor frecuencia*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguro de cartera	3	4%
Crédito ordinario	22	26%
Crédito de libre inversión	8	9%
Seguro de vida	7	8%
Préstamo para educación	6	7%
Prestamos para seguros funerarios	0	0
Todas las anteriores	36	42%
Otros	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 24.** De los servicios ofrecidos por el Fondo de empleados, cuál utiliza usted con mayor frecuencia

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Como se observa en la gráfica anterior, los asociados encuestados manifestaron con un 42% que los servicios que ofrece el fondo de empleados los más utilizados por ellos son los seguros de cartera, el crédito ordinario, crédito de libre inversión, seguro de vida, préstamo para educación y préstamos para seguros fúnebres; ya que consideran que son excelentes servicios y que en cualquier momento puede existir la necesidad que los conduzca a adquirirlos.

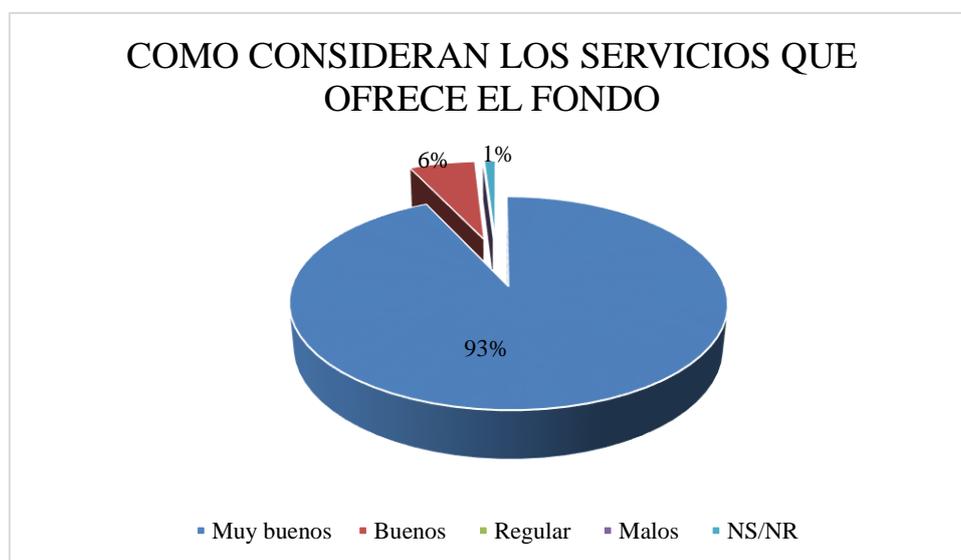
Por otro lado es importante resaltar que el 26% de los asociados afirman que el servicio más utilizado por ellos es el créditos ordinario para satisfacer sus necesidades de liquidez durante un plazo y a un interés pactado. Así mismo se puede observar que el 9% afirma utilizar con frecuencia el crédito de inversión libre permitiéndoles escoger el plazo que más se ajuste a su capacidad de pago. El 8% considera que el servicio más utilizado es el seguro de vida el cual es una modalidad de seguro personal que cubre el riesgo de fallecimiento del asegurado.

También se ve reflejado que el 7% de los encuestados opinan que el servicio más utilizado por ellos son los préstamos para educación, ya que son utilizados para financiar la educación de sus familiares y en muchos caso para ellos mismos; por último se puede mencionar que los servicios menos utilizados es el seguro de cartera reflejado en un 4% de los encuestados.

**Tabla 25.**

*Considera que los servicios que le brinda el fondo son*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buenos	79	93%
Buenos	5	6%
Regular	0	0
Malos	0	0
NS/NR	1	1%

**TOTAL****85****100%****Nota fuente:** Autores de la investigación.

**Grafica 25.** Considera que los servicios que le brinda el fondo

**Nota Fuente:** Autores de la investigación.

Los asociados encuestados manifestaron que los servicios que ofrece el fondo de empleados FACECOLFA, son muy buenos pues el 93% de ellos opinan que son servicios de excelente calidad, brindados en el momento correcto, satisfaciendo sus necesidades y expectativas, además de ser servicios que pueden adquirir en cualquier momento y son prestados en caso de emergencia según lo requiera el asociado.

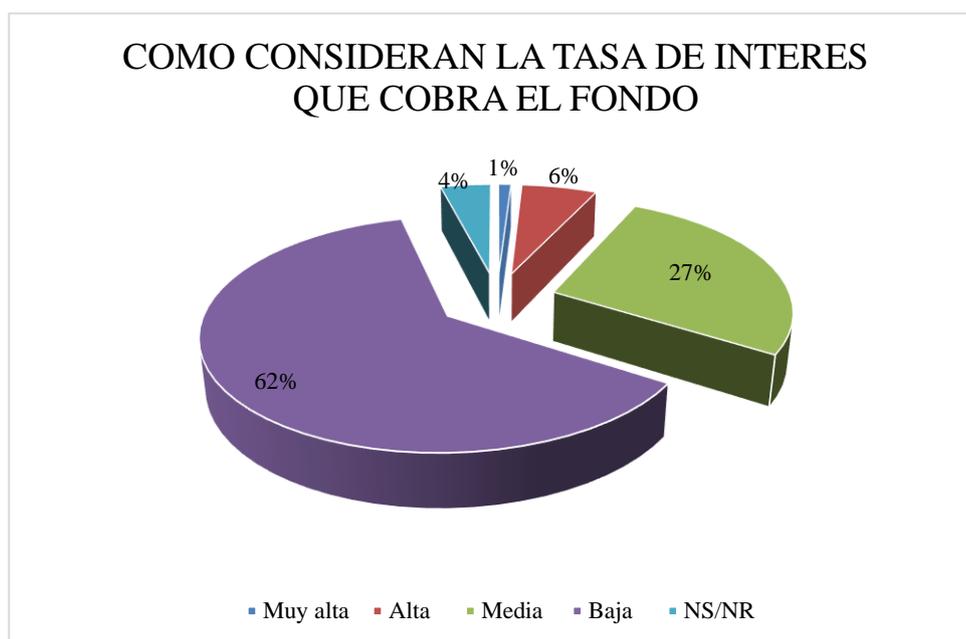
Cabe resaltar que el 6% de los asociados encuestados consideran que los servicios ofrecidos por el fondo de empleados FACECOLFA son buenos, ya que han logrado cumplir con sus expectativas.

**Tabla 26.**

*Considera que la tasa de interés que cobra el Fondo a los asociados por los créditos otorgados*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alta	1	1%
Alta	5	6%
Media	23	27%
Baja	53	62%
NS/NR	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 26.** Considera que la tasa de interés que cobra el Fondo a los asociados por los créditos otorgados

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Según los resultados arrojados los asociados expresan que se sienten satisfechos con la tasa de interés que les cobra el fondo de empleados FACECOLFA por los créditos que les son otorgados pues es una tasa baja, brindándoles la oportunidad de pago más cómoda según

su poder adquisitivo. Cabe resaltar que fueron 85 las personas encuestadas y de esos el 62% manifiesta que es una tasa baja.

