

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		0 (65)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Abraham Sarabia Navarro Yalibeth González Abril		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera		
DIRECTOR	Elizabeth Benavides carrascal		
TÍTULO DE LA TESIS	Responsabilidad Social en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con base en la estrategia competitiva de HZX		
TITULO EN INGLES	Social Responsibility in the Community Company of Acueducto de Rio de Oro Cooperative Public Administration (EMCAR A.P.C.), based on the competitive strategy of HZX		
RESUMEN (70 palabras)			
La estrategia basada en la competitiva de HZX, es un modelo que busca mejorar aspectos fundamentales en la organización como es lo administrativo, económico y social; en cada uno de ellos se ubica como un referente por la forma en que ha sido utilizado. De igual forma, la estrategia se considera como aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión organizativa.			
RESUMEN EN INGLES			
The HZS's competitive-based strategy is a model that seeks to improve fundamental aspects of the organization such as administrative, economic, and social aspects; in each of them it is located as a reference for the way in which it has been used. In the same way, the strategy is considered as a very important aspect in the decisions that must be taken by the people who are in charge of the organizational management.			
PALABRAS CLAVES	Estrategia, competencia, organización, servicio, comunidad		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Strategy, competition, organization, service, community		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 65	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



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

**Responsabilidad Social en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro
Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con base en la estrategia
competitiva de HZX**

Abraham Sarabia Navarro

Yalibeth González Abril

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula

Santander Ocaña

Tecnología en Gestión Comercial y Financiera

Mag. Elizabeth Benavides carrascal

Agosto 25 de 2023

Agradecimientos

Los estudiantes Abraham Sarabia Navarro y Yalibeth González Abril, agradecen la colaboración durante el proceso de investigación a la Mag. Elizabeth Benavides carrascal, de igual forma a los docentes y administrativos de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, quienes tuvieron a su cargo nuestra formación profesional.

Índice

Capítulo 1. Responsabilidad Social en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con base en la estrategia competitiva de HZX	11
1.1 Planteamiento del problema	11
1.2 Formulación del problema	13
1.3 Objetivos	13
<i>1.3.1 General</i>	13
<i>1.3.2 Específicos</i>	13
1.4 Justificación	14
1.5 Delimitaciones	15
<i>1.5.1 Conceptual</i>	15
<i>1.5.2 Operativa</i>	15
<i>1.5.3 Temporal</i>	16
<i>1.5.4 Geográfica</i>	16
Capítulo 2. Marco referencial	17
2.1 Marco histórico	17
<i>2.1.1 Origen de la Responsabilidad Social Empresarial en el mundo</i>	17
<i>2.1.2 Origen de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia</i>	18
<i>2.1.3 Origen de la Responsabilidad Social Empresarial en la localidad</i>	19
2.2 Marco contextual	19

	4
2.3 Marco conceptual	20
2.4 Marco teórico	22
2.5 Marco legal	23
Capítulo 3. Diseño metodológico	24
3.1 Tipo de investigación	24
3.2 Población y muestra	24
3.2.1 Población	24
3.2.2 Muestra	24
3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos	25
3.4 Análisis de información	25
Capítulo 4. Presentación de resultados	26
4.1 Diagnóstico sobre el conocimiento que se tiene de la Responsabilidad Social Empresarial, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).	26
4.2 Grupos de interés que se relacionan con la empresa EMCAR A.P.C, en la población de Rio de Oro, Cesar.	38
4.3 Programa de Responsabilidad Social empresarial, de forma general para la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).	40
4.4 Estratégias de desarrollo sostenible que faciliten la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).	51
Capítulo 5. Conclusiones	54

	5
Capítulo 6. Recomendaciones	55
Referencias	56
Apéndice	61

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Valores, transparencia y gobierno de la empresa</i>	26
Tabla 2 <i>Público interno</i>	28
Tabla 3 <i>Medio ambiente</i>	30
Tabla 4 <i>Proveedores</i>	32
Tabla 5 <i>Consumidores y clientes</i>	33
Tabla 6 <i>Comunidad</i>	35
Tabla 7 <i>Gobierno y sociedad</i>	36
Tabla 8 <i>Formato de evaluación del desempeño de la empresa EMCAR A.P.C</i>	42
Tabla 9 <i>Estrategias</i>	52

Lista de figuras

Figura 1 <i>Valores, transparencia y gobierno de la empresa</i>	27
Figura 2 <i>Público interno</i>	29
Figura 3 <i>Medio ambiente</i>	31
Figura 4 <i>Proveedores</i>	33
Figura 5 <i>Consumidores y clientes</i>	34
Figura 6 <i>Comunidad</i>	35
Figura 7 <i>Gobierno y sociedad</i>	37
Figura 8 <i>Mapa genérico</i>	49

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los empleados de la empresa EMCAR	62
---	----

Resumen

El concepto de estrategia basado en la competitiva de HZX, es un modelo que busca mejorar aspectos fundamentales en la organización como es lo administrativo, económico y social; en cada uno de ellos se ubica como un referente por la forma en que ha sido utilizado. De igual forma, la estrategia se considera como aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, en la que hay recursos de todo tipo que deben ser utilizados en forma óptima para cumplir con las políticas y metas trazadas (Contreras, 2019).

De otra parte, cabe mencionar que la Responsabilidad Social Empresarial es muy importante para toda empresa, porque es independiente de su tamaño o nivel de madurez, es decir, del deseado y necesario equilibrio entre sus actividades y los efectos sociales, económicos y sociales de su crecimiento. un entorno real dentro de un entorno.

Introducción

Teniendo en cuenta la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Administración Pública Cooperativa de Río de Oro (EMCAR A.P.C.) y la necesidad de garantizar que sean responsables de los problemas sociales, ambientales y económicos de la comunidad donde ofrecen sus servicios, se evidencia la urgente necesidad de proponer una herramienta donde se muestren las expectativas y necesidades de los stakeholders y se planifique de acuerdo a las metas de la organización.

En el primer apartado de la investigación se observa el problema, justificación, objetivos y delimitaciones que se proponen para darle solución a la dificultad encontrada. De igual forma, en el segundo capítulo el lector encontrará los antecedentes, teorías, conceptos, contexto y normas legales relacionadas con el tema de la Responsabilidad Social Empresarial.

Por último, se encuentra el tipo de investigación, la población involucrada, muestra, instrumentos, procesamiento de la información, desarrollo de cada uno de los objetivos específicos, conclusiones y recomendaciones dadas a la empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro Administración Pública Cooperativa EMCAR A.P.C.

Capítulo 1. Responsabilidad Social en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con base en la estrategia competitiva de HZX

1.1 Planteamiento del problema

En los últimos años con el afán de crear una mayor conciencia social y medioambiental se han desarrollado a nivel mundial gran cantidad de conferencias, con el objetivo de motivar a las personas al cuidado y protección del medio ambiente y especialmente los recursos naturales y animales, para aumentar la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad en general, adhiriéndose a dichas campañas la Conferencia de Estocolmo, el Informe Brundtland, el Protocolo de Kyoto, Amnistía Internacional, Greenpeace, el Pacto Mundial y organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos (EXPOK, 2016).

La Responsabilidad Social Empresarial es un factor determinante en el desarrollo de las comunidades y los diferentes grupos de interés, de allí la importancia de entender mejor el concepto, su evolución y las tendencias que existen alrededor de esta herramienta, y como debe permear todas las actividades de las empresas, y aprovechar el escenario que brinda las relaciones que se desarrollan con los diferentes grupos de interés, así como la necesidad latente que tienen las diferentes comunidades por encontrar organizaciones y corporaciones que sepan responder hábilmente ante la urgencia por seguir cubriendo y cumpliendo en América Latina y el Caribe, tal como se señala en los objetivos del milenio, la meta por cumplir (Araque, 2019).

De otra parte, Gismera y Vaquero, cita a (Valenzuela; Jara y Villegas, 2015), los cuales dicen que la sociedad donde cada vez son más altas las exigencias gubernamentales y sociales en Responsabilidad Social Empresarial, la entidad debe responder activamente en dichos temas, los cuales posiblemente puede enfrentarse a impactos negativos en su rentabilidad y aumento económico.

En la actualidad una gran cantidad de empresas están incorporando en sus proyectos de RSE, como nueva forma de hacer negocios, dicho valor se puede lograr en tres distintas formas: reconociendo sus productos y mercados, redefiniendo la productividad en la cadena de valor y construyendo o desarrollando clústers alrededor de la empresa. Por lo tanto, Porter y Kramer (2011) argumentan que el valor compartido desatará una nueva oleada de innovación y crecimiento en la economía global.

