

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
	Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. i(102)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	LAURA ALEJANDRA BAUTISTA QUINTERO		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA		
DIRECTOR	GUILLERMO ANCIZAR CORONEL CARRASCAL		
TÍTULO DE LA TESIS	ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS DE COLOMBIA TRASERCOL S.A.S., DEL MUNICIPIO DE SAN MARTÍN CESAR		
RESUMEN			
(70 palabras aproximadamente)			
<p>ESTE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVO REALIZAR UNA OBSERVACIÓN ACERCA DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EJECUTADAS EN LA EMPRESA TRASERCOL SAS DEL MUNICIPIO DE SAN MARTÍN CESAR, PARA LO CUAL SE TUVIERON EN CUENTA LOS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS QUE SE INTERRELACIONAN CON LA EMPRESA, A QUIENES SE LES APLICÓ UN INSTRUMENTO QUE, DE ACUERDO A LA METODOLOGÍA, FUE EL ADECUADO Y CON EL CUAL SE OBTUVO LA INFORMACIÓN REQUERIDA PARA EL CONOCIMIENTO Y DESARROLLO DEL TRABAJO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 100	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 45	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
info@ufpsa.edu.co - www.ufpsa.edu.co

ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS DE COLOMBIA TRASERCOL S.A.S.,
DEL MUNICIPIO DE SAN MARTÍN CESAR

AUTOR:

LAURA ALEJANDRA BAUTISTA QUINTERO

Trabajo dirigido para optar al título de Tecnólogo en Gestión Comercial y Financiera

Director

GUILLERMO ANCIZAR CORONEL CARRASCAL

Contador Público

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

Ocaña, Colombia

agosto de 2018

Índice

Capítulo 1. Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Formulación del Problema.....	3
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 General.....	3
1.3.2 Específicos	4
1.4 Justificación	4
1.5 Delimitaciones	6
1.5.1 Conceptual	6
1.5.2 Operativa.....	6
1.5.3 Temporal.....	6
1.5.4 Geográfica.....	6
Capítulo 2. Marco Referencial.....	7
2.1 Marco Histórico	7
2.1.1 Antecedentes históricos a nivel internacional.....	7
2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional.	11
2.1.3 Antecedentes históricos a nivel local.....	16
2.2 Marco Conceptual.....	17
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial.....	17
2.2.1.1 <i>Ventajas de la Responsabilidad Social para la empresa.</i>	21
2.2.2 Prácticas de RSE.....	24
2.2.4 Diagnóstico	25
2.2.4 Plan de mejoramiento	25
2.3 Marco Teórico.....	26
2.3.1 Teoría de los grupos de interés	26
2.3.2 La teoría de la legitimación.....	29
2.3.3 Teoría institucional.	32
2.4 Marco Legal	33
2.4.1 Constitución política de Colombia.....	33
2.4.2 ISO 26000 (RSE).	36

2.4.3 Ley 70 de 2010.....	38
2.4.4 Norma SA-8000.....	41
2.4.5 Decreto 1072.....	42
Capítulo 3. Diseño Metodológico	46
3.1 Tipo de Investigación.....	46
3.2 Población.....	46
3.3 Muestra	47
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.....	47
3.5 Procesamiento y Análisis de Información	47
Capítulo 4. Presentación de resultados	48
4.1 Prácticas de responsabilidad social ejecutadas con sus grupos de interés social en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., por medio de la encuesta, con el objetivo de plantear estrategias que contribuyan a mejorar la situación encontrada.....	48
4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL.....	48
4.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS	57
4.1.3 Análisis de la encuesta dirigida a los Proveedores de la empresa TRASERCOL SAS, del municipio de San Martín, Cesar.....	64
4.2 Grupos de interés relacionados a la responsabilidad social empresarial (RSE) pertenecientes a la empresa TRASERCOL S.A.S.	72
4.3 Matriz DOFA	75
4.4 Plan de acción para TRASERCOL S.A.S.....	76
Capítulo 5. Conclusiones	78
Capítulo 6. Recomendaciones.....	79
Referencias.....	80
Apéndices.....	82

Lista de tablas

Tabla 1. Capacidad operativa	48
Tabla 2. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	49
Tabla 3. Retos sociales y económicos	50
Tabla 4. Satisfacción por la oportunidad laboral	51
Tabla 5. Logros a través de esta oportunidad laboral	52
Tabla 6. Dichos logros han permitido su desarrollo personal	53
Tabla 7. Aportes de la empresa TRASERCOL SAS al desarrollo empresarial del municipio	54
Tabla 8. Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley	55
Tabla 9. Capacitación relacionada con la conservación del medio ambiente	56
Tabla 10. Responsabilidad Social Empresarial en la empresa TRASERCOL SAS	57
Tabla 11. Motivación hacia los usuarios en el cumplimiento de deberes y derechos	58
Tabla 12. Personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios	59
Tabla 13. Ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos.	60
Tabla 14. Respuestas favorables a las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios	61
Tabla 15. Trato adecuado de los directivos y trabajadores hacia los usuarios	62
Tabla 16. Seguridad en las instalaciones de la empresa TRASERCOL SAS	63
Tabla 17. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	64
Tabla 18. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	65
Tabla 19. Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable	66
Tabla 20. Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa TRASERCOL SAS	67
Tabla 21. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa	68
Tabla 22. Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa	69
Tabla 23. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia	70
Tabla 24. Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra	71
Tabla 25. Grupos de interés que interactúan con la empresa TRASERCOL S.A.S.	72
Tabla 26. Matriz DOFA.	75
Tabla 27. Plan de acción	76

Lista de gráficas

Gráfica 1. Capacidad operativa	48
Gráfica 2. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	49
Gráfica 3. Retos sociales y económicos.	50
Gráfica 4. Satisfacción por la oportunidad laboral	51
Gráfica 5. Logros a través de esta oportunidad laboral	52
Gráfica 6. Dichos logros han permitido su desarrollo personal	53
Gráfica 7. Aportes de la empresa TRASERCOL SAS al desarrollo empresarial del municipio	54
Gráfica 8. Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley	55
Gráfica 9. Capacitación relacionada con la conservación del medio ambiente.	56
Gráfica 10. Responsabilidad Social Empresarial en la empresa TRASERCOL SAS	57
Gráfica 11. Motivación hacia los usuarios en el cumplimiento de deberes y derechos	58
Gráfica 12. Personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios	59
Gráfica 13. Ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos.	60
Gráfica 14. Respuestas favorables a las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios	61
Gráfica 15. Trato adecuado de los directivos y trabajadores hacia los usuarios	62
Gráfica 16. Seguridad en las instalaciones de la empresa TRASERCOL SAS	63
Gráfica 17. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	64
Gráfica 18. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	65
Gráfica 19. Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable	66
Gráfica 20. Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa Transportadora de Norte de Santander S.A.S.	67
Gráfica 21. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa	68
Gráfica 22. Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa	69
Gráfica 23. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia	70
Gráfica 24. Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra	71

Resumen

El presente es el informe final del trabajo de grado titulado: Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar. Para llevarlo a cabo, se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron la identificación de las prácticas de responsabilidad social ejecutadas con sus grupos de interés social en la empresa, lo cual se realizó mediante la aplicación de la encuesta a los distintos stakeholders. Igualmente se relacionaron los grupos de interés afines a la responsabilidad social empresarial (RSE) pertenecientes a la empresa.

De igual forma, se definieron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, por medio de la matriz DOFA, y finalmente, se elaboró un plan de acción para TRASERCOL S.A.S., estableciendo objetivos, estrategias, metas, responsables, tiempo e indicadores, buscando su contribución a mejorar la responsabilidad social en la empresa.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fue el gerente de la empresa, empleados, usuarios y proveedores, los cuales, dado su extensión, se tomó el 100% de la misma para la aplicación del instrumento, el cual fue la entrevista y la encuesta, el proceso de recolección de información, fue realizada por el autor del proyecto, quien analizó los resultados de cada una de las respuestas brindadas.

Luego de realizadas las actividades dentro de los objetivos propuestos, los resultados permitieron concluir el estado actual en cuanto a responsabilidad social empresarial en que se encuentra la empresa TRASERCOL SAS, del municipio de San Martín Cesar.

Introducción

Para el (Mineducación, 2006), la responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible.

De acuerdo a lo anterior y la importancia que emana el tema de responsabilidad social en las empresas, el presente trabajo se dirigió a la empresa de transportes TRASERCOL SAS, del municipio de San Martín Cesar, en la cual se desarrollaron una serie de actividades propuestas en los objetivos, que consistieron en: Identificar las prácticas de responsabilidad social ejecutadas con sus grupos de interés social en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., por medio de la encuesta, con el objetivo de plantear estrategias que contribuyan a mejorar la situación encontrada; relacionar los grupos de interés relacionados a la responsabilidad social empresarial (RSE) pertenecientes a la empresa TRASERCOL S.A.S., con el fin de evaluar su participación en los procesos organizacionales.; definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, por medio de la matriz DOFA, para realizar el diagnóstico general; y, finalmente, elaborar un plan de acción para TRASERCOL S.A.S., estableciendo objetivos, estrategias, metas, responsables, tiempo e indicadores, que contribuyan a mejorar la responsabilidad social en la empresa.

El trabajo se llevó a cabo con el fin de brindar un aporte y orientación a la empresa TRASERCOL SAS, considerando que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un compromiso continuo de actuar éticamente y contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo, conservar la fidelidad y aprecio con los usuarios, confianza y transparencia en la comunidad.

Capítulo 1. Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar

1.1 Planteamiento del Problema

La Responsabilidad Social Empresarial ha representado en las empresas compromisos de actuación correcta con respecto a su entorno, sin embargo, en los últimos años ha adquirido un mayor auge ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más conscientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales. La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un tema importante para las empresas, pues en los últimos años ha resultado rentable ser socialmente responsable. (CCRE, 2009)

Muchas personas ya conocen el significado de responsabilidad social y éste repercute en la competitividad porque la productividad de una empresa no solo depende de sus ventajas técnicas, ahora son fundamentales el manejo ambiental, la identificación de los empleados con su organización, la estabilidad social de la comunidad en que se desarrolla y el respeto de los derechos del trabajador. (Duarte, 2012, pág.2)

Contar con la clasificación de empresa socialmente responsable se ha convertido en requisito para competir en mercados internacionales. El mercado internacional exige que se cumplan y respeten determinados estándares en material social y ambiental, cada día existen más

regulaciones sobre este tema y lograr obtener las certificaciones es un proceso exigente. Una verdadera estrategia de responsabilidad social dependerá de la actitud sincera de la empresa con su entorno. La responsabilidad social permite ganar legitimidad y aceptación social. (Vives & Peinado, 2011)

Esos factores que hacen que cada vez más las empresas apliquen criterios de responsabilidad social corporativa, debido a que hoy en día hay más preocupación de la ciudadanía por problemas sociales y ambientales, las inquietudes también son globalizadas y esas inquietudes cada vez afectan más a los criterios de compra y de inversión en los productos de las empresas. Además, las actividades de las empresas, se ven expuestas a la sociedad con mucha más fuerza que en otros momentos gracias a los nuevos medios de comunicación, la información fluye más en un entorno globalizado. (Plaza Virtual, 2014)

Teniendo en cuenta el valor que debe tener la responsabilidad social, en un entorno empresarial; es preciso resaltar que la Empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar, no dispone de una concepción o práctica de programas de responsabilidad social.

Si bien es cierto, que la gestión administrativa ha adoptado prácticas responsables socio-ambientalmente, respondiendo a sus competencias, ésta no se encuentra integrada en los procesos. Por tanto, sus grupos de interés (público interno y externo) no son eficientemente atendidos.

La ausencia de conocimiento y/o análisis de la vulnerabilidad de sus grupos de interés en impactos potenciales y reales (sociales, ambientales, económicos, entre otros), así como de prácticas puntuales, abiertas y pertinentes, que respondan a la priorización de éstos impactos, entorpece el desarrollo de su actividad.

De acuerdo a lo anterior, se hace necesario obtener conocimiento acerca de las prácticas de responsabilidad social empresarial ejecutadas en la Empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar, teniendo en cuenta que es una función básica para tener mayor valor agregado en las organizaciones que hoy día desean ser competitivas. Es así como no se ha realizado el análisis acerca del compromiso de esta empresa con su gerente, asociados, comunidad, medio ambiente, proveedores, usuarios y gobierno en la cual ejecuta su actividad económica.

1.2 Formulación del Problema

¿Se logra con el análisis de responsabilidad social para la Empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar, mejorar los procesos administrativos de la entidad?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Analizar las prácticas de responsabilidad social empresarial de la Empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar.

1.3.2 Específicos. Identificar las prácticas de responsabilidad social ejecutadas con sus grupos de interés social en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., por medio de la encuesta, con el objetivo de plantear estrategias que contribuyan a mejorar la situación encontrada.

Relacionar los grupos de interés relacionados a la responsabilidad social empresarial (RSE) pertenecientes a la empresa TRASERCOL S.A.S., con el fin de evaluar su participación en los procesos organizacionales.

Definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, por medio de la matriz DOFA, para realizar el diagnóstico general.

Elaborar un plan de acción para TRASERCOL S.A.S., estableciendo objetivos, estrategias, metas, responsables, tiempo e indicadores, que contribuyan a mejorar la responsabilidad social en la empresa.

1.4 Justificación

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un valor intangible en 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. (Roper, 2014)

Lo primero que debe tener en cuenta una empresa o institución es que la RSE no es un gasto, sino una inversión y proporciona los siguientes beneficios: Disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad, al reducir la posibilidad de conflictos con la población, mejora la productividad, al contar con trabajadores motivados, lo cual contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa, perfecciona el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, al considerar sus necesidades, enriquece el ambiente externo, al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno, brinda una imagen de responsabilidad en la empresa. (Mendoza, Hernández, & García, 2013)

Hoy en día la responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, permitiendo 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 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. Todo esto aporta a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización (Martín, 2016).

Con los argumentos anteriormente presentados en diferentes referencias, se evidencia la necesidad de analizar la responsabilidad social empresarial en la Empresa de Transportes y Servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín Cesar, en busca de la identificación de prácticas puntuales y reales de responsabilidad social empresarial, buscando brindar, de alguna manera, una proyección tanto interna como externa de desarrollo y de

aplicación de prácticas responsables, llegando a redundar en ganancias y utilidades presentes y futuras.