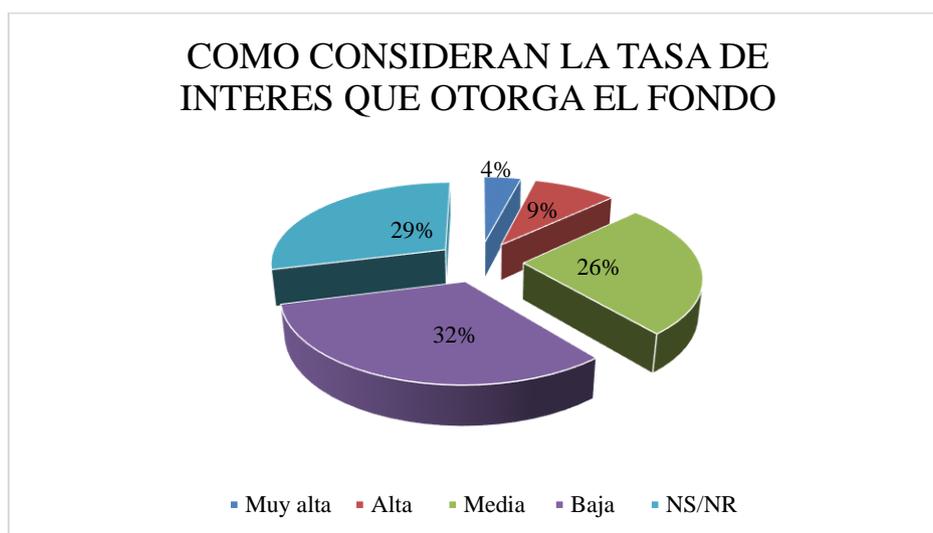
De igual forma se ve reflejado que el 27% de los asociados consideran que la tasa de interés que cobra el fondo de empleados por los créditos otorgados son medios, es decir, que es un interés acorde a su capacidad de pago. También es visto para algunos de ellos como una tasa de interés alta con un promedio del 4% arrojado en los resultados.

**Tabla 27.**

*Considera que la tasa de interés que le otorga el Fondo a los asociados por los ahorros realizados*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alta	3	4%
Alta	8	9%
Media	22	26%
Baja	27	32%
NS/NR	25	29%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 27.** Considera que la tasa de interés que le otorga el Fondo a los asociados por los ahorros realizados

**Nota Fuente:** Autores de la Investigación

En la gráfica anterior se puede observar que el 32% de los encuestados manifiestan que la tasa que les otorga el fondo por los ahorros que realizan es baja; sin embargo cabe resaltar que estos se sienten conformes debido a que es una tasa acorde al poder adquisitivo de cada uno de ellos. Aun así se puede decir que para el 29% de ellos consideran que no tienen conocimiento de que la tasa que les otorga el fondo sea alta o baja o media.

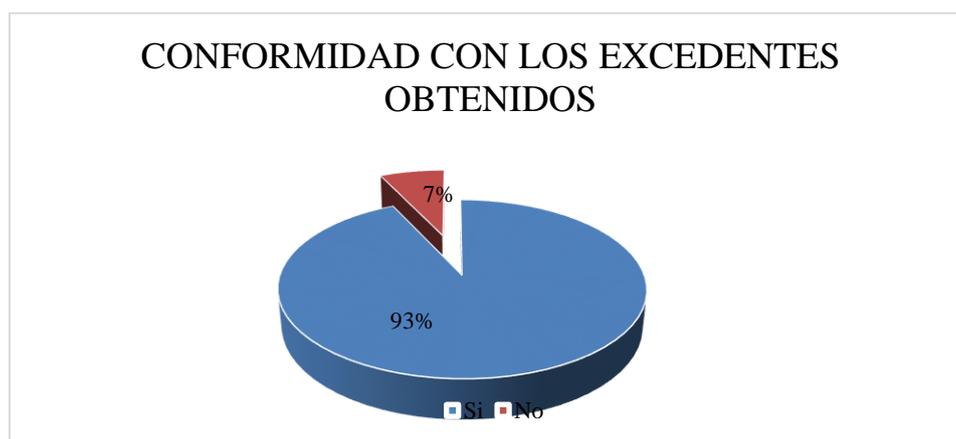
De igual forma el 26% de los encuestados manifiestan que es una tasa media acorde a los ahorros que ellos tienen dentro del fondo de empleados. Por último se puede observar que el 9% de los asociados restantes consideran que es una tasa alta de interés que se les otorga por los créditos otorgados.

**Tabla 28.**

*Se encuentra conforme con los excedentes obtenidos en cada ejercicio económico*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	79	93%
No	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 28.** Se encuentra conforme con los excedentes obtenidos en cada ejercicio económico

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

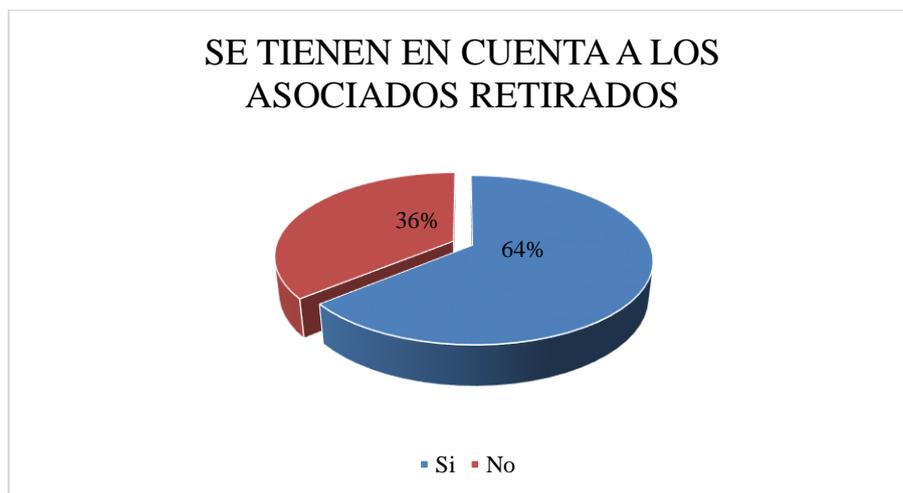
Los resultados arrojados muestran que el 93% de los encuestados están conformes con los excedentes que obtienen de cada ejercicio económico, pues estos resultados son de acuerdo a los aportes que cada uno de ellos realiza, excedentes que satisfacen muchas de sus necesidades y expectativas. Sin embargo es importante resaltar que el 7% restante de los encuestados consideran que no están conformes con los excedentes que obtienen en cada ejercicio económico.

**Tabla 29.**

*En la distribución de excedentes se tiene en cuenta a los asociados retirados y que forman parte del respectivo ejercicio económico*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	54	64%
No	31	36%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 29** En la distribución de excedentes se tiene en cuenta a los asociados retirados y que forman parte del respectivo ejercicio económico

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

Según el 64% de los asociados encuestados, consideran que en la distribución de excedentes si se tienen en cuenta a los asociados retirados y que forman parte del respectivo ejercicio económico, y de acuerdo al promedio de aporte que tenga dentro del fondo es como se les distribuyen esos excedentes. Sin embargo el 36% de los encuestados restantes expresan que dentro del fondo de empleados FACECOLFA no se tiene en cuenta a los asociados retirados en la distribución de excedentes.

