	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<small>Documento</small>	<small>Código</small>	<small>Fecha</small>	<small>Revisión</small>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
<small>Dependencia</small>	<small>Aprobado</small>		<small>Pág.</small>	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(112)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	BRAYAM JEFREY BAYONA NAVARRO DALLY HAYLEN RÍOS QUINCHOA		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	GUSTAVO ADOLFO CASADIEGO ANGARITA		
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA TRANSPORTADORES DE NORTE DE SANTANDER S.A.S., DE LA CIUDAD DE OCAÑA		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PRESENTE ES EL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO TITULADO: DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA TRANSPORTADORES DE NORTE DE SANTANDER S.A.S., DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL CUAL SE DESARROLLARON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS, COMO FUERON: REALIZAR UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA TRANSPORTADORES DE NORTE DE SANTANDER SAS, UTILIZANDO LA MATRIZ DOFA, CON EL FIN DE CONOCER SU RESPONSABILIDAD SOCIAL; DETERMINAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
LA EMPRESA TRANSPORTADORES DE NORTE DE SANTANDER S.A.S., DE LA
CIUDAD DE OCAÑA**

Autores:

BRAYAM JEFREY BAYONA NAVARRO

DALLY HAYLEN RÍOS QUINCHOA

Proyecto de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Director

GUSTAVO ADOLFO CASADIEGO ANGARITA

Ingeniero Industrial

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

Ocaña

mayo de 2016

Índice

pág.

1. Diseño de un programa de responsabilidad social empresarial en la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña	12
Descripción del Problema	12
Formulación del Problema	14
1.3 Objetivos	14
1.3.1 General	14
1.3.2 Específicos	15
1.4 Justificación	15
1.5 Delimitación	17
1.5.1 Conceptual	17
1.5.2 Operativa	17
1.5.3 Temporal	17
1.5.4 Geográfica	17
2. Marco Referencial	18
2.1 Marco Histórico	18
2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional ..	18
2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional	22
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local	27
2.1.3.1 Historia de Transportadores de Norte de Santander (TNS)	30
2.2 Marco Conceptual	30
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial	30
2.2.5 Matriz DOFA	37
2.2.6 Diagnóstico Situacional	38
2.3 Marco Teórico	38
2.3.1 La teoría de los grupos de interés	38
2.3.2 Teoría de los stakeholders	41
2.3.3 La teoría de la legitimación	43
2.3.4 Teoría de la actuación social de la empresa	45
2.4 Marco Legal	46
2.4.1. Constitución Política de Colombia	46
2.4.2. ISO 26000	49

2.4.3 Ley 1480 de 2011. Derechos del Consumidor	51
2.4.4 Ley 70 de 2010.....	52
2.4.5 Norma SA-8000.....	54
2.4.6 Norma ISO 14001.....	56
3. Diseño Metodológico.....	57
3.1 Tipo de Investigación.....	57
3.2 Población.....	58
3.3 Muestra	58
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de la información	58
3.4.1 Técnicas de Recolección de Información. Fuentes Primarias.....	58
3.5 Análisis de la Información	59
4. Presentación de Resultados.....	60
4.1 Diagnóstico situacional de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social	60
4.1.1 Matriz DOFA.....	63
4.2 Determinación de la estructura organizacional de la empresa, misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones.....	64
4.2.1 Misión.....	64
4.2.2 Visión.....	64
4.2.3 Objetivos.....	64
4.2.4 Principios. Compromiso.....	65
4.2.5 Valores	65
4.2.6 Organigrama propuesto.....	66
4.2.7 Manual de funciones propuesto	66
4.3 Grupos de interés que interactúan con la transportadora, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de responsabilidad social ejecutadas	71
4.3.1 Prácticas de responsabilidad social ejecutadas con los grupos de interés.....	72
4.4 Propuesta de un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, identificando los aspectos de impacto socio ambiental y el desarrollo sostenible.....	90
4.4.1 Principales aspectos de impacto ambiental	93
4.4.2 Propuesta de medidas ambientales a aplicar en la empresa TNS SAS	95
5. Conclusiones.....	100
6. Recomendaciones	101
Referencias.....	102
Apéndice	104

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz DOFA.	63
Tabla 2. Funciones del Gerente.	67
Tabla 3. Funciones de la Secretaria	68
Tabla 4. Funciones del Contador Público	69
Tabla 5. Funciones del Auxiliar Contable	69
Tabla 6. Funciones del Auxiliar de Servicios Generales	70
Tabla 7. Funciones del Celador	70
Tabla 8. Grupos de interés que interactúan con la empresa TNS SAS.	71
Tabla 9. Grupos de interés que interactúan con la empresa TNS SAS.	73
Tabla 10. Satisfacción respecto a los servicios ofrecidos por la empresa TNS	74
Tabla 11. Evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos	75
Tabla 12. Fortalezas de la empresa TNS	76
Tabla 13. Debilidades de la empresa TNS	77
Tabla 14. Oportunidades de la empresa TNS	78
Tabla 15. Amenazas de la empresa	79
Tabla 16. Aspectos en los que debe mejorar la empresa	80
Tabla 17. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	81
Tabla 18. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	82
Tabla 19. Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable	83
Tabla 20. Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa Transportadora de Norte de Santander S.A.S.	84
Tabla 21. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa	85
Tabla 22. Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa	86
Tabla 23. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia	87
Tabla 24. Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra	90

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Satisfacción respecto a los servicios ofrecidos por la empresa TNS	73
Figura 2. Evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos	74
Figura 3. Fortalezas de la empresa TNS	75
Figura 4. Debilidades de la empresa TNS	76
Figura 5. Oportunidades de la empresa TNS	77
Figura 6. Amenazas de la empresa	78
Figura 7. Aspectos en los que debe mejorar la empresa	79
Figura 8. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	80
Figura 9. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	81
Figura 10. Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable	82
Figura 11. Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa Transportadora de Norte de Santander S.A.S.	83
Figura 12. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa	84
Figura 13. Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa	85
Figura 14. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia	86
Figura 15. Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra	87

Resumen

El presente es el informe final del trabajo de grado titulado: Diseño de un programa de responsabilidad social empresarial en la empresa transportadores de norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña, en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron: Realizar un diagnóstico situacional de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social; determinar la estructura organizacional de la empresa, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones; relacionar los grupos de interés que interactúan con la transportadora, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de responsabilidad social ejecutadas; proponer un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, identificando los aspectos de impacto socio ambiental y el desarrollo sostenible.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fue el gerente de la empresa, empleados, clientes y proveedores, el instrumento utilizado fue la entrevista y la encuesta, el proceso de recolección de información, fue realizada por los autores del proyecto, quienes analizaron los resultados de cada una de las respuestas brindadas.

Se realizaron una serie de actividades que permitieron concluir el estado actual en cuanto a responsabilidad social empresarial en que se encuentra la empresa transportadora TNS SAS.

Introducción

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. Haciendo referencia en el plano regional, la ciudad de Ocaña ha venido creciendo en cuanto a agremiaciones y demás formas de economía solidaria, tales como pequeñas empresas, fondos de empleados, cooperativas, corporaciones, asociaciones, las cuales ofertan bienes y servicios, generando empleo y a la vez satisfaciendo necesidades presentes en el ser humano. En el ámbito organizacional surge una variable fundamental que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual hace referencia a "la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (grupos de interés).

Para llevar a cabo la realización del proyecto se formularon los siguientes objetivos: Realizar un diagnóstico situacional de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social; determinar la estructura organizacional de la empresa, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones; relacionar los grupos de interés que interactúan con la transportadora, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de

responsabilidad social ejecutadas; proponer un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, identificando los aspectos de impacto socio ambiental y el desarrollo sostenible.

El trabajo desarrollado es un aporte y orientación a la empresa TNS SAS, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como 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. Para los autores del proyecto de investigación, la realización del estudio es una oportunidad para aplicar un importante compendio de conocimientos adquiridos durante la formación como Administradores de Empresas y así ponerlos al servicio de la comunidad.

Capítulo 1. Diseño de un programa de responsabilidad social empresarial en la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña

1.1 Descripción del Problema

La Responsabilidad Social Empresarial ha representado en las empresas compromisos de actuación correcta con respecto a su entorno social y medioambiental, que con anterioridad han sido obviados por las entidades e incluso por la sociedad en general, 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. (González, 2009)

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad. (Calderon, 2010)

Por consiguiente, la razón de ser de las compañías no debe centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, sí es necesario que conciban la idea de generar valor social y económico mediante programas socialmente responsables que ayuden a construir ventajas con relación a la competencia y a la negociación con los proveedores, ya que, al ser la empresa reconocida por la comunidad se gana prestigio y esto en algún momento representa más clientes y por ende, mayores ingresos.

Es por ello que la empresa Transportadores de Norte de Santander “TNS”, ubicada en la Calle 7ª 35-40 de Ocaña, Norte de Santander, la cual tiene como actividad económica el transporte terrestre automotor en la modalidad de carga en el ámbito nacional e internacional, siente un gran compromiso con el mejoramiento continuo de sus procesos para prestar oportuna y eficazmente servicios a todos sus clientes, además de tener el mejor trato con sus empleados y proveedores.

A pesar del compromiso que esta empresa sostiene con sus clientes y el medio en el que opera, en la actualidad carece de un programa de Responsabilidad Social Empresarial, debido a la falta de conocimiento del tema, considerando que existen otros factores relevantes por atender. Esto sin tener en cuenta la falencia que se ha venido presentando por no disponer de este programa, que es una función básica para las organizaciones que hoy día desean ser competitivas.

Teniendo en cuenta la importancia de tal empresa para la ciudad de Ocaña, en lo relacionado con el transporte terrestre, así como la generación de empleo y demás beneficios de

una empresa legalmente establecida, hasta el momento no ha realizado un estudio que permita identificar la incidencia social entre la comunidad de la ciudad de Ocaña, especialmente si se tiene en cuenta la clase de servicios ofrecidos, que en todo sentido pretenden el bienestar de los usuarios de los mismos.

Por consiguiente, con este proyecto se busca diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, siendo un requerimiento para la competitividad y el sostenimiento, permitiendo a la empresa consolidar el vínculo con sus grupos de interés, logrando mayor lealtad, valoración de la imagen institucional y de la marca.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuál es el diseño de programa de responsabilidad social empresarial, que más se ajusta a la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Diseñar un programa de responsabilidad social empresarial, para la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, de la ciudad de Ocaña.

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico situacional de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social.

Determinar la estructura organizacional de la empresa, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones.

Relacionar los grupos de interés que interactúan con la transportadora, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de responsabilidad social ejecutadas.

Proponer un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, identificando los aspectos de impacto socio ambiental y el desarrollo sostenible.

1.4 Justificación

En la medida que ha aumentado el proceso de globalización, las personas se han vuelto crecientemente más conscientes, no sólo de lo que se compra, sino también de cómo esos bienes y servicios han sido producidos. Producciones que afectan el medio ambiente, el trabajo infantil, los ambientes de trabajo peligrosos y otras condiciones inhumanas son ejemplos de los temas que han surgido últimamente. Todas las compañías y organizaciones que buscan beneficios y credibilidad de largo plazo, han comenzado a darse cuenta de que deben actuar de acuerdo a normas sobre lo que es correcto e incorrecto. (Consejo de Municipios y Regiones Europeas, 2009)

La conciencia de una Responsabilidad Social Empresarial parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, ella influye necesariamente sobre este. La empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran espíritu de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no solo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo. (Castaño, 2010)

Hoy en día la responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, ayudando a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, facilitando el flujo de procedimientos y la seguridad. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización. Es así como se evidencia la necesidad de diseñar un programa de responsabilidad social empresarial para la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, de la ciudad de Ocaña, contribuyendo de esta manera a mejorar el servicio, crecimiento y desarrollo de la misma.

1.5 Delimitación

1.5.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), diagnóstico situacional, grupos de interés

1.5.2 Operativa. El cumplimiento de los objetivos del siguiente estudio puede ser afectado por distintos factores. De surgir en el desarrollo del mismo, algún inconveniente que amerite modificaciones significativas, éstas serán consultadas con el director del mismo y comunicadas 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 llevado a cabo en las instalaciones de la empresa Transportadores de Norte de Santander, ubicada en la Calle 7ª N° 35-40, en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial 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 se devolver 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 decisions “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, 2007)

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. (Cajiga, 2007)

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, 2007)

2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional.

Según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE), las compañías que más han aportado a este hecho son las del Estado, 20%; de servicios públicos, 12%, y de papel y cartón, 11%.