Por todo lo anterior se evidencia, la importancia de evaluar la responsabilidad social empresarial en la empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), verificando el cumplimiento es la responsabilidad que poseen con las problemáticas sociales, ambientales y económicas de la sociedad donde desarrollan sus actividades; es decir que antes de poner en funcionamiento un programa de RSE se conozcan las expectativas y necesidades de sus grupos de interés, que se diseñe conforme a los objetivos de la organización; esto es, teniendo en cuenta la misión, visión y estrategia empresarial.

De otra parte, en el sector de estudio no se cuenta con acciones formativas y de mejora colectivas en función de la responsabilidad social empresarial, que puedan contribuir a la

creación de valor compartido en la empresa, por lo que es necesario que se asuma el reto de aportar a la solución de problemas sociales (generación de empleo, satisfacción de necesidades básicas de sus grupos de interés) y ambientales (producción más limpia y protección del medio ambiente).

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles acciones han implementado en la Empresa EMCAR A.P.C, para cumplir con la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad donde desarrollan las actividades empresariales?

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Determinar la Responsabilidad Social, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con base en la estrategia competitiva de HZX

1.3.2 Específicos

Realizar un diagnóstico en cuanto al conocimiento que se tiene de la Responsabilidad Social Empresarial, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

Analizar los grupos de interés que se relacionan con la empresa EMCAR A.P.C, en la población de Rio de Oro, Cesar.

Proponer un programa de Responsabilidad Social empresarial, de forma general para la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

Plantear estrategias de desarrollo sostenible que faciliten la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

1.4 Justificación

Según Aguilera (2018), para que las empresas sean socialmente responsables es necesario que cuenten con unos valores empresariales definidos, claros y coherentes con su desarrollo y su planeación estratégica, asumiendo como propios los problemas de la comunidad, por lo que establece acciones y compromisos para disminuir el impacto negativo que pueda causar sus actividades.

De otra parte, en Colombia, el 51% de las compañías que desarrolla programas de RSE lo hace porque tienen una preocupación por las sanciones a las que se ven sometidas por el incumplimiento de la responsabilidad social, de igual forma el 31% cree que estas iniciativas le ayudarán a atraer, motivar y retener el talento humano y 22% considera que es una estrategia de relacionamiento con los grupos de interés.

Por todo lo anterior se debe decir que con la presente investigación se busca contribuir a mejorar la gestión de la empresa objeto de estudio, mostrando la necesidad que tienen de cambiar su forma de actuar y de tomar decisiones, lo cual genera un mejoramiento significativo en su relación con la sociedad y el entorno natural al que pertenecen.

De igual forma, se debe conocer el impacto que genera la empresa EMCAR, en el medio ambiente, clientes internos, proveedores, gobierno, clientes, comunidad y gobierno, y que con los resultados de estas mediciones se puedan desarrollar acciones de responsabilidad social que permitan elevar su competitividad y productividad en un entorno globalizado.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual

El trabajo de grado fue realizado en la empresa EMCAR, se tuvo en cuenta términos como:

Responsabilidad social empresarial, estrategias de mercadeo, estrategia HZX, comunidad, recursos naturales y servicios públicos.

1.5.2 Operativa

En la presente investigación se pudieron presentar dificultades con la recolección de información las cuales fueron informadas a la directora y comité curricular.

1.5.3 Temporal

Para el trabajo de grado se utilizaron 8 semanas, desde el momento en que sea aprobado el anteproyecto.

1.5.4 Geográfica

El trabajo de grado se desarrolló en la población de Rio de Oro, específicamente en la empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Origen de la Responsabilidad Social Empresarial en el mundo

Se dice que el origen de la Responsabilidad Social Empresarial en el mundo surgió, con el establecimiento e implementación de la Organización Internacional del Trabajo, en 1919, siendo la primera organización que procuro el mejoramiento de las condiciones laborales y los asuntos relacionados con el trabajo de forma puntual, mientras que en los más recientes se posiciona la renovación de los Objetivos del Milenio en 2015 (Cardona, 2017).

Según el concepto de World Business Council for Sustainable Development del pasado año 2002, se dice que: “La responsabilidad social empresarial es el encargo que implementar cada organización para alcanzar el adecuado avance económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local, grupos de interés y la sociedad en pleno, con el objetivo de mejorar la calidad de vida” (Bustos, 2021).

Teniendo en cuenta lo anterior se podría decir que el origen RSC se sitúa en los años cincuenta, por la importancia que tuvo este concepto en el entorno nacional y medioambiental de las organizaciones creadas en el mundo.

De otra parte, la actividad empresarial ha llevado a incluir en las organizaciones aspectos sociales para mejorar los procesos organizacionales, vinculación con la sociedad, empleados,

directivos y grupos de interés. Lo que resulta imprescindible para el buen accionar de las empresas y comunidad en general (Chancay, 2016).

2.1.2 Origen de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia

Según la historia de la Responsabilidad Social empresarial en Colombia se distingue algunas empresas que aplican este concepto lo hacen con empeño para que sus clientes y la comunidad en general los reconozcan, aunque todavía falta mucho por trabajar y expandirlo al sector empresarial. Ayudando este concepto a cumplir las metas económicas e involucrar a los colaboradores en el trabajo empresarial (Cardona D. , 2020).

De otra parte, durante el periodo de 1940 a 1970 Colombia enfrento una inestabilidad política que causó grandes problemas sociales y económicos. La década de los 40 se ve marcada por un hecho que divide la historia de Colombia y se caracteriza por ser un periodo de violencia bipartidista que se conoció como el Bogotazo, el cual origino muchos cambien entre ellos la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el país (Mateus, 2021).

Por primera vez en Colombia fue tratado el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue tratado por primera vez por el economista Howard R. Bowen en su obra "Social Responsibilities of the Businessmen" donde cuestiona a las empresas la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que esta les facilito (Milton, 2021).

2.1.3 Origen de la Responsabilidad Social Empresarial en la localidad

La Responsabilidad Social Empresarial surge en el siglo XXI, cuando Porter, estudio y defendió este concepto, direccionada hacia una inversión social pero ejercida de forma estratégica donde las empresas a pesar de seguir teniendo la imagen filantrópica deberían fortalecer su competitividad. Para esta circunstancia fue necesario que las organizaciones realizaran cambios importantes “respecto a la manera en cómo deberían visualizar sus programas de responsabilidad social desde un punto de vista estratégico, administrable y con un compromiso real de la empresa en torno a sus empleados, consumidores, medio ambiente y sociedad en general” (Jacome, 2021).

En cuanto a la RSE, Ocaña dispone de una Cooperativa denominada Crediservir, regida por las normas del sector de la economía solidaria y fundamentada en la doctrina cooperativista, como evidentemente ocurre ahora, de otra parte, se cuenta con la Fundación Crediservir tiene un cargo el manejo de los servicios solidarios y educativos de la entidad, siendo esta entidad por donde se realiza la labor social y empresarial con la comunidad (Crediservir, 2019).

2.2 Marco contextual

La empresa Emcar se creó bajo el acta de asamblea general de constitución N 001 del 25 de Octubre del 2004, creando a la Administración Pública Cooperada Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro “EMCAR A.P.C , Entidad prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo (Admemcaroot, 2020).

La empresa desde sus inicios trabaja con ética, respeto y compromiso y gran sensibilidad social para mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando desarrollo para el municipio y valor para nuestros asociados, soportados en la efectividad del servicio y el bienestar de nuestra gente (Admemcaroot, 2020).

2.3 Marco conceptual

La Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso y la obligación que asumen los miembros de una comunidad entre ellos y, también, ante el resto de la comunidad como conjunto, siendo esta una obligación que se asume de manera voluntaria, por organizaciones corporativas (Redator Rock Content, 2019).

En cuanto a las estrategias de marketing estas son esenciales para cualquier empresa, sea cual sea el tipo de productos o servicios que ofrece, ya que son un eslabón de la cadena de valor (Sordo, 2020).

La Responsabilidad Social Empresarial de HZX, surgió en los años 70, por medio de la ética empresarial como un campo de estudio basado en los fundamentos suministrados por los teólogos (Ferrell et al., 2000). Durante los años 80, se formaron varios centros de ética empresarial los cuales publicaron investigaciones y ofrecieron cursos, conferencias y seminarios.

Desde los 80 el estudio de la ética empresarial ha sido promovido en el currículo de las escuelas de negocios. En la actualidad, la ética empresarial es un campo en evolución. Los temas pueden ser enfocados desde varias perspectivas disciplinarias, incluyendo a la filosofía ya las ciencias sociales, o pueden ser tratados pragmáticamente buscando soluciones a problemas específicos (Ferrell et al, 2000)".