### Tabla 30

*Tiene conocimiento de la inversión que el fondo ha apropiado en su presupuesto con destinación específica al cuidado del entorno ambiental*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	12%
No	75	88%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente:** Autores de la investigación.



**Grafica 30.** Tiene conocimiento de la inversión que el fondo ha apropiado en su presupuesto con destinación específica al cuidado del entorno ambiental

**Nota fuente:** Autores de la investigación.

La grafica anterior nos muestra que el 88% de los asociados encuestados consideran que no tienen conocimiento de que en el fondo se realice una inversión del presupuesto con destinación específica al cuidado del entorno, ya que no han sido informados por ningún medio de que se realicen dichas acciones. Sin embargo los resultados arrojaron que el 12% considera que si conoce la inversión que el fondo destina para el cuidado del entorno ambiental.

### **Diagnostico Situacional**

Luego de realizado el trabajo de campo, aplicado de manera interna en el fondo de empleados FACECOLFA Ocaña, se obtuvieron resultados que éste podrá tener en cuenta, ya que se pudo determinar la falta de responsabilidad social en algunos aspectos por parte de la empresa, cabe resaltar que la aplicación de la encuesta fue realizada a 85 de los asociados.

Como primer punto a indagar, fueron aspectos generales tales como; de qué manera fue su afiliación al fondo de empleados, manifestando el 51% de los asociados que fue voluntaria considerando que es un fondo que les ofrece excelentes servicios, así mismo el 31% de ellos aseguraron que fue influenciada por alguien, personas que les informaron de los beneficios que obtendrían al convertirse en asociados del fondo de empleados FACECOLFA. También cabe resaltar que entre esos aspectos generales a evaluar se analizó si los asociados conocen la norma que regula a los fondos de empleados a lo que el 66% expresa que si la conocen, motivo por el cual es importante mencionar que es la norma rectora de la forma asociativa conocida como Fondos de Empleados para adecuarla a las condiciones sociales, económicas, políticas y culturales que determinan el quehacer de estas empresas.

En cuanto a los asociados que hacen parte de la empresa expresan que llevan más de ocho años siendo asociados del fondo y el 100% conoce los servicios que se ofrecen dentro

del fondo de empleados tales como educación, créditos, recreación, entre otros. Entre los aspectos generales que se evaluaron es importante destacar que se evaluó el nivel de conocimiento sobre los derechos y deberes como asociados; dado como resultado que la respuesta fue satisfactoria, pues los asociados manifestaron que si tienen pleno conocimiento de ellos.

Es importante destacar que para identificar las acciones de responsabilidad social que son implementadas dentro del fondo, por medio de la encuesta se realizó la evaluación de los aspectos sociales, económicos y ambientales; que permitiera analizar si en el fondo se realizan prácticas sobre el tema antes mencionado. El primer factor que se evaluó fue el aspecto social identificando que tanto conoce el asociado sobre el significado de RSE; y se llegó a la conclusión de que la responsabilidad social empresarial es vista como un compromiso social con el medio que rodea a la empresa, y en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar la organización; es así como el 51% de los encuestados definieron la responsabilidad social.

Así mismo se pudo encontrar que el 49% de los encuestados expresan que no saben su significado, pero opinan que están interesados en conocer sobre la RSE; pues consideran que es de gran importancia y que éste repercute en la competitividad del fondo, porque la productividad de una empresa no solo depende de sus ventajas técnicas y económicas, ahora son fundamentales el manejo ambiental y la estabilidad social de la comunidad en que se desarrolla.

Al dirigirse a los grupos de interés del fondo, es decir; asociados, trabajadores, gobierno y comunidad en general, se buscó diagnosticar como se encontraba la responsabilidad social para cada uno de ellos, dando como resultado que el 80% de los asociados consideran que está definida y aplicada, relacionándolo con el grupo de interés de

los asociados, ya que no tienen conocimiento de cómo esté vinculada para los demás grupos de interés. Sin embargo el 20% de los asociados encuestados exponen que la responsabilidad social está aplicada sin definir en el grupo de interés de los asociados considerando de igual forma que no tienen conocimiento de cómo se encuentra en los demás grupos de interés.

En cuanto a cómo está integrada la RSE dentro del fondo, se observó que el 34% de los asociados encuestados no tienen conocimiento de cómo se encuentre integrada; es importante mencionar que existe una contradicción en los resultados, debido a que los asociados manifiestan que la RSE está definida y aplicada, pero no conocen cómo está integrada la misma dentro del fondo. Sin embargo los asociados expresan que por medio de asambleas se reportan los resultados de responsabilidad social y se hacen comparaciones de los avances con los ejercicios anteriores realizados año a año.

Teniendo en cuenta lo importante que es la responsabilidad social en las empresas, en el cumplimiento de actividades que redunde en beneficio propio y de sus grupos de interés el fondo de empleados FACECOLFA realiza actividades y programas educativos manifestado así por el 100% de los asociados encuestados, estos expresaron que anualmente son organizados programas y actividades con temas relacionados con cooperativismo, convivencia, importancia del ahorro, normatividad, crecimiento del fondo, crecimiento humano, economía solidaria, entre otros temas de importancia. De igual forma afirman que la organización destina recursos para los programas de apoyo a la comunidad exterior.

En lo relativo a conocer cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable los asociados opinan que es la manera de responder a las necesidades de la comunidad, ya que consideran que la responsabilidad social permite ganar legitimidad y aceptación social. Para finalizar el aspecto social se logró evaluar que proyecciones sociales tiene el fondo de empleados FACECOLFA para los próximos cinco

años, respecto a la RSE; donde se encontró que el 82% de los asociados no tienen conocimiento de las proyecciones sociales que tiene el fondo de empleados, ya que estos no saben exactamente el significado de ser una empresa con responsabilidad social, debido a eso lo relacionan con la operatividad de la empresa y la parte de bienestar que les brinda el fondo a todos los asociados.

Sin embargo, el 18% de los asociados manifestaron tener conocimiento de las proyecciones hacia el futuro, tales como; crecer como empresa solidaria, mantenerse en un pleno desarrollo que les permita prestar los servicios en forma eficiente a sus asociados; y que con el tiempo aumente el número de Asociados donde puedan participar Asociados con menor edad. Así mismo expresan que se debe actualizar el PESEM (proyecto educativo socio-empresarial) para brindar al asociado garantías en todos los aspectos. De igual forma se proyectan en vincular dentro de la empresa la responsabilidad social empresarial en los aspectos tanto económicos como sociales y ambientales; con el fin de que la empresa reduzca el impacto ambiental y continúe realizando labores que brinden la oportunidad a la comunidad de beneficiarse.

Por otra parte se analizó el aspecto ambiental con el fin de conocer cuál es el impacto que genera el fondo de empleados FACECOLFA Ocaña según la actividad que realiza a diario; de acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas se pudo determinar que el fondo no analiza el impacto que puede generar la actividad que desarrollan, además de no llevar a cabo actividades y programas de responsabilidad social empresarial referentes a siembras de árboles, caminatas ecológicas, entre otras acciones que permitan mitigar el impacto ambiental que se pueda generar. A pesar de esto, los asociados expresan que los informes o entrega de correspondencia son entregados tanto por medios digitales como físicos.