Este proyecto es una oportunidad básica para aplicar los conocimientos adquiridos por parte del autor, durante la formación como Tecnólogo en Gestión Comercial y Financiera y vivir la experiencia de realizar un trabajo de campo. Igualmente, se contará con personal asesor para la formulación, ejecución y operatividad del proyecto.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual. En la realización de este estudio se tendrán en cuenta los siguientes temas: Responsabilidad Social Empresarial, grupos de interés, diagnóstico, plan de mejoramiento.

1.5.2 Operativa. Las dificultades que se pueden presentar en la realización de este trabajo de grado, consisten en la localización de las personas a encuestar, de ocurrir algún cambio será informado a la directora y en su defecto al Comité Curricular.

1.5.3 Temporal. La realización del proyecto tendrá duración de ocho (8) semanas, a partir de la aprobación del mismo, como se muestra en el cronograma de actividades.

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevada a cabo en el municipio de San Martín Cesar.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Antecedentes históricos a nivel internacional. La Responsabilidad Social Empresarial, nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en 50's y 60's y se inicia por la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera este uso, devolverá a la sociedad dichos beneficios. Las empresas creen riqueza o no, en el uso o no de un factor productivo, por lo tanto deben ser responsables de ello, por consiguiente deben ir más allá de la generación de trabajo, riqueza para los dueños del recurso financiero, deben velar por el bienestar de la comunidad donde se encuentra enclavada. La importancia y el interés por la RSE no es nuevo, desde mediados del siglo XX se consideraba que “las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones” Howard Bowen en “Social Responsibilities of the Businessman”. Harper New York. 1953. (Cajiga, 2007)

De tal forma que la Responsabilidad Social Empresarial ya no es discurso filosófico - en la década de los 60's – sino que es parte de la gestión empresarial en la década de 70, por consiguiente en los 80's lleva a la conformación de un contexto socialmente responsable y a la dirección estratégica por medio de la teoría de los stakeholders o grupos de interés que rodean a la organización en su devenir comercial. (Cajiga, 2007)

Uno de los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) vino de manera objetiva de la iniciativa del “Pacto Global” (Global Compact) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso el Secretario General de Naciones Unidas, el Señor Kofi Annan, en el FORO ECONOMICO MUNDIAL, celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999. (Cajiga, 2007)

La perspectiva teleológica del Pacto Global es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), sobre la base de principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionados con los valores fundamentales en materia de:

Derechos Humanos

Normas Laborales

Medio Ambiente

Lucha contra la corrupción

En su fase operacional su finalidad es posibilitar a todos los pueblos del mundo compartir y acceder a los beneficios de la globalización de la economía e inyectar en el libre mercado mundial valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas de los humanos. (Cajiga, 2007)

En tal sentido, éste se constituye en un instrumento de libre adhesión para empresas, Sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, que aplican los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones.

Los diez principios universales del Pacto Global se derivaron, básicamente, de:

La Declaración Universal de Derechos Humanos;

La Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo;

La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Las iniciativas relacionadas con la Lucha Contra la Corrupción se originó en el Mensaje en la ceremonia inaugural de la Conferencia Política de Alto Nivel para la firma de la Convención de la Naciones Unidas Contra la Corrupción Mérida, México, 9 de diciembre de 2003 Pronunciado por el Sr. Hans Corell, Secretario General Adjunto para Asuntos Legales. (Cajiga, p.4)

Pacto Global se fundamenta en la búsqueda de manejo y solución de los problemas mundiales identificados en la Cumbre Mundial del Pacto de Naciones Unidas en Ginebra, Suiza, dichos problemas, entre otros, son:

La pobreza y el analfabetismo;

La crisis poblacional;
El conflicto global; y,
Los problemas del medio ambiente.

Para estos problemas es impostergable y esencial el compromiso real de implementarse la Responsabilidad Social Empresarial.

En la actualidad es menester ahondar en el debate recurrente e importantísimo sobre la mentalidad y comportamiento ético de las personas jurídicas y naturales involucradas en proceso económicos: Estado, Empresarios, Gerentes, Sindicatos, Empleados, Consumidores y Grupos de Interés.

La Responsabilidad Social Empresarial debe tener como referente el liderazgo estratégico, la cultura organizacional y el mercado, pero haciendo evidente su sensibilidad social y humana como parte de su esencia. Si el comportamiento empresarial es socialmente responsable es porque se incide, se permeabiliza y se evidencia en la sociedad una mayor equidad, una distribución de riqueza más justa y un mejoramiento de la calidad de vida de todos los humanos presentes en su entorno social.

Así mismo, La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes", relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades,

el gobierno y la sociedad en general. "Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil. (Cajiga, 2007)

Es evidente que muchas empresas del mundo reconocen hoy los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Igualmente, existen estudios empíricos que demuestran los impactos positivos de la RSE en aspectos como el desempeño financiero, los costos operativos, la imagen de marca y la reputación de las empresas. Sin embargo, la incorporación de políticas y prácticas de RSE en Latinoamérica, es aún incipiente y la mayor parte del interés se presenta en las grandes empresas. No obstante, existe una creciente presión sobre las empresas de la región para que incorporen los conceptos de RSE, no sólo con el fin de competir eficientemente, sino incluso, de garantizar acceso a los mercados internacionales, donde gobiernos y consumidores exigen cada vez más este tipo de prácticas. (Cajiga, p.5)

2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional. 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, 2012)

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. (Rojas, p.3)

Colombia se adhirió al Pacto Global en el 2004 y en ésta materia es uno de los países más destacados en cuanto al número de empresas que se han incorporado a la Red de Actividades de Responsabilidad Social Empresarial; pues, a finales del 2008, 180 empresas colombianas se habían adherido al Pacto y más las compañías multinacionales el número que se registró fue de 450 compañías que integraban la red de responsabilidad social en Colombia. Esta dinámica del auge que ha tenido el Pacto en Colombia, lo corrobora la encuesta sobre Mejores Prácticas Corporativas (MPC) en las empresas colombianas que llevó a cabo y publicó la Superfinanciera en septiembre de 2008 siendo altamente significativo porque “evidencia el positivo trabajo que han hecho en este sentido las compañías inscritas en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC).

El campo de la RSE, no es exclusivo de las organizaciones productivas, también hace parte de la misión, visión de las instituciones educativas, las cuales son motores impulsores de este tema debido que hace parte de una de sus funciones sustantivas como lo es la extensión. (Rojas, p.4)

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:

Etapa defensiva. 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. (Cajiga, 2007)

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. (Cajiga, 2007)

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 los profesionales, en las mejores universidades del mundo". (Cajiga, 2007)

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).

La Responsabilidad Social Empresarial debe ser un compromiso real y efectivo. Por este criterio es pertinente considerar el caso de Sintravidriol-Peldarm (Organización Sindical que agrupa a los trabajadores de la Industria del Vidrio y Afines en Colombia), en esta segunda fase histórica de la RSE.

“El tránsito hacia un modelo cooperativo de relaciones laborales”, fue considerado como positivo por gremios como la Andi, Acopi, Asoflores y otras instituciones que buscan establecer relaciones armónicas y duraderas entre empresarios y trabajadores. (Cajiga, p.10)

No obstante, el informe referido afirma que dicho proceso no continuo y que por el contrario que Peldar S.A. desarrollo una serie de estrategias diferentes no socializadas por el sindicato, que incluso “puso en duda la buena..., (de la empresa por el incumplimiento a los acuerdos pactados).., faltando (de esta manera) al principio de la transparencia”.(Cajiga, p.11)

2.1.3 Antecedentes históricos a nivel local. En noviembre del año 2015, nace una idea entre dos de los actuales socios de la empresa TRASERCOL SAS. Por un lado, la experiencia de uno de los socios en el sector transporte por más de 10 años y por el otro lado la experiencia académica, laboral y práctica del otro socio fundador. Termina el año y con el año nuevo se vino madurando y concretando aquella idea inicial, experimentados en el tema, reunimos ideas nuevas, capital y ánimo para este proyecto, es así como en febrero del año 2016, realizamos la respectiva elaboración de estatutos y nos dirigimos a la cámara de comercio del Municipio de Aguachica, cesar, a hacer la respectiva inscripción mercantil. (Trasercol, 2016)

Ya con la empresa registrada e inscrita en la cámara de comercio, DIAN y demás entes gubernamentales iniciamos la dura tarea de conseguir la licencia o habilitación por parte del ministerio de transporte que nos autorizó prestar el servicio nacional de carga por carretera.

De ahí en adelante hemos trabajado duro, indagando sobre las exigencias del mercado, y mejorando día a día, para estar al día en las normas de calidad, actualmente nos encontramos en el proceso de la implementación de las siguientes normas: Plan Nacional de Contingencias para transporte terrestre de mercancías peligrosas, plan de gestión integral de residuos, plan estratégico en seguridad vial, Matriz de requisitos legales, sistema de gestión integral bajo los lineamientos de las normas ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 OHSAS 18001:20. Con la empresa ROCA CONSULTORIA SAS. (Trasercol, 2016)

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial. La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera 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.

A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la RSE, se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la RSE, frecuentemente utilizados de manera no apropiada,

como por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, marketing con causa social, sostenibilidad, entre otros.

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar un fondo común que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSE. (Reyno, 2014)

Además, (Reyno, 2014, pág. 12), presenta una de las definiciones más conocidas, siendo la de la Comisión Europea: “La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”, (Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”).

Igualmente, el autor, da a conocer otras definiciones de RSE, las cuales son:

“La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”, (WBCSD, World Business Council for Sustainable Development).

“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”, (PWBLF, Prince of Wales Business Leaders Forum).

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”, (BSR, Business for Social Responsibility). (Reyno, 2014)

"La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales", (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social.).

“La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”, (Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas).

“La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas”, (The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage).

Dice (Reyno, 2014), que estas definiciones permiten conformar una idea clara de lo que es la RSE. Sin embargo, hay que advertir de que la RSE es concepto dinámico y en desarrollo, por lo que es preciso caracterizarlo con algunas claves para comprender mejor su verdadera dimensión. Así, la RSE es:

Integral, es decir, abarca a un conjunto complejo de dimensiones de la empresa.

Gradual, puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir.

Proporcional, ya que la expectativa de su ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.

De esta manera el entorno social, económico, jurídico e institucional condiciona la actividad de las empresas, que ven como alteraciones del mismo pueden producir modificaciones en sus cualidades esenciales, en sus objetivos y en las expectativas y demandas a cubrir de los distintos grupos de interés. Entre los rasgos del entorno que influyen con mayor intensidad en el desarrollo de la RSE se encuentran los siguientes:

Globalización.

Desarrollo de la sociedad civil.

Demandas surgidas por diversos problemas sociales, económicos (como los mencionados escándalos empresariales) y medioambientales.

Nuevas formas de organización del trabajo.

Pérdida de peso del sector público e incremento de la influencia de las empresas.

Protagonismo e impulso de las organizaciones supranacionales.

El modelo de creación de valor de las organizaciones.

La innovación tecnológica, especialmente la aparición de Internet como red universal de telecomunicaciones.

Este entorno ha llevado a grandes compañías y algunos sectores a introducir ya en sus prácticas comerciales y de gestión aspectos de la RSE como consecuencia de:

Compromisos voluntarios y autorregulación sobre aspectos medioambientales y sociales específicos de determinados sectores como el de la energía y la industria papelera, entre otros, estableciéndose en ocasiones como mecanismos de barrera de entrada.

Condiciones sobre certificaciones y otros aspectos impuestos por grandes corporaciones a su cadena de proveedores (Reyno, 2014)

Normas y regulaciones desarrolladas por organismos públicos.

2.2.1.1 Ventajas de la Responsabilidad Social para la empresa. La responsabilidad social de la empresa o empresarial es una necesidad de la sociedad y debe ser vista como una necesidad de la propia empresa que se vea en la necesidad de aplicar la responsabilidad social en la propia empresa.

Según (Soto, 2014), para empezar con una perspectiva en que la ética y la ley se unen en la sostenibilidad como principio fundamental, existen muchas ventajas de la responsabilidad social empresarial como son:

Acceso a mercados, ya que se cumplen estándares y certificaciones que se exigen por medio de otros actores externos entre los que también importan los propios consumidores.

La lealtad con el cliente que puede ver como se satisfacen sus necesidades además de una mejor calidad y precio con certificaciones que ofrecen las máximas garantías.

Mayor productividad, estrechamente relacionada con una mayor retención de los talentos en la empresa y mejores condiciones, sin olvidar los beneficios que supone para los empleados que a su vez se pueden sentir más motivados.

La credibilidad y mejor imagen de la empresa, que da lugar a llegar a mayor número de personas en base a su imagen de empresa respetuosa con la sociedad, el medio ambiente y las personas. La reputación de la empresa es mayor si sus valores son de responsabilidad social y así lo muestra aplicando e innovando en sus estrategias de cara a ello. (Soto, 2014, pág. 2)

Hay que tener en cuenta un punto muy importante, y aunque la responsabilidad social de la empresa aporta gastos a la empresa estos gastos deben ser considerados como una inversión, ya que estas estrategias deben afectar directa o indirectamente en una mayor rentabilidad para la empresa y su mayor crecimiento económico. El desarrollo sostenible es una de las estrategias de

la empresa para afrontar una postura a favor de la sociedad y mayor rendimiento de la empresa, además de sumar la ventaja del aprovechamiento de los recursos naturales.

Además, una correcta aplicación de las estrategias en este campo puede ofrecer a la empresa a más medio o largo plazo productos de mayor calidad que se ajusten a las necesidades de los clientes obteniendo la mayor rentabilidad y márgenes de beneficio. Además, se puede lograr un ahorro económico en costes de los procesos y estructura de la empresa en base a la alta exigencia de calidad y control que se aplique. (Soto, 2014, pág. 2)

2.2.1.2 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). (Uribe, 2005)

Implementar procesos de responsabilidad social al interior, generando los siguientes beneficios: (p.5)

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

Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y, medio ambiente)

Incremento en la participación del mercado

Mejoramiento de la cultura organizacional

Capacidad de atraer el mejor talento humano

Incremento del valor de la empresa

Mejoramiento de la comunicación interna y externa

Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

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.