La Responsabilidad Social Empresarial de HZX, es básicamente la demanda que amplía la visión más allá de la ganancia económica, que incluye a otros factores no tan fáciles de medir como lo son: la calidad de vida, la integridad del medio ambiente y la equidad social (Ortiz, 2019).

Otro concepto muy importante de la presente investigación son los recursos naturales, que son elementos o bienes que proporciona la naturaleza y que se encuentran en el medio natural sin verse alterados por la acción del hombre, es decir, que no interviene en su producción (Lara, 2021).

Importancia de la estrategia competitiva HZX, se dice que permite incluir medidas responsables de la calidad, el costo y la entrega, para la mejora continua, al igual que la salud y la Seguridad en el trabajo se centran en el uso de la precisión de los informes para mejorar el comportamiento basado en programas y eliminar los riesgos en operaciones sobre el terreno (Ortiz, 2019).

En Colombia los servicios públicos domiciliarios son fundamentales y desempeñan un papel esencial en el desarrollo económico y social. Este tipo de servicios públicos se diferencia de cualquier otro, porque su prestación se hace directamente en el domicilio o lugar de trabajo de las personas (Info Pa'lante, 2023).

2.4 Marco teórico

Según Flores, Bárbara. En su estudio titulado “responsabilidad social empresarial en Chile, una mirada a partir del servicio de impuestos internos”, en el año 2020, muestra la Responsabilidad Social Empresarial, en dos de sus ámbitos más destacados, el social y ambiental.

Según Freeman (2010), la teoría de los grupos de interés, menciona que todos los seres vivos poseen un interés individual que los motiva a interactuar en la misma empresa donde desarrollan las actividades comunes, es por esto que el término se empezó a utilizar por Freeman y Redd (1983), quien dijo que los accionistas no son los únicos interesados en la organización, sino que a partir de la interrelación social existe una red de interés comunes que están vinculados para crear valor y lograr optimizar las funciones.

De otra parte, Martínez (2012), dice que la teoría de la legitimidad, se basa en el contrato entre la empresa y la sociedad, ya que las entidades deben tener un enfoque institucional considerado como organización social y con capacidad de influir en los consumidores y en la

opinión pública, ajustándose al sistema de valores en que una sociedad se ha establecido en su devenir.

2.5 Marco legal

En el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia se menciona que la Ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad (República de Colombia, 2012).

De otra parte, el Código del Comercio Colombiano, en el artículo 100, menciona que para todos efectos comerciales y legales de la empresa se deben ejecutar actos que tengan la calidad de social, ya que así se logrará de forma óptima complementar los actos mercantiles y civiles de la empresa (República de Colombia, Decreto 410 de 1971, 2013).

En la Ley 70 de 2010, se definen las normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones, teniendo por objeto la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas (Congreso de Colombia, 2015).

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

En el desarrollo de la indagación se tuvo en cuenta la investigación descriptiva, ya que esta permite determinar las variables que afectan a la población objeto de estudio, siendo estas analizadas de forma cualitativa y cuantitativamente, logrando exponer la situación del problema y sus características.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Según la información suministrada por el gerente de la empresa Emcar, en la actualidad se cuenta con 10 colaboradores.

3.2.2 Muestra

Siendo la población objeto de estudio tan pequeña se utilizó en su totalidad, es decir el 100% de los colaboradores.

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

El instrumento para la recolección de información fue la encuesta, elaborada por medio de un cuestionario de preguntas de fácil comprensión y desarrollo.

3.4 Análisis de información

Los datos obtenidos mediante la aplicación el instrumento, fue analizado cuantitativamente a través de tablas y figuras, como también mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Diagnóstico sobre el conocimiento que se tiene de la Responsabilidad Social

Empresarial, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Pública Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

Con el objetivo de evidenciar el diagnóstico sobre el conocimiento que poseen los colaboradores de la empresa EMCAR A.P.C, sobre la responsabilidad social se diseñó y aplicó una encuesta en escala de Likert, donde los encuestados tenían en cuenta las siguientes opciones. Siempre = 1, casi siempre = 2, a veces = 3, nunca = 4 y los resultados de la misma se muestran a continuación.

Tabla 1

Valores, transparencia y gobierno de la empresa

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
En la empresa son mostrados los compromisos éticos que debe tener cada empleado por medio de capacitaciones regulares.	10			
Se cuenta con la conforman de comités y consejos responsables de los temas éticos.	10			
Se evidencia la familiaridad y lazos de amistad entre los empleados	10			
Se tienen formatos para la evaluación periódica de sus integrantes		10		
Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las	10			

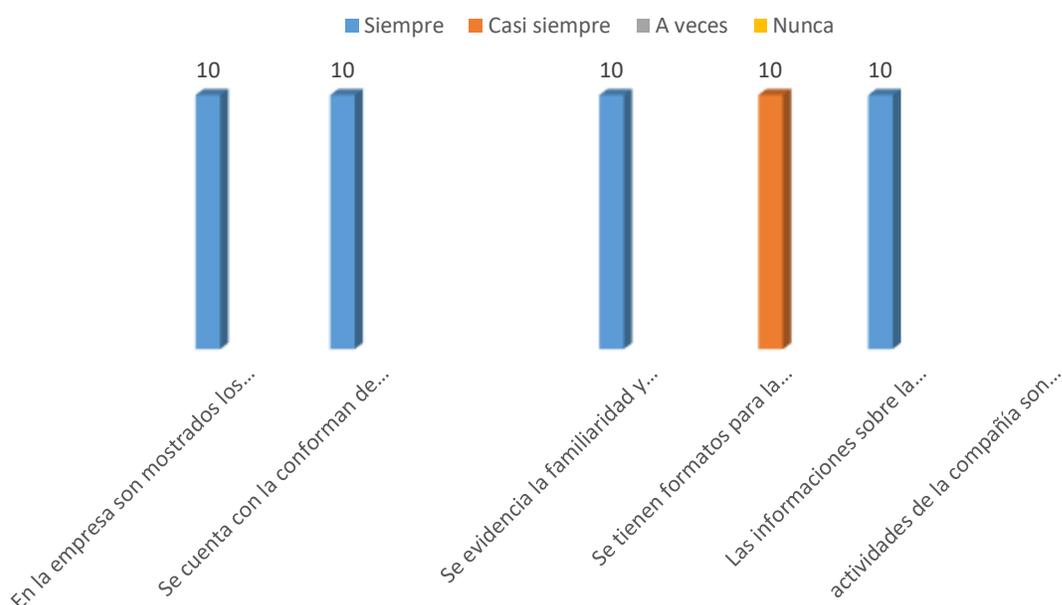
“Tabla 1” “Continuación”

actividades de la compañía son auditadas por terceros

Nota. La tabla contiene los valores, transparencia y gobiernos de la empresa

Figura 1

Valores, transparencia y gobierno de la empresa



Nota. La figura muestra los valores, transparencia y gobiernos de la empresa. (2023)

En cuanto a los valores, transparencia y gobiernos de la empresa se debe decir que Tamayo (1996), afirma que los valores organizacionales son definidos como principios o creencias relativas a metas organizacionales deseadas, que orientan la vida de la empresa y están al servicio de intereses individuales, colectivos o mixtos, tomado por (Ruedas F. , 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que según los colaboradores de la empresa siempre son mostrados los compromisos éticos que debe tener cada empleado por medio de

capacitaciones regulares, se cuenta con la conforman de comités y consejos responsables de los temas éticos, se evidencia la familiaridad y lazos de amistad entre los empleados, las informaciones sobre la situación económico-financiera son auditadas por terceros, de igual forma casi siempre se tienen formatos para la evaluación periódica de sus integrantes, con lo que se evidencia que en cuanto a los valores, transparencia y gobierno de la empresa se llevan procesos adecuados.