Es importante resaltar que el fondo de empleados FACECOLFA, una empresa legalmente constituida busca la manera de poder aportar y contribuir con el uso racional de la energía eléctrica, se puede apreciar que el 58% de los asociados encuestados manifiestan que con la desconexión de equipos tecnológicos pueden contribuir con el medio ambiente y de igual forma evitan daños dentro de la organización. De la misma manera los asociados expresaron que en el fondo no se incorpora en la estrategia comunicacional de la organización la difusión de los diferentes aspectos ambientales que puedan afectar o interesar a sus públicos de interés, y que la empresa no dispone de mecanismos de control del impacto ambiental generado por sus actividades.

Un aspecto muy importante en la encuesta para identificar las acciones de RSE es determinar lo referente al aspecto económico, identificando que tanto sabe el asociado de las tasas de interés que se manejan en el fondo y sobre todo si los servicios que se ofrecen satisfacen sus necesidades, sintiendo conformidad con los excedentes obtenidos en cada ejercicio económico; por esa razón se indago para conocer cuál es el servicio ofrecido por el fondo de empleados FACECOLFA Ocaña que es utilizado con mayor frecuencia por los asociados, donde el 36% de ellos respondieron que se utilizan los créditos ordinarios, los seguro de cartera, el seguro de vida, préstamos para educación entre otros; considerados muy buenos debido a que satisfacen las necesidades y expectativas de los asociados; y que la tasa de interés que cobra el fondo por los créditos otorgados son bajos pues se ajustan a su capacidad y pago.

Finalmente, los asociados opinan que se deben implementar estrategias o acciones que les permitan aplicar o perfeccionar la práctica de la responsabilidad social empresarial dentro del fondo, ya sea con asesoría directa sobre temáticas de RSE o una capacitación en

estándares e indicadores, brindándoles la oportunidad de ser una empresa que busca el mejoramiento social, económico y ambiental de la sociedad.

## **Capítulo 4. Presentación de Resultados**

A continuación se procede a dar respuesta a los tres objetivos específicos planteados:

### **4.1 Identificar las acciones de responsabilidad social implementadas por el fondo de empleados en su gestión económica, social y ambiental**

La Responsabilidad Social Empresarial es la capacidad de respuesta que tiene una organización, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos de interés con los que se relaciona. De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realizan se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad, considerando que esta satisfacción se logra a través de una adecuada y efectiva gestión y aplicación conjunta de las dimensiones económica, social y ambiental. (INFORME)

Según los resultados arrojados por las encuestas, se pudo identificar que para los asociados la responsabilidad social empresarial es el comportamiento de negocio basado en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes; por tal motivo consideran que para concretar sus acciones sociales se basan en realizar donaciones a la comunidad interna a través del comité de solidaridad permitiendo brindarles un bienestar en particular; de igual forma realizan actividades de integración y manejo del estrés para los asociados, con el fin de propiciar un espacio de sano esparcimiento y el manejo del estrés que es ocasionado por sus actividades cotidianas.

Cabe resaltar que estos también consideran que las acciones sociales en la comunidad interna del fondo de empleados FACECOLFA, se ven reflejadas en las actividades y

programas como las celebraciones del día del maestro y del trabajador, o las fechas especiales como el día del amor y amistad, además de realizar cenas navideñas y excursiones con el propósito de integrarse y generar un ambiente de solidaridad y cooperativismo entre los asociados del fondo.

Con respecto a las acciones económicas los asociados opinan que estas se manifiestan en el resultado económico que es percibido como elemento tangible, pero a su vez debe ser analizado desde el comportamiento de la gestión, identificando aspectos intangibles relacionados en la forma en que logra los resultados, y el grado de satisfacción con sus grupos de interés, entre otros aspectos; es decir, que para ellos la responsabilidad social en su gestión económica se ve reflejada en la baja tasa de interés que se cobra a los asociados por los créditos que se le son otorgados y por los excedentes que son obtenidos al final de cada ejercicio económico. Hay que mencionar, además que el fondo les brinda a los asociados los servicios con la mejor calidad, excelencia y transparencia satisfaciendo sus necesidades y expectativas; dándoles la oportunidad de utilizar el servicio según su capacidad de pago.

Finalmente, La responsabilidad con el medio ambiente es un compromiso conjunto e indelegable de todas las personas de una organización. Su importancia también radica en la imperiosa necesidad de proteger y usar de modo racional los recursos naturales de modo tal que las generaciones futuras puedan disfrutarlos. Las decisiones y actividades que se toman impactan el medio ambiente sin importar el área implicada. Estos impactos se asocian con el uso de recursos, el lugar donde se realizan las actividades, la generación de residuos, entre otros aspectos.

Sin embargo por medio del cuestionario se pudo identificar que en el fondo de empleados FACECOLFA Ocaña, no se implementan acciones o prácticas que permitan medir y mitigar el impacto ambiental que es generado por el desarrollo de sus actividades diarias,

pues no han considerado este aspecto factor importante para ser una empresa socialmente responsable.

#### **4.2 Determinar el impacto que han generado las acciones de responsabilidad social del fondo.**

En un mundo Globalizado como el de hoy, con personas más exigentes y en donde se fomentan los comportamientos éticos; las empresas tienen el reto de ser sostenibles en tres aspectos fundamentales, en lo económico, en lo social y en lo ambiental. Es por esto que el fondo de empleados FACECOLFA en su compromiso por contribuir a un desarrollo sostenible en un marco ético y transparente, es importante que desarrolle una serie de acciones concretas en Responsabilidad Social en éstas tres dimensiones para sus diferentes grupos de interés.

Anteriormente se mencionaron las acciones que consideraron los asociados como aspectos de la responsabilidad social empresarial aplicadas dentro del fondo de empleados, identificando que la RS es vista como filantropía, es decir; como una tendencia a procurar el bien de las personas de manera desinteresada, pues las prácticas de estas no han generado un impacto en el asociado, en el ambiente y en la comunidad en general; ya que su actuar se aleja un poco del significado de responsabilidad social empresarial.

Por tal motivo es de vital importancia destacar aquellas acciones que podrían llevarse a cabo dentro del fondo de empleados FACECOLFA, con el fin de ser una empresa comprometida con la responsabilidad social empresarial, cabe resaltar que la responsabilidad es un compromiso voluntario, sostenible aunque lento, de compromiso y trabajo consciente generador de valor en sus impactos sociales, económicos y ambientales. Entre esas acciones se pueden mencionar las siguientes:

**Responsabilidad social en el ámbito económico:** Para lograr la sostenibilidad empresarial acorde a lo establecido en sus objetivos estratégicos el fondo de empleados FACECOLFA, debe realizar una gestión eficiente y transparente de sus recursos para lo cual sería favorable estandarizar procesos e implementar estrategias que buscan mejorar su productividad, y mirar más allá de los ajustes financieros que les brindan a los asociados.

**Responsabilidad social en el ámbito social:** Generar beneficio a la comunidad tanto interna como externa siendo uno de los propósitos principales de la empresa, debido a que decide participar en iniciativas de carácter social, y su objetivo debería centrarse en enfocar su esfuerzo en aquellos programas y proyectos en la comunidad donde puede maximizar su beneficio.