2.2.2 Prácticas de RSE. Una buena práctica es la acción o conjunto de acciones que, fruto de la identificación de una necesidad son sistemáticas, eficaces, eficientes, sostenibles, flexibles y están pensadas y realizadas por los miembros de una organización con el apoyo de sus órganos de dirección, y que, además de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, suponen una mejora evidente de los estándares del servicio. Siempre de acuerdo con los criterios éticos y técnicos de la organización y alineadas con su visión, su misión y sus valores. Estas buenas prácticas deben estar documentadas para servir de referente a otros y facilitar la mejora de sus procesos. (Fundación Crana, 2013)

Comunicar las prácticas llevadas a cabo en las diferentes dimensiones de la RSE es fundamental para garantizar un diálogo activo con los diferentes grupos de interés. Las prácticas de responsabilidad social inducen a la empresa a conseguir una imagen positiva, incluyendo sus productos y servicios, así como lograr diferenciarse de la competencia. Con este tipo de iniciativas, se busca motivar a todas las empresas a continuar desarrollándose en el campo de la RSE. En el medio existen capacidades y recursos en las empresas sin que éstos sean usados estratégicamente para fortalecer sus ventajas competitivas. En el estudio de prácticas de RSE se considera importante la protección del ambiente, la reducción de energía, manejo de desechos, aguas residuales, entre otros aspectos. (Moreno & Graterol, 2011)

2.2.4 Diagnóstico. El diagnóstico empresarial trata de identificar el estado así como las causas de los problemas que surgen en las empresas, y en ese caso definir medidas que mejoren su situación. Para ello, será conveniente conocer la oferta existente en el mercado de metodologías de diagnóstico. Cada una de ellas posee una serie de características, estructura e incluso un enfoque distinto. Por ello, a la hora de seleccionar alguna en particular, debemos elegir aquella que ofrezca el tipo de información que busca la compañía. Así pues, será de interés analizar todas las metodologías de manera que se pueda observar las ventajas, inconvenientes y diferencias entre las mismas. (Baena & Botero, 2008)

2.2.4 Plan de mejoramiento. Los Planes de mejoramientos son aquellos que consolidan las acciones de mejoramiento derivadas de la autoevaluación, de las recomendaciones generadas por la evaluación independiente y de los hallazgos del Control Fiscal, como base para la definición de un programa de mejoramiento de la función administrativa de la entidad a partir de

los objetivos definidos, la aprobación por la autoridad competente, la asignación de los recursos necesarios para la realización de los planes, la definición del nivel responsable, el seguimiento a las acciones trazadas, la fijación de las fechas límites de implementación y la determinación de los indicadores de logro y seguimiento de las mejoras, con lo cual se establecen las especificaciones de satisfacción y confiabilidad.

La finalidad de estos planes es desarrollar una cultura organizacional orientada al mejoramiento permanente de su función, efectuando las acciones correctivas en las Políticas y en los distintos procesos y procedimientos propios de la gestión pública o Privada de manera oportuna, a fin de garantizar el buen uso de los recursos públicos y una eficiente prestación del servicio que le ha sido encomendado.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Teoría de los grupos de interés. En primer lugar, y precisamente en atención a éstos, nos remitiremos a la Stakeholders Theory que a decir de algunos estudiosos de la RSE ha adquirido singular relevancia, la definición más generalmente aceptada sobre el concepto de stakeholders es precisamente la que proporciona Edward R. Freeman que, con la publicación de su estudio “Strategic management: A stakeholder approach”, señala que los “partícipes son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”. (Grey y Friedman, 1992)

En alusión al concepto referido, hay que señalar a algunos de los partícipes que se suponían (identificados por la sociedad) como los únicos que importaban a las empresas, tales como propietarios de los bienes tangibles o intangibles, empleados, Estado, clientes. Actualmente, la consideración de éstos se ha extendido para contemplar también a otros participantes (identificados por la organización) como proveedores, competidores, consumidores, comunidades, sociedad, bancos, gobiernos locales, abastecedores, corporaciones industriales o comerciales (nacionales y extranjeras), sindicatos, gobiernos extranjeros, generaciones aún sin nacer y hasta especiales casos de vida animal y vegetal, entre algunos grupos de interés que pueden ser precisados como parte importante de la RSE ya que participan del desarrollo de los fines y del éxito de la estrategia de negocio que la empresa junto con ellos establece.

Para la teoría de los grupos de interés es de gran trascendencia el papel que las partes relacionadas de las organizaciones ha cobrado en los últimos años, destacando una manifiesta concurrencia de los partícipes en el desarrollo de la empresa y su consecuente contribución a la comunidad en que se encuentran como un importante actor social preocupado por las nuevas exigencias y problemas emergentes de la sociedad en pro de un estado de bienestar general actual y futuro. (Grey y Friedman, p.2)

Las formas en que se establece esta interrelación con la empresa son mediante el diálogo que, en ocasiones, ésta propone a los grupos que ha identificado y que mantiene a raíz de la ininterrumpida relación que se establece entre ellos. Los intereses (diversos y conflictivos) de las partes incluidas y la atención a expectativas múltiples que confluyen en la empresa (un juicio más fluido, social y democrático) procuran mejorar la capacidad de crear beneficios para atender

a los actores de una humanidad cada vez más compleja y exigente. La exposición de Argandoña señala que para que demos sentido a la RSE en la empresa “toda relación social llevará consigo una dimensión del bien común”. Él apoya esta teoría, considerando que el deber de las partes relacionadas -principalmente las internas- es contribuir al fin de la empresa y con ello “aportar su bien común, con las prestaciones concretas” propiciando las condiciones para que cada “partícipe reciba de la empresa aquello que razonablemente espera de ella y a lo que tiene derecho por su contribución [...]”. Su idea consiste, en tomar en cuenta los intereses de todos los implicados (no exclusivamente los de los propietarios de tipo económico) para lograr los objetivos de la empresa. El fin de la firma girará, de alguna manera, en función de lo que cada stakeholder espera recibir. (Grey y Friedman, p.3)

Rovira (2002), aduce que “la teoría de los stakeholders ofrece una visión más realista de las interacciones entre la empresa y su entorno socio-político”, aunque la identificación de las partes relacionadas, “puede ser difícil”. Así como el proceso de diálogo y compromiso con partícipes” será de delicada administración en caso de haber grupos con intereses opuestos y, por tanto, un distinto nivel de atención a los mismos, atendiendo principalmente a demandas sociales de partícipes clave.

Gray y Friedman (1992), señalan que en el punto de vista organizativo de la referida teoría se desprende un modelo de rendición de cuentas a todos sus stakeholders con una aproximación normativa, descriptiva y explicativa del poder que tienen en el contexto de la RSE según dicho modelo, que involucra las responsabilidades de la firma y la transparencia de sus acciones.

Uno de los elementos primordiales que la empresa puede emplear para gestionar la relación con sus grupos de interés es la información (financiera o de sostenibilidad, o ambas) ofrecida en atención a que los partícipes den su apoyo y aprobación a la estrategia de la firma, sin encontrarse como una oposición a ésta.

Por lo que la divulgación de información voluntaria es, por tanto, una parte importante en la justificación de la teoría de los partícipes con la que se posibilita un canal apropiado de retroalimentación de las relaciones establecidas entre los diferentes grupos de interés y las corporaciones, de la utilidad que cada uno le encuentra en beneficio precisamente de un bien que en la relación entre ambos haya quedado plasmada, o que, conforme se modifiquen sus requerimientos, ambos establezcan los parámetros bajo los cuales se deba atender a tales necesidades, con transparencia y verificación de las cuentas que sirvan de garantía para la consolidación de sus relaciones. (Gray y Friedman, p.2)

2.3.2 La teoría de la legitimación. 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. (Medina, Ramírez, & Hernández, 2012, pág. 4)

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 autentificando 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. (Medina, Ramírez, & Hernández, 2012, pág. 5)

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, sí 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. (Medina, Ramírez, & Hernández, 2012, pág. 5)

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. (Medina, Ramírez, & Hernández, 2012, pág. 5)

2.3.3 Teoría institucional. Si la legitimidad procede de un sistema de valores sociales, reglas, creencias y definiciones en sintonía con la sociedad conlleva la conformidad con el sistema y responde a la aceptación social, es decir, en esta teoría para percibir como legítima a una organización, el modelo de estructuras, organizaciones y acciones que asume seguirá la prescripción de las normas y principios sociales. (Medina, Ramírez, & Hernández, 2012, pág. 7)

La perspectiva de la teoría institucional es más amplia que la teoría de la legitimación. En lugar de explorar directamente el sistema de baluartes de la sociedad, contempla el patrón de las instituciones establecidas como representación simbólica del sistema de valores sociales.

Los grupos de interés y los motivos personales que se involucran dentro de la empresa, forman parte central de la discusión corporativa. No se atiende a las necesidades dispersas o individuales, sino agrupadas y determinadas por las prioridades que al conjunto, institucionalmente, le resultan más convenientes y con resultados más generales.

Aquí hay que prestar atención a un amplio marco regulatorio ceñido a disposiciones obligatorias, institucionales y voluntarias que bajo el acuerdo de los participantes conformados institucionalmente deben observar y ratificar conforme al establecimiento de las directrices aplicables, en armonía con sus valores, costumbres, cultura e identidad social, es decir, las instituciones buscan establecer su legitimidad por la moralidad de su gobierno y la observancia de normas que deben ser sancionadas institucionalmente con la aceptación de valores culturales y sociales del deber ser. (Medina, Ramírez, & Hernández, 2012, pág. 7)

Señalando que los implicados pueden llegar a acuerdos voluntarios para establecer los parámetros acerca de la revelación de información que las organizaciones proporcionen a sus grupos, enmarcada dentro de los acuerdos y regulaciones determinados previamente por los intereses de todos, en base al principio del bienestar general. O bien, puede conformarse, a su vez, un grupo selecto que disponga de autoridad para asumir los cargos que determinarán los modos de actuar que queden legalmente establecidos por ellos, con base en la representación que les ha sido confiada para sancionar las conductas observadas (Ruiz, 1994).

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución política de Colombia. Teniendo en cuenta la temática del trabajo de grado, los artículos que se relacionan con el mismo, se presentan a continuación de manera detallada.

Artículo 53. El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. 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.

(Congreso de la República, 1991)

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 minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud. (Congreso de la República, 1991)

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. (Congreso de la República, 1991)

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. Modificado por el artículo 1 del Acto Legislativo 1 de 1999. Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social. La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica. El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad. Por motivos de utilidad pública o de interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Esta se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa administrativa, incluso respecto del precio. (Congreso de la República, 1991)

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo.

Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

(Congreso de la República, p.24)

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas. (Congreso de la República, p.25)

2.4.2 ISO 26000 (RSE). 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.

No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

Propósito de la Norma ISO 26000 – RSE. El objetivo que se plantea es el de: Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS. (Boletín Iram, 2014)

Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.

Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.

Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO. (Boletín Iram, 2014)

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.

Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores);

Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;

Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes. (Boletín Iram, 2014)

2.4.3 Ley 70 de 2010. Se definen normas sobre la Responsabilidad Social

Artículo 1. 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, proyectos y operaciones. (Congreso de la República, 2010)

Artículo 2. Se aplica a las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 del 2000 (podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial). Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de

economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo 3. Las Empresas micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley tendrán incentivos como: Puntajes adicionales en licitaciones públicas, Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto, Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas, Fomento de innovación tecnológica y otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno nacional.

Artículo 4. Las normas deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades.

Artículo 5. Es obligación de cada persona que se acoja a la presente ley preparar y publicar un informe anual en el mes de diciembre de cada año, donde especifique. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económico o financiero de sus actividades durante el año que termina, valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año siguiente, políticas de empleo y prácticas laborales particulares de la empresa y políticas, planes programas, proyectos y operaciones adelantados por la Empresa para cumplir la Responsabilidad Social empresarial. (Congreso de la República, 2010, pág. 2)

Artículo 6. 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.

Artículo 7. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE), será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, o su delegado; El Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda, y Desarrollo Rural o su delegado; Ministerio de la Protección Social o su delegado; Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado; Director del Sena; Dos representantes de Universidades del País; Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores; Dos Representantes DE los gremios de la Industria y Comercio y Tres Representantes de las ONG.

Por último se rescata la intención de conformar un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial, que incremente el liderazgo por parte del Estado, promueva iniciativas y mida el estado del modelo en el país, lo que permite fomentar las prácticas y asegurar, como lo pretende la ISO 26000, un desarrollo sostenible en bien de la sociedad y de la economía. (Congreso de la República, 2010, pág. 2)

2.4.4 Norma SA-8000. SA8000 es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. La norma SA8000 provee los requisitos y la metodología para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y la responsabilidad de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo. (Social Accountability International, 2012)

La norma SA8000 fue creada en 1998 por un grupo internacional encabezado por el Consejo de Prioridades Económicas (CEP) y acreditado por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA). La SA8000 es vista como la norma referente a lugares de trabajo más aplicable y auditable globalmente y puede ser auditada en instalaciones de cualquier tamaño, en cualquier ubicación geográfica y sector industrial. La CEPAA ha creado requisitos muy rigurosos para la certificación de terceros, a fin de asegurar que los auditores estén perfectamente calificados y que se implementen y estén en vigencia los procedimientos de certificación, manteniéndose la confianza pública.

La norma fue creada por Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI). SAI es una organización sin fines de lucro dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables y voluntarias.

El sistema de la norma SA 8000 ha sido diseñado según el modelo de las normas ya establecidas ISO 9001 e ISO 14001 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión

Ambiental. La norma fue desarrollada y probada en campo por el Consejo de Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities - CEP), entidad sin fines de lucro, con la ayuda de un Consejo Asesor internacional entre cuyos miembros se cuentan representantes de importantes corporaciones, organizaciones de derechos humanos, profesionales de certificación, académicos y del trabajo. (Social Accountability International, 2012)

2.4.5 Decreto 1072. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo.

El 26 de mayo el Ministerio de Trabajo expidió el Decreto 1072 de 2015, que será conocido también como el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo. (Activo Legal, 2015)

De lo que se encarga esta nueva norma es de la compilación de las distintas reglamentaciones preexistentes en materia laboral, indicándose cada norma de dónde proviene originalmente. Así, bajo este ejercicio, el Gobierno tiene la intención de “asegurar la eficiencia económica y social de sistema legal” y así la simplificación del sistema nacional regulatorio.

En primer lugar el Libro 1 se propone identificar y describir la estructura administrativa pública de este sector: El Ministerio de Trabajo como cabeza del sector, los órganos sectoriales de asesoría como son las comisiones permanentes y sectoriales, las entidades adscritas y vinculadas, los fondos especiales y los organismos de articulación sectorial.

El Libro 2, por otro lado ya entra en materia sobre la recopilación de la normatividad vigente en materia laboral, lo cual es la materia principal de este Decreto.

En primer lugar, comienza realizando una recopilación de la normatividad en cuanto a las relaciones laborales individuales, como son las renovaciones automáticas, procedimiento de terminación unilateral, terminación por incapacidad, pensión y cierre de empresa. También menciona las normas sobre cesantías, su base de liquidación, destinación, intereses y sanciones; las normas sobre calzado y vestido de labor y posibilidades y normas para realizar teletrabajo.