Así lo piensan los colombianos porque, a su juicio, generan empleo, promueven la educación, apoyan a las poblaciones vulnerables, protegen el medio ambiente y promueven el

bienestar de la comunidad, explica Javier Torres, directivo del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, que llevó a cabo el sondeo.

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. (Muñoz, , 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. (Muñoz, 2012)

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. (Muñoz, 2012)

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 Calderon, Responsabilidad Social, 2010)

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. (Cajiga Calderon, Responsabilidad Social, 2010)

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. (Cajiga Calderon, Responsabilidad Social, 2010)

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 Calderon, Responsabilidad Social, 2010)

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. (Calderon, 2010)

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. (Cajiga, 2010)

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, 2010, p. 10)

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". (Cajiga, 2010)

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). (Cajiga, 2010)

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. (Cajiga, 2010)

“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, 2010)

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, 2010)

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

Crediservir. Concibe la Responsabilidad Social como el grado de relación y respuesta que tiene la entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona y la desarrolla desde diferentes ángulos como normativo, operacional, económico, social y ambiental, de la mano del ejercicio del objeto social: ahorro y crédito con sus asociados. (Crediservir, 2007)

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

Durante 2010 también se apoyó el arte y la cultura, hubo vinculación a causas sociales, se fortaleció la identidad de país, buscando incluir en el ámbito financiero a más personas, se generó empleo a más de 20.000 colaboradores en Colombia y en la región, hubo acompañamiento a los empleados y sus familias a vivir con mayor bienestar, se mejoró la atención y servicio a los clientes, se realizó una gestión ambiental con colaboradores, clientes y proveedores, y se contó con el trabajo de la Fundación Bancolombia, entre otras acciones. (Bancolombia, 2008)

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

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

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

Se continua avanzando en el diseño de la estrategia de responsabilidad social, la cual hemos comenzado a fortalecer gracias a la integración de buenas prácticas y la experiencia de BAC credomatic en asuntos estratégicos como la inclusión y la educación financiera, la responsabilidad con el medio ambiente y la inversión social. (Banco de Bogota , 2005)

ESPO. La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, busca el mejoramiento continuo de los servicios que presta y a su vez lograr en la organización un sentido alto de responsabilidad social, eficiencia, eficacia y calidad. Es así, que comprometida con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), decidió ser partícipe del premio que otorga la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones (Andesco) en esta área. (ESPO S.A., 2012)

2.1.3.1 Historia de Transportadores de Norte de Santander (TNS). Transportadores del Norte de Santander TNS, es una empresa que trabaja en el transporte de crudo y que se gestó gracias a la idea de un grupo de transportadores que vieron la necesidad de brindar este servicio a Ecopetrol dado el gran movimiento de este líquido por las carreteras de la zona. (Seminario La Provincia, 2015)

Esta empresa fue creada en el año 2014, con base al constante tráfico de líquido crudo de Ecopetrol, y en una reunión que tuvieron unos amigos entre ellos el gerente anterior, Yamil Galeano, se asociaron 64 personas, viendo la necesidad de constituir una empresa para pedir la colaboración a la estatal petrolera, para mover el crudo con vehículos de la zona. (Seminario La Provincia, 2015)

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial. Tiene como fundamento fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés. Uno de los objetivos de la RSE es la de fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés implementando procesos de responsabilidad social al interior, generando beneficios para las empresas. (Rodríguez, 2007)

Responsabilidad Social Corporativa. Es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2005)

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

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus

colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también con miras al futuro.

La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas. (Fundacion Cordon de Plata, 2010)

Como se es Socialmente Responsable. Las empresas no son entidades aisladas, sino que son una parte más de la sociedad, y tienen gran poder sobre la misma, son generadoras de empleo, desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico, provocan un impacto en las localidades donde desarrollan su actividad... Este impacto que tiene la empresa sobre su entorno y la sociedad que les rodea es la que cada vez más motiva a las empresas a orientar su estrategia hacia la Responsabilidad Social, cuyo objetivo es integrar en la gestión valores éticos como la calidad de la vida laboral, respeto al medio ambiente, igualdad, solidaridad... Se trata de un acto voluntario (por encima de lo que establece la legislación) que no ha de entenderse como un coste sino como una inversión que será recuperada y generará beneficios constantes. (Fundacion Cordon de Plata, 2010)

En todo el mundo la revelación de lo Social está adquiriendo fuerza creciente. El reconocimiento del valor de los recursos humanos, de la relación de la institución con la sociedad, son factores determinantes del éxito de las organizaciones. Es por ello que inversores y usuarios de la información producida por las instituciones le prestan especial consideración a los

datos tanto cuantitativos, monetarios, como aquellos reveladores de condiciones que corresponden al tratamiento del personal y al compromiso de la institución con su ámbito social. (Cajiga, 2007)

A nivel mundial es variada la cantidad, calidad y detalle de la información que se publica y transparente en relación con los recursos humanos y con la comunidad; en ciertos países depende de los requerimientos legales y en otros casos se relaciona con la política organizacional.

La RSE o en otros términos, la relación de la empresa con la sociedad, es uno de los temas más candentes de este siglo. No es posible pensar en un cambio social a favor del desarrollo humano si no se tiene en cuenta la potencialidad existente en el campo de las empresas para aportar a este cambio. El Estado, reducido a su mínima expresión en los países llamados en vías de desarrollo, y la sociedad civil, más o menos organizada pero también heterogénea, no pueden por sí solos desviar el rumbo de una historia que tiene a las empresas como protagonistas principales. (Fundacion Cordon de Plata, 2010)

Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad" (Cajiga, 2007)

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:

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. (Cajiga, 2007)

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

La forma en cómo cada empresa implementa su responsabilidad social depende del sector al que pertenezca, así como las particularidades e intereses de sus stakeholders, el modelo implementación de responsabilidad social empresarial desarrollado por el CCRE se compone de cinco pasos básicos para orientar las acciones que desarrolla la empresa hacia una gestión socialmente responsable, esos pasos son los siguientes:

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

Diseño e implementación de un plan estratégico de responsabilidad social empresarial.

Construcción de un programa de seguimiento a la gestión de la responsabilidad social empresarial. (Uribe, 2005).

Escenario de desarrollo de la política de RSE. Retomando el concepto, es preciso indicar que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). Refiere Uribe que, de esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno. (Uribe, 2005, p.23)

Al hablar de la capacidad nos referimos principalmente a la habilidad para el buen ejercicio de una gestión empresarial que atraviesa los diferentes escenarios de actuación de las empresas, éstos son:

Variable Normativa, que hace referencia al conjunto de leyes y normas generales que las diferentes instancias del estado dictan para regular el funcionamiento de las empresas, los mercados y la competencia. (Uribe, 2005)

Variable productiva, que hace referencia a los factores que permiten que las empresas produzcan bienes y presten servicios de acuerdo a sus objetivos corporativos. (Uribe, 2005)

Factor Económico, que hace referencia a los recursos relacionados con la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado. (Uribe, 2005)

Factor Social, que hace referencia a los aspectos que vinculan el quehacer de la organización con el contexto social en el que actúa, de modo que le permita contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad. (Uribe, 2005)

Impacto Ambiental, que hace referencia a los aspectos para la identificación del impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

En general, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas. Igualmente, asume que el fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad. (Argandoña, 2008)

2.2.5 Matriz DOFA. Según David Fred (1997), el Análisis DAFO, también conocido como Matriz ó Análisis "DOFA" o también llamado en algunos países "FODA", o en inglés SWOT, es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación

externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas. (p. 38)

2.2.6 Diagnóstico Situacional. Es la descripción, identificación y análisis de una situación, procesos muy importantes para poder desarrollar estrategias que lleven al cumplimiento de una misión.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 La 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 [Ullman, 1985, Gray, et. al., 1995, 1996 y 1997; Donaldson y Preston, 1995; Mitchel et. al., 1997; Roberts, 1992], 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”. (R, 1962)

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. (Gray y Friedman, 1992)

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 Teoría de los stakeholders. La palabra “stakeholder” se ha hecho popular desde que *Freeman* la propuso definiéndola como: “un grupo o individuo que puede afectar o es afectado por la realización de los objetivos de la organización”, pues ha venido creciendo la conciencia de esos efectos, los cuales siempre son, en algún sentido, al menos de doble vía. Aunque se suele citar a *Freeman* como el punto de referencia de la teoría de los stakeholders, el mismo *Freeman* se refirió a un memorando interno del Instituto de investigaciones de Standford de 1963 como un uso temprano del término; Otros autores encontraron usos del término incluso antes de los años 30 del siglo XX. (Argandoña, 2008)

Stakeholders es una palabra que tiene diversos usos tanto para la gestión estratégica, la ética de los negocios, la contabilidad social y la medición del desempeño; por lo general ha estado asociada a la gestión estratégica de la responsabilidad social de las empresas entendida como proceso de desarrollo y cambio organizacional. En realidad, se trata de una concepción que puede articular la gestión de la Responsabilidad Social desde la planeación hasta la contabilidad social, que podría considerarse como una contabilidad integral de todos los procesos, a través de los cuales la empresa rinde cuentas a la sociedad; en esta perspectiva, la contabilidad financiera sería tan sólo un proceso dentro de la contabilidad social, referido al stakeholder propio de los dueños, socios o inversionistas de la empresa. (Argandoña, 2008, p. 23)

A través de la contabilidad social se busca hacer transparentes los procesos de una organización, para que la sociedad esté mejor informada sobre sus operaciones, de manera que se puedan potenciar sus efectos positivos y tomar acciones correctivas cuando se trate de acciones que no beneficien a la sociedad. Se trata entonces, de una forma novedosa de mejorar las interacciones entre las empresas y la sociedad, en el sentido de permitir a la sociedad incidir en la transformación pacífica de las empresas en la línea de construcción de procesos de beneficio social. (Argandoña, 2008, p. 7)

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

pero de manera que ese orden social busque operar sin exclusiones, o al menos, sin las exclusiones que identificamos en el actual orden mundial. (Argandoña, 2008, p. 21)

Cuando se trata de la gestión de la responsabilidad social, se debate el asunto de la priorización de los stakeholders, si existen unos primarios y otros secundarios, si hay unos que no importan y otros que tienen derechos efectivos que las empresas reconocen; por ejemplo, el profesor Mitchel en 1997 propone medir la prominencia de cada stakeholder, que consiste en su poder, urgencia y legitimidad, para proceder a decidir cómo priorizar las necesidades de ese stakeholders; si un grupo presenta estas características, requiere una gran atención y debe ser priorizado en el manejo estratégico de la empresa. (Argandoña, 2008, p.9)

2.3.3 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. (Gray et al, 1996)

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. (Gray et al, 1996, p. 36)

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. (Gray, 1996, p.125)

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. (Gray y Friedman, 1996, p.120)

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. (Gray, 1996, p.125)

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. (Gray, 1996, p.125)

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. (Gray, 1996, p.125)

2.3.4 Teoría de la actuación social de la empresa. “La idea de la responsabilidad social, surge de considerar a la empresa dentro de la sociedad no solo produciendo efectos económicos, sino también sociales; lo cual orienta a producir menos daño y los resultados serán más beneficiosos para la gente y la sociedad”. (Rodríguez, 2007)

Esta teoría sirvió para identificar la contribución de la gestión organizacional al desarrollo de la responsabilidad social corporativa desde los impactos económicos, sociales y ambientales. Igualmente se identificaron las acciones realizadas por la organización frente a los programas de RSE desde el respeto por los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. (Rodríguez, 2007)

También permitió analizar el entorno, lo cual implicó comprender la situación actual y perspectivas generales y particulares del sector en el cual se desempeñan las organizaciones. Por otro lado, desde la orientación hacia el desarrollo sostenible el cual busca el equilibrio entre el crecimiento económico, la elevación de la calidad de vida y el bienestar social, protegiendo los recursos naturales en que se sustentan estos procesos y asegurando los derechos de las futuras generaciones en un ambiente sano. (Rodríguez, 2007,p.52)

Y por último sirvió para detectar dentro de las consideraciones legales que son los acuerdos básicos que la sociedad pide a sus ciudadanos, establecer unos principios éticos como son la justicia, la equidad, la confianza y el bien común. (Rodríguez, 2007)

2.4 Marco Legal

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

Los artículos 53, 54, 55, 56 y 57, determinan las relaciones con los trabajadores bajo el amparo de un estatuto del trabajo que considere, en concordancia con lo que la ISO 26000 define como prácticas laborales, la igualdad de oportunidades para los trabajadores, remuneración, estabilidad, irrenunciabilidad a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso. (Ministerio de Hacienda, 2008)

Artículo 53. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores. (Ministerio de Hacienda, 2008, p.2).