Desarrollar prácticas que permitan medir, gestionar, evaluar y comunicar las contribuciones, logros e impactos de la acción social empresarial en la comunidad en general.

**Responsabilidad social en el ámbito ambiental:** Uso Racional de los Recursos Naturales, implementando diferentes estrategias y acciones que permitan tener un uso eficiente de los recursos, tratando de tener o generar el menor impacto posible negativo al medio ambiente.

Realizar capacitaciones y charlas, que motiven y concienticen a los asociados a la importancia de mitigar el impacto ambiental que es generado por el fondo según la actividad que desarrolla, de igual forma les permite crear una cultura ecológica con el entorno dentro y fuera de la empresa.

Al involucrarse con las acciones de RSE, el fondo de empleados FACECOLFA tendrá beneficios que pasaran a formar parte activa de la solución de los retos de la sociedad, logrando un entorno más estable y próspero a favor de su desarrollo sostenible, el crecimiento

económico y el bienestar social que se identifica a través de los beneficios que genera, buscando fomentar el respeto por los deberes y derechos, la generación de cultura de responsabilidad social en todos los miembros del fondo y la disminución del impacto ambiental, entre otros aspectos.

#### **4.3 Proponer el esquema de responsabilidad social empresarial que aporte al desarrollo social, económico y ambiental, que vinculan el que hacer del Fondo de Empleados “FACECOLFA”**

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, es el aporte consciente y voluntario de la organización hacia el entorno en el que se desempeña, con el fin de promover su desarrollo social, económico y ambiental. Una empresa socialmente responsable es aquella que dentro de su plan estratégico asume una posición activa en la búsqueda por el bienestar de todos los involucrados con su actividad económica y de la sociedad en general. (MENDOZA)

Actualmente, la responsabilidad social empresarial (RSE), se ha ido convirtiendo paulatinamente en un pilar básico para las grandes organizaciones a la hora de diseñar sus estrategias a largo plazo. La implicación de las organizaciones en su entorno, así como los beneficios que socialmente pueden aportar, se traducen a la larga en un refuerzo de su imagen en el mercado. Para el desarrollo social del fondo, se necesita realizar un diagnóstico a nivel interno, con el objeto de identificar debilidades y fortalezas claves en las partes que conforman la empresa; a nivel externo, se requiere conocer las oportunidades y las amenazas que le brinda el medio externo a la empresa analizando el posible impacto de las mismas.

Se deben fijar metas para la ejecución acertada de estrategias debido a que forman la base para la asignación de recursos, para esto se deben fijar unos objetivos como los

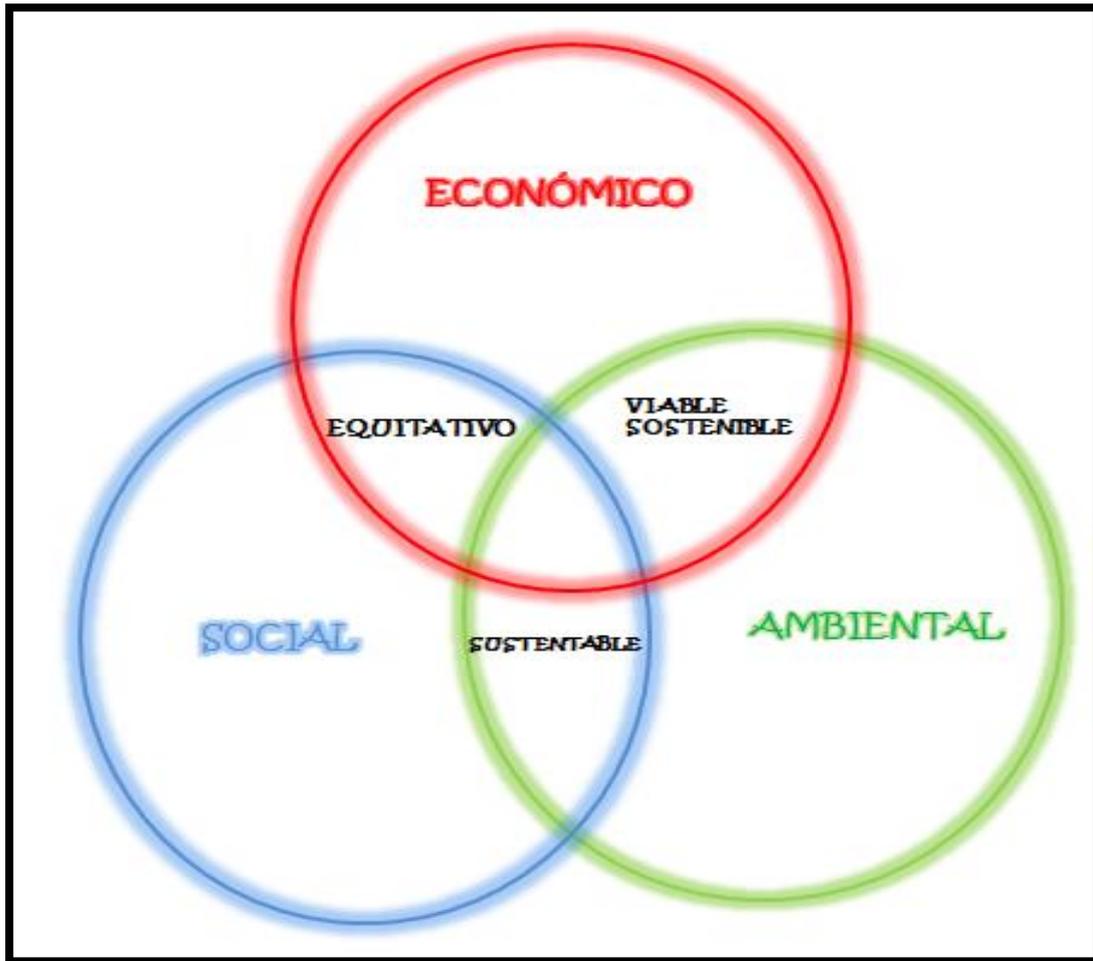
resultados que se esperan de la ejecución de estrategias, las cuales representan las acciones a realizar para el logro de los mismos.

Además, el fondo de empleados FACECOLFA para poder contribuir a la calidad de vida y bienestar de la sociedad Ocañera, debe adoptar políticas fundamentales como la ambiental, diseñando estrategias para prevenir y minimizar los impactos al ambiente, que busquen garantizar la protección ambiental del entorno donde desarrolla las actividades mediante la optimización en el uso racional de los recursos naturales, materias primas y energía, implementando prácticas de mejoramiento continuo.

Igualmente, para el fortalecimiento social debe tener buenas relaciones con la comunidad donde opera por tal motivo se hace necesario conocer los cambios en sus actitudes y expectativas para poder anticiparse a sus necesidades. Cabe resaltar que la empresa debe ser un ente de carácter social con una misión de servicio a la comunidad y con gran espíritu de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo, es decir, que debe ocuparse no solo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario.

A continuación se mostrara el esquema que hace aporte al desarrollo social, económico y ambiental con respecto a la responsabilidad social empresarial:

.