En cuanto a jornada laboral, recopila las normas sobre trabajo suplementario, jornada general, vacaciones, su acumulación, las actividades recreativas, culturales o de capacitación dentro de la jornada. (Activo Legal, 2015)

En otro capítulo se recopilan las normas especiales para determinados trabajos: las normas especiales laborales para conductores de taxi, para la mano de obra local de proyectos de exploración y producción de hidrocarburos, para trabajadores empleados a bordo de buques de bandera colombiana en servicio internacional, trabajadores independientes que laboren menos de un mes en cuanto a la afiliación y pagos de la seguridad social y parafiscales y madres comunitarias.

Frente a las relaciones laborales colectivas, se recopilan las normas sobre sindicatos, sus prohibiciones y sanciones, las cuotas sindicales, los sindicatos de empleados públicos, permisos sindicales, federaciones y confederaciones, conflictos colectivos de trabajo y fuero sindical.

Ya en la página 48 de este Decreto se recopilan las normas sobre la inspección, vigilancia y control que pueden realizar las entidades públicas competentes. (Activo Legal, 2015)

Sobre los riesgos laborales se habla sobre la afiliación a los sistemas de riesgos laborales, cotizaciones, reembolsos, su sistema de compensación, intermediarios de seguros, pago de aportes para empleados, contratistas y estudiantes, los riesgos en empresas de servicios temporales, el sistema general de la seguridad y salud en el trabajo, las multas por infracción a las normas de seguridad y salud en el trabajo y el fondo de riesgos laborales. También se recopilan las normas sobre las juntas de calificación de invalidez.

Se recopilan las normas sobre protección al cesante creadas en 2013 como el servicio público de empleo, las prestaciones económicas a la población cesante, capacitación para la inserción laboral y el ahorro voluntario.

Entre otros temas, este decreto también compila todo lo referido al subsidio familiar, la afiliación de los trabajadores a la caja de compensación familiar, los trabajadores en servicio temporal, el contrato de aprendizaje, y las formas asociativas de economía solidaria.

Por último, es importante mencionar que este tipo de trabajos de recopilación realizado por el Gobierno fue realizado no solo para el sector de trabajo. En otros decretos se puede encontrar este tipo de compilación en los sectores ambiental, de minas y energía, agropecuario, pesquero y de desarrollo rural, de las tecnologías de la información, de comercio, industria y turismo, vivienda, transporte, entre muchos otros. (Activo Legal, 2015)

2.4.6 Guía técnica colombiana GTC-180: Responsabilidad Social. Esta guía 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. (Icontec, 2008)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Rivas (1995), señala que la investigación descriptiva, “trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones”. Este tipo de investigación, no se ocupa de la verificación de la hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente. En la investigación se realizará un estudio descriptivo que permitirá poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del autor para darle solución al problema, a través de información obtenida por parte de la empresa TRANSERCOL y de la población encuestada.

El tipo de investigación que se empleó es la descriptiva, que consiste en la exposición de las características que identifican los diferentes elementos, componentes y su interrelación respecto a la problemática del proyecto.

3.2 Población

La población para este estudio estuvo conformada en la parte interna por el gerente de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S. y siete empleados, distribuidos en sus áreas administrativa, contable y operativa. Igualmente, en la parte externa se tendrán en cuenta los 9 proveedores de la misma y sus 50 usuarios.

En cuanto a los grupos de interés del entorno en el que se encuentra la empresa, como lo es la comunidad, hicieron parte del estudio. Ésta población se ve reflejada en la investigación de manera general.

3.3 Muestra

Teniendo en cuenta que el número de la población interna y externa es reducido, se tomó el total de la misma para la aplicación del instrumento.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta como técnica, y como instrumento el cuestionario, con el fin de conocer aspectos relacionados con el diseño de la investigación sobre la responsabilidad social empresarial en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S. de San Martín Cesar, como se observa en los apéndices A, B y C.

3.5 Procesamiento y Análisis de Información

Los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento de recolección de la información son analizados y consignados en el informe final de forma cuantitativa y cualitativamente, a través de cuadros y gráficos, mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Prácticas de responsabilidad social ejecutadas con sus grupos de interés social en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., por medio de la encuesta, con el objetivo de plantear estrategias que contribuyan a mejorar la situación encontrada

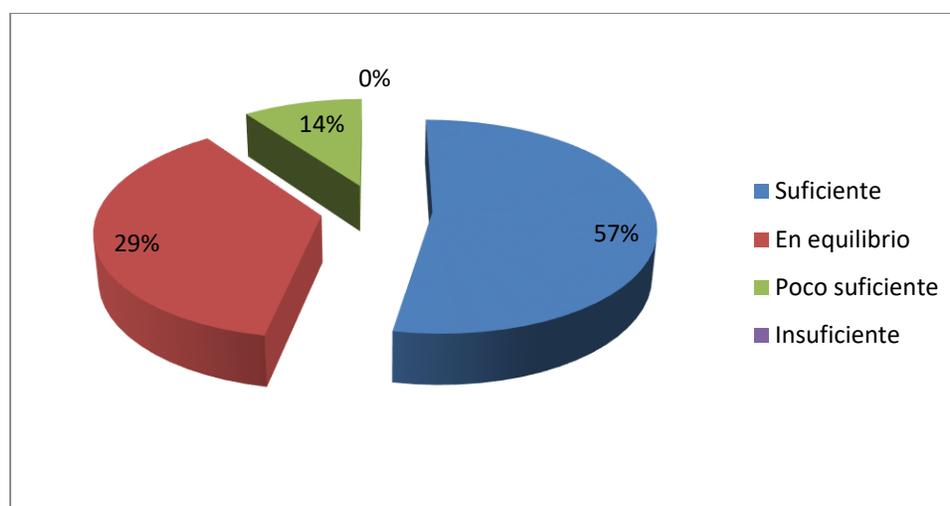
4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL.

Tabla 1.

Capacidad operativa

Ítem	Frecuencia	Total
Suficiente	4	57%
En equilibrio	2	29%
Poco suficiente	1	14%
Insuficiente	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 1. Capacidad operativa

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

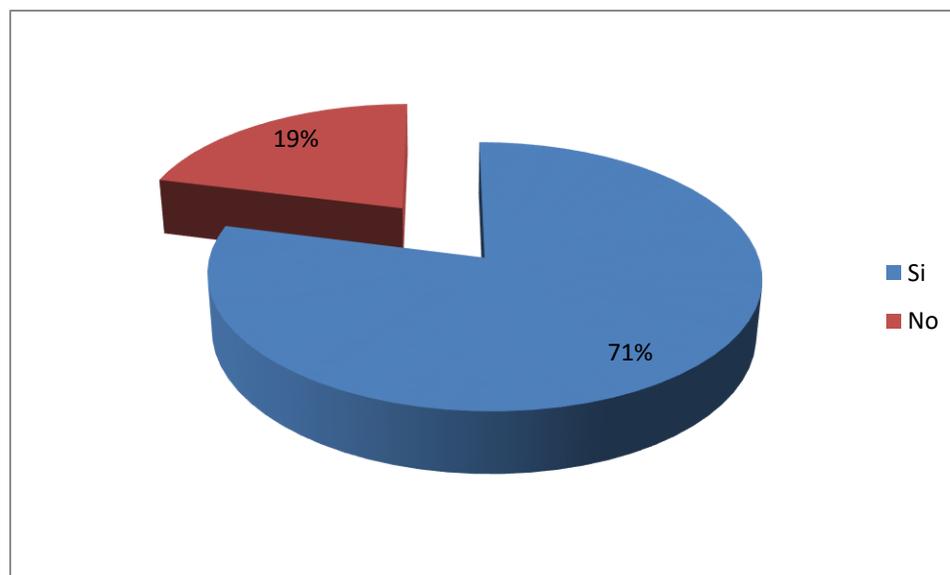
La capacidad operativa con la que cuenta la empresa TRASERCOL SAS, según comenta el 57% de empleados encuestados, es suficiente, ya que cubre los cargos y tiempos respectivos y necesarios para el cumplimiento de las labores. Otro 29% opina que esta capacidad operativa se encuentra en equilibrio, pues opinan que no hacen falta más empleados, pero que, si se contrataran otras personas más, se podría prestar un mejor servicio. Al 14% restante les parece poco suficiente, demostrándose en la lentitud del servicio, ante todo en el mantenimiento de las válvulas las cuales se encuentran dañadas en el momento.

Tabla 2.

Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Total
Si	5	71%
No	2	19%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 2. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

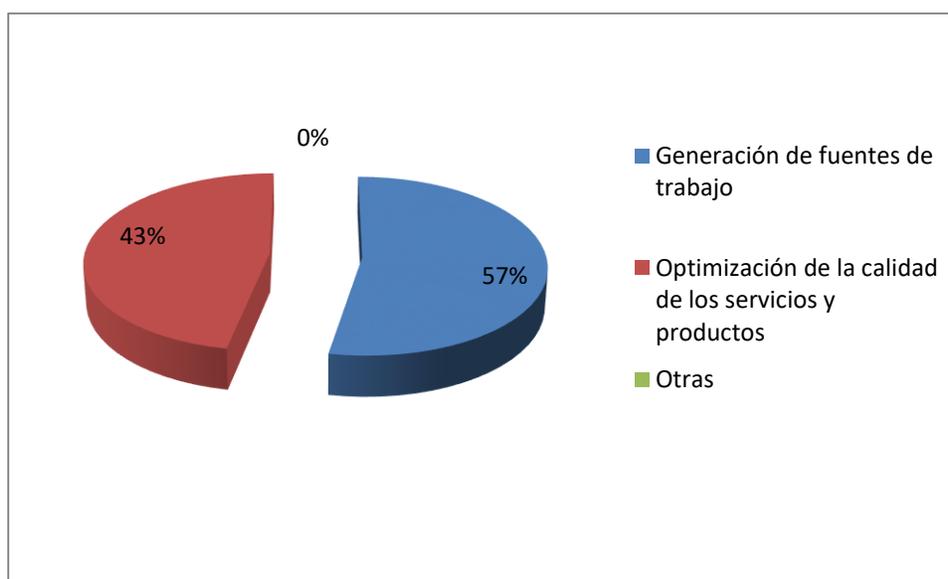
La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un tema que desde un tiempo para acá ha prestado bastante atención en las empresas, ya que hace parte importante en la relación empresa, usuarios, proveedores, comunidad en general. El 71% de los empleados dicen conocer lo que ello significa y la responsabilidad que como tal se tiene al no cumplir con la misma en la empresa. El 19% restante dice no conocer del tema, quedando a la expectativa del mismo para su cumplimiento.

Tabla 3.

Retos sociales y económicos

Ítem	Frecuencia	Total
Generación de fuentes de trabajo	4	57%
Optimización de la calidad de los servicios y productos	3	43%
Otras	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 3. Retos sociales y económicos.

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

Los empleados de la empresa TRASERCOL SAS opinan que uno de los retos más importantes para la empresa es la generación de fuentes de trabajo, considerando que San Martín es un municipio con pocas expectativas de empleo, dado a su reducido comercio y entes contratistas. Por tanto, esta empresa es generadora de empleo, o indirectamente a las familias en la consecución de ingresos.

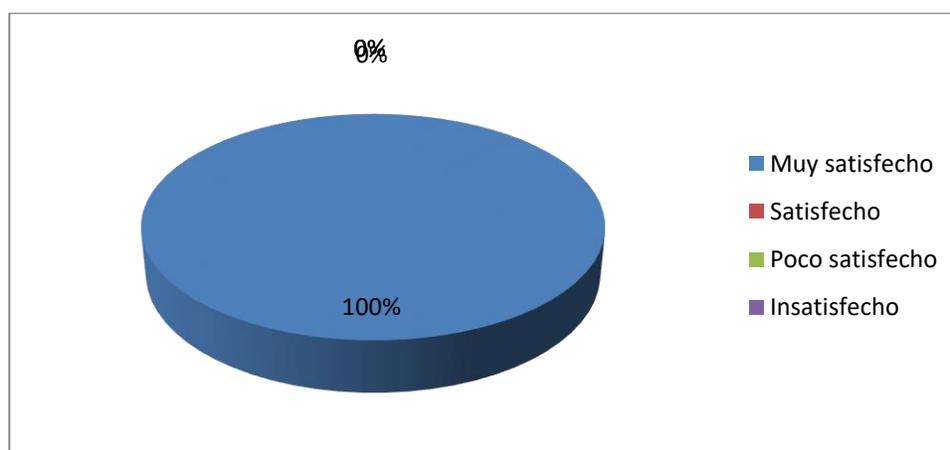
Otros, en menor proporción (43%) opinan que, la optimización de la calidad de los servicios y productos, es otro reto importante para la empresa.

Tabla 4.

Satisfacción por la oportunidad laboral

Ítem	Frecuencia	Total
Muy satisfecho	7	100%
Satisfecho	0	0%
Poco satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 4. Satisfacción por la oportunidad laboral

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

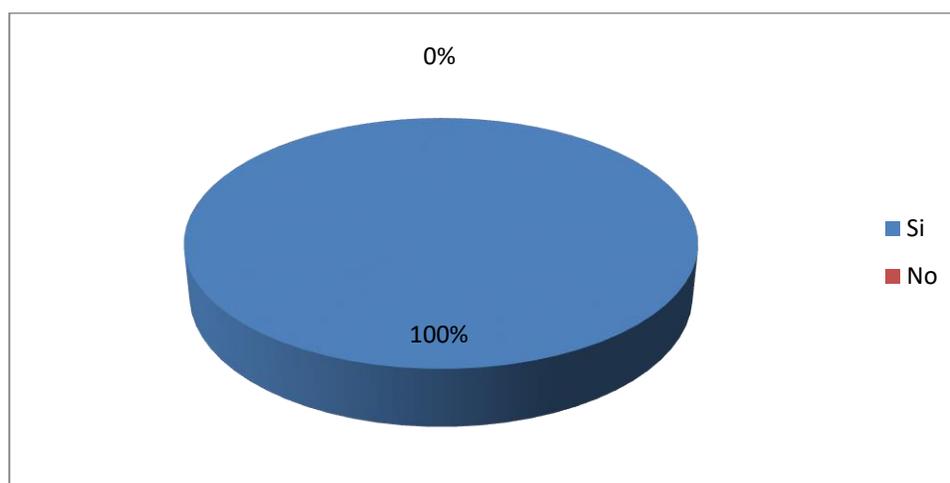
En la actualidad la consecución de un empleo es bastante difícil. De ahí que el 100% de los empleados de la empresa TRASERCOL SAS, se encuentran muy satisfechos con la oportunidad laboral que esta empresa les ha brindado.

Tabla 5.