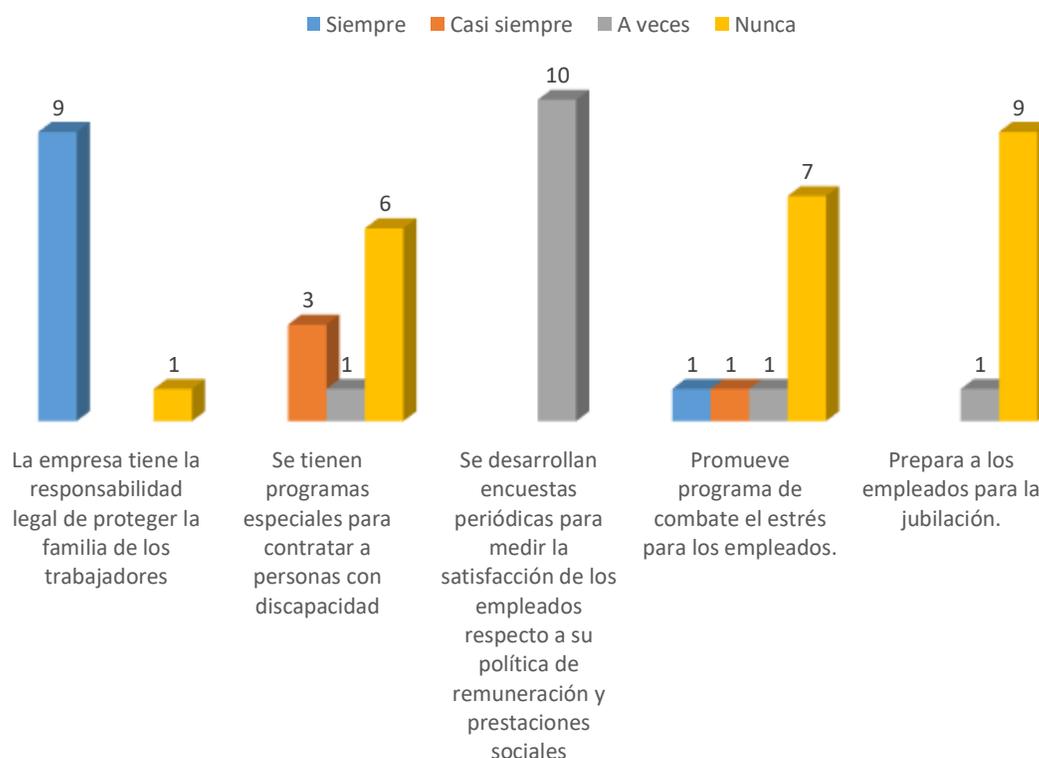
Por último, se debe decir que los valores empresariales son componentes muy importantes en la organización ya que por medio de ellos se busca cumplir con los propósitos iniciales de la entidad, es por esto que siempre están relacionados con la evolución de la organización, el crecimiento económico, financiero, fortalecimiento de la cultura organizacional, formación de la filosofía, relación con clientes y usuarios.

Tabla 2

Público interno

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
La empresa tiene la responsabilidad legal de proteger la familia de los trabajadores	9			1
Se tienen programas especiales para contratar a personas con discapacidad		3	1	6
Se desarrollan encuestas periódicas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones sociales			10	
Promueve programa de combate el estrés para los empleados.	1	1	1	7
Prepara a los empleados para la jubilación.			1	9

Nota. La tabla muestra el público interno de la empresa

Figura 2*Público interno*

Nota. La figura muestra el público interno de la empresa. (2023)

Se define como público interno a las personas que trabajan al interior de la organización, los cuales deben cumplir con un perfil y funciones relacionadas con su cargo y estos a su vez son reclutados para asumir el puesto ofertado o promocionado en la organización, por lo que las diez personas encuestadas dicen que desarrollan encuestas periódicas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones sociales, lo que los obliga a mejorar cada día el servicio ofrecido a la comunidad.

De otra parte, se dice que la empresa tiene la responsabilidad legal de proteger la familia de los trabajadores, por lo que siempre lo hacen a través de integraciones familiares, actividades

deportivas y recreativas para integrar las familias, como también se prepara a los empleados para la jubilación, siendo esto una obligación para procurar al empleado un retiro digno, cuando se cumpla con su ciclo de vida laboral.

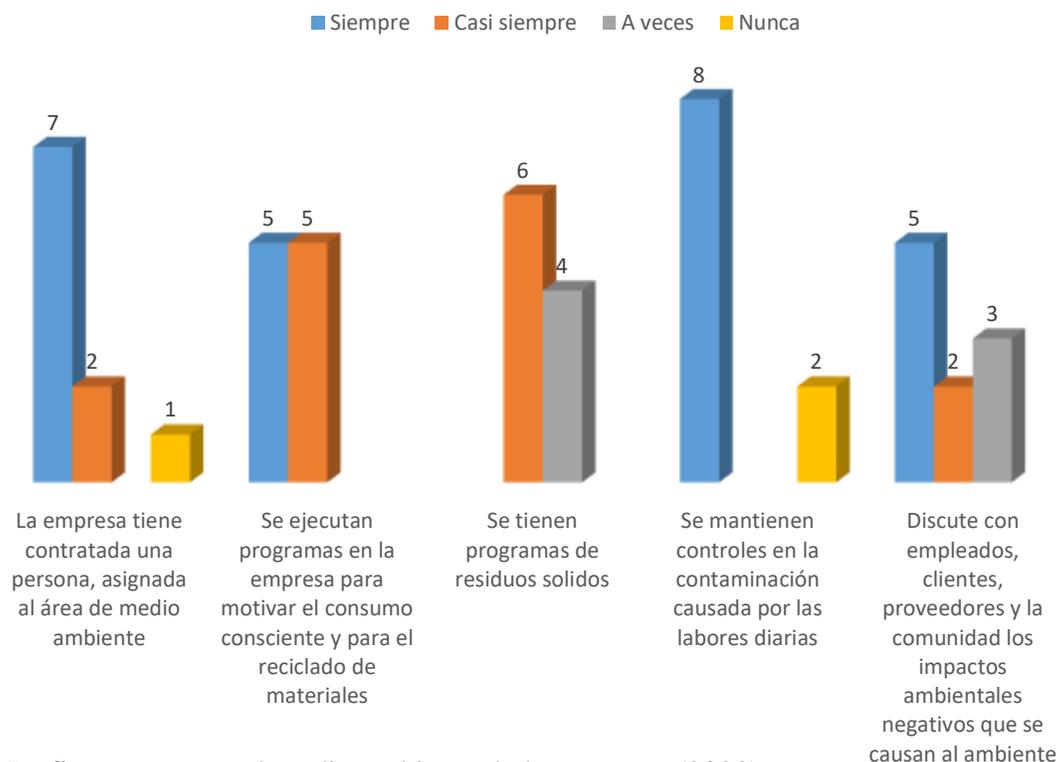
Es por esto que el recurso más valioso de cualquier empresa son sus empleados y gracias al esfuerzo, talento y saber hacer de estos es que es posible alcanzar los objetivos y resultados esperados por las organizaciones, triunfando y posicionándose en el mercado donde desarrollan las actividades comerciales.

Tabla 3

Medio ambiente

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
La empresa tiene contratada una persona, asignada al área de medio ambiente	7	2		1
Se ejecutan programas en la empresa para motivar el consumo consciente y para el reciclado de materiales	5	5		
Se tienen programas de residuos solidos		6	4	
Se mantienen controles en la contaminación causada por las labores diarias	8			2
Discute con empleados, clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales negativos que se causan al ambiente	5	2	3	

Nota. La tabla muestra el medio ambiente de la empresa

Figura 3*Medio ambiente*

Nota. La figura muestra el medio ambiente de la empresa. (2023)

La responsabilidad ambiental es un compromiso de toda empresa sin importar su tamaño y actividad económica y en la cual se deben cumplir objetivos como es prevenir, evitar y reparar los daños ambientales que sus acciones puedan causar, devolviendo los recursos a su estado anterior (Escuela Europea de Dirección y Empresa, 2021).

Según la opinión de siete personas en la empresa siempre se tiene contratada una persona, asignada al área de medio ambiente, con el objetivo de educar a la comunidad en el cuidado y protección de los recursos naturales y reciclaje en los diferentes hogares usuarios de la entidad, como también se mantienen controles en la contaminación causada por las labores diarias.

Tabla 4*Proveedores*

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores.				10
Ofrece entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social con los proveedores.			5	5
Adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos piratas, falsificados o fruto de robo de carga	8	2		

Nota. La tabla muestra los proveedores de la empresa

Figura 4*Proveedores*

Nota. La figura muestra los proveedores de la empresa. (2023)

En cuanto a los proveedores se debe decir que según Sáez (2008) es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término emana del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin, es por esto que según la opinión de los empleados encuestados nunca se discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con los proveedores, aunque se han adoptado criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos piratas, falsificados o fruto de robo de carga.

De otra parte, se debe mencionar que los proveedores deben estar directamente relacionados con el crecimiento económico y financiero de la entidad, esto ya que los servicios y productos ofertados se ven determinada en buena medida por los provisosores.