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 40minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

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

Artículo 56. Se garantiza el derecho de huelga, salvo en los servicios públicos esenciales definidos por el legislador. La ley reglamentará este derecho. Una comisión permanente integrada por el Gobierno, por representantes de los empleadores y de los trabajadores, fomentará las buenas relaciones laborales, contribuirá a la solución de los conflictos colectivos de trabajo y concertará las políticas salariales y laborales. La ley reglamentará su composición y funcionamiento. (Ministerio de Hacienda, 2008, p.42).

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

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

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

El artículo 83 determina la presunción de la buena fe en las actuaciones de las autoridades públicas, aspecto que lo contempla la ISO 26000 ofreciendo pautas y mecanismos para su desarrollo en la materia fundamental denominada prácticas justas de operación. (Ministerio de Hacienda, 2008, p.62).

2.4.2. ISO 26000. Esta norma intenta que las organizaciones se logren involucrar con sus partes interesadas como lo son los grupos de interés, haciendo énfasis en que su desempeño interno y externamente sea una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz. Se busca mediante un comportamiento ético y transparente contribuir al desarrollo sostenible incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, considerando las expectativas de las partes interesadas, cumpliendo con la legislación aplicable siendo coherente con la normativa internacional de comportamiento. (IRAM, 2006)

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., refiere Boletín IRAM (2006).

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. (IRAM, 2006)

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. (IRAM, 2006)

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. (IRAM, 2006, p.8)

2.4.3 Ley 1480 de 2011. Derechos del Consumidor. Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. Los consumidores tienen el derecho a obtener productos con calidad e idoneidad;

Obtener información veraz, oportuna, suficiente, precisa e idónea; Derecho a acudir directamente al productor, proveedor o prestador de un servicio y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos; Derecho a ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión; Derecho a decidir libremente los bienes y servicios que requieran; Proteger sus derechos e intereses organizándose, eligiendo a sus representantes; Derecho de representación para reclamar; los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores; los ciudadanos tienen derecho a recibir información y capacitación sobre consumo, derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas; Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; y Derecho a obtener protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces. (Superintendencia de Industria , 2011)

2.4.4 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 Colombia, 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. (Congreso de Colombia, 2010)

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. (Congreso de Colombia, 2010)

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 Colombia, 2010)

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. (Congreso de Colombia, 2010, p. 5)

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 Colombia, 2010, p.5)

2.4.5 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 Acoountability International, 2001)

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. (Social Acoountability International, 2011) p.3)

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 EconomicPriorities - 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 Acoountability International, 2001, p.5)

2.4.6 Norma ISO 14001. La ISO 14001 (Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso), es una norma internacional cuyo objetivo es apoyar la protección ambiental y la prevención de la contaminación en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. La norma es genérica y puede ser aplicada por cualquier organización independientemente de su tipo y tamaño, en cualquier sector de actividad, ya sea un negocio con fines comerciales, la administración pública o un departamento gubernamental. Esta norma ayuda a:

- Minimizar los efectos negativos que pueden causar las actividades al medio ambiente
- Cumplir los requisitos legales y reglamentarios aplicables
- Mejorar continuamente el desempeño ambiental.

La ISO 14001 pertenece a la familia de normas ISO 14000 que se compone de otras 21 normas no certificables cuyo objeto siempre es el medio ambiente, y que pueden ayudar a la organización en aspectos específicos, como la auditoría, etiquetado ambiental y análisis del ciclo de vida. Las normas más importantes de la serie de normas ISO 14000. (Fundibeq, 2015)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

La investigación descriptiva describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. Su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Tamayo, 1999)

El proyecto se realizó teniendo en cuenta este tipo de investigación, ya que el propósito fue diseñar un programa de responsabilidad social empresarial (RSE) en la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS (TNS), mediante el diagnóstico situacional de la empresa, utilizando la matriz DOFA, se determinó su estructura organizacional, a la vez que se relacionaron los grupos de interés que interactúan con la transportadora, para finalmente, proponer un programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa.

3.2 Población

La población para este estudio estuvo conformado en la parte interna por todos los empleados de la empresa, los cuales son en su totalidad cinco, así: representante legal, contador público, auxiliar contable, servicios generales y celador. En la parte externa por los 14 proveedores y 32 clientes potenciales del servicio de transporte de la empresa TNS de la ciudad de Ocaña.

Igualmente, se tuvieron en cuenta los grupos de interés del entorno en el que se encuentra la empresa, como lo es la comunidad y el gobierno. Ésta población se vio reflejada en el estudio de manera general.

3.3 Muestra

Por considerarse las poblaciones interna y externa tan reducidas, se tomó el 100% de los dos, teniendo en cuenta que no amerita la aplicación de alguna fórmula estadística.

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de la información

3.4.1 Técnicas de Recolección de Información. Fuentes Primarias. El recaudo de la información necesaria para el diseño del proyecto fue mediante la técnica de la encuesta aplicada a través del instrumento del cuestionario; un formato de encuesta dirigido a los

proveedores y otro a los clientes de la empresa TNS. (Véanse Anexos A, B y C).

Otra de las técnicas implementadas fue la entrevista dirigida al representante legal, contador público y auxiliar contable de la empresa TNS, con el fin de profundizar sobre la RSE de este establecimiento en la ciudad de Ocaña. (Véase Anexo C)

Fuentes Secundarias. Entre las fuentes secundarias de información se contó con la información extraída de revistas, libros y textos de clase, información de centro de información y documentación, bibliotecas y consultas virtuales.

3.5 Análisis de la Información

Los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de la información, fueron analizados cuantitativamente a través de tablas y gráficas, 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 situacional de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social

La Responsabilidad Social Empresarial, debe optar por la creencia en valores éticos, que guíen la conducta empresarial de cada empresa y la relación que ella desarrolla con su entorno. La Responsabilidad Social parte del reconocimiento que la empresa TNS no es solamente una institución que se dedica a prestar servicios para obtener ganancias, sino que debe nutrirse de su entorno para el alcance de objetivos comunes que busquen el bienestar de una comunidad en general.

Según opinión de los empleados, clientes y proveedores de la empresa TNS, en información recolectada mediante el instrumento escogido, una de las fortalezas de la empresa con un impacto alto, radica en la calidad de los servicios ofertados a los clientes, esmerada atención al usuario como fuente de satisfacción del mismo, los cuales inciden positivamente en el medio interno de la entidad, propendiendo por su crecimiento y desarrollo organizacional. Igualmente, la ubicación de la misma, la cual es asequible y visible para todo tipo de cliente, en la tenencia de personal idóneo para asesorar y vender el servicio al cliente.

Las debilidades de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, según opinión de los encuestados radican en su dinámica publicitaria y promocional, ya que en muchos lugares de la región desconocen la existencia de la empresa de transportadores; igualmente, opinan acerca del portafolio de servicios, el cual según sus clientes es reducido. Por tal motivo se

hace necesario el análisis de las mismas, optando de esta manera por el diseño e implementación de estrategias para el mejoramiento continuo de la empresa.

Entre las variables externas, se puede señalar que una de las oportunidades de la empresa TNS radica en el alto grado de demanda de los productos y/o servicios ofrecidos, el crecimiento comercial y demográfico, incluyendo su imagen y reconocimiento de la misma en su zona de influencia; todas estas ventajas para el desarrollo de nuevos mercados, tienen un impacto alto en la empresa para su aceptación, posicionamiento y crecimiento, para obtener así el aumento de la demanda de los servicios que allí se ofrecen.

Complementario a lo anterior se puede manifestar que para los encuestados la amenaza más fuerte que el medio le ofrece a la empresa de transportadores radica mayormente en la alteración del orden público, lo cual hace que en ocasiones el transporte sea detenido por disturbios en las carreteras, paros, entre otras situaciones que se presentan.

Según información recolectada en el trabajo de campo, en cuanto a la población interna se refiere, se habla de responsabilidad social empresarial argumentando que deben responder a las exigencias de los procesos de globalización y a la implementación de diversas políticas logrando de esta manera una mayor competitividad organizacional. La empresa viene aportando responsablemente a sus grupos de interés, en lo que tiene que ver con sus empleados, clientes, proveedores, aún así, el medio ambiente ha sido un poco descuidado, pues no se tiene participación, de algún modo, en programas de prevención de contaminación del mismo, tan solo se realiza de manera interna en el ahorro del agua. A pesar de ello, la empresa deberá tener más

compromiso con el medio ambiente, ya que ello hace parte de sus grupos de interés, lo que cubre también a la comunidad en general. Igualmente, la empresa TNS, debe implementar procesos de responsabilidad social con los siguientes beneficios: aumento de la productividad, la rentabilidad, fidelidad, aprecio de sus clientes, confianza, transparencia con los proveedores, compromiso y adhesión de sus empleados, imagen corporativa positiva y estima de la sociedad, mejoramiento de la cultura organizacional.

La empresa TNS, no tiene un compromiso ecológico, lo cual indica su falta de responsabilidad social con el medio ambiente, aunque se cuenta con las respectivas pólizas, para cualquier eventualidad ambiental, no se hace directamente campañas ni se participa en éstas, con el fin de ratificar su compromiso.

En cuanto a su medio externo, sus clientes sienten una total satisfacción acerca de los servicios prestados por parte de TNS, igualmente con la calidad de éstos. De forma general, los usuarios consideran que la calidad de los servicios ofrecidos es excelente o buena, siendo éste importante en lo que a competitividad se refiere. Igualmente, los proveedores en su totalidad comentan que es excelente el trato que han recibido por parte de los funcionarios de la empresa, obteniendo además la información de la entidad que han requerido por parte de sus directivos. Dicen los proveedores que desde su punto de vista, si se contribuye a la competitividad y sostenibilidad de la empresa, toda vez que se realizan contratos a los cuales se les da cumplimiento, distribuyendo además los productos que se necesitan a tiempo, viendo reflejada las relaciones comerciales que se sostienen con la empresa, con respeto y transparencia, dando cumplimiento a cabalidad por ambas partes en lo que corresponde a vinculo comercial.

4.1.1 Matriz DOFA. De acuerdo al trabajo de campo realizado, la empresa de transportadores TNS SAS, presenta las siguientes variables:

Tabla 1.

Matriz DOFA.

Factor Interno	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factor Externo	1. Calidad del servicio 2. Atención al cliente 3. Ubicación de la sede física de la empresa	1. Deficiente dinámica publicitaria y promocional 2. Escaso portafolio de servicios 3. Insuficiente planta de personal 4. No hay compromiso con el medio ambiente.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Demanda de servicios ofrecidos 2. Crecimiento demográfico y comercial de Ocaña y la región 3. Imagen y reconocimiento	1. Aprovechar la calidad del servicio y la atención al cliente, con el fin de aumentar la demanda de servicios. (F1+F2+O1) 2. La ubicación de la empresa es clave para reafirmar la imagen y reconocimiento de la empresa. (F3+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+O2+O3) 2. Aumentar la planta de personal y su portafolio de servicios, para incrementar la demanda de servicios. (D2+D3+O1) 3. La empresa deberá promover programas de prevención y mejora del medio ambiente, buscando incrementar su imagen y por ende la demanda de sus servicios. (D3+O1+O3)
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Alteración del orden público 2. Desempleo en la zona	1. Aprovechar la ubicación de la empresa, abriendo el portafolio de servicios a otras zonas del país, buscando alternativas en momentos de alteración del orden público en esta región. (F3+F1)	1. Buscar la ampliación en el portafolio de servicios, y contratar más personal y de esta manera contrarrestar el desempleo en la zona. (D2+D3+O1)

Fuente: Observación directa, realizada en la empresa TNS SAS.

4.2 Determinación de la estructura organizacional de la empresa, misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones

Con el fin de determinar la estructura organizacional de la empresa TNS SAS, se recurrió a su área administrativa, la cual cuenta con algunas de estas herramientas, como son: misión, visión, objetivos, principios y valores. En cuanto al organigrama y manual de funciones, la empresa no presenta estos instrumentos, por lo tanto se diseñaron con el fin de proponerlos a la empresa para que sean estudiados y aprobados, y de esta manera la transportadora sea estructurada administrativamente.

4.2.1 Misión. Transportadores de Norte de Santander, es una empresa regionalista Colombiana que provee servicio de transporte terrestre de carga líquida y seca a nivel nacional, de forma segura y eficaz, generando satisfacción a nuestros clientes y garantizando el crecimiento económico, social y cultural de nuestros asociados, empleados y la comunidad.

4.2.2 Visión. En el 2017 Transportadores de Norte de Santander se consolidará como una organización líder en la operación logística de carga terrestre de la región Norte Santandereana, mejorando continuamente la calidad de sus servicios.y superando las expectativas de los clientes.