**Figura 1.** *Esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental*

Con el fin de ejecutar el esquema expuesto, se debe tener en cuenta las siguientes etapas:

**ETAPA 1:** Reconocimiento situacional; Ésta etapa consiste en recordar las estrategias del fondo de empleados FACECOLFA, donde se tenga en cuenta el tiempo de funcionamiento del mismo. De éste se realizará un análisis de la situación actual y la evolución que ha tenido la empresa con el pasar del tiempo relacionado con la responsabilidad social empresarial.

**ETAPA 2:** Reconocimiento de valores éticos y sociales, en esta etapa se hará una revisión y reconocimiento de los valores que mediante la práctica, se han plasmado en los servicios del fondo de empleados FACECOLFA, ellos son:

Valores éticos: Honestidad, responsabilidad, lealtad, justicia social, transparencia, compromiso, equidad.

Valores sociales: Cooperación, solidaridad, confianza, amistad, respeto a la dignidad humana, integración y compromiso con la comunidad.

Luego de analizados los valores, se llevarán a la práctica desde su medio interno al externo.

**ETAPA 3:** Reconocimiento de valores económicos, en cuanto a los valores económicos del fondo de empleados, se tendrán en cuenta el servicio ofrecido, la eficiencia la calidad y la rentabilidad que les brinda a los asociados.

**PROPUESTA ECONÓMICA.** El fondo de empleados deberá tener en cuenta lo que corresponde a una política económica, con base en la identificación y priorización de los problemas económicos. Dentro del concepto de empresa, la segunda dimensión corresponde a la económica, la cual constituye a la cooperativa para la gestión adecuada de los recursos necesarios para la prestación de servicios a los asociados. Por tanto a ésta se incorporan y analizan los siguientes aspectos:

- La organización solidaria como empresa
- La utilización de los servicios
- La capitalización social
- El uso del excedente económico
- La liquidez de la empresa
- La rentabilidad de la empresa

Además de esto, el fondo de empleados debe tener en cuenta su parte administrativa, la cual debe servir de apoyo fundamental para poder cumplir con los aspectos sociales y ambientales.

**PROPUESTA SOCIAL.** La formulación de una propuesta social se inicia con base en los problemas sociales identificados y priorizados. El fondo debe analizar e incorporar a la política social, los siguientes aspectos:

- Participación de los asociados
- Significado de la gestión democrática
- Desarrollo del liderazgo solidario en los asociados

En cuanto a la sociedad en general, lograr una participación activa en la divulgación de la responsabilidad social, a través de los medios más frecuentados por todos los asociados de forma organizada, eficiente y efectiva.

**PROPUESTA AMBIENTAL.** El fondo de empleados FACECOLFA, debe liderar procesos de gestión integral del uso racional de los recursos naturales con responsabilidad social y ambiental generando beneficios en términos de calidad de vida sobre la comunidad, además debe reconocer el impacto ambiental que genera el desarrollo de su actividad, y traducirlo en un compromiso permanente de identificar mejores prácticas para prevenir, eliminar, disminuir o compensar los impactos que se derivan su actividad principal.

Así mismo se debe realizar un correcto monitoreo y seguimiento encaminado a ejecutar una observación continua en el tiempo y el espacio a las variables ambientales y sus indicadores, con el fin de determinar el comportamiento y evolución del impacto ambiental, analizando si se ha logrado minimizar el impacto ambiental, aspecto primordial incluido en el

concepto de responsabilidad social, pues es el respeto de la empresa por el medio ambiente; de hecho, es una de las principales premisas del desarrollo sostenible.

De acuerdo a lo anterior es necesario llevar a cabo las siguientes acciones en el fondo de empleados FACECOLFA, con el fin de lograr mitigar el impacto ambiental:

- Identificar y evaluar los principales impactos ambientales de la actividad.
- Establecer objetivos de mejora para reducir los impactos ambientales de la actividad.
- Contribuir al uso racional de los recursos naturales
- Gestionar los residuos adecuadamente.
- Optimizar el consumo de energía.

En conclusión cabe mencionar, que la Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión.

Por todo esto, luego de proponer de manera ambiental, económica y social, buscando un desarrollo sostenible, la tendencia de reportar el desempeño social y ambiental por parte del fondo de empleados FACECOLFA, debe ser cada vez más fuerte, contribuyendo a aumentar los niveles de transparencia y rendición de cuentas. Esto por cuanto, un mejor desempeño social y ambiental puede traducirse en una mejora en la competitividad y en un mejor desempeño económico del fondo.

## Conclusiones

La responsabilidad social no solo es un equilibrio entre el interés económico y social, actualmente ha ido más allá de estos intereses, pues se considera que el aspecto ambiental se ha convertido en un factor importante para que una empresa sea socialmente responsable. De ahí la importancia de realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social del fondo de empleados FACECOLFA Ocaña, donde se realizó un diagnóstico situacional encontrando que la responsabilidad social es poco conocida dentro de los grupos de interés, aunque puede ser aplicada por algunos de manera filantrópica, sin conocer cuáles son los aspectos reales para contar con una responsabilidad social dentro y fuera de la empresa.

En relación con las acciones de responsabilidad social que se ejecutan en el fondo de empleados FACECOLFA, se encontró que no se realizan acciones de RSE, pues para los asociados encuestados esas acciones están relacionadas con el bienestar que reciben por parte del fondo, ya sea por los créditos, las capacitaciones, o los viajes que se organizan en la empresa; generando en ellos un impacto de satisfacción de pertenecer al fondo; sin embargo cabe resaltar que las acciones no están definidas para ninguno de los grupos de interés; además es importante mencionar que en lo relacionado con el aspecto ambiental, no se han realizado acciones o prácticas que permitan mitigar el impacto que genera la empresa en el desarrollo de su actividad.

Se propone un esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental referente al conjunto de factores que vinculan el quehacer del fondo de empleados FACECOLFA, con el medio entorno en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad; se tuvieron en cuenta los diferentes valores con los que cuenta o debe contar la

empresa, además de la aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la productividad y calidad de los servicios, busca mitigar el impacto ambiental y generar un bienestar a la comunidad en general. Además, se muestra una propuesta ambiental, social y económica; con el objetivo de lograr ser una empresa socialmente responsable.

## Recomendaciones

Considerando la importancia que tiene la responsabilidad social empresarial en la actualidad, el fondo de empleados debe implementar estrategias para su público de interés, teniendo en cuenta los resultados arrojados en el presente estudio, siendo una base para llevar a cabo acciones que le permitan al fondo de empleados FACECOLFA, medir el impacto económico, social y ambiental que es generado por el desarrollo de su actividad.

Implementar el esquema de aporte al desarrollo social, teniendo en cuenta la propuesta ambiental, social y económica diseñada, buscando que sea adecuada para los asociados del fondo, de igual forma que sea respetuosa con el medio ambiente o apoye a la comunidad en general.

Finalmente se recomienda poner en práctica un programa de RSE que genere una ventaja competitiva, además se caracterizará como una empresa que está sensibilizada y comprometida con el entorno social, económico y ambiental que la rodea, sintiendo la necesidad de que las acciones a implementar vayan de la mano con la satisfacción de las partes.