Tabla 5

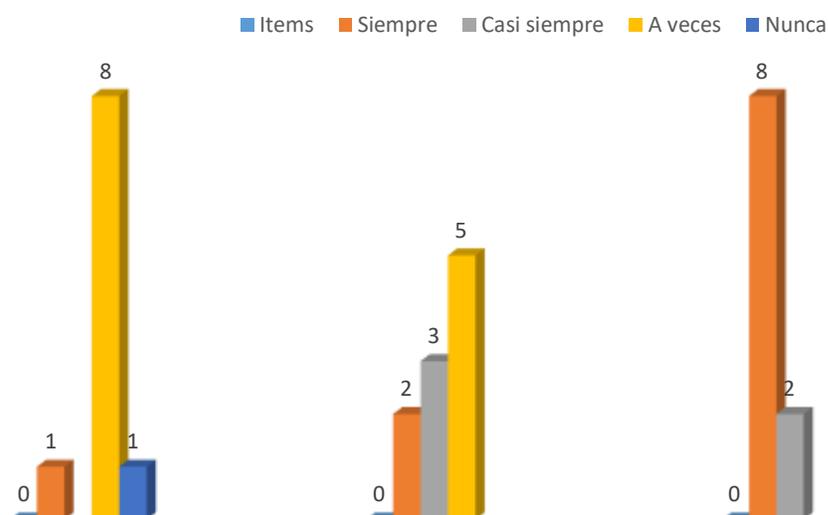
Consumidores y clientes

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Ofrece el servicio de atención al cliente para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a los servicios	1		8	1
Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación de respeto a los derechos del consumidor	2	3	5	
Mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus los servicios	8	2		

Nota. La tabla muestra los consumidores y clientes de la empresa

Figura 5

Consumidores y clientes



Nota. La tabla muestra los consumidores y clientes de la empresa. (2023)

Según Molla (2006) “El comprador es la persona que participa en la obtención del producto, y el pagador es la persona que financia la compra, mientras el usuario es la persona que consume el bien y recibe el beneficio”.

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que a veces en la empresa se ofrece el servicio de atención al cliente para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a los servicios y siempre se mantienen programas especiales con énfasis en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus los servicios.

Con lo que se evidencia que no existe una buena implementación de la responsabilidad social empresarial en la empresa EMCAR A.P.C, de la población de Rio de Oro, Cesar.

Tabla 6*Comunidad*

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones.	1		9	
Hace monitoreos a los impactos causados en la comunidad por sus actividades.	10			
Tiene políticas contra el exceso de basura, mal olor, efluentes y otras formas de contaminación.	1	9		

Nota. La tabla muestra la comunidad de la empresa

Figura 6*Comunidad*

Nota. La figura muestra la comunidad de la empresa. (2023)

Weber (1974), dice que la comunidad y sociedad, hace referencia a la relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social se inspira en el sentimiento subjetivo, afectivo o tradicional de los partícipes en constituir un todo.

De otra parte, la responsabilidad social empresarial es una nueva estrategia que exige a las empresas el compromiso de respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del medio ambiente mediante el uso sistemático de los recursos (La República, 2019).

Teniendo en cuenta el concepto de comunidad y sociedad se debe decir que esta relación con la empresa objeto de estudio se evidencia en los monitoreos que se hacen periódicamente a los impactos causados por sus actividades económicas, por lo que se han implementado políticas contra el exceso de basura, mal olor, efluentes y otras formas de contaminación en la comunidad beneficiaria de la empresa.

Tabla 7

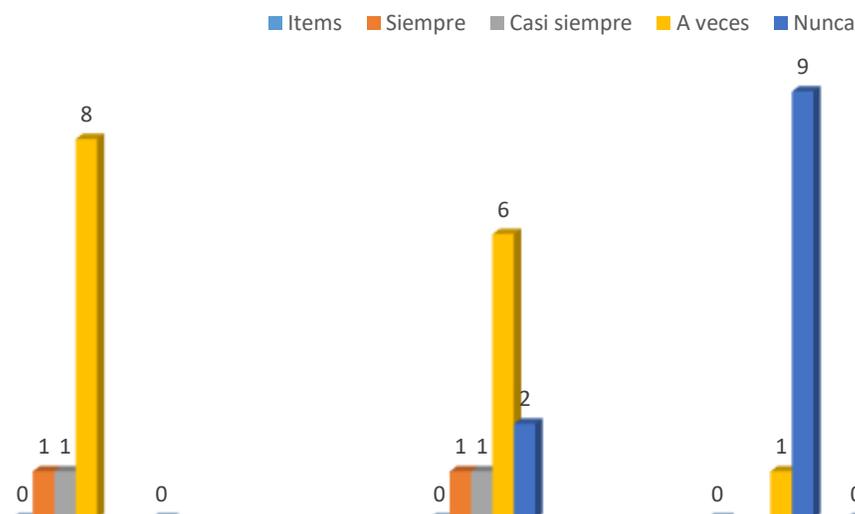
Gobierno y sociedad

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Patrocina o realiza campañas de medios relacionadas con cuestiones de interés público	1	1	8	
Articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa	1	1	6	2
Desarrolla actividades eventuales que se centra en la educación ciudadana especialmente en época electoral			1	9

Nota. La tabla muestra el gobierno y la sociedad de la empresa.

Figura 7

Gobierno y sociedad



Nota. La figura muestra el gobierno y la sociedad de la empresa. (2023)

En cuanto a la relación del gobierno y la sociedad con la empresa, se debe decir que por ser una empresa del orden privado no existe patrocinio en campañas de medios relacionadas con cuestiones de interés público, como también no existen actividades eventuales que se centra en la educación ciudadana especialmente en época electoral.

Diagnóstico. El diagnostico se denomina como el análisis integral de la situación de cualquier empresa, con el objetivo de generar un análisis correcto y oportuno, implicando un proceso complejo conformado por factores externos e internos que influyen en la decisión de la organización.

Se debe decir que el diagnóstico empresarial, es muy importante ya que puede definir el estado actual de la organización, que puede ser utilizado para obtener resultados de evaluación

que se utilizan en el factor tiempo durante las decisiones sobre la reestructuración de la organización y el logro de las metas proyectadas (Díaz, 2022).

Con relación a la investigación se debe mencionar que en la empresa no existe una adecuada responsabilidad social con base en la estrategia competitiva de HZX, ya que la organización no desarrolla una adecuada gestión en sus decisiones y acciones a largo plazo que se base en valores éticos y prevención de impactos negativos en el entorno (Scholes y Whittington, 2016).

Como también no existe una adecuada relación de los valores, transparencia, empleados, medio ambiente, proveedores, comunidad, clientes, gobierno y sociedad, siendo estos elementos fundamentales para el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial con la comunidad y partes interesadas, con lo que se evidencia una falencia en el cumplimiento de la RSE 26000, la cual promueve llevar una actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permita a las empresas generar valor agregado para todo su público y con ello ser sustentablemente competitiva.

4.2 Grupos de interés que se relacionan con la empresa EMCAR A.P.C, en la población de Rio de Oro, Cesar.

La empresa EMCAR A.P.C, es una entidad descentralizada, conformado a través del acta de constitución N° 001 del 25 de octubre del 2004, prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo en la localidad. De igual forma, se trabaja con ética, respeto, compromiso y gran sensibilidad social para mejorar la calidad de vida de los usuarios,

satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando desarrollo para el municipio y valor para nuestros asociados, soportados en la efectividad del servicio y el bienestar de nuestra gente.

En cuanto a los grupos de interés que se relacionan con la empresa EMCAR A.P.C, ubicada en la población de Rio de Oro, Cesar, se debe decir que toda entidad tiene por objetivos el resultado de un proceso de negociación y adaptación entre diferentes grupos.

Es decir que a través de la negociación se logra un equilibrio y se establece una meta que pretende integrar a todas las partes interesadas en la empresa, suponiendo que todos los grupos tienen el mismo poder de decisión y libertad de participación en las decisiones de la organización (López J. , 2020).

Las partes interesadas de la empresa son nueve empleados y un gerente que conforman el interior de la entidad, mientras que a nivel externo son los 2.110 clientes usuarios de la empresas los cuales estan clasificados en un 50% en el estrato I, 30% en el II y 20% en el III, todos pertenecientes a la zona urbana del municipio de Rio de Oro.

4.3 Programa de Responsabilidad Social empresarial, de forma general para la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

	Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.)	Código
	Programa de Responsabilidad Social empresarial	Versión

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2023

Introducción

La Empresa descentralizada de la Alcaldía Municipal de Río de Oro, Cesar formada mediante acta de asamblea general de constitución N° 001 del 25 de octubre del 2004, creando a la Administración Pública Cooperada Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro EMCAR A.P.C, Entidad prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo.