4.2.3 Objetivos. Brindar un servicio profesional, seguro y eficiente a nuestros clientes.

Satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.

Ofrecer servicios de alta calidad

Motivar la clientela como recompensa a la utilización de nuestros servicios.

Responder prontamente ante devoluciones, reembolsos, quejas, entre otros.

Capacitar permanentemente al personal en búsqueda de un mejoramiento continuo, que redunde a bien en su trabajo y presten un servicio superior a los clientes.

Atender con las peticiones de nuestros clientes en forma permanente y oportuna.

4.2.4 Principios. Compromiso. Estricto cumplimiento de las normas legales, tiempos y costos dentro de la ejecución de nuestros proyectos.

Excelencia. Aseguramiento total de la calidad en todos nuestros productos y procesos, excelencia en el recurso humano; personal idóneo y competente.

Trabajo en equipo. Poseemos una fuerte identidad colectiva que nos permite el logro de objetivos, resultado del aporte y esfuerzo de todos los integrantes de la organización

4.2.5 Valores. Responsabilidad Social

Trabajo en Equipo

Sentido de Pertenencia

Calidad del producto

Respeto al medio ambiente

Respeto

Ética Profesional

Transparencia

Lealtad

Equidad

4.2.6 Organigrama propuesto. El siguiente organigrama se propone a la empresa de transportadores TNS SAS, con el fin de dar un orden en los cargos que en la oficina de Ocaña se desempeñan.

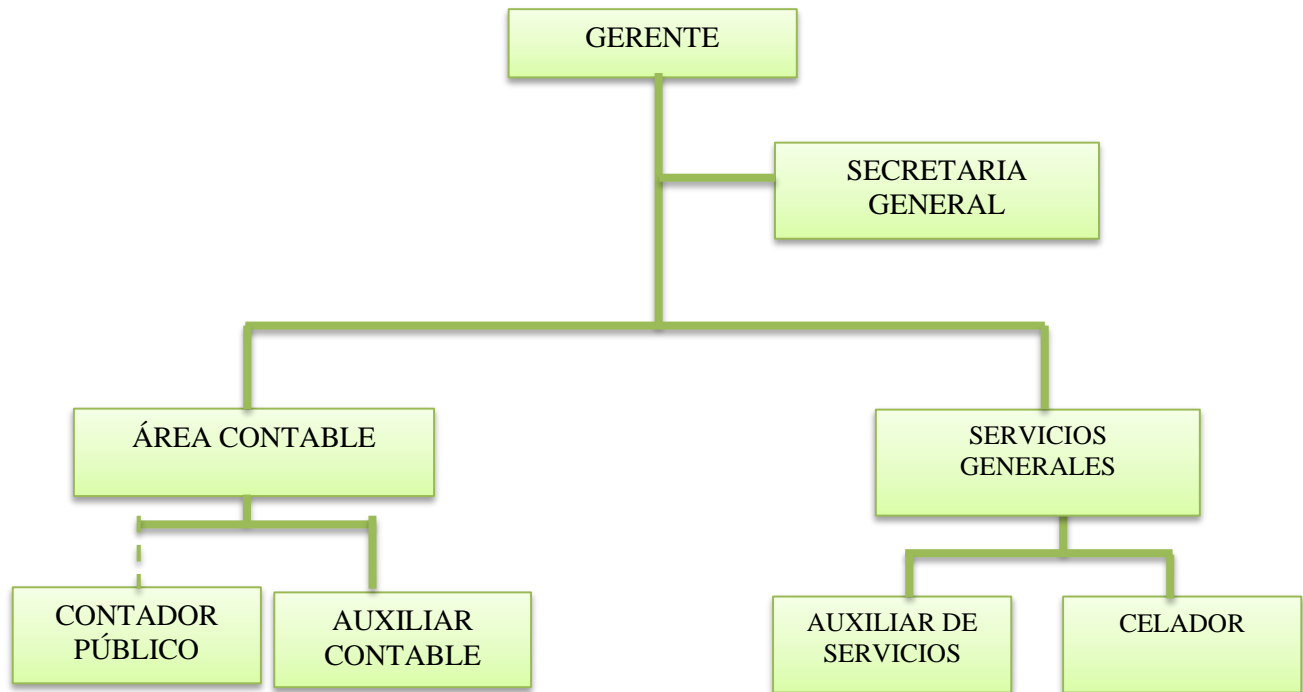


Figura 3. Organigrama

Fuente: Autor del proyecto

4.2.7 Manual de funciones propuesto. Con el siguiente manual, se dan a conocer funciones específicas, cargos, dependencia de cada uno de los empleados de la empresa TNS SAS.

Tabla 2.

Funciones del Gerente.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asumir el control sobre el personal al servicio. 2. Planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo. 3. Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. 4. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. 5. Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. 6. Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. 7. Administrar eficientemente los recursos de la empresa. 8. Celebrar contratos y realizar gestiones que tengan que ver con la actividad económica de la empresa. 9. Vigilar que los bienes y valores de la empresa se mantengan con la seguridad necesaria. 10. Las demás que se le asigne al reglamento de la empresa.
Requisitos	Escolaridad: Administrador de Empresas o carreras afines Experiencia: mínima de un año en cargos afines. No haber sido sancionado por una ley u otra entidad.

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Quintero y Durán, 2014.

Tabla 3.

Funciones de la Secretaria

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	SECRETARIA
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios. 2. Recibe y envía correspondencia. 3. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia. 4. Realiza y recibe llamadas telefónicas. 5. Actualiza la agenda del administrador. 6. Toma mensajes y los transmite. 7. Brinda apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos. 8. Convoca a reuniones de la empresa. 9. Archiva la correspondencia enviada y/o recibida. 10. Actualiza el archivo de la unidad. 11. Elabora cheques. 12. Lleva control de caja menor. 	
Requisitos	Escolaridad: Tecnóloga en carreras administrativas - carreras afines a la Contabilidad. Experiencia: 1 año

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Quintero y Durán, 2014.

Tabla 4.

Funciones del Contador Público

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR PÚBLICO
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS:	1
OBJETIVO:	Reportar al Gerente el estado actual de la empresa en la parte económica con el fin de llevar una contabilidad clara y precisa
FUNCIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas 2. Llevar en orden los libros mayores 3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa 4. Preparar y presentar tributo al orden municipal, departamental y nacional 5. Clasificar los estados financieros 6. Disposición a nuevas tareas asignadas
Requisitos	Escolaridad: profesional en el área de Contaduría Pública Experiencia: 1 año

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Quintero y Durán, 2014.

Tabla 5.

Funciones del Auxiliar Contable

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR CONTABLE
JEFE INMEDIATO:	Contador Público
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programar y organizar las actividades propias de su cargo. 2. Apoyar al contador en la diligencia de documentos 3. Realizar el archivo y documentación de los papeles que genera la empresa. 4. Elaborar la relación diaria de caja donde se consigna el detalle de los ingresos y egresos del día. 5. Preparar la nómina, liquidaciones y pago de aporte parafiscales correspondiente 6. Procesar los movimientos de contabilidad. 7. Atender al público en el horario establecido. 8. Cumplir las demás funciones que le sean asignadas de acuerdo con la naturaleza del cargo.
Requisitos	Escolaridad: Técnico en auxiliar contable Experiencia: 1 año

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Quintero y Durán, 2014.

Tabla 6.

Funciones del Auxiliar de Servicios Generales

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar y distribuir las bebidas y alimentos que se requieran en el despacho para atender funcionarios y visitantes, o con ocasión de juntas, reuniones o eventos especiales. 2. Responder por el uso adecuado, la conservación física y el buen estado de los bienes y elementos suministrados para el normal desarrollo de sus funciones. 3. Realizar, diariamente, las labores de aseo de las oficinas del despacho y mantenerlas en excelente presentación ante propios y extraños. 4. Responder por elementos utilizados para la ejecución de sus tareas. 	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 1 año.

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Quintero y Durán, 2014.

Tabla 7.

Funciones del Celador

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CELADOR
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por la seguridad de la empresa 2. Vigilancia nocturna tanto del interior como del exterior de la empresa, cuidando de que las puertas queden bien cerradas, control de las luces, dando parte a sus superiores de cualquier anomalía que observe. 3. Controlará la apertura y cierre de los accesos a la empresa, iluminación, etc. 4. Comprobará que el personal que está en el interior de los locales está debidamente autorizado para permanecer allí. 	
Requisitos	Escolaridad: Curso en vigilancia privada. Experiencia: 1 año.

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Quintero y Durán, 2014.

4.3 Grupos de interés que interactúan con la transportadora, para facilitar el proceso de toma de datos, identificando las prácticas de responsabilidad social ejecutadas

Según Gómez y Scade (2012), se denomina grupos de interés “al conjunto de partes interesadas y/o afectadas por la actividad de una organización. Los grupos de interés pueden ser grupos o personas que representan a cosas o a intereses medioambientales o sociales y que afectan o son afectados, directa o indirectamente, por el desempeño de la actividad de una organización”. (p.15)

Para identificar los grupos de interés que interactúan con la transportadora TNS SAS, se realizó la siguiente matriz axiológica, con el fin de conocer así los valores corporativos que se llevan a cabo alrededor de éstos. Cabe destacar, que para la realización de ésta, se tuvieron en cuenta: clientes, proveedores y colaboradores.

Tabla 8.

Matriz axiológica de TNS SAS.

Grupo de referencia	Clientes	Proveedores	Colaboradores
Responsabilidad Social	X	X	X
Trabajo en Equipo		X	X
Sentido de Pertenencia	X	X	X
Calidad del producto		X	X
Respeto al medio ambiente	X	X	X
Respeto	X	X	X
Ética Profesional		X	X
Responsabilidad	X	X	X
Transparencia		X	X
Lealtad	X	X	X
Equidad		X	X

Fuente: Autores del proyecto, soportado en Uribe, 2005.

De esta manera, se determina la relación que existe entre aquellos estamentos

relacionados con la empresa TNS SAS y los diferentes valores corporativos que deben implementarse para lograr eficaces resultados desde el punto de vista ético.

Los grupos referenciados para la evaluación axiológica de la transportadora TNS SAS fueron los clientes, proveedores y colaboradores, siendo éstos con quien se sostuvo relación directa en el momento de realizar la encuesta. Aún así, se deben tomar los grupos de interés que interactúan con la empresa como son: la sociedad, el Estado, la familia, los clientes, los proveedores y los colaboradores, los cuales se relacionan directa o indirectamente con la misma.

4.3.1 Prácticas de responsabilidad social ejecutadas con los grupos de interés. A continuación se relacionan, las prácticas de responsabilidad social empresarial que se llevan a cabo con los stakeholders que interactúan con la empresa transportadora TNS SAS.

Para poder obtener conocimiento acerca de estas prácticas por parte de la empresa, se realizó una encuesta, por medio de la cual se obtuvo el resultado esperado para el mismo.

4.3.1.1 Análisis de la encuesta dirigida a los clientes de la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña.

Tabla 9.

Satisfacción respecto a los servicios ofrecidos por la empresa TNS

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	23	72
Satisfecho	9	28
Poco satisfecho	0	0
Insatisfecho	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

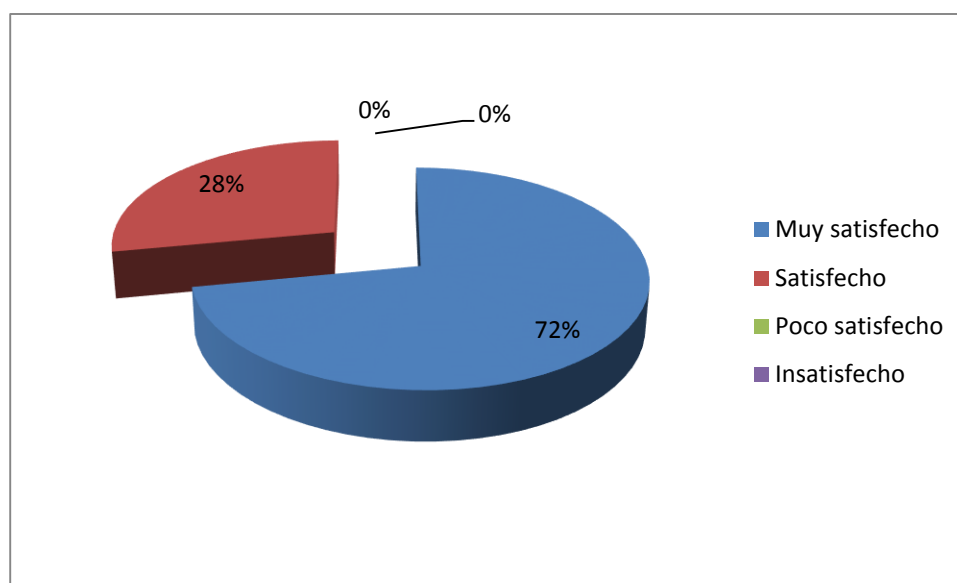


Figura 1. Satisfacción respecto a los servicios ofrecidos por la empresa TNS

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

Tabla 10.

Evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	23	72
Buena	9	28
Regular	0	0
Mala	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

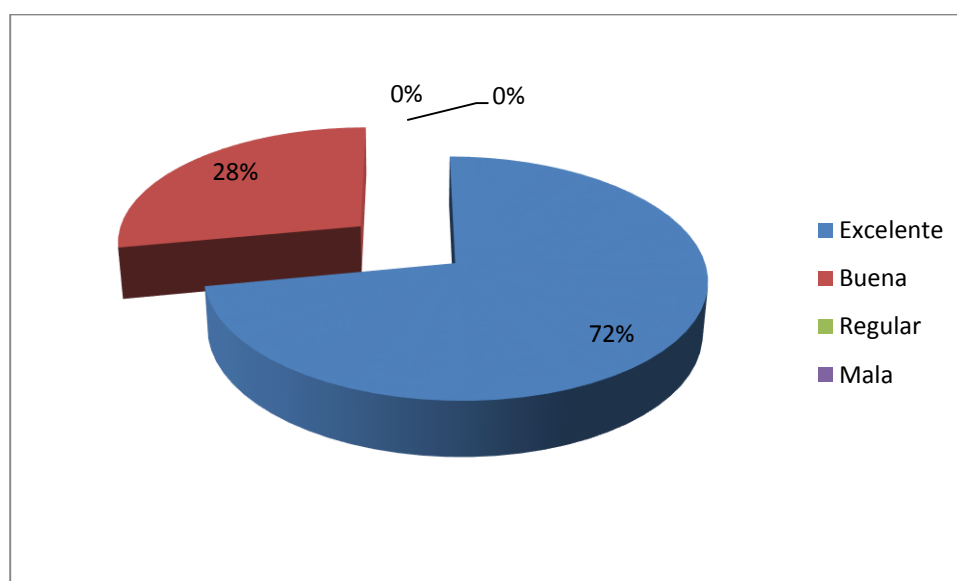


Figura 2. Evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

Tabla 11.

Fortalezas de la empresa TNS

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Suficiente planta de personal	0	0
Amplia cobertura comercial	0	0
Óptima calidad de los servicios	16	50
Amplio portafolio de servicios	0	0
Adecuada ubicación en la sede física de la empresa	10	31
Adecuada dotación tecnológica	0	0
Esmerada atención al público	6	19
Calidad del personal trabajador	0	0
Alto sentido de pertenencia del personal trabajador	0	0
Ninguna	0	0
Otras	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

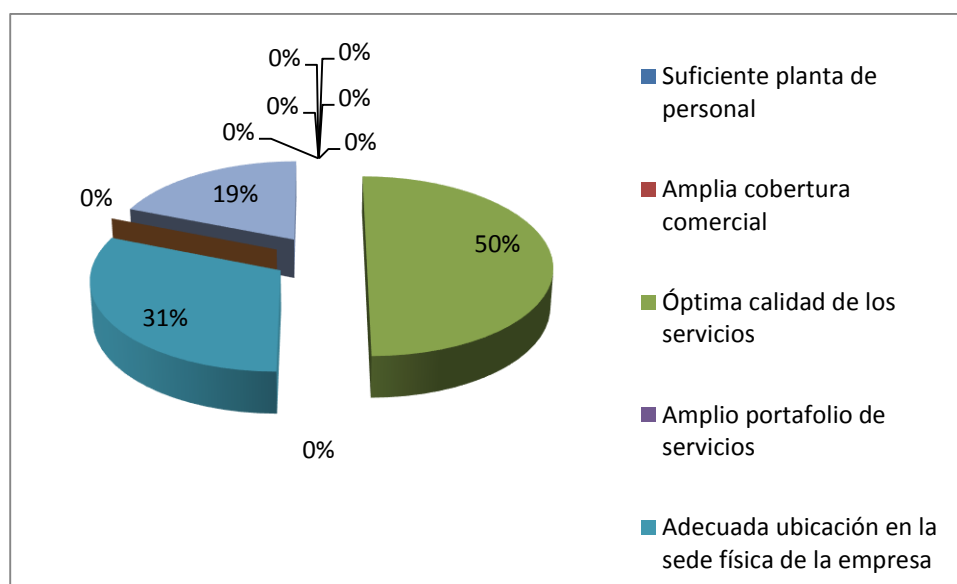


Figura 3. Fortalezas de la empresa TNS

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

Tabla 12.

Debilidades de la empresa TNS

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Insuficiente planta de personal	15	47
Baja calidad del personal trabajador	2	6
Bajo sentido de pertenencia del personal trabajador	0	0
Reducido portafolio de servicios	11	34
Deficiente dotación tecnológica	0	0
Lentitud en trámites para algunos servicios	4	13
Inadecuada atención al usuario	0	0
Todas	0	0
Ninguna	0	0
Otras	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

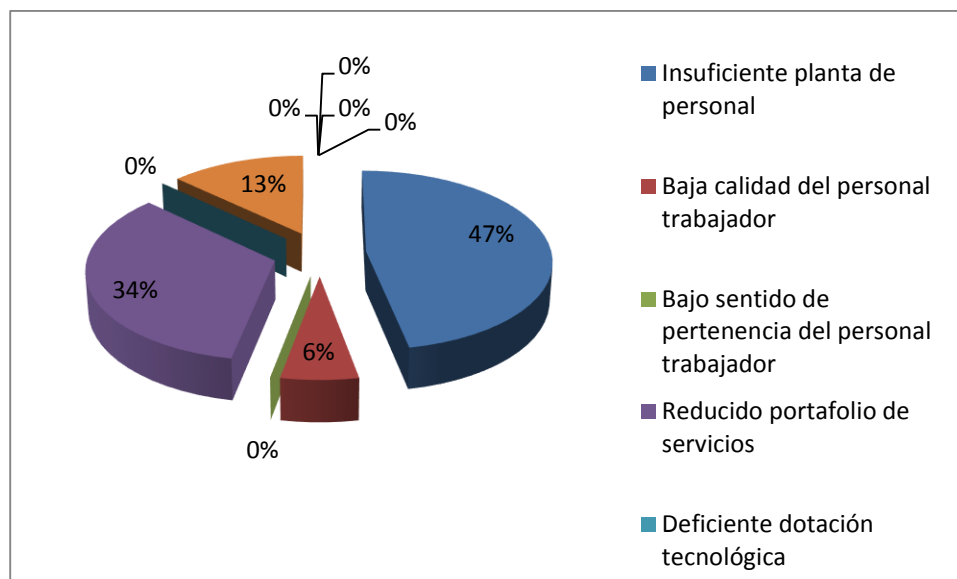


Figura 4. Debilidades de la empresa TNS

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

Tabla 13.

Oportunidades de la empresa TNS

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Alta demanda de los servicios ofrecidos	18	56
Escasa competencia para la empresa	0	0
Crecimiento demográfico de Ocaña	8	25
Imagen y reconocimiento de la empresa TNS	6	19
Incremento de número de usuarios	0	0
Imagen y reconocimiento ante la comunidad en general	0	0
Ubicación geográfica de la ciudad de Ocaña	0	0
Otras	0	0
Ninguna	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

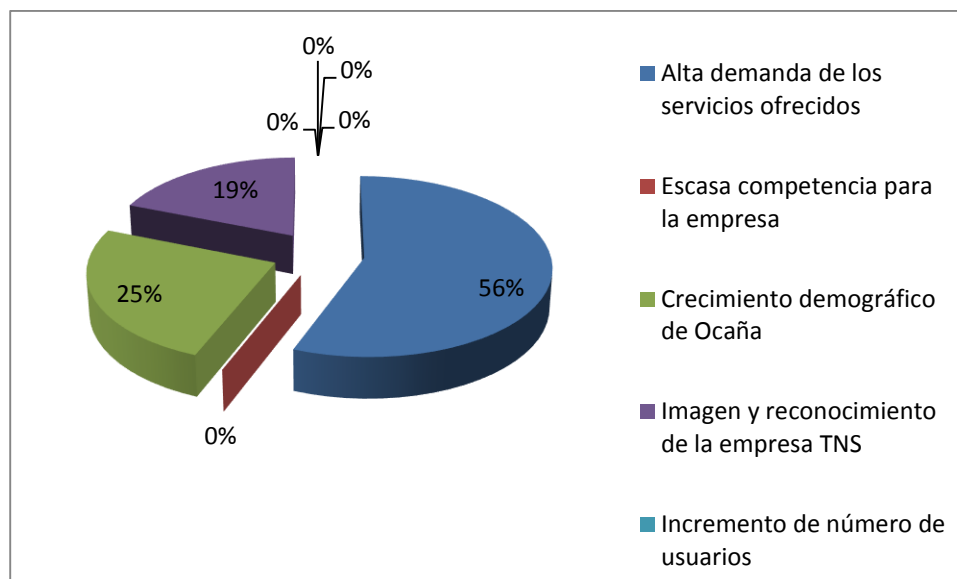


Figura 5. Oportunidades de la empresa TNS

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

Tabla 14.

Amenazas de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Alto nivel desempleo en la zona de Ocaña	19	59
Bajo nivel de demanda de los servicios ofrecidos	0	0
Alteración del orden público en la zona	13	41
Restricciones legales para la actividad económica desarrollada	0	0
Acelerado avance tecnológico	0	0
Otras	0	0
Ninguna	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

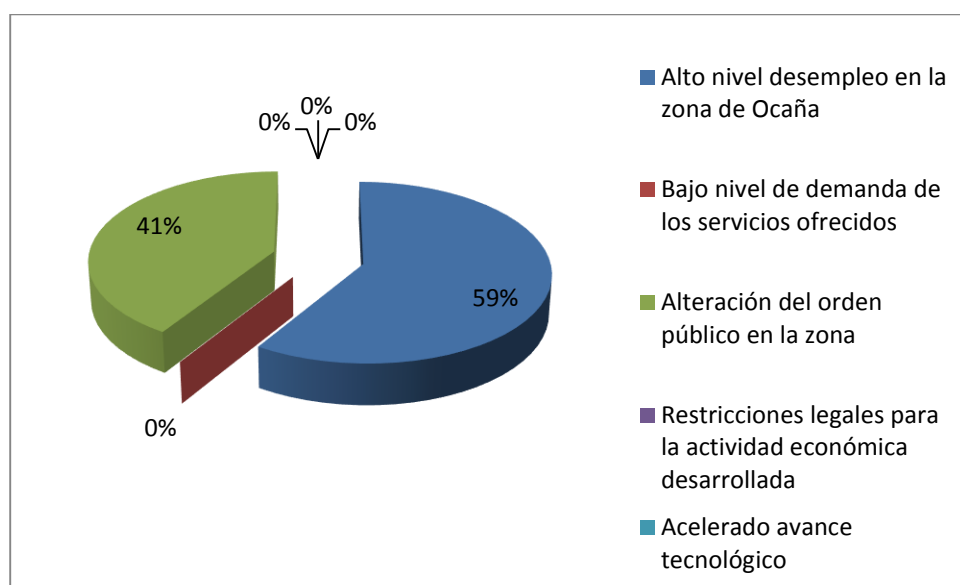


Figura 6. Amenazas de la empresa

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

Tabla 15.