Logros a través de esta oportunidad laboral

Ítem	Frecuencia	Total
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 5. Logros a través de esta oportunidad laboral

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

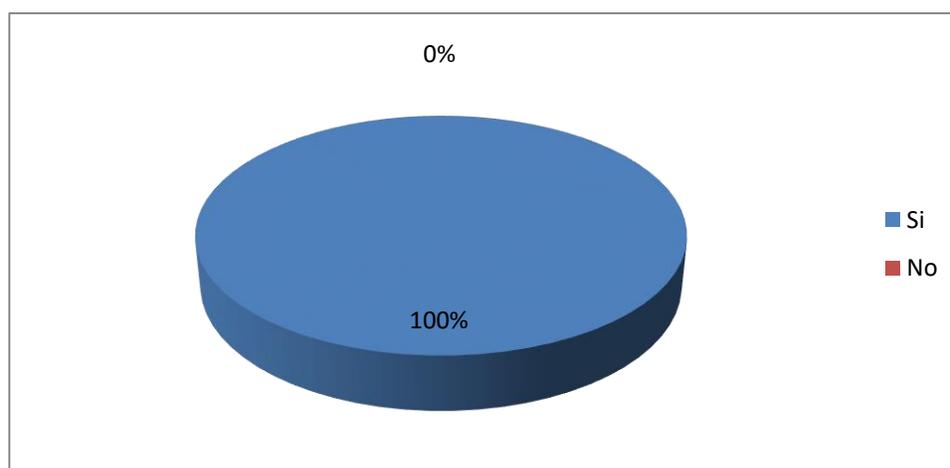
Como se dijo en la tabla 4, donde se habla de la gran satisfacción que sienten los empleados con su oportunidad laboral, es acá donde la reflejan, ya que ellos comentan que han tenido logros con ésta, puesto que les ha abierto puertas cuando en algunos casos lo han necesitado, algunos han alcanzado metas profesionales, otros familiares.

Tabla 6.

Dichos logros han permitido su desarrollo personal

Ítem	Frecuencia	Total
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 6. Dichos logros han permitido su desarrollo personal

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

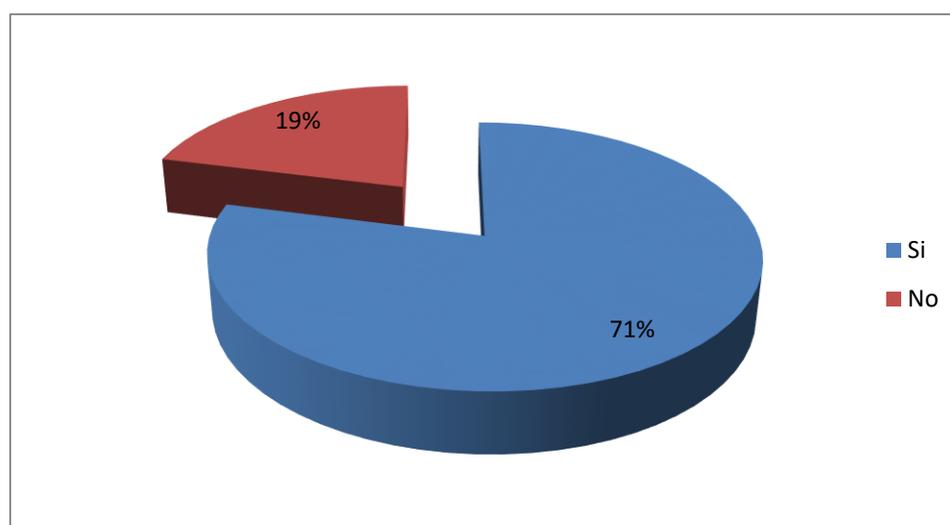
Sí, dicen en su totalidad los empleados de la empresa TRASERCOL SAS, con respecto a que, si los logros que han tenido de acuerdo a la oportunidad laboral brindada, han permitido su desarrollo personal, ya que con esto, como se anotó en la tabla 5, muchos de ellos han podido realizar carreras técnicas y profesionales, lo que los ayuda a ascender en sus cargos o a obtener mejores ingresos y experiencia laboral.

Tabla 7.

Aportes de la empresa TRASERCOL SAS al desarrollo empresarial del municipio

Ítem	Frecuencia	Total
Si	5	71%
No	2	19%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 7. Aportes de la empresa TRASERCOL SAS al desarrollo empresarial del municipio

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

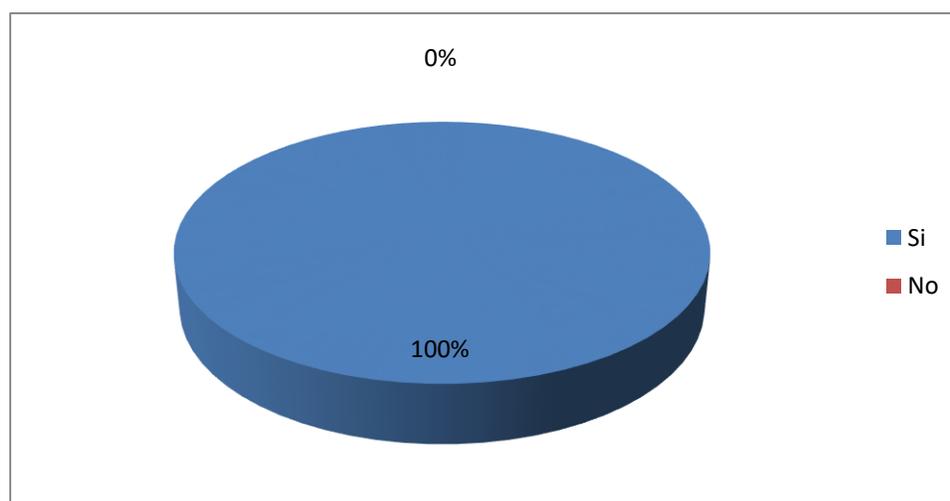
El 71% de los empleados de la empresa TRASERCOL SAS opinan que la empresa si aporta al desarrollo empresarial del municipio, directa o indirectamente, con la prestación del servicio, ya que el preciado líquido es vital en cualquier sitio, empresa o industria que se ubique en la región.

Tabla 8.

Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley

Ítem	Frecuencia	Total
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 8. Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

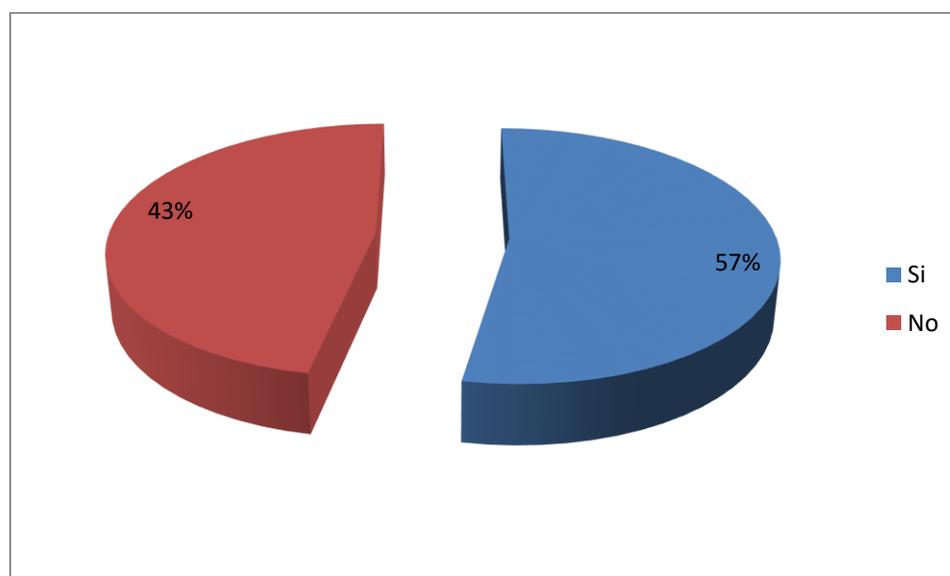
Como toda empresa prestadora de servicios, debe cumplir con la cancelación de salarios y prestaciones sociales con base en la ley. Es así como la empresa TRASERCOL SAS, cancela a sus empleados sus salarios como lo exige la ley, encontrándose satisfacción en las personas que laboran para ella.

Tabla 9.

Capacitación relacionada con la conservación del medio ambiente

Ítem	Frecuencia	Total
Si	4	57%
No	3	43%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 9. Capacitación relacionada con la conservación del medio ambiente.

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la empresa TRASERCOL SAS

El medio ambiente es primordial en la vida, más aún cuando en empresas como la empresa TRASERCOL SAS, se trate con el preciado líquido.

Para poder dar cumplimiento a la responsabilidad social empresarial, se debe tener conocimiento acerca de cómo minimizar el impacto ambiental, para lo cual el 57% de empleados dicen si tener capacitación relacionada con el mismo, dadas las labores que ejecutan dentro de la empresa.

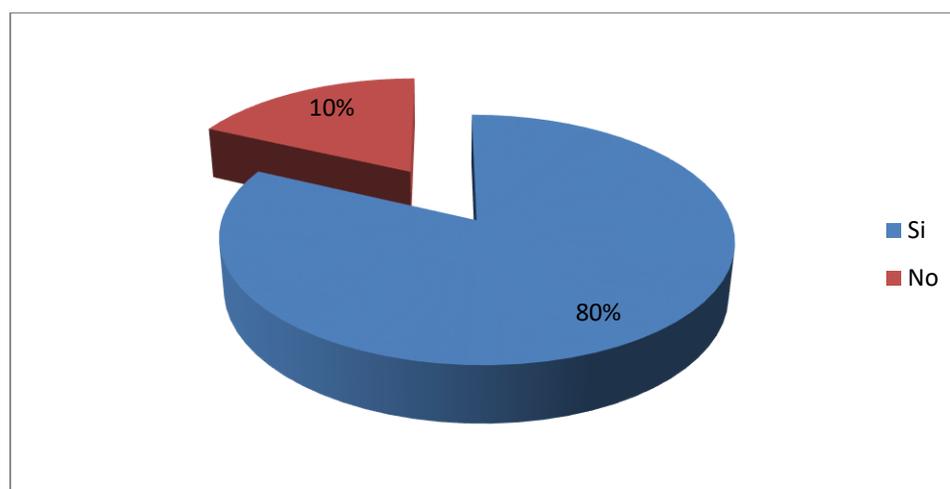
4.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

Tabla 10.

Responsabilidad Social Empresarial en la empresa TRASERCOL SAS

Ítem	Frecuencia	Total
Si	40	80%
No	10	10%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 10. Responsabilidad Social Empresarial en la empresa TRASERCOL SAS

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

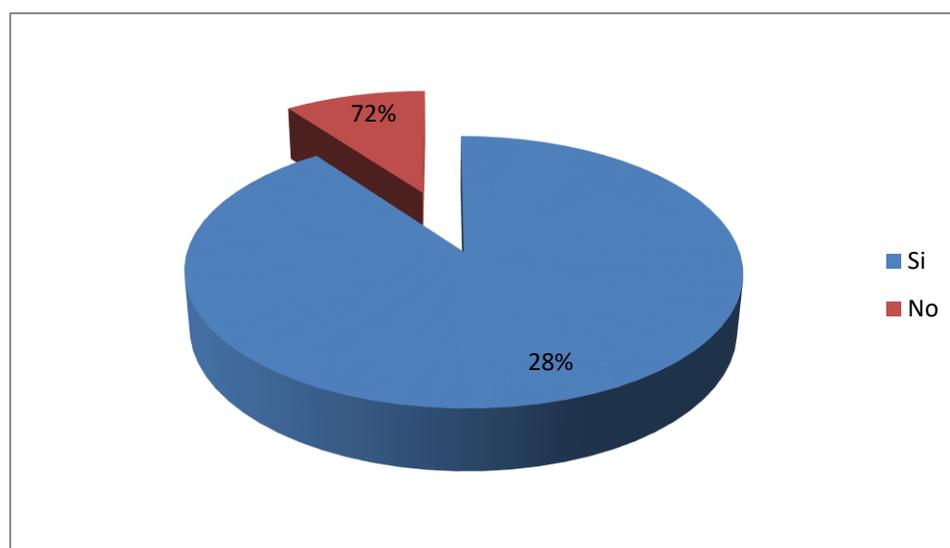
Los usuarios encuestados opinan en un 80% que la empresa TRASERCOL SAS, si realiza responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta la atención al usuario y el servicio que presta con responsabilidad. El 10% dice que no sabe y otros que no se aplica, pues no ven aspectos alusivos a la misma.

Tabla 11.

Motivación hacia los usuarios en el cumplimiento de deberes y derechos

Ítem	Frecuencia	Total
Si	36	72%
No	14	28%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 11. Motivación hacia los usuarios en el cumplimiento de deberes y derechos

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

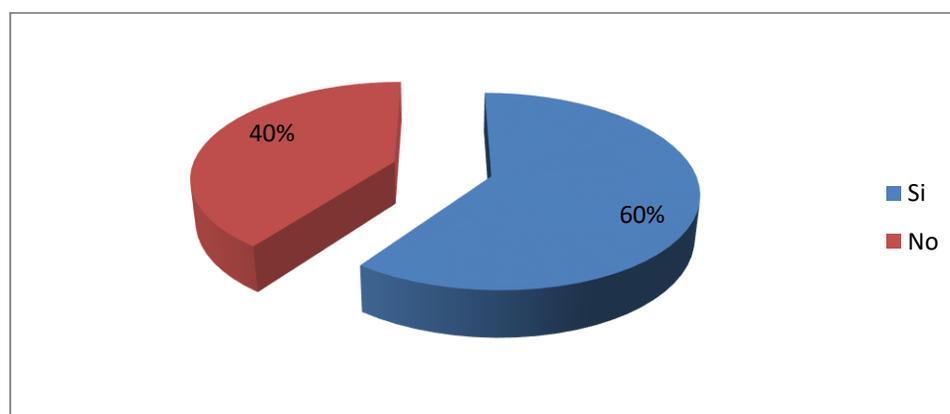
El 72% dice que la empresa TRASERCOL SAS, sí los incentiva a participar en el cumplimiento de deberes y derechos. El 28% restante dice que no, por no haber recibido de la empresa nada alusivo.

Tabla 12.

Personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios

Ítem	Frecuencia	Total
Si	30	60%
No	20	40%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 12. Personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

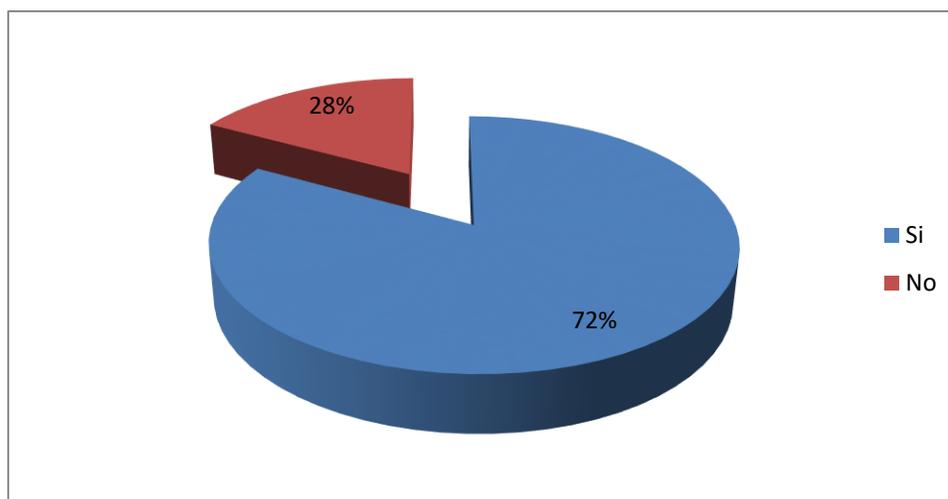
La respuesta a esta pregunta un poco dividida, ya que el 60% piensa que sí y el otro 40% dice que no. Los primeros que dicen si, piensan que la empresa cuenta con personal idóneo que los atiende a la hora que ellos necesitan de sus servicios. El otro 40% que dice no, piensan de esta forma por encontrarse en algunos momentos con situaciones que el personal no les ha ayudado o no les da la solución, aduciendo los encuestados que es por la falta de trabajadores idóneos.

Tabla 13.

Ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos.

Ítem	Frecuencia	Total
Si	36	72%
No	14	28%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 13. Ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos.

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

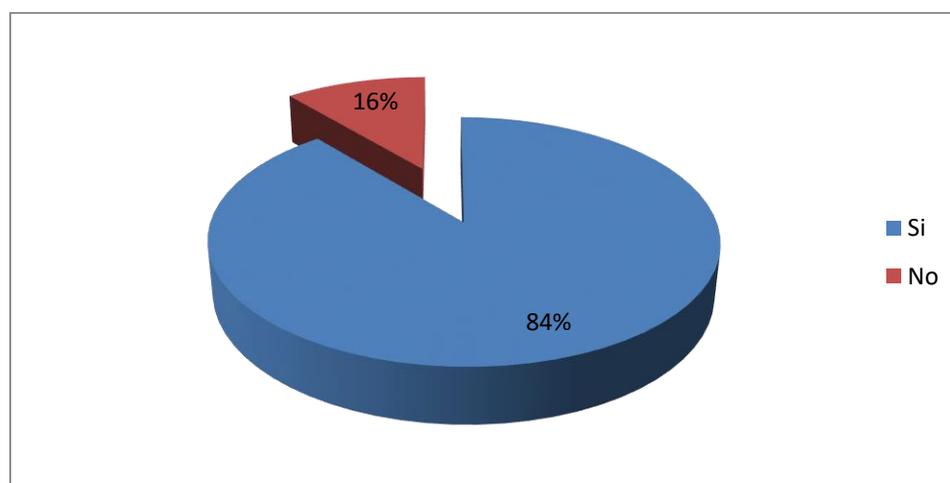
El 72% de usuarios encuestados dice que si se vive un ambiente de respeto dentro de la asociación. El 28% restante dice que no, pues se han visto escenas de agresiones verbales entre usuarios, trabajadores y administrativos, muchas de estas veces por falta de tolerancia.

Tabla 14.

Respuestas favorables a las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios

Ítem	Frecuencia	Total
Si	42	84%
No	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 14. Respuestas favorables a las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

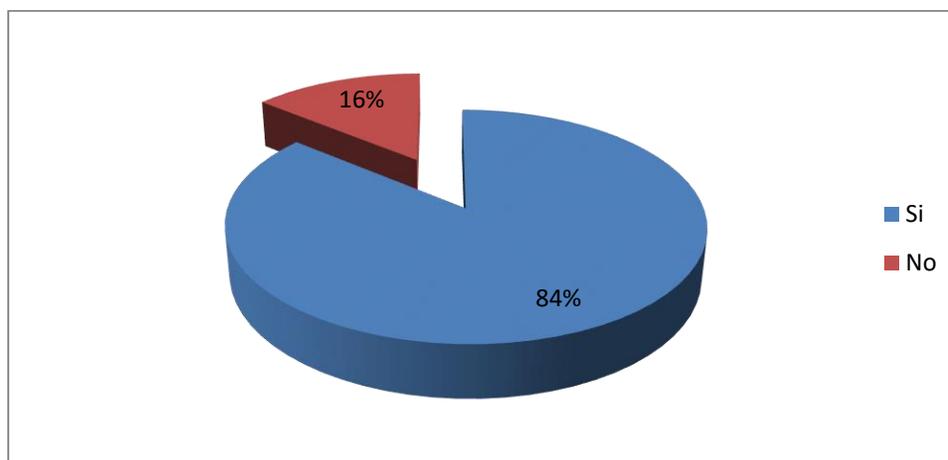
El 84% de usuarios encuestados opina que sus necesidades y quejas les han sido resueltas de manera eficaz y oportuna, siendo éstas acatadas a tiempo. El 16% restante dice que, debido a la ineficiencia de sus empleados, el servicio no se atiende como debe ser y, por ende, las necesidades, quejas o reclamos dejan de ser atendidas.

Tabla 15.

Trato adecuado de los directivos y trabajadores hacia los usuarios

Ítem	Frecuencia	Total
Si	42	84%
No	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 15. Trato adecuado de los directivos y trabajadores hacia los usuarios

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

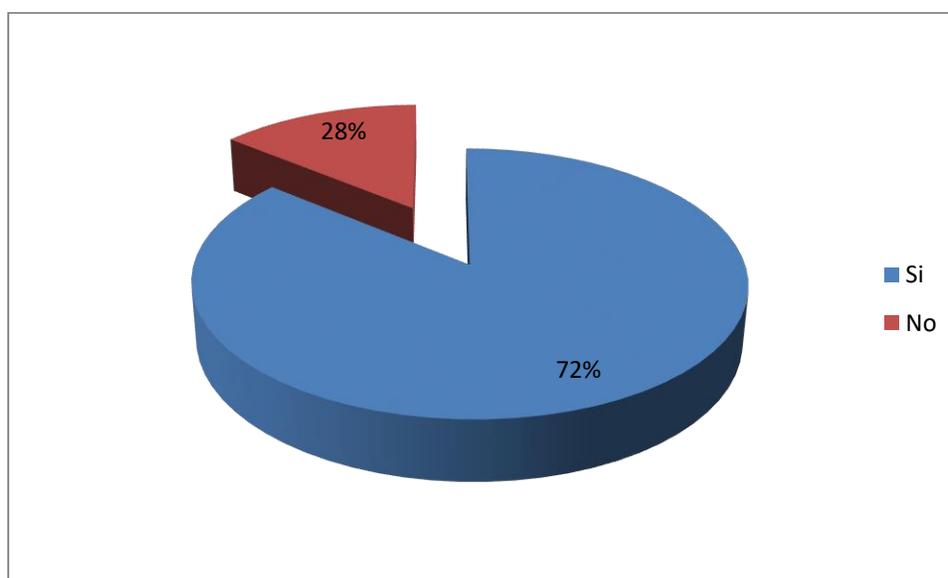
En cuanto al trato que los usuarios han recibido de parte de los directivos y trabajadores de la empresa TRASERCOL SAS, se tiene que el 84% opina que es el adecuado, por cuanto se sienten satisfechos por ello. Un 16% aduce no adecuarse al trato de los directivos y trabajadores de la empresa, ya que han presentado problemas con ellos, muchas veces por falta de atención a tiempo y adecuada.

Tabla 16.

Seguridad en las instalaciones de la empresa TRASERCOL SAS

Ítem	Frecuencia	Total
Si	36	72%
No	14	28%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 16. Seguridad en las instalaciones de la empresa TRASERCOL SAS

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la empresa TRASERCOL SAS

Poco conocimiento tiene los usuarios de las instalaciones de la empresa TRASERCOL SAS, toda vez que éstos no realizan visitas a las mismas, pero aun así el 72% opina que, sí son seguras, dados los resultados que se tienen, pues no se han visto accidentes que se presenten en ella. El 28% restante opina que no, algunos dicen que por la falta de vigilancia y poca existencia de señales en la empresa.

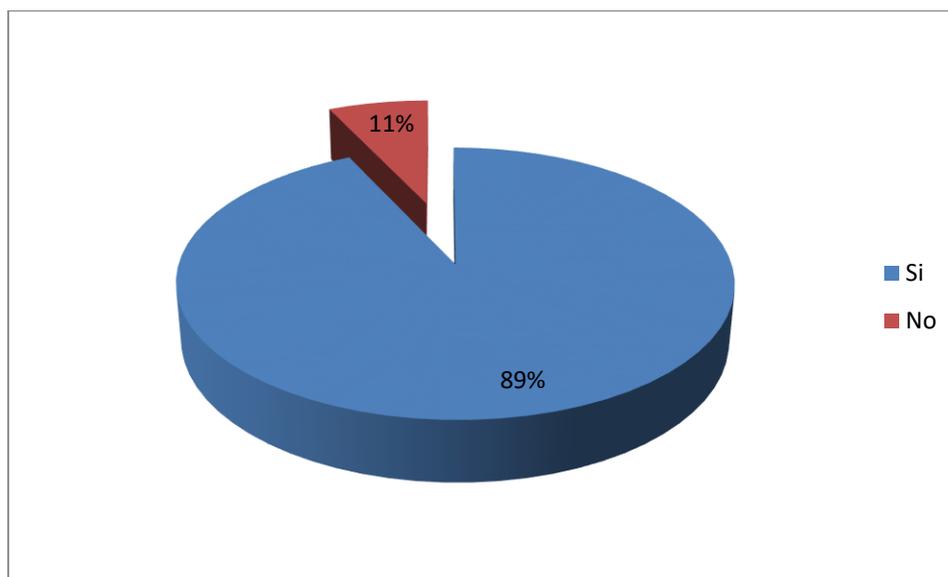
4.1.3 Análisis de la encuesta dirigida a los Proveedores de la empresa TRASERCOL SAS, del municipio de San Martín, Cesar.

Tabla 17.

Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 17. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS

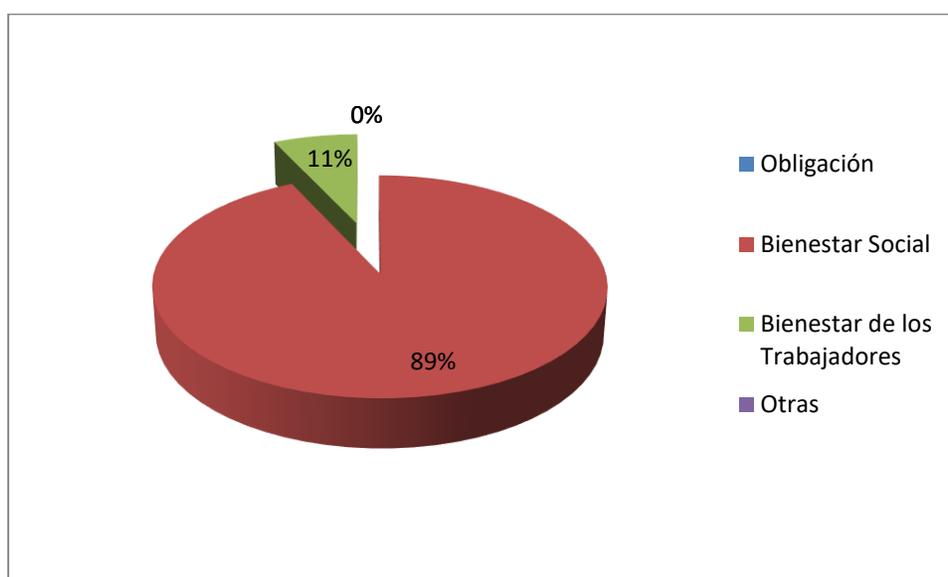
De acuerdo a la encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOLS SAS, el 89% de éstos confirman el conocimiento de lo que significa la responsabilidad social empresarial, y el cumplimiento que deben darle. El 11% restante, dice no tener idea de su significado.

Tabla 18.

Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Obligación	0	0%
Bienestar Social	8	89%
Bienestar de los Trabajadores	1	11%
Otras	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 18. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS

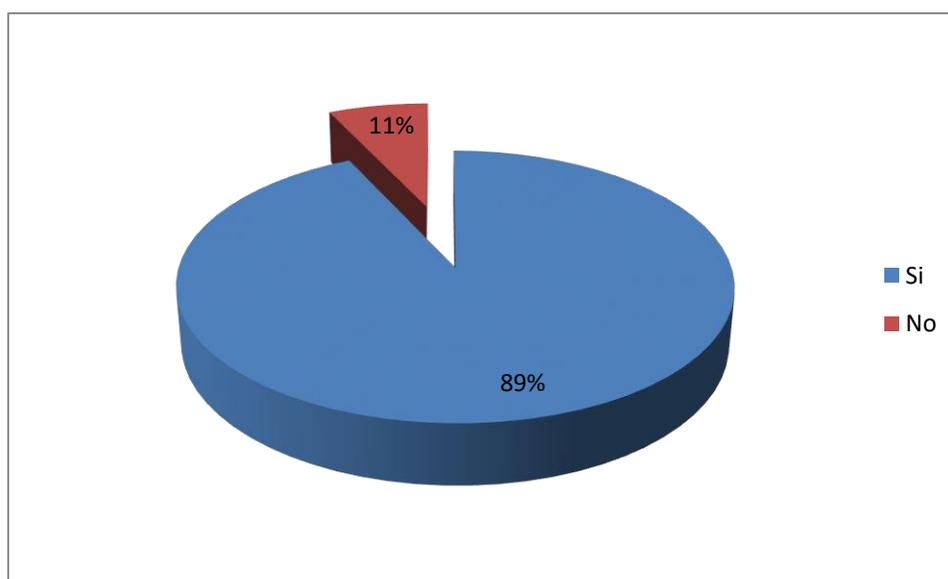
Los proveedores encuestados en su mayoría (89%), asocian la palabra RSE, con bienestar social, toda vez que, según éstos, es lo que finalmente se busca con el cumplimiento de dicha responsabilidad, participando en la calidad de la vida de las personas en una sociedad y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la satisfacción humana o social.