## Referencias Bibliográficas

ARTÍCULOS CCRE. ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?. [On line]. [Bogotá, Colombia]: 2009 [cite 15 noviembre 2013]. Disponible en internet en: <URL: [http://www.ccre.org.co/upload/2art03\\_g.pdf](http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf)>

CÓDIGO R. Portal de las responsabilidades y el desarrollo sustentable .Marzo del 2005. [On line]. Disponible en internet en: < <http://www.codigor.com.ar/rscorp.htm>.>

ARTÍCULOS CCRE. Responsabilidad social empresarial como eje fundamental del desarrollo y competitividad. [On line]. Disponible en internet en: < <http://www.ideaspaz.org/tools/download/47237>>.

NAVARRO García, Fernando. RESPONSABILIDAD SOCIAL COORPORATIVA: teoría y práctica. Segunda edición. ESIC. Madrid, 2011.

ROJAS Muñoz, ALFONSO Lucas. Responsabilidad social empresarial. [On line]. 1 ed. Universidad Santiago de Cali. Noviembre 2013.

USC. Universidad Santiago de Cali. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia. 2013. [On line]. Disponible en internet en: < [http://notariaunicalavega-cauca.com.co/sitio/sites/default/files/normativa/responsabilidad\\_social\\_empresarial\\_su\\_origen\\_evolucion\\_y\\_desarrollo\\_en\\_colombia.pdf](http://notariaunicalavega-cauca.com.co/sitio/sites/default/files/normativa/responsabilidad_social_empresarial_su_origen_evolucion_y_desarrollo_en_colombia.pdf) >.

Activo legal, seguridad jurídica para su empresa. 11 de Junio 2013[On line]. Disponible en internet en: <<http://www.activolegal.com/web/index.php/noticias/actualidad/504-responsabilidad-social-empresarial-rse-colombia-fundamentos-legales> >

FOMANORT. Fondo de empleados del estado y de educación privada. [On line]. Disponible en internet en: <http://www.fomanort.com.co/secciones/fomanort/logros.php>

FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. Disponible en internet en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

COLOMBIA, CAMARA DE COMERCIO DE ARAUCA, FONDO DE EMPLEADOS. Disponible en Línea. <http://www.camaracomercioarauca.com/?id=30>

OVALLE picón JESSICA Alejandra y PÉREZ quintero, CELEIDY yarlyn Estudio de factibilidad para la creación del fondo de empleados del colegio cristiano luz y vida “chavos y chavitas” del municipio de Ocaña, norte de Santander. [On line]. Disponible en internet en:

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/937/1/27996.pdf>

FACECOLFA, fondo de empleados del colegio de educación media Fátima.

SOTO, Beatriz. Las ventajas de la responsabilidad social para la empresa. [On line]. Disponible en internet en:

<http://www.gestion.org/rsc/30918/las-ventajas-de-la-responsabilidad-social-empresarial-para-la-empresa/>

Hernández Lozano, Ana Bertha. Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa

(RSE). [On line]. Disponible en internet <

[http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumenes/Medina\\_Teor%C3%ADas\\_sobre\\_la\\_responsabilidad.pdf](http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumenes/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf) >.

MINHACIENDA. Normativa. (online). Publicado el 20 de julio de 2008 (citado el 2 de

Diciembre de 2012) Disponible en\_

<http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/>

[presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf](http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf)

p.58

SENADO DE LA REPUBLICA. (2006). PROYECTO DE LEY 153 DE 2006 SENADO.

Recuperado el 02 de 01 de 2012, de

[http://servoaspr.imprenta.gov.co:7778/gacetap/gaceta.mostrar\\_documento?p\\_tipo=05&p\\_numero=153&p\\_consec=14645](http://servoaspr.imprenta.gov.co:7778/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=153&p_consec=14645)

SENADO DE LA REPUBLICA. (2007). PROYECTO DE LEY 31 DE 2007 SENADO.

Recuperado el 02 de 01 de 2012, de

[http://www.fundaporttransporte.com/pdf/leyes\\_y\\_proyectos\\_de\\_ley/PROYECTO%20DE%20LEY%2031%20DE%202007%20SENADO%20DE%20LA%20REPUBLICA%20DE%20COLOMBIA.pdf](http://www.fundaporttransporte.com/pdf/leyes_y_proyectos_de_ley/PROYECTO%20DE%20LEY%2031%20DE%202007%20SENADO%20DE%20LA%20REPUBLICA%20DE%20COLOMBIA.pdf)

1%20DE%202007%20SENADO%20DE%20LA%20REPUBLICA%20DE%20COLOMBIA.pdf

SENADO DE LA REPUBLICA. (2010). NUEVO PROYECTO DE LEY SOBRE RSE EN COLOMBIA, PROYECTO DE LEY 070 DE 2010. Recuperado el 02 de 01 de 2012, de <http://responsabilidadyderecho.blogspot.com/2010/08/nuevo-proyectode-ley-sobre-rse-en.html>

CONGRESO DE COLOMBIA. (2009). Proyecto de Ley No. 058 de 2009. Recuperado el 02 de 01 de 2012, de [http://190.26.211.100/portalsenado/attachments/645\\_PL\\_058\\_09\\_RESPONSABILIDAD\\_SOCIAL\\_PROTECCION\\_INFANTIL.pdf](http://190.26.211.100/portalsenado/attachments/645_PL_058_09_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_PROTECCION_INFANTIL.pdf)

ONU, Asociación para las naciones unidas. [On line]. Disponible en internet en: <http://www.anue.org/es/content/responsabilidad-social>

OIT, Organización internacional de trabajo. [On line]. Disponible en internet en: [http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---multi/documents/publication/wcms\\_142694.pdf](http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf)

OISS. Desarrollo de la estrategia iberoamericana de seguridad y salud en el trabajo. [On line]. Disponible en internet en: <http://www.oiss.org/atprlja/?Libro-verde-sobre-Responsabilidad>.

ALCALDIA DE BOGOTA. Ley 454 de 1998. [On line]. Disponible en internet en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3433>

# Apéndices

## Apéndice A. Encuesta dirigida a los Asociados del Fondo de Empleados “Facecolfa”

Ocaña

### UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ASOCIADOS DEL FONDO DE EMPLEADOS “FACECOLFA” OCAÑA

**Objetivo:** Realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social del Fondo de Empleados “FACECOLFA” Ocaña.

#### ASPECTOS GENERALES

1. Su afiliación al fondo fue:

- a) Voluntaria \_\_\_\_
- b) Influenciada por alguien \_\_\_\_
- c) Sugerida por alguien \_\_\_\_
- d) Otro motivo \_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

2. Conoce la norma que regula a los Fondos de empleados?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Cuál es? \_\_\_\_\_

3. ¿Cuántos años lleva como asociado del Fondo de empleados FACECOLFA?

- a) Menos de 1 año \_\_\_\_\_
- b) Entre 1 y 3 años \_\_\_\_\_
- c) Entre 3 y 8 años \_\_\_\_\_
- d) Más de 8 años \_\_\_\_\_

4. Conoce usted los servicios que ofrece el Fondo de empleados FACECOLFA?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ NS/NR \_\_\_\_

Si su respuesta anterior es positiva, mencione los servicios que ofrece el Fondo \_\_\_\_\_

5. ¿Qué beneficios ha recibido del Fondo de Empleados?