Aspectos en los que debe mejorar la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ampliar portafolio de productos y/o servicios	13	41
Mayor compromiso con la atención al cliente	10	31
Adecuar planta física	4	12
Implementar publicidad y mercadeo	5	16
Otros	0	0
Total	32	100

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

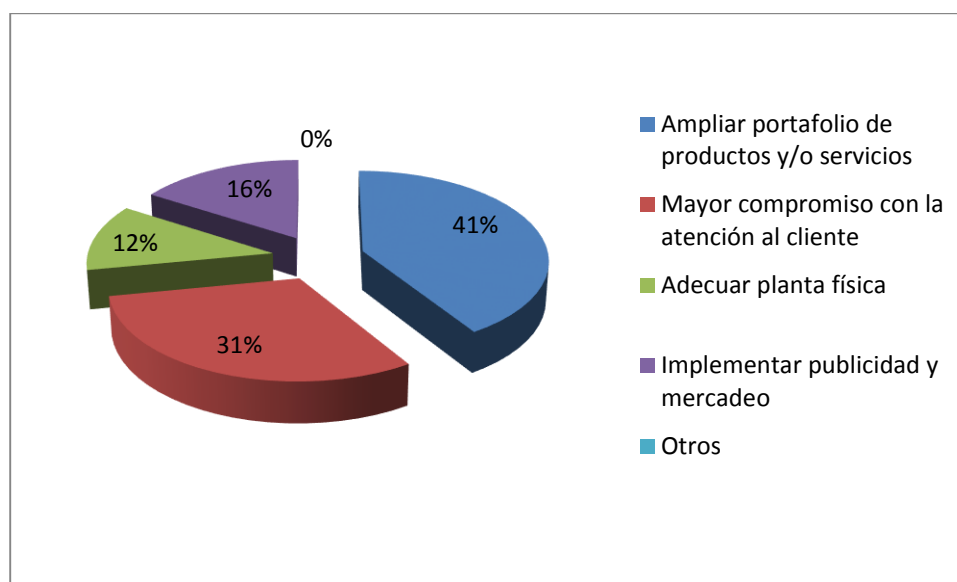


Figura 7. Aspectos en los que debe mejorar la empresa

Nota: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TNS. Fuente: Clientes de la empresa TNS.

4.3.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los Proveedores de la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña.

Tabla 16.

Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	93
No	1	7
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa TNS.

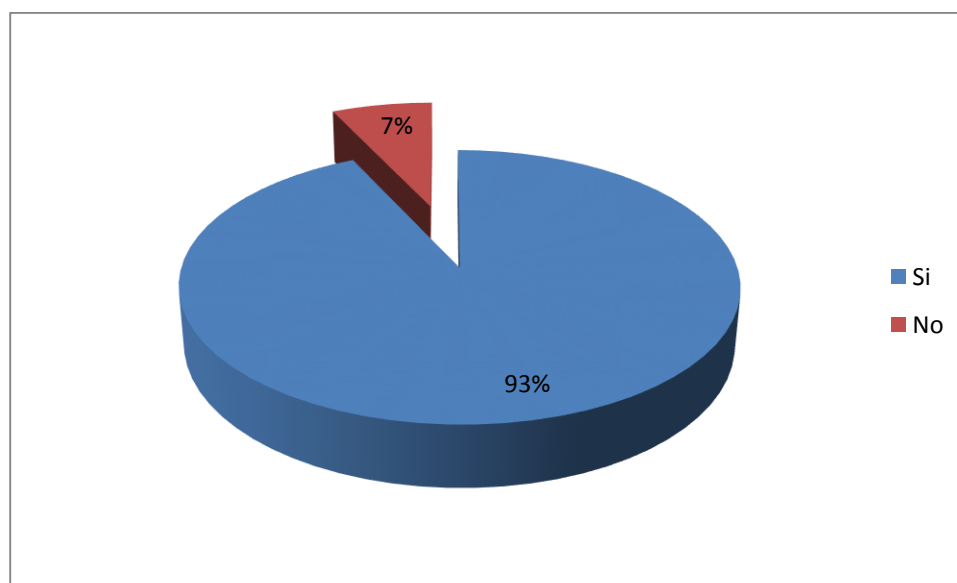


Figura 8. Conocimiento de lo que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 17.

Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Obligación	0	0
Bienestar Social	13	93
Bienestar de los Trabajadores	1	7
Otras	0	0
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

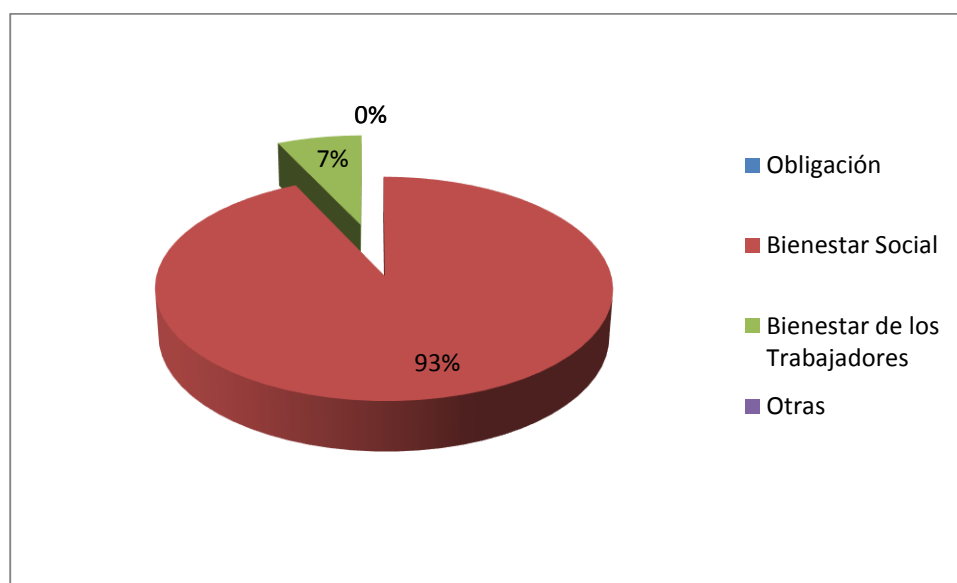


Figura 9. Palabra con la que asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 18.

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	93
No	1	7
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

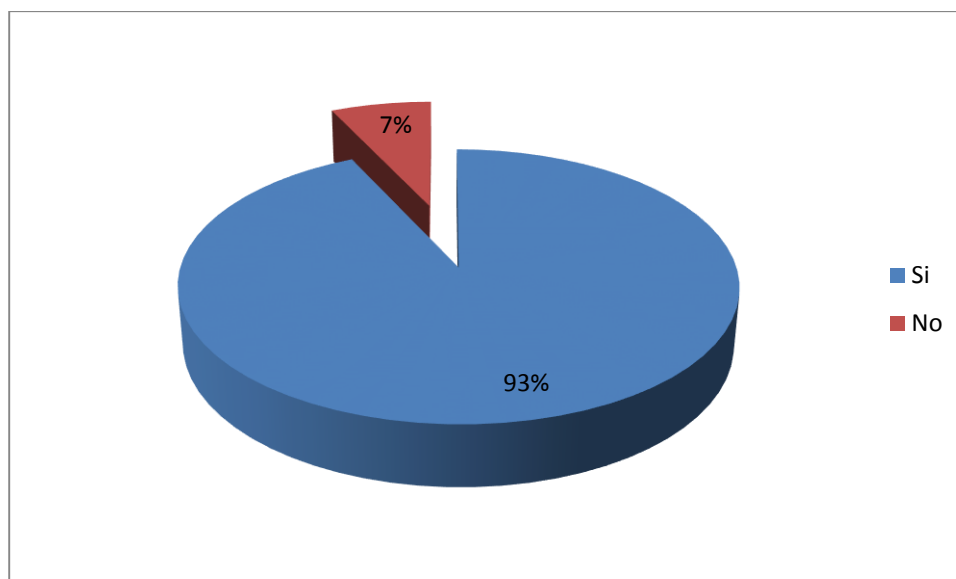


Figura 10. Influencia como proveedor en la manera como una empresa es socialmente responsable

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 19.

Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa Transportadora de Norte de Santander

S.A.S.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	14	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

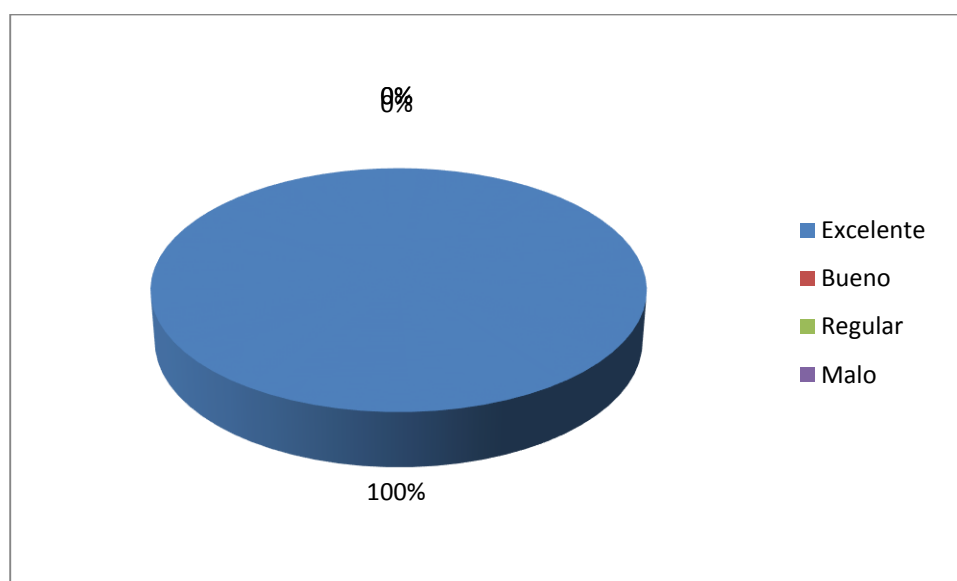


Figura 11. Trato recibido por parte de los funcionarios de la empresa Transportadora de Norte de Santander S.A.S.

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 20.

Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Información suministrada por sus directivos	14	100
Información suministrada por sus empleados	0	0
Información suministrada por terceros	0	0
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

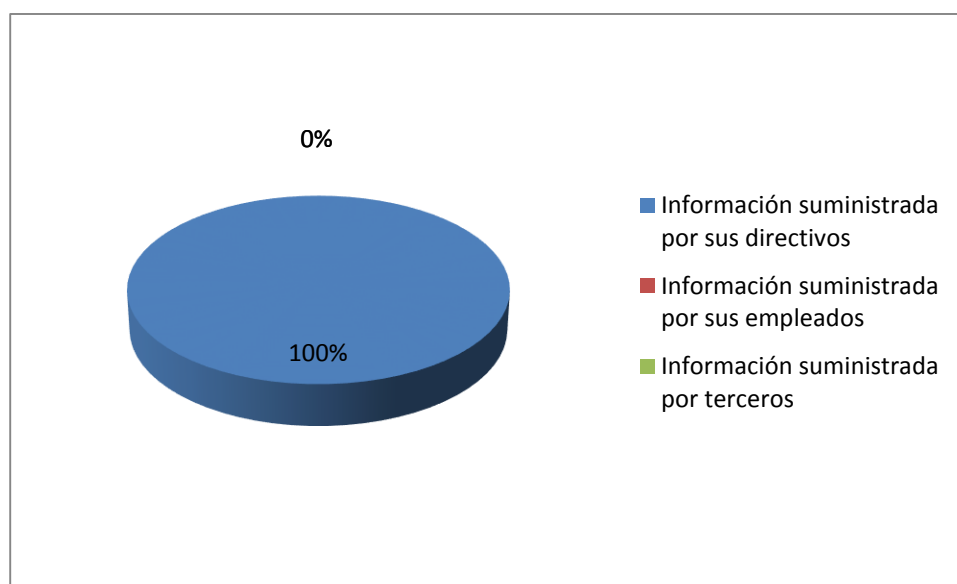


Figura 12. Medio por el cual tienen conocimiento acerca de la empresa

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 21.

Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100
No	0	0
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa.

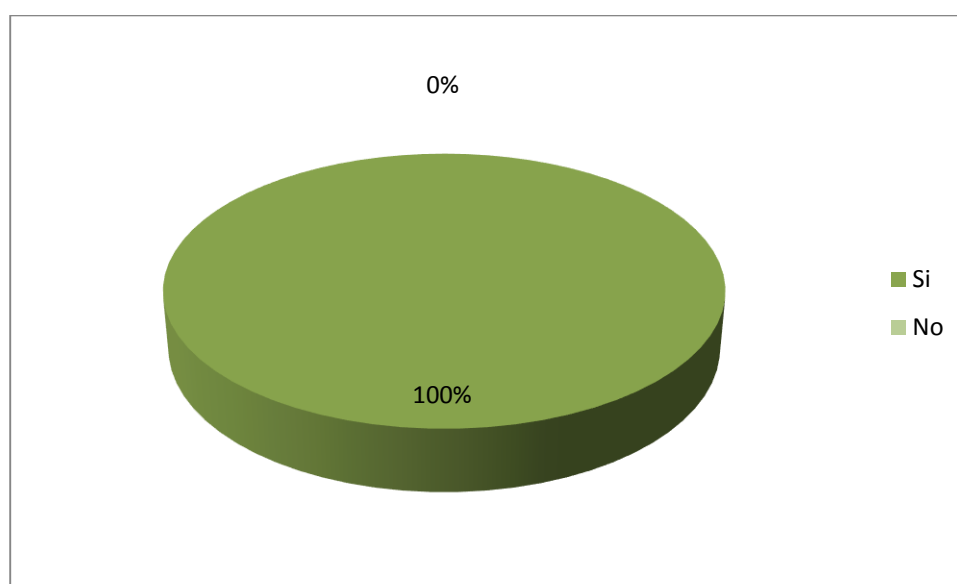


Figura 13. Contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 22.