Tabla 19

Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 19. Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS.

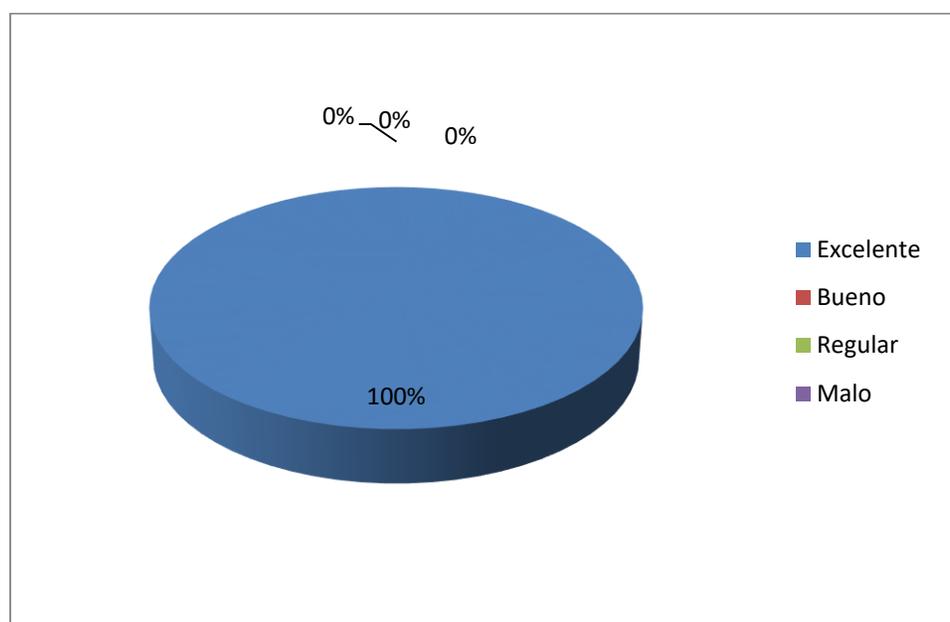
Para el 89% de los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS encuestados, si se tiene influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable, en búsqueda de que la empresa a quien se le sirva busque el bienestar social. Para el 11% restante, no es influyente el papel como proveedor en el cumplimiento de la RSE.

Tabla 20

Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa TRASERCOL SAS

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	9	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Total	9	100

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 20. Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa Transportadora de Norte de Santander S.A.S.

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS.

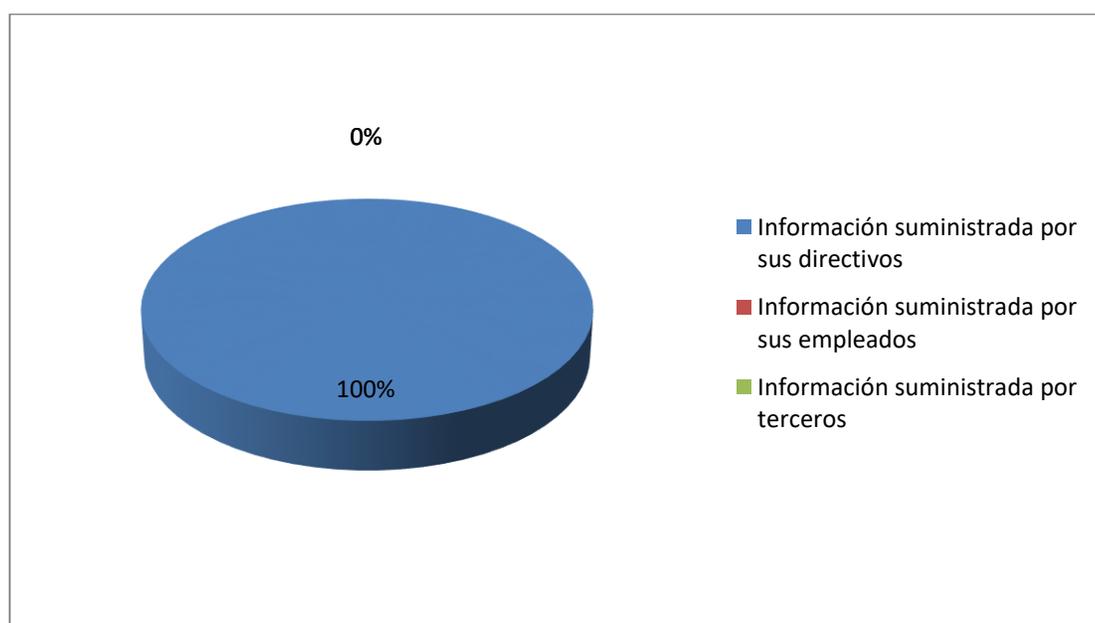
El total de los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS encuestados, opinan que el trato recibido por parte de los funcionarios de esta empresa, es excelente, lo que indica que las relaciones son igualmente excelentes, siendo aspectos que favorecen a las partes.

Tabla 21

Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Información suministrada por sus directivos	9	100%
Información suministrada por sus empleados	0	0%
Información suministrada por terceros	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 21. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS.

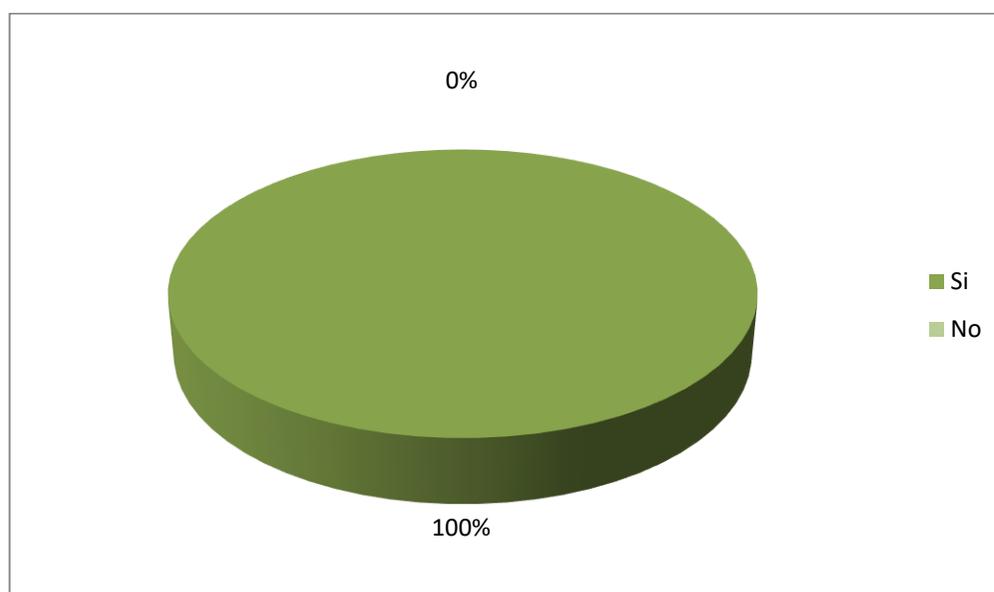
El 100% de los proveedores encuestados, opinan que el medio por el cual obtienen conocimiento acerca de la empresa, es directamente información suministrada por sus directivos, ya que es con ellos con quienes mantienen tratos comerciales.

Tabla 22

Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 22. Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS.

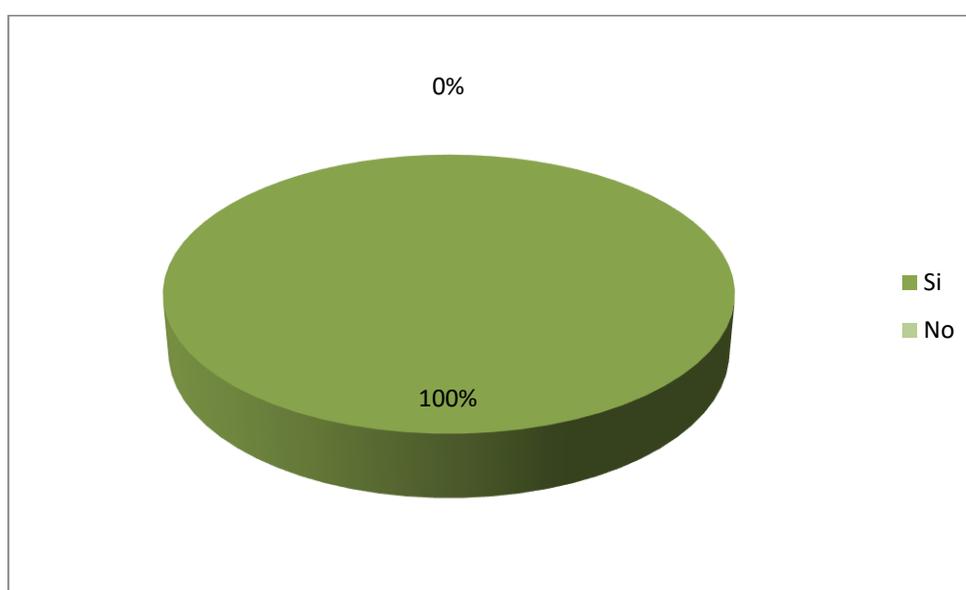
En cuanto a la contribución y sostenibilidad, el total (100%) de proveedores encuestados, opinan que de alguna manera contribuyen a la competitividad y a la sostenibilidad de la empresa TRASERCOL SAS, ya que cada uno de ellos son empresas y al aportar a otras instituciones, también favorecen a sus empresas.

Tabla 23

Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 23. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS.

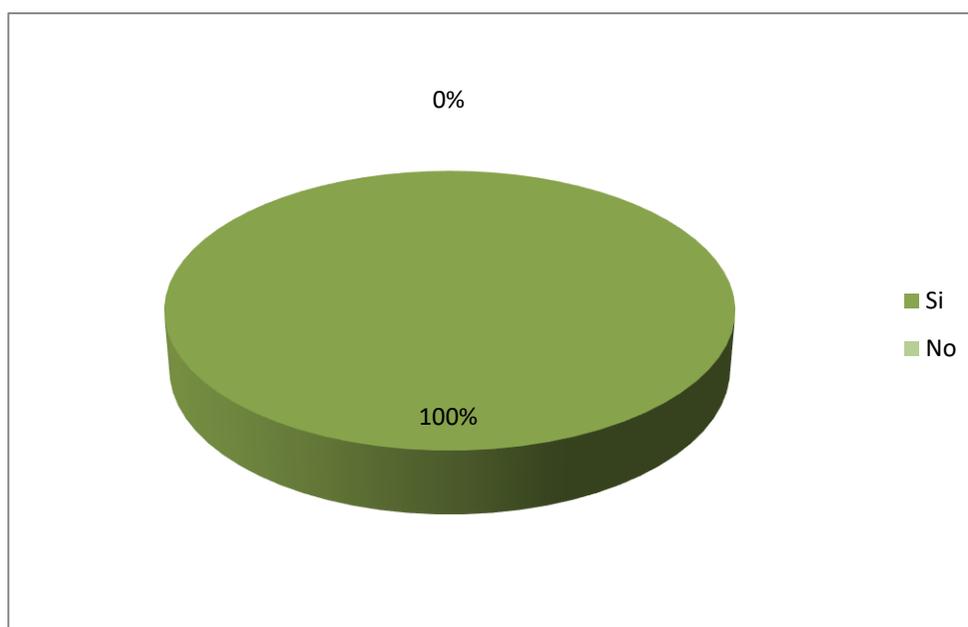
Comentan el 100% de proveedores de la empresa TRASERCOL SAS, que éstos si ven reflejadas las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia, ya que con ello se evitan inconvenientes lucrativos en las partes.

Tabla 24.

Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS



Gráfica 24. Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra

Fuente: Encuesta realizada a los proveedores de la empresa TRASERCOL SAS.

En cuanto al cumplimiento por las dos partes, comenta el 100% de proveedores encuestados, que el acatamiento a las políticas de compra se da por ambos, lo que indica respeto y satisfacción en las empresas.

4.2 Grupos de interés relacionados a la responsabilidad social empresarial (RSE) pertenecientes a la empresa TRASERCOL S.A.S.

A continuación, se presentan los grupos de interés que interactúan con la empresa TRASERCOL S.A.S., del municipio de San Martín, Cesar, los cuales vienen relacionados a la responsabilidad social empresarial de la empresa.

Tabla 25.

Grupos de interés que interactúan con la empresa TRASERCOL S.A.S.

No.	EMPRESA	GRUPOS DE INTERÉS						
		Empleados	Usuario	Proveedores	Estado	Accionistas	Sociedad	Medio Ambiente
1	TRASERCOL S.A.S.	Basa sus políticas en las buenas relaciones interpersonales, en el respeto, la confianza y protección del empleado. Salario justo Prestaciones Sociales	Servicio de óptima calidad. Precios justos.	Pago oportuno de pedidos. Responsabilidad en la entrega de pedidos.	Pago de tributos o impuestos.	Socialización de los estados financieros. Recreación. Informes periódicos sobre el estado de la sociedad.	Prestación del servicio de transporte seguro.	Tratamiento adecuado de desechos.

Fuente: Autor del proyecto.

Luego de conocer cuáles son los grupos de interés relacionados a la responsabilidad social empresarial de la empresa TRASERCOL S.A.S. del municipio de San Martín Cesar, a continuación, se hace mención a las prácticas que cada uno de ellos lleva a cabo dentro de la institución, de una u otra forma, en cumplimiento de la responsabilidad que se tiene directa o indirectamente con la empresa de transportes.

Responsabilidad social empresarial con los empleados. Con respecto a estas prácticas se tienen las siguientes:

Generación de fuentes de trabajo.

Se alcanzan logros, a través de la oportunidad laboral brindada.

Aportes al desarrollo personal.

Mantienen la equidad de géneros en la organización, con la vinculación constante tanto de hombres como mujeres según los cargos que se requieren cumplir.

Garantizan un ambiente seguro y saludable

Cancelación de salarios y prestaciones sociales, con base en la ley.

Responsabilidad social empresarial con los usuarios. Vela por el cumplimiento de los derechos que tienen los usuarios al recibir servicio de transporte, con calidad.

Garantizan la calidad de los servicios ofrecidos, con personal idóneo al frente de la atención al usuario.

Atienden quejas, reclamos y sugerencias por parte de los usuarios acerca del servicio prestado.

Participa en los procesos de identificación de necesidades, expectativa y la percepción relacionada con la prestación del servicio.

Responsabilidad social empresarial con los proveedores. Establecen plazos de pagos razonables.

Políticas de precios justos.

Cumplimiento en las entregas y pagos de los pedidos.

Responsabilidad social empresarial con los accionistas. Recuperación de su inversión con rentabilidad.