---

---

6. En qué nivel conoce usted los derechos como asociado?

- a) Plenamente \_\_\_\_\_
- b) Parcialmente \_\_\_\_\_
- c) Muy poco \_\_\_\_\_
- d) No conoce \_\_\_\_\_

7. En qué nivel conoce usted los deberes como asociado?

- a) Plenamente \_\_\_\_\_
- b) Parcialmente \_\_\_\_\_
- c) Muy poco \_\_\_\_\_
- d) No conoce \_\_\_\_\_

### ASPECTO SOCIAL

8. Sabe usted qué es Responsabilidad Social Empresarial?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ NS/NR \_\_\_\_\_

Si la respuesta anterior es positiva ¿cómo la define? \_\_\_\_\_

Si la respuesta anterior es negativa ¿estaría interesado(a) en conocer sobre la RSE.

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9. ¿Teniendo en cuenta los grupos de interés del fondo, ¿cómo se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial en cada uno de ellos? Relaciones según el caso.

- |                         |                               |
|-------------------------|-------------------------------|
| a) Asociados            | 1). Solo Definida             |
| b) Trabajadores         | 2). Definida y aplicada       |
| c) Gobierno             | 3). Aplicada sin definir      |
| d) Comunidad en general | 4). Ninguna de las anteriores |

10. ¿Según la respuesta anterior como está integrada la misma dentro del Fondo?

- a) Existe una política de RSE \_\_\_\_\_

- b) Está considerada en la misión y visión \_\_\_\_
- c) Es uno de los objetivos estratégicos \_\_\_\_
- d) Existen indicadores de gestión definidos \_\_\_\_
- e) Ninguna de las anteriores \_\_\_\_
- f) Todas las anteriores \_\_\_\_
- g) Otra \_\_Cuál? \_\_\_\_\_

11. ¿Se reportan los resultados de Responsabilidad Social a los grupos de interés?  
Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Como \_\_\_\_\_

12. ¿Se comparan los avances en materia de Responsabilidad Social con los ejercicios anteriores realizados año a año?  
Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ NS/NR \_\_\_\_

13. El fondo organiza programas y actividades educativas:

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Cada cuanto: \_\_\_\_\_ y sobre qué temas  
\_\_\_\_\_

14. ¿La organización destina recursos para programas de apoyo a la comunidad exterior?  
Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ NS/NR \_\_\_\_

15. ¿Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable?

- a) Reporta beneficios para la empresa \_\_\_\_\_
- b) Es una forma de responder a las exigencias Legales \_\_\_\_\_
- c) Es un asunto de principios y deber ético \_\_\_\_\_
- d) Es la manera de responder a las necesidades de la comunidad \_\_\_\_\_
- e) Otro motivo \_\_\_\_\_

16. ¿Qué proyecciones sociales tiene el fondo de empleados FACECOLFA para los próximos cinco años, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial?

---



---



---

### ASPECTO AMBIENTAL

17. El fondo de empleados FACECOLFA analiza el impacto ambiental según la actividad realizada?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_ Como lo hace?\_\_\_\_\_

18. ¿Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial referente a:

- a) Siembra de arboles\_\_\_\_
- b) Limpieza de riveras, parques u otros\_\_\_\_
- c) Caminatas ecológicas\_\_\_\_
- d) Capacitación sobre separación de residuos sólidos\_\_\_\_
- e) Ninguna de las anteriores\_\_\_\_
- f) Otras\_\_\_\_ ¿Cuál (es)?\_\_\_\_\_

19. ¿Cuándo el fondo presenta informes o entrega correspondencia cuál es el medio utilizado?

- a) Físico\_\_\_\_
- b) Digital\_\_\_\_
- c) Físico-digital\_\_\_\_

20. Según la respuesta anterior, cual es la forma?

- a) Cartelera\_\_\_\_
- b) Carta (oficio)\_\_\_\_
- c) Folletos\_\_\_\_
- d) Cartillas\_\_\_\_
- e) Correo electrónico\_\_\_\_
- f) Redes sociales\_\_\_\_
- g) CD\_\_\_\_
- h) Todas las anteriores\_\_\_\_
- i) Otros\_\_\_\_ cuales\_\_\_\_\_

21. Cómo aporta FACECOLFA el uso racional de la energía eléctrica?

- a) Paneles solares\_\_\_\_
- b) Capacitaciones de concientización\_\_\_\_
- c) Desconexión de equipos tecnológicos\_\_\_\_
- d) Ninguna de las anteriores\_\_\_\_
- e) Otros medios\_\_\_\_ cuales?\_\_\_\_\_

22. ¿Se incorpora en la estrategia comunicacional de la organización la difusión de los diferentes aspectos ambientales que puedan afectar o interesar a sus públicos de interés?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_ NS/NR\_\_\_\_

23. ¿La empresa dispone de mecanismos de control del impacto ambiental generado por sus actividades?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_ Cuales\_\_\_\_\_

**ASPECTO ECONOMICO**

24. De los servicios ofrecidos por el Fondo de empleados, cuál utiliza usted con mayor frecuencia?

- a) Seguro de cartera\_\_\_\_\_
  - b) Crédito ordinario\_\_\_\_\_
  - c) Crédito de libre inversión\_\_\_\_\_
  - d) Seguro de vida\_\_\_\_\_
  - e) Préstamo para educación\_\_\_\_\_
  - f) Préstamos para seguros funerarios\_\_\_\_\_
  - g) Todas las anteriores\_\_\_\_\_
  - h) Otros\_\_\_cuál\_\_\_\_\_
- 

25. Considera que los servicios que le brinda el fondo son:

- a) Muy buenos \_\_\_\_
- b) Buenos\_\_\_\_\_
- c) Regular\_\_\_\_\_
- d) Malos\_\_\_\_\_
- e) NS/NR\_\_\_\_\_

26. Considera que la tasa de interés que cobra el Fondo a los asociados por los créditos otorgados es:

- a) Muy alta\_\_\_\_\_
- b) Alta\_\_\_\_\_
- c) Media \_\_\_\_\_
- d) Baja\_\_\_\_\_
- e) N/R\_\_\_\_\_

27. Considera que la tasa de interés que le otorga el Fondo a los asociados por los ahorros realizados es:

- a) Muy alta\_\_\_\_\_
- b) Alta\_\_\_\_\_
- c) Media \_\_\_\_\_
- d) Baja\_\_\_\_\_
- e) N/R\_\_\_\_\_

28. Se encuentra conforme con los excedentes obtenidos en cada ejercicio económico?

Si\_\_\_ No\_\_\_ Como cuáles?\_\_\_\_\_

**29.** En la distribución de excedentes se tiene en cuenta a los asociados retirados y que forman parte del respectivo ejercicio económico?

Si\_\_\_ No\_\_\_ Por qué?\_\_\_\_\_

**30.** Tiene conocimiento de la inversión que el fondo ha apropiado en su presupuesto con destinación específica al cuidado del entorno ambiental?

Si\_\_\_

No\_\_\_

Cuánto?\_\_\_\_\_