El objetivo de la empresa es mejorar la calidad de vida de los usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando desarrollo para el municipio y valor para nuestros socios, soportados en la efectividad y el bienestar de nuestra gente (Emcar, 2022).

Direccionamiento Estratégico

Marco Regulatorio. Las Empresas Públicas, se rigen por la Ley 142 de 1994 o Estatuto Orgánico de los servicios públicos domiciliarios, sigue los lineamientos de la Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico (CRA), como ente regulador y es Vigilada por la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios (Congreso de Colombia, Ley 142 de 1994, 2022).

Misión. Mejoraremos la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando

desarrollo para el municipio y valor para nuestros socios, soportados en la efectividad y el bienestar de nuestra gente (Emcar, 2022).

Visión. Consolidarnos como una empresa comunitaria modelo y líder en la prestación de servicio integral de acueducto y saneamiento básico en el municipio y la provincia, con inspiración para el desarrollo de nuevos negocios complementarios para el 2028 ser una empresa de ejemplo y altamente sostenible (Emcar, 2022).

Principios. Respeto, confianza, compromiso, trabajo en Equipo.

Objetivos. La empresa EMCAR A.P.C están dirigidos a mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico.

Asegurar la eficiencia en la prestación de los servicios públicos operados por la Empresa teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental.

Desarrollar y mantener un equipo humano comprometido y competente.

Ser reconocidos como una empresa amable y justa, generadora de calidad de vida (Emcar, 2022).

Tabla 8

Formato de evaluación del desempeño de la empresa EMCAR A.P.C

Problema	Problema	Impacto
Económico	Interno. Altos costos en el transporte y disposición final de los residuos orgánicos e inorgánicos.	Disminución en los altos costos de transporte y facturación de disposición final al relleno sanitario.

“Tabla 8” “Continuación”

	Externo. Dificil situación económica de la población.	Incrementa los ingresos de la empresa
	Falta del recurso hídrico en época de verano	Incrementar los ingresos de las familias que se dedican al reciclaje.
		Fortalecer a la comunidad en el desarrollo de planes estratégicos financieros viables y reutilizables.
Social	Interno: Falta de personal capacitado	Genera empleo entre los habitantes de la comunidad.
	Externo: Desinterés y falta de apoyo por parte de las entidades locales, nacionales y gubernamentales.	Fortalece el desarrollo y mejora la calidad de vida de las mujeres.
	Motivar la siembra de árboles y cuidado de los recursos naturales	Realizar educación ambiental sobre el cuidado del recurso hídrico
	Interno: Falta de aprovechamiento del material orgánico e inorgánicos por parte de la empresa.	Disminución de la contaminación visual.
Ambiental	Externo: Falta de conciencia ciudadana en el cuidado del medio ambiente.	Disminución de la contaminación ambiental. Incrementar la preservación y el cuidado del medio ambiente.
		Utilización de los medios de comunicación.

Nota. Fuente autores

Justificación.

Con el presente programa se pretende buscar alternativas de solución a una problemática identificada en la comunidad beneficiaria de la empresa EMCAR A.P.C, por lo cual, se busca

implementar estrategias que contribuya a los social en la comunidad y el desempeño de los empleados en la organización dándole solución a los problemas que se presentan en el municipio.

De otra parte, se busca analizar los impactos negativos, especialmente el económico relacionado con la responsabilidad social empresarial, garantizando la sostenibilidad financiera, recursos suficientes para ejecutar programas sociales y ambientales de la empresa.

Código de conducta

Modelo de Cluster – Cadena de Valor. Michael Porter, en su modelo, recomienda identificar las fortalezas competitivas de la empresa, proponer estrategias y enfatizar actividades donde los sistemas de información puedan tener un impacto estratégico. El modelo identifica dónde se debe utilizar la tecnología de manera efectiva para mejorar la competitividad, basado en el concepto de que un grupo de personas en un espacio determinado desarrolla actividades para lograr los mismos objetivos.

Localización. La empresa EMCAR A.P.C, está ubicada en el municipio de Rio de Oro, Cesar, específicamente en la calle 3 # 3-58.

Geografía. Límites del municipio: limita al norte con el municipio de Gonzáles y Norte de Santander; por el sur con Ocaña y San Martín, por el oriente con Ocaña y por el occidente con

Aguachica. Extensión total: 613,3 km² a 1150 y 1120 m s. n. m. (metros sobre el nivel del mar).

Temperatura media: 18 a 25 °C.

Decisión de la alta dirección. La empresa debe tener un compromiso ético, diciendo elaborar el código de conducta para todas las personas que intervengan en los procesos, dándole a conocer la importancia de la ética y la aplicación de este código de conducta.

Aplica a. Este código de conducta estará aplicado a todos los colaboradores de la empresa (directivos, empleados, proveedores y clientes.) Confiando de que ellos manejen altos estándares éticos al momento del incumplimiento de cualquiera de los principios establecidos en nuestro código de conducta.

Conformación del equipo. Se establecerá un cronograma de trabajo con 10 trabajadores, donde se nombrará un líder para que planifique lo estipulado en el proyecto.

El código de Conducta de Empresas Publicas de la empresa EMCAR, proporciona el punto de partida de un nuevo y cada vez renovante accionar público encaminado a un beneficio común, facilitando espacios de convivencia y de responsabilidad laboral en la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo.

El código de Conducta de la empresa, se elaboró con la finalidad de propiciar en cada uno de los colaboradores el compromiso comunitario como punto de partida de un nuevo y cada vez renovante accionar encaminado a su beneficio común, la cual facilita espacios de

convivencia y de responsabilidad laboral para con la comunidad en la prestación de los servicios públicos domiciliarios.

Los acuerdos, compromisos o protocolos éticos, formalizan la determinación de los empleados, para obrar de acuerdo con un conjunto de valores definidos, a fin de garantizar la rectitud y la integridad de su gestión.

Principios Éticos.

Calidad de vida laboral. Cada una de las personas de la empresa debe contar con la capacidad de evaluar situaciones, plantear soluciones y tomar decisiones, así como la de responder por lo que hace y por lo encomendado para hacer, por tratar a los demás como espera que lo traten.

Desarrollo y valores. Nos comprometemos a permitir el desarrollo del recurso humano fomentando el aprecio por las normas éticas y los valores morales, mediante la confianza y partiendo de la buena fe.

Bienestar y seguridad. La empresa debe estar comprometida en brindar ambientes de trabajo adecuados, sanos y seguros que permitan a todos sus colaboradores seguridad y bienestar.

Organización laboral. Es necesario que estén suficientemente estructuradas las funciones y actividades en un manual para cada uno de los cargos que integran la empresa.

Información. Cada empleado debe reportar la información producto de su labor, de forma oportuna, honesta y segura, con el ánimo de que sea utilizada para que reflejen la situación exacta de la realidad de la empresa.

Respeto. En la empresa cada persona debe ser respetada y valorada, este valor es único e indispensable para el equipo de trabajo.

Confidencialidad. Cualquier trabajador que esté vinculado y aquellos que ya dejen de laborar para la empresa, debe estar comprometido en dar el adecuado uso a la información a la que tiene acceso, por lo que cuidadosamente la guarda, la asegura y no la divulga.

Integridad. No se deben presentar actos de corrupción al interior de la entidad.

Austeridad. Se debe tener un uso racional del gasto en la entidad.

Conducta. Se debe cumplir a cabalidad el código de ética asumido por la entidad.

Dignidad de la persona. Es necesario respetar al empleado, con el objetivo de cumplir con los derechos humanos y la dignidad establecida por la Ley.

Normas éticas. En la Empresas EMCAR, se tiene por objetivo cumplir con la dignificación y el reconocimiento social; al igual que garantizar el mínimo para la coexistencia pacífica de los hombres en el seno de la sociedad, por lo que se debe cumplir con:

Veracidad. Conservar el valor moral, con el que se busca la verdad.

Intimidad. Es tener una estrecha amistad entre los empleados y conservar lazos de amistad y trabajo en equipo

Conductas obligatorias. En la empresa no se pueden permitir conductas irregulares que atenten contra la moral y el buen nombre de la entidad.

Conductas óptimas. Son conductas óptimas aquellas que dan mejor grado o lo más favorable en este caso para interacción entre la empresa, los trabajadores y los usuarios.

Conductas deseables. Se hace necesario unas conductas deseables, que se obtendrán después de un análisis del entorno actual y de su comportamiento.

Conductas prohibidas. Son las que van en contra de la moral y las buenas costumbres.