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100
No	0	0
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

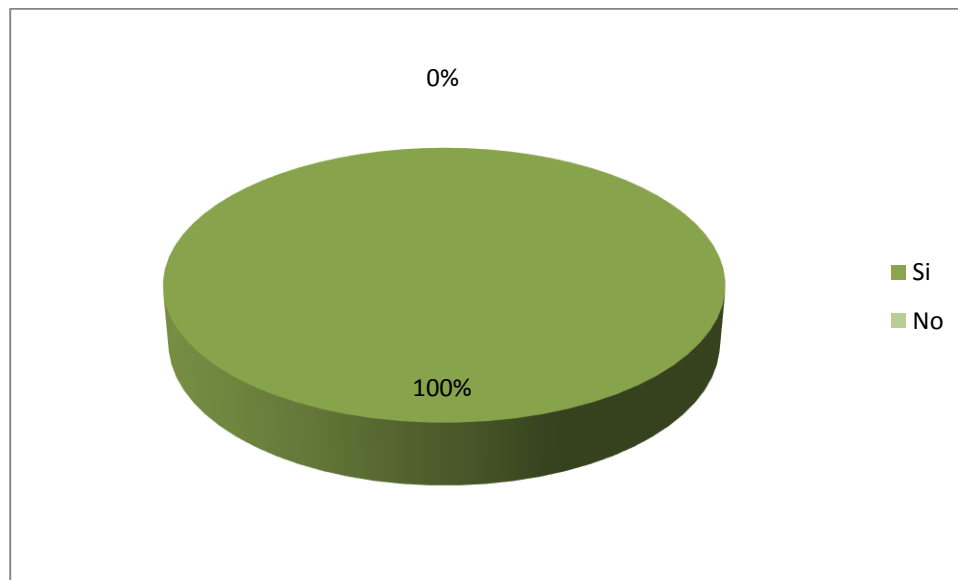


Figura 14. Reflejo de las relaciones comerciales de la empresa en respeto y transparencia

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

Tabla 23.

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100
No	0	0
Total	14	100

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

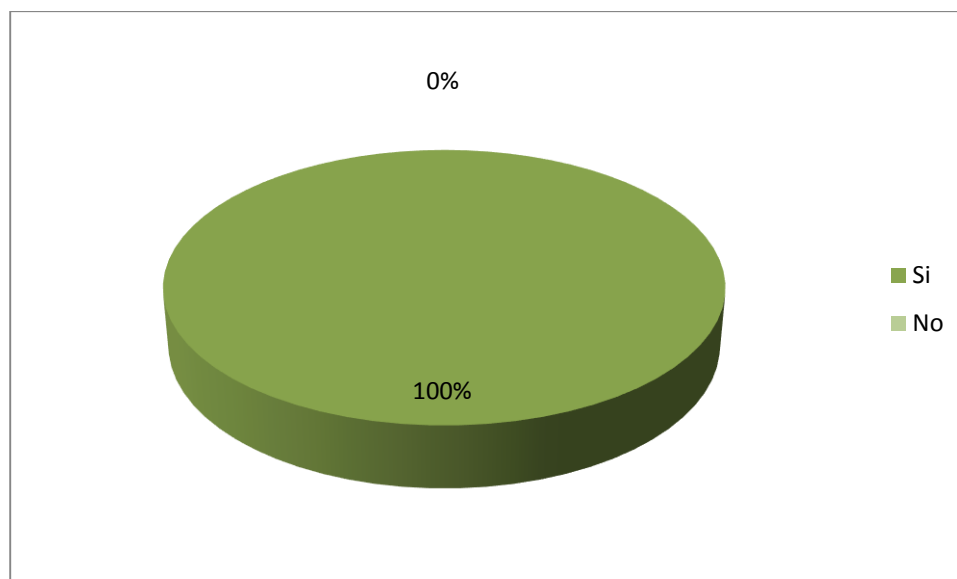


Figura 15. Cumplimiento por las dos partes, en lo que tiene que ver con las políticas de compra

Nota: Encuesta aplicada a los Proveedores de la empresa TNS. Fuente: Proveedores de la empresa

4.3.1.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados. Con respecto a estas prácticas encontramos las siguientes:

Mantienen la equidad de géneros en la organización.

Se aplican políticas de no contratación de menores de edad.

Existe libertad de acción en cuanto a comunicación y participación a los que éstos consideren con niveles superiores.

Garantizan un ambiente seguro y saludable

Existe comunicación de código de principios y valores de la cooperativa.

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

Información transparente y periódica de los movimientos financieros

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

Políticas de precios justos.

4.3.1.4 Responsabilidad social empresarial con los clientes. Vela por el cumplimiento de los derechos que tienen los clientes al recibir el servicio de transporte terrestre de carga en la región nortesantandereana, con calidad.

Garantizan la calidad de los servicios ofrecidos.

Fijan precios razonables que facilitan la accesibilidad de los clientes a los servicios de la empresa.

4.3.1.5 Responsabilidad social empresarial con la comunidad. 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 clientes para satisfacción de los mismos.

4.3.1.6 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente. Uso eficiente de los residuos sólidos y similares dentro de la oficina.

A continuación se presenta la empresa, frente a los distintos grupos de referencia.

Tabla 24.

Grupos de interés que interactúan con la empresa TNS SAS.

EMPRESA	GRUPOS DE INTERÉS						
	Colaboradores	Estado	Sociedad	Proveedores	Accionistas	Clientes	Medio Ambiente
Transportadores de Norte de Santander TNS SAS.	Basadas sus políticas en las buenas relaciones interpersonales, en el respeto, la confianza y protección del empleado. Salario justo Prestaciones Sociales	Pago de tributos o impuestos.	Prestación del servicio de transporte de carga seguro.	Pago oportuno de facturas.	Socialización de los estados financieros. Rentabilidad distribuida.	Servicio de óptima calidad. Precios justos.	Tratamiento adecuado de desechos.

Fuente: Autores del proyecto.

4.4 Propuesta de un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, identificando los aspectos de impacto socio ambiental y el desarrollo sostenible

Hoy en día, la responsabilidad social de la empresa (RSE), se ha ido convirtiendo paulatinamente en un pilar básico para las grandes organizaciones a la hora de diseñar sus estrategias a largo plazo. La implicación de las organizaciones en su entorno, así como los beneficios que socialmente pueden aportar, se traducen a la larga en un refuerzo de su imagen en el mercado.

La empresa transportadora TNS SAS, debe optar por diseñar e implementar un sistema

gerencial estratégico (SGE) como guía para que su representante legal, alcance las metas y los objetivos planificados. Mediante este sistema el gerente de TNS SAS, siempre estará en control del desempeño empresarial en todos los campos importantes.

TNS SAS, para contribuir a la calidad de vida y bienestar de la sociedad Ocañera y su región, debe adoptar políticas como la Ambiental, diseñando estrategias para prevenir y minimizar los impactos y riesgos a los seres humanos y al ambiente, garantizando la protección ambiental de los sectores que recorren los vehículos afiliados a la misma, además de la localidad en la que se encuentra ubicada mediante la optimización en el uso de los recursos naturales, materias primas y energía, prevenir y minimizar la contaminación, los residuos y los impactos ambientales, adoptar tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo.

Igualmente, la empresa transportadora, para el fortalecimiento social, debe tener buenas relaciones con la comunidad donde opera por tal motivo se hace necesario conocer los cambios en sus actitudes y expectativas para poder anticiparse a sus necesidades. Las buenas relaciones con los clientes pueden constituir una ventaja competitiva real, ya que los entornos comerciales contemporáneos se perfilan cada vez más uniformes en cuanto al uso de tecnologías avanzadas de la información y comercialización de productos y servicios, pero se diferencian notablemente en el trato ofrecido a sus clientes. La atención constituye el segundo paso del proceso técnico de la venta y procede de la curiosidad lograda en la presentación.

Con proyección a la gestión de impacto ambiental, TNS SAS pretende reducir al mínimo sus intrusiones en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia

de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde el punto de vista, y no por una especie de magnanimidad por las criaturas más débiles, sino por verdadera humildad intelectual, por reconocer que no sabemos realmente lo que la pérdida de cualquier especie viviente puede significar para el equilibrio biológico.

La contribución de las empresas al Medio Ambiente es uno de los mayores desafíos de las empresas modernas. No es aceptable que las compañías actuales no tomen conciencia de los riesgos que corre la humanidad al descuidar el patrimonio de todos. Bajo el concepto de preservación del Medio Ambiente, se refiere a los varios métodos para contribuir al control de los cambios climáticos, sea modificando los productos o procesos de producción. (Maronda y Onomedia, 2010, p.1)

Actualmente son cada vez mayores las presiones para que las empresas mejoren su desempeño social y ambiental. Estas se manifiestan principalmente en las demandas de los mercados externos, el aumento de normas y estándares técnicos, producto de consumidores más exigentes, presiones de la sociedad civil y medios de información más poderoso; así como gobiernos con normativas internas más exigentes. La tendencia de reportar el desempeño social y ambiental por parte de las empresas se hace cada vez más fuerte, contribuyendo a aumentar los niveles de transparencia y rendición de cuentas de las empresas con sus accionistas y la sociedad en general.

4.4.1 Principales aspectos de impacto ambiental. Los principales impactos ambientales derivados del transporte por carretera que pueden ser emitidos por TNS SAS, son los siguientes:

4.4.1.1 Consumo de recursos. Consumo de combustibles fósiles. El principal impacto ambiental de este sector deriva del consumo de combustible, basado casi en su totalidad en derivados del petróleo (gasolina y gasóleos) que son recursos naturales limitados.

Consumo de energía. El transporte es el sector de mayor consumo energético y mayores emisiones de CO₂ en nuestro país. El principal riesgo al que se enfrenta el sector es la enorme dependencia de una sola fuente de suministro de combustible ya que se consumen, en su práctica totalidad, productos derivados del petróleo. La unión de este riesgo a otra de las consecuencias de esta dependencia como son los impactos en el medio ambiente, hace imprescindible la mejora de forma significativa de la eficiencia energética en el mencionado sector. (Maronda y Onomedia, p.1)

Por otra parte, las empresas de transportes también consumen energía en sus instalaciones para el mantenimiento y aparcamiento de vehículos a través de la calefacción y el consumo eléctrico de máquinas y equipos.

Consumo de agua. En las empresas de transporte por carretera el agua se destina, por lo general, a consumo humano, a consumo higiénico- sanitario y a consumo para lavado de vehículos e instalaciones. (p.1)

4.4.1.2 Emisiones atmosféricas. El consumo energético del transporte procede fundamentalmente de los combustibles y está asociado con los principales impactos negativos del transporte: cambio climático y contaminación atmosférica.

Las emisiones de muchos contaminantes están siendo controladas gracias a la mejora de motores y combustibles, pero las consecuencias para la salud suponen una preocupación creciente, en particular los óxidos de nitrógeno y partículas, muy ligados al transporte. (Maronda y Onomedia, 2010, p.2)

4.4.1.3 Emisiones acústicas. La concentración y el trasiego de vehículos generan altos índices de ruido debido tanto al funcionamiento del motor como al rozamiento del vehículo con el suelo. Estos altos niveles de ruido pueden causar trastornos en la salud de las personas y en los animales, así como pérdidas de productividad y rendimiento en la población afectada: trabajadores, estudiantes, etc.

Las mejoras tecnológicas en vehículos -al igual que en el consumo de combustible y emisión de contaminantes- y en los materiales de construcción de infraestructuras, han reducido el ruido específico emitido por vehículo, sin embargo, el importante incremento de la actividad de transporte en el mismo tiempo, atenúa estas mejoras tecnológicas. (p.2)

4.4.1.4 Vertidos y Generación de residuos. Entre las consecuencias ambientales de la actividad del transporte se encuentra el derrame accidental de sustancias químicas contaminantes y el vertido de aguas contaminadas. Estos derrames y vertidos líquidos deben

ser gestionados correctamente con el fin de evitar consecuencias negativas sobre el medio. El derrame accidental en el subsuelo de sustancias químicas contaminantes suele deberse a fenómenos accidentales o fortuitos como consecuencia de accidentes de carretera de cisternas que transportan dichas sustancias, o por un mal estado de los equipos de transporte que tienen pérdidas (válvulas con holgura, picadura de tanques), o por una mala práctica operativa de los mismos (válvulas mal cerradas y malas prácticas en la carga y descarga del producto, entre otras causas).