Información transparente y periódica de los movimientos financieros.

Responsabilidad social empresarial con la comunidad. Promueve la humanización no solo al interior de la empresa, sino que apoya a que la comunidad se involucre.

Genera empleo y desde ahí apoyo a la familia y desarrollo social.

Se orientan las acciones y las políticas de la empresa, identificando las necesidades y expectativas de los usuarios para satisfacción de los mismos.

Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente. Adoptan prácticas para reducir la generación de residuos.

Uso eficiente de los residuos sólidos y similares.

4.3 Matriz DOFA

De acuerdo al trabajo de campo realizado, la empresa TRASERCOL SAS, presenta las siguientes variables:

Tabla 26.

Matriz DOFA.

Factor Interno	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factor Externo	1. Sentido de pertenencia de los trabajadores. 2. Calidad del servicio 3. Atención al usuario	1. Dinámica publicitaria y promocional 2. Portafolio de servicios 3. Capacidad planta de personal
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Alto grado de demanda de servicios ofrecidos 2. Crecimiento comercial de la región 3. Imagen y reconocimiento de la empresa.	1. A través del sentido de pertenencia de los trabajadores y la atención prestada al usuario, se puede incrementar la demanda de los servicios y seguir siendo reconocida como una de las empresas competitivas de la región. (F1+F3+O1+O3) 2. La calidad en el servicio prestado es clave para reafirmar la imagen y reconocimiento de la empresa. (F2+O3)	1. Mediante la publicidad y promoción se puede llevar a más sitios de la región la imagen de la empresa, con el fin de aumentar la demanda en los servicios ofrecidos. (D1+O1+O3) 2. Aumentar la planta de personal y su portafolio de servicios, para incrementar la demanda de servicios. (D2+D3+O1)

Tabla 26. (continuación)

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Efecto de competencia legal 2. Incidencia competencia desleal 3. Situación económica de la región.	1. Aprovechar la legalidad de la empresa, el cumplimiento de sus normas ante el gobierno y la calidad del servicio prestado, pudiendo de esta manera competir ante la competencia desleal. (F2+A1+A2)	1. Buscar la ampliación en el portafolio de servicios, y contratar más personal y de esta manera contrarrestar la competencia desleal. (D2+D3+O2)

Fuente: Entrevista realizada al gerente de la empresa TRASERCOL S.A.S.

4.4 Plan de acción para TRASERCOL S.A.S.

Tabla 27.

Plan de acción

ESTRATEGIAS	METAS	RESPONSABLE	TIEMPO	INDICADOR
Sensibilizar a la comunidad, en temas de RSE. Socializar con empleados y comunidad, el debido manejo de los residuos sólidos.	Lograr que la totalidad de la comunidad conozca los beneficios y oportunidades de la responsabilidad social	Área Administrativa	1 mes	Número de habitantes/ Número de folletos entregados.
Aprovechar la disposición del personal vinculado a la empresa capacitándole, y así fortalecer y adquirir nuevos conocimientos que ayuden a ser más eficientes e incrementar el desarrollo organizacional. Brindar capacitación a los empleados, en busca de consolidar el establecimiento como una empresa con responsabilidad social.	Lograr en corto tiempo la eficiencia y eficacia de todo el personal vinculado con la empresa.	Área de Recursos Humanos	2 meses	Número de empleados / número de capacitaciones

Tabla 27. (continuación)

<p>Realizar publicidad llegando así al usuario y comunidad en general evitando que éstos acudan al servicio desleal.</p> <p>Conservar el buen desempeño de la empresa para aumentar su demanda y acentuar su imagen en la región.</p>	<p>Logro de convenios o contratos con empresas y comunidades de la región.</p>	<p>Gerencia</p> <p>Área Administrativa</p>	<p>Indefinido</p>	<p>Campaña publicitaria / Convenios realizados</p>
<p>Construir una política ambiental con las partes vinculadas a la empresa (stakeholders).</p>	<p>Lograr disminuir la contaminación ambiental, siendo un compromiso de todos.</p>	<p>Gerencia</p> <p>Área Administrativa</p>	<p>Indefinido</p>	<p>Política ambiental/ stakeholders</p>

Fuente: Autor del proyecto.

Capítulo 5. Conclusiones

Por medio de la realización de la encuesta, se identificaron las prácticas de responsabilidad social ejecutadas con sus grupos de interés social en la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.

Seguidamente, al relacionar los grupos de interés que interactúan con la empresa de transportes, se identificaron las prácticas de responsabilidad social ejecutadas con los mismos, de las cuales se cumplen, las cuales en muchos casos y se realizan de manera filantrópica, mostrando la falta de conocimientos o nociones que tiene la empresa en cuanto a responsabilidad social empresarial.

De otra forma, se utilizó la matriz DOFA, para conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con las que cuenta la empresa, creando así mismo, estrategias de mejora, las cuales fueron entrelazadas de acuerdo a las características encontradas que favorecen o, por el contrario, perjudican a TRASERCOL SAS en sus actividades.

Finalmente se elaboró un plan de acción con el fin de proponer estrategias de responsabilidad social, para el buen funcionamiento de la empresa en su entorno. En ellas se plantea una estrategia muy importante como lo es la capacitación a empleados, siendo éstos pieza clave en la empresa. A su vez, propender por llevar a la comunidad los beneficios que se obtiene al practicar la responsabilidad social empresarial, ya que éstos deben ser en conjunto con los grupos de interés, puesto que todos pueden favorecerse de dicha práctica.

Capítulo 6. Recomendaciones

Realizar estudios de manera frecuente, con el fin de conocer la responsabilidad social con la que se cuenta y de esta manera brindar a los usuarios y comunidad en general, las nociones de la misma.

Tener en cuenta las fortalezas y oportunidades con las que cuenta la empresa TRASERCOL SAS, con el fin de contrarrestar las debilidades y amenazas, llevando a cabo estrategias que mitiguen las falencias con las que se cuenta, buscando de esta manera competitividad de una manera leal.

Implementar las diferentes estrategias propuestas, y de éstas se podrán ir realizando las que según el momento les muestre, todo con el fin de llevar a cada uno de los grupos mencionados, la importancia de practicar la RSE en sus empresas y fuera de ellas.

Referencias

- Activo Legal. (2015). *Decreto 1072 de 2015*. Obtenido de <http://www.activolegal.com/web/index.php/noticias/actualidad/1234-recopilacion-normas-reglamentarias-laboral-ministerio-trabajo-decreto-1072-2015>
- Baena, F., & Botero, A. (2008). *Diagnóstico y plan de mejoramiento de las empresas MAGICPAN y MAXIDELICIAS beneficiarias del fondo Emprender*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Boletín Iram. (2014). *Norma ISO 26000*. Obtenido de www.rlc.fao.org/iniciativa/pdf/iso26000.pdf
- Cajiga, J. F. (2007). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. México: Cemefi.
- Congreso de la República. (1991). *Constitución Política de Colombia 1991*. Bogotá.
- Congreso de la República. (2010). *Ley 70 de 2010*. Bogotá: Senado.
- Congreso de la República. (2015). *Decreto 1507 de 2015*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=58941>
- CREE. (2009). *Qué es la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf
- Duarte, C. (2012 de marzo de 2012). *Responsabilidad social empresarial (RSE)*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/responsabilidad-social-empresarial-rse.html>
- David, F. (1997). *Conceptos de administración estratégica*. Bogotá: Pearson Educación.
- Fundación Crana. (2013). *Prácticas de RSE*. Obtenido de http://www.feaps.org/calidad/buenas_practicas_que.htm
- Icontec. (2008). *Guía Técnica Colombiana GTC-180*. Bogotá: Icontec.
- Martín, M. d. (6 de Marzo de 2016). *Responsabilidad social empresarial: ¿qué es y cómo beneficia a mi empresa?* Obtenido de <http://www.visionindustrial.com.mx/industria/calidad/responsabilidad-social-empresarial-que-es-y-como-beneficia-a-mi-empresa>
- Mendoza, M., Hernández, A., & García, M. (2013). *Responsabilidad social*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>
- Medina, L. M., Ramírez, J., & Hernández, A. B. (2012). *Teorías sobre la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumenes/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf
- Moreno, Z., & Graterol, D. (2011). *Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000300009
- Obando Joya, A. C. (2008). *Responsabilidad social empresarial o corporativa en las instituciones prestadoras de servicios de salud (IPS) de la localidad de Engativá, caracterizadas por pertenecer al grupo de pequeñas o medianas empresas (pymes)*. Bogotá: ESAP.
- Plaza Virtual. (2014). *Responsabilidad social*. Obtenido de <https://empresariosplazavirtual.wordpress.com/2014/05/20/responsabilidad-social-empresarial/>

- Reyno, M. (2014). *Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/#indice>
- Rivas, I. (1995). *Técnicas de documentación de la investigación I*. Caracas: UNA.
- Rojas, A. L. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <http://redunirse.org/nuevo/site3/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20eu%20Colombia.pdf>
- Ropero, A. (2014). *Responsabilidad empresarial*. Obtenido de www.e-ciudadano.org/icomovincularse/empresas/26-ique-es-responsabilidad-social-empresarial.html
- Ruiz, E. (1994). *Determinantes sociopolíticos en la fijación de normas contables*. España: Universidad de Cádiz.
- Scarborough Guzmán, M. (2013). *Responsabilidad social empresarial*. EOI.
- Social Accountability International. (2012). *Norma SA-8000*. Obtenido de www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf
- Soto, B. (2014). *Ventajas de la responsabilidad social en la empresa*. Obtenido de <http://www.gestion.org/rsc/30918/las-ventajas-de-la-responsabilidad-social-empresarial-para-la-empresa/>
- Tamayo, T. y. (1999). *Tipos de investigación*. Obtenido de www.google.com/investigaci%C3%B3ndescriptiva/
- Trasercol. (2016). *Reseña histórica*. San Martín: Trasercol.
- Vives, A., & Peinado, E. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Obtenido de <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a empleados de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA**

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo considera la capacidad operativa de la empresa de transportes TRASERCOL SAS, para responder a la demanda de sus productos y/o servicios?

Suficiente____
En equilibrio____
Poco suficiente____
Insuficiente____

2 ¿Tiene nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

SI__NO____
¿Por qué?_____

3. ¿Cuáles son los retos sociales y económicos para la empresa de transportes TRASERCOL SAS?

Generación de fuentes de trabajo____
Optimización de la calidad de los servicios y productos____
Otras____¿Cuáles?_____

4. ¿Cómo se siente usted respecto a la oportunidad laboral en la empresa de transportes TRASERCOL SAS?

Muy satisfecho____Satisfecho____Poco satisfecho____Insatisfecho____
¿Porqué?_____

5. ¿Ha alcanzado logros a través de esta oportunidad laboral?

Si__No__ ¿CUÁLES?_____

6. ¿Dichos logros han permitido su desarrollo personal?

Si__No____
¿Por qué?_____

7. ¿Considera que la empresa de transportes TRASERCOL SAS, aporta al desarrollo empresarial del municipio?

Si___ No___ ¿Cómo?_____

8. ¿La empresa de transportes TRASERCOL SAS le cancela los salarios y prestaciones sociales, con base en la ley?

Si___No___

¿Por qué?_____

9. ¿Recibe capacitación por parte de la empresa, relacionada con la conservación del medio ambiente?

Si___No___

¿Por qué?_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice B. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA**

CUESTIONARIO

1. ¿Conoce usted si la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S. realiza Responsabilidad Social Empresarial?

Si ___ No ___

2. ¿La empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?

Si ___ No ___

3. ¿Considera que la empresa se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?

Si _____ No _____ ¿Porque? _____

4. ¿Se vive dentro de la empresa un ambiente de respeto entre usuario, trabajadores y administrativos?

Si ___ No ___ ¿Por qué? _____

5. ¿En la empresa, se resuelven las necesidades para prestar un servicio eficaz y oportuno a los usuarios?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

6. ¿Cree usted que el trato que le dan los directivos y trabajadores de la empresa a los usuarios es el adecuado?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

7. ¿Las instalaciones de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., son seguras?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

8. ¿Qué campañas ha realizado la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S. a sus usuarios, en materia de conservación del medio ambiente?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice C. Encuesta dirigida a los Proveedores de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA**

CUESTIONARIO

1. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Si _____

No _____

2. ¿Con qué palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Obligación ()

Bienestar Social ()

Bienestar de los Trabajadores ()

Otras ____ Cuál? _____

3. ¿Cree usted que puede influir como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable?

Si _____ cómo? _____

No _____

4. ¿Cómo es el trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.?

Excelente _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

5. ¿Cuál es el medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa?

Información suministrada por sus directivos _____

Información suministrada por sus empleados _____

Información suministrada por terceros _____

6. ¿Contribuye usted a la competitividad y sostenibilidad de la empresa?

Si _____

No _____

7. ¿Ve usted reflejada las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia?

Si _____

No _____

8. ¿Se da cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra?

Si _____

No _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

Apéndice D. Formato de entrevista dirigida al representante legal, empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA**

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo considera la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.?

2. ¿Qué opina de la situación económica de esta empresa?

3. ¿Qué opinión tiene acerca de la situación productiva (prestación de servicios) de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.?

4. ¿Qué opina del compromiso ecológico de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.?

5. ¿Esta empresa tiene perfil competitivo en RSE ante otras empresas con similar actividad económica dentro o fuera del municipio de San Martín, Cesar?

8. ¿Reconoce las causas para no contar con un nivel competitivo apropiado en cuanto a RSE?

9. De acuerdo con su experiencia de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S., ¿Cuáles considera son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de esta empresa?

Fortalezas

Sentido de pertenencia de trabajadores_____

Calidad del servicio_____

Esmerada atención al usuario_____

Condiciones comerciales (Sistema de pago y puntualidad)____

Variedad de servicios____

Calidad del personal trabajador____

Cobertura comercial ____

Debilidades

Dinámica publicitaria y promocional____

Capacidad planta de personal____

Dotación tecnológica____

Portafolio de servicios____

Baja calidad de servicios____

Condiciones comerciales (canales, sistema de pago y puntualidad)____

Oportunidades

Alto grado de demanda de los servicios ofrecidos____

Crecimiento comercial de la región ____

Escasa competencia en la región ____

Imagen y reconocimiento de esta empresa en su zona de influencia____

Ubicación geográfica del municipio de San Martín ____

Amenazas

Efecto competencia legal____

Incidencia competencia desleal____

Situación orden público en la zona____

Marco legal para la actividad económica____

Situación económica de la región ____

9. ¿Qué mecanismos se deben plantear para mejorar la RSE de la empresa de transportes y servicios de Colombia TRASERCOL S.A.S.?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!