Conflictos de Intereses. Los empleados deberán abstenerse de involucrarse en situaciones que generen conflictos de intereses, evitarán al máximo realizar actividades de interés personal o familiar con otras empresas o personas con las que la empresa haya realizado negocios, actividades que vayan en detrimento de la empresa.

Corrupción y sobornos. No se permiten conductas de soborno o corrupción que afecten la imagen de la entidad.

Enfoque de calidad. Se debe procurar trabajar por la calidad del servicio, actuando con profesionalismo en beneficio de los clientes y comunidad en general.

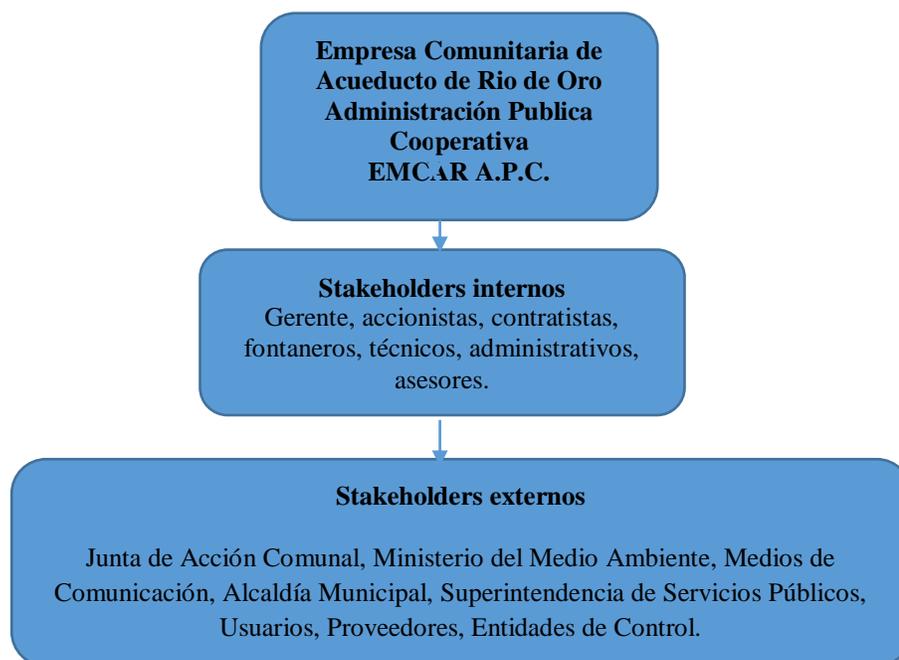
Medio Ambiente. Se debe promover el uso eficiente de los recursos naturales, siembra de árboles y reducir el impacto medioambiental en las actividades de la empresa.

Stakeholders

Los Stakeholders de la empresa son todas las personas que están involucradas en el desarrollo de las actividades. Es importante mencionar que por ser una empresa de carácter público que presta servicios esenciales para la población en general.

Figura 8

Mapa genérico



Nota. La figura contiene los Stakeholders internos y externos

Modelo de informe de gestión recomendado.

Mediante esta norma estructurada, se establecen los requisitos para integrar la estrategia de gestión de la responsabilidad social. Esta norma describe que en la implementación de Plan de Responsabilidad Social Empresarial sean auditados todos los procesos.

Esta circunstancia permitirá a Empresas EMCAR, conseguir una certificación en Gestión Ética. El hecho que se obtenga esta certificación se constituye en una garantía para la comunidad y muestra el compromiso de la empresa para el desarrollo de sus actividades.

Sus características son:

Útil. plantea una estructura lógica y clara como abordar la RSE de manera integral en la organización, permite, por un lado, ordenar y poner en valor las distintas iniciativas internas puestas en marcha, por otro lado, establecer una hoja de ruta para mejorar el desempeño en RSE.

Flexible. Está diseñada para amoldarse a todo tipo de organizaciones y empresas.

Compatible. La empresa debe participar en el enfoque de los sistemas de gestión tradicionales como calidad, medio ambiente o salud y seguridad, permitiendo auditorías conjuntas.

4.4 Estrategias de desarrollo sostenible que faciliten la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

En la actualidad las empresas interesadas en implementar el tema de la responsabilidad social empresarial por medio de prácticas honestas, respetando el medio ambiente y generando conciencia de que no solo se debe generar una utilidad y olvidar lo que ocurre a su alrededor.

Así mismo, Castellanos (2016), establece que “para algunas pequeñas empresas la Responsabilidad Social Empresarial es un tema desconocido, lejano o exclusivo de los grandes corporativos”.

Por su parte, Castellanos (2016), dice que “La construcción debe realizarse con el objetivo de mejorar y crecer; entendiendo que independientemente del tamaño, cualquier empresa va a tener ciertos impactos económicos, sociales y ambientales; que le representara una responsabilidad”.

Lo anterior se alcanza por medio del fortalecimiento en áreas que envuelve principalmente a los empleados como la educación, salud, el campo laboral y la recreación; mejorando las capacidades tanto personales como laborales.

Tabla 9*Estrategias*

Aspecto seleccionado	Indicadores	Estrategia	Actividad
Economía	Reporte de la inversión en riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Incluir en los informes información relacionada con la asignación de fondos a actividades relacionadas con	Presupuesto financiero destinado a RSE y su ejecución incluido en memorias de sostenibilidad
	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	prácticas de responsabilidad social comunitaria	
Social	Número total de empleados/capacitaciones realizadas X 100	Realizar la caracterización de las condiciones y prácticas laborales de los empleados de la organización con la ayuda de COPASO del Ministerio del Trabajo	Elaborar estudios para conocer la situación real de los empleados en cuanto a la seguridad de los empleados.
	Porcentaje del total de trabajadores que está representando en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.		
Seguridad y salud en el trabajo	Tipos de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo realizado.	Comunicar los mecanismos y prácticas de seguridad y salud en el trabajo con actividades y asesores para cada actividad.	Apropiación de los grupos de interés internos del Plan de salud y seguridad en el trabajo.
	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la		

“Tabla 9” “Continuación”

	comunidad en relación con enfermedades graves.		
Formación y educación	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Motivar a los empleados a iniciar o continuar su aprendizaje basado en habilidades apoyado por el SENA o la universidad	Proponer un plan de formación y educación organizacional
Igualdad de Oportunidades	Composición de los órganos de gobierno corporativo.	Plan de comunicación sobre los mecanismos de selección, promoción y representación en los órganos de decisión de la organización	Apropiación de los grupos de interés internos del Plan
Comunidad y corrupción	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	Desarrollar un manual de buen gobierno corporativo que describa las políticas y prácticas para la gestión de la corrupción y el control social.	Divulgación con grupos de interés (internos y externos) del manual de gobierno corporativo y prácticas de control de corrupción y control social

Nota. La tabla contiene las estrategias propuestas

Por último, se debe decir que hace ya varios años se ha venido desarrollando el tema de RSE, siendo un aspecto muy importante para la operación de cualquier empresa, de igual forma, la RSE en HZX es catalogada como: “una buena razón de negocio”, ya que las buenas relaciones con todos los grupos de interés, hacen que estos mismos (empleados, clientes, proveedores, gobierno, comunidad y medio ambiente) ayuden a facilitar la operación.

Capítulo 5. Conclusiones

Realizando el diagnóstico en cuanto al conocimiento que se tiene de la Responsabilidad Social Empresarial, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa, EMCAR A.P.C, se evidencio que los colaboradores desconocen muchos aspectos relacionados con la misma, ya que no se tienen programas con las partes interesadas de la empresa y educación ambiental, donde se pueda involucrar a toda la comunidad y esta a su vez cumplir con el compromiso social que adquirieron.

Los Grupos de Interés se definen como todas aquellas personas que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar el desarrollo de ésta, es por esto que al analizar las partes interesadas en la entidad se pudo determinar que corresponden a los usuarios que en la actualidad demandan el servicio de la empresa al igual que la comunidad, incluyendo entidades con las que se relaciona la empresa EMCAR A.P.C, en la población de Rio de Oro, Cesar.

Para toda empresa es muy importante el programa de Responsabilidad Social empresarial, ya que este permite generar negocios sustentables, con la cultura y valores que les permitan perdurar a largo plazo, ya que la RSE contribuye a mejorar las condiciones del mercado laboral y cuidar el medio ambiente.

Las estrategias planteadas son muy importantes para la empresa, ya que contribuyen al desarrollo sostenible de la entidad y mejoran los procesos con los clientes interno y externos.

Capítulo 6. Recomendaciones

En toda organización y con el objetivo de verificar la situación real de la entidad se debe realizar diagnósticos periódicos para comprobar la adquisición de conocimientos en Responsabilidad Social Empresarial, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa EMCAR A.P.C, de los empleados, al igual que corregir las falencias que se encuentren.

Se deben realizar capacitaciones con los grupos de interés interno y externos con el fin de vincularlos y que se conviertan en actores activos de la responsabilidad social empresarial en la empresa EMCAR A.P.C, de la población de Rio de Oro, Cesar.

Se sugiere tener en cuenta el programa de Responsabilidad Social empresarial propuesto para la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con el fin de mejorar los procesos en la entidad.

Es necesario implementar por medio de capacitaciones las estrategias propuestas en la presente investigación, para lograr que la empresa se convierta en un ente sostenible y que faciliten la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.).

Referencias

- Admemcaroot. (25 de Septiembre de 2020). *Información de la empresa*. Obtenido de <http://www.emcar.com.co/quienes-somos/>.
- Aguilera, A. (2018). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Cali: Universidad del Valle.
- Brea, L. (2014). *Factores determinantes del sentido de pertenencia*. Madrid: Universidad de Murcia.
- Bustos, L. (2 de Septiembre de 2021). *Responsabilidad Social Corporativa: Origen y evolución*. Obtenido de <https://www.campustraining.es/noticias/responsabilidad-social-corporativa-origen/>.
- Camacho, C. (2017). *Factores que inciden en el recaudo del Impuesto Predial Unificado en el distrito de Barranquilla*. Cartagena: Universidad Tecnológica de Cartagena,.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-una-sociedad>. Obtenido de Sociedades mercantiles.
- Canals, C. (7 de Octubre de 2016). *El impacto económico de la inmigración*. Obtenido de <https://www.caixabankresearch.com/el-impacto-economico-de-la-inmigracion>.

- Cardona, A. (19 de Julio de 2017). *La historia de casi 100 años de la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/la-responsabilidad-social-empresarial-tiene-un-recorrido-historico-a-nivel-global-2528179>.
- Cardona, D. (2020). *La responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Colciencias.
- Castro, C. (12 de Mayo de 2015). <https://www.isotools.org/2015/05/12/como-influye-el-clima-laboral-en-tu-empresa/>. Obtenido de ¿Cómo influye el clima laboral en tu empresa?
- Chancay, A. (2016). *Responsabilidad social corporativa: historia y problemas para su estudio*. Manta: Fipcaec, (núm. 1 Vol. 1, Año 1).
- Congreso de Colombia. (2015). *Ley 70 de 2010*. Bogotá.
- Congreso de Colombia. (2018). *Ley 1383 de 2010*. Bogotá: Gaceta de la república.
- Congreso de Colombia. (2019). *Decreto 410 de 1971*. Bogotá: Gaceta de la república.
- Crediservir. (26 de Junio de 2019). *Acta de Asamblea 039*. Obtenido de [Crediservir.coop/sucursales.asp](https://crediservir.coop/sucursales.asp) .
- Gómez, J. (2019). *La importancia del empleado*. Obtenido de <https://www.comunicaz.es/la-importancia-del-empleado/>.

Gonçalves, A. (27 de Octubre de 2011).

<http://www.educadormarista.com/proyectoaprender/clima-organizacional.htm>

Interamericana, S.A. Obtenido de Dimensiones del clima organizacional.

Guía Técnica Colombiana. (2018). *Responsabilidad social*. Bogotá: Icontec.

Hernandez, C. (2018). *Responsabilidad social empresarial: Estrategias de competitividad en el marco de la globalización*. Santiago: Formación Gerencial, Año 9 N° 1.

Info Palante. (2023). *Así funcionan los servicios públicos en Colombia*. Obtenido de

[https://www.infopalante.org/hc/es-co/articles/360062984793-As%C3%AD-funcionan-](https://www.infopalante.org/hc/es-co/articles/360062984793-As%C3%AD-funcionan-los-servicios-p%C3%BAblicos-en-Colombia)

[los-servicios-p%C3%BAblicos-en-Colombia.](https://www.infopalante.org/hc/es-co/articles/360062984793-As%C3%AD-funcionan-los-servicios-p%C3%BAblicos-en-Colombia)

Jacome, N. (2021). *Los derechos humanos: Un principio rector de la responsabilidad social empresarial*. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander.

Lara, M. (5 de Noviembre de 2021). *Qué son los recursos naturales y sus tipos*. Obtenido de

[https://www.ecologiaverde.com/que-son-los-recursos-naturales-y-sus-tipos-1365.html.](https://www.ecologiaverde.com/que-son-los-recursos-naturales-y-sus-tipos-1365.html)

Lopez, D. (2019). *Gerencia Ambiental y Gerencia y Práctica del Desarrollo de la Universidad de Los Andes*. Obtenido de [https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/los-beneficios-de-implementar-un-plan-de-rse-2873350.](https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/los-beneficios-de-implementar-un-plan-de-rse-2873350)

- Mateus, D. (2021). *Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Calí: Universidad ICESI.
- Milton, F. (2021). *Antecedentes de la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/444/3/Antecedentes-de-la-responsabilidad-social-empresarial-una-larga-historia>.
- Muñoz, P. (2014). *El sentido de pertenencia como estrategia organizacional para el aporte de los objetivos de la empresa*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Neira, L. (13 de Junio de 2019). <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/los-beneficios-de-implementar-un-plan-de-rse-2873350>. Obtenido de Los beneficios de implementar un plan de Responsabilidad Social Empresarial.
- Nielsen. (26 de Octubre de 2016). *38% de los colombianos come fuera de su hogar una o más veces a la semana*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2016/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana/>.
- Ortiz, P. (2019). *La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Portafolio. (9 de Marzo de 2019). <https://www.portafolio.co/economia/la-responsabilidad-social-empresarial-una-estrategia-de-gerencia-515003>. Obtenido de La Responsabilidad Social Empresarial, una estrategia de Gerencia.

Redator Rock Content. (23 de Julio de 2019). *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es//responsabilidad-social-empresarial/>.

Sánchez, I. (2018). *Los estilos de dirección y liderazgo: Propuesta de un modelo de caracterización y análisis*. Barranquilla: On-line version ISSN 2145-941X.

Uribe, J. (2015). *Clima y Ambiente Organizacional*. Mexico: Manuel Moderno.

Apéndice

Apéndice A. Encuesta dirigida a los empleados de la empresa EMCAR

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

Objetivo. Determinar la Responsabilidad Social, en la Empresa Comunitaria de Acueducto de Rio de Oro Administración Publica Cooperativa (EMCAR A.P.C.), con base en la estrategia competitiva de HZX

Para la presente investigación se tendrá en cuenta la escala de Likert donde los encuestados tienen las siguientes opciones.

Siempre = 1, casi siempre = 2, a veces = 3, nunca = 4

VALORES, TRANSPARENCIA, GOBIERNO DE LA EMPRESA

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
En la empresa son mostrados los compromisos éticos que debe tener cada empleado por medio de capacitaciones regulares.				
Se cuenta con la conforman de comités y consejos responsables de los temas éticos.				
Se evidencia la familiaridad y lazos de amistad entre los empleados				
Se tienen formatos para la evaluación periódica de sus integrantes				
Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la compañía son auditadas por terceros				

PUBLICO INTERNO

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
La empresa tiene la responsabilidad legal de proteger la familia de los trabajadores				
Se tienen programas especiales para contratar a personas con discapacidad				
Se desarrollan encuestas periódicas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones sociales				
Promueve programa de combate el estrés para los empleados.				
Prepara a los empleados para la jubilación.				

MEDIO AMBIENTE

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
La empresa tiene contratada una persona, asignada al área de medio ambiente				
Se ejecutan programas en la empresa para motivar el consumo consciente y para el reciclado de materiales				
Se tienen programas de residuos solidos				
Se mantienen controles en la contaminación causada por las labores diarias				
Discute con empleados, clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales negativos que se causan al ambiente				

PROVEEDORES

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus Proveedores.				
Ofrece entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social con los proveedores				
Adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos piratas, falsificados o fruto de robo de carga				

CONSUMIDORES Y CLIENTES

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Ofrece el servicio de atención al cliente para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a los servicios				
Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación de respeto a los derechos del consumidor				
Mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus los servicios				

COMUNIDAD

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones,				
Hace monitoreos a los impactos causados en la comunidad por sus actividades				
Tiene políticas contra el exceso de basura, mal olor, efluentes y otras formas de contaminación				

GOBIERNO Y SOCIEDAD

Items	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Patrocina o realiza campañas de medios relacionadas con cuestiones de interés público				
Articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa				
Desarrolla actividades eventuales que se centra en la educación ciudadana especialmente en época electoral				