Otros contaminantes de las aguas son el aceite, el anticongelante, los líquidos de freno y de embrague, etc. que, al caer a la calzada, son posteriormente arrastrados por la lluvia contaminando arroyos, ríos, etc. (p.2)

4.4.2 Propuesta de medidas ambientales a aplicar en la empresa TNS SAS. A

continuación se presenta un resumen de las medidas ambientales a aplicar para mejorar el comportamiento ambiental de la empresa TNS SAS.

4.4.2.1 Medidas para el control de consumo de recursos

Consumo de agua. Medir el consumo actual de agua de la empresa. El objetivo de esta medida es analizar la situación de partida y seguir la evolución de consumo para tomar conciencia del consumo de agua en la empresa y establecer si es excesivo o no y así determinar las necesidades de cambios en los hábitos y en la instalación sanitaria.

Establecer un plan o programa de reducción de consumo. La decisión de realizar un plan o un programa de reducción del consumo, conlleva el planteamiento de distintos objetivos, entre los que se podrían destacar los siguientes: Disminuir el agua requerida en procesos y actividades de la empresa, optimizando la utilización de la misma; Reducción de costes, permitiendo un mejor aprovechamiento de dichos recursos económicos en otras áreas más necesitadas. (Maronda y Onomedia, 2010, p.3)

Consumo de combustibles. Mantenimiento preventivo de los vehículos de la empresa. Se han de cuidar y mantener en buen estado los vehículos, los equipos y, en general, todas las instalaciones de la organización. Su utilización y su mantenimiento cuidadoso evitarán incidentes y alargarán su vida útil, con el ahorro económico que ello representa.

Conviene realizar calibraciones y revisiones periódicas de los instrumentos de medida y de los sistemas de control, ya que así se puede prevenir un funcionamiento incorrecto de los mismos, con el consiguiente ahorro económico.

Interesa implantar programas de mantenimiento preventivo, que establezcan actuaciones de inspección y limpieza periódicas de los equipos en funcionamiento. (p.3)

Ahorro de Combustible. Conducción ecoeficiente y Sistemas de Gestión del Combustible

Reducción y control de emisiones contaminantes

Emisiones atmosféricas. Mantenimiento de los vehículos

Conducción eficiente. La conducción eficiente es una vía de reducción del consumo, consistente en actuar sobre el factor humano del funcionamiento del vehículo en lo referente a la actitud y estilo de conducción del conductor y definiendo técnicas sencillas aplicables en la conducción diaria.

Ruidos. Realizar un mantenimiento preventivo de los vehículos con una frecuencia relativamente alta (funcionamiento del motor, neumáticos y otros elementos que incidan en la generación de ruidos).

Organizar los periodos de máximo trabajo de vehículos en las instalaciones en los periodos más favorables de acuerdo con los límites de emisión de ruidos existentes.

Incluir la generación de ruido entre los requisitos a valorar en el momento de la compra de un vehículo.

Vertidos. Evitar el vertido de aceites y grasas a la red de evacuación de aguas mediante el uso de cubetos en las zonas de riesgo (almacenamiento de aceites, grasas, etc. pozos de reparación). (p.5)

Utilizar decantadores de aceites y grasas previos a la evacuación final del vertido. Limpiar periódicamente estos decantadores y gestionar el producto obtenido como residuo peligroso.

Utilizar sistemas de lavado de vehículos de bajo consumo de agua (túneles de lavado, recicladoras). Optimizar la frecuencia de lavado de vehículos, lavándolos cuando realmente sea necesario y no siguiendo un programa fijo.

Sustituir los materiales utilizados (detergentes, disolventes, pinturas) por otros menos peligrosos de similares características.

En todo momento, se deben de evitar derrames de aceite, combustibles u cualquier producto peligroso. En el caso de que esto ocurra, se debe de evitar limpiarlo con agua si se debe de utilizar algún material absorbente para su recogida. (p.5)

Medidas para la minimización y gestión de residuos. Para gestionar adecuadamente los residuos que se generan en la empresa, en primer lugar, es fundamental hacer una correcta separación de los mismos

Para que la recogida selectiva y la gestión de los residuos se realice de manera adecuada, es necesario que los empleados estén informados sobre cómo deben actuar. Para llevar esta formación y difusión a cabo, es recomendable implementar procedimientos específicos sobre la gestión de los residuos. (Maronda y Onomedia, 2010, p.5)

Este plan de manejo ambiental podrá estar sujeto a actualizaciones o modificaciones según lo determine la autoridad ambiental o la empresa transportadora TNS SAS, a quien se le propone el mismo.

5. Conclusiones

Al realizar el diagnóstico situacional de la empresa Transportadores de Norte de Santander SAS, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social, se pudo determinar la falta de conocimiento de la misma, toda vez que se realizan acciones totalmente filantrópicas, lo que indica que el cumplimiento de las normas de responsabilidad no se realizan correctamente.

Se determinó la estructura organizacional de la empresa, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones, de los cuales las dos últimas herramientas no se encuentran en la empresa, por lo cual se diseñaron dejándolas como propuesta a la transportadora para su implementación.

Al relacionar los grupos de interés que interactúan con la transportadora, para facilitar el proceso de toma de datos, se identificaron las prácticas de responsabilidad social ejecutadas con los mismos, de las cuales se cumplen, como se dijo anteriormente, de manera filantrópica, mostrando la falta de conocimientos o nociones que tiene la empresa en cuanto a responsabilidad social empresarial.

Se propuso un programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, para lo cual se identificaron los aspectos de impacto socio ambiental con los que se mide la empresa, para luego proponer unas medidas ambientales.

6. Recomendaciones

Capacitar a las personas que hacen parte del área interna de la empresa, en lo que refiere a responsabilidad social empresarial, con el fin de mostrarse como una empresa cumplidora de las mismas.

Analizar las herramientas propuestas como fueron el organigrama y manual de funciones, para que sean implementadas en la empresa.

Dar a conocer el programa de Responsabilidad Social Empresarial para Transportadores de Norte de Santander SAS, con el fin de ejecutar de una mejor manera los factores de impacto ambiental que pueden afectar el medio en el que se desarrolla la actividad.

Referencias

Argandoña, A. (2008). *Teoria de Stakaholder*.

Asociacion Española de Contabilidad y Adminitracion de Empresas. (2005). Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa., (pág. 29). Madrid.

Banco de Bogota . (2005). *Banco de Bogota*. Obtenido de www.bancodebogota.com/portal/page?_pageid=1773,163299075&_dad=portal&_schema=PORTAL

Bancolombia. (2008). *Bancolombia*. Obtenido de <http://www.grupobancolombia.com/home/index.asp>

Cajiga Calderon, J. F. (2007). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Mexico: Cemefi.

Cajiga Calderon, J. F. (2010). *Responsabilidad Social*. Obtenido de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Cajiga, C. J. (2007). (*Cajiga Calderon, 2007*). México: Cemefi.

Calderon, J. F. (2010). *Responsabilidad Social*. Obtenido de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Castaño, G. A. (2010). *Responsabilidad social empresarial aplicable a la Clinica CES*. Obtenido de bdigital.ces.edu.co > ... > Gerencia de IPS > Gerencia de IPS 2010

Centrales Electricas EPM. (s.f.).

Congreso de Colombia. (2010). *Ley 70 de 2010*. Bogota.

Consejo de Municipios y Regiones Europeas. (2009). *Que es la responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf>

Crediservir. (2007). *Hisotira de la Cooperativa Crediservir*. Obtenido de www.crediservir.com

ESPO S.A. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://www.laespo.com/>

Fundacion Cordon de Plata. (2010). *Manual de primero pasos en RSE*. Obtenido de <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

Fundibeq. (2015). *Norma ISO 14001*. Obtenido de http://www.fundibeq.org/opencms/export/sites/default/PWF/downloads/gallery/methodology/tools/gestion_ambiental.pdf

González, P. C. (10 de 02 de 2009). *Cree Organizaciones ORG*. Recuperado el 10 de 02 de 2016, de http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf

IRAM. (2006). *ISO 26000*.

- Lucas, M. R. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>
- Miguel, R. J. (2007). *Responsabiidad Social de la empresa*.
- Ministerio de Hacienda. (2008). *Normativa*. Obtenido de www.miliarium.com/Prontuario/Transportes/Articulo_2.pdf
- Muñoz, A. L. (2012). *Resaponsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>
- Muñoz, A. L. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>
- Muñoz, A. L. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>
- R, G. y. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago University Press.
- Rodriguez, J. M. (2007). *Responsabilidad social de la empresa*.
- Seminario La Provincia. (2015). *TNS*. Obtenido de <https://www.facebook.com/semanario.laprovinciaocana/posts/945770385473268:0>
- Social Acoountability International. (2011). *Norma SA 8000*.
- Superintendencia de Industria . (2011). *Ley 1480 de 2011*. Obtenido de http://www.sic.gov.co/oldest/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2011/Ley_1480_Estatuto_Consumidor.pdf
- Uribe, A. (2005). *Etica y responsabilidad Social y Empresa*. Bogota D.C. : Centro Editorial Universidad del Rosario.

Apéndice

Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los clientes de la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Diseñar un programa de responsabilidad social empresarial para la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S. (TNS), de la ciudad de Ocaña

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo se siente respecto a los servicios ofrecidos por la empresa TNS?

Muy satisfecho____ Satisfecho____ Poco satisfecho____ Insatisfecho____

¿Porqué?_____

2. ¿Cómo considera la calidad de los servicios ofrecidos por esta empresa?

Excelente____ Buena____ Regular____ Mala____

¿Por qué?_____

3. ¿Cuáles considera son las fortalezas de la empresa TNS?

Suficiente planta de personal____

Amplia cobertura comercial____

Óptima calidad de los servicios____

Amplio portafolio de servicios____

Adecuada ubicación en la sede física de la empresa____

Adecuada dotación tecnológica____

Esmerada atención al público____

Calidad del personal trabajador____

Alto sentido de pertenencia del personal trabajador_____

Ninguna_____

Otras_____ ¿Cuáles?

4. ¿Cuáles considera son las debilidades de la empresa TNS?

Insuficiente planta de personal_____

Baja calidad del personal trabajador_____

Bajo sentido de pertenencia del personal trabajador_____

Reducido portafolio de servicios_____

Deficiente dotación tecnológica_____

Lentitud en trámites para algunos servicios_____

Inadecuada atención al usuario_____

Todas_____

Ninguna_____

Otras_____ ¿Cuáles?_____

5. ¿Cuáles considera son las oportunidades de la empresa TNS?

Alta demanda de los servicios ofrecidos_____

Escasa competencia para la empresa_____

Crecimiento demográfico de Ocaña_____

Imagen y reconocimiento de la empresa TNS _____

Incremento de número de usuarios_____

Imagen y reconocimiento ante la comunidad en general_____

Ubicación geográfica de la ciudad de Ocaña_____

Otras_____

Ninguna_____

6. ¿Cuáles considera son las amenazas de esta empresa?

Alto nivel desempleo en la zona de Ocaña_____

Bajo nivel de demanda de los servicios ofrecidos_____

Alteración del orden público en la zona_____

Restricciones legales para la actividad económica desarrollada_____

Acelerado avance tecnológico_____

Otras___ ¿Cuáles?

Ninguna _____

7. ¿En qué aspectos considera debe mejorar esta empresa?

Ampliar portafolio de productos y/o servicios_____

Mayor compromiso con la atención al cliente_____

Adecuar planta física_____

Implementar publicidad y mercadeo_____

Otros___¿Cuáles?_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice B. Encuesta dirigida a los Proveedores de la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Diseñar un programa de responsabilidad social empresarial para la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S. (TNS), de la ciudad de Ocaña

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 Transportadora de Norte de Santander 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 _____

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

Si _____

No _____

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

Si _____

No _____

9. ¿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 C. Formato de entrevista dirigida al representante legal, contador público, auxiliar contable, servicios generales y celador de la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S., de la ciudad de Ocaña.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Diseñar un programa de responsabilidad social empresarial para la empresa Transportadores de Norte de Santander S.A.S. (TNS), de la ciudad de Ocaña

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo considera la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la empresa TNS?

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 TNS?

4. ¿Cómo es el compromiso con el desarrollo social de esta empresa en la ciudad de Ocaña?

5. ¿Qué opina del compromiso ecológico de la empresa TNS?

6. ¿Esta empresa tiene perfil competitivo en RSE ante otras empresas con similar actividad económica dentro o fuera de la ciudad de Ocaña?

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

8. De acuerdo con su experiencia como representante legal, contador público ó auxiliar contable de la empresa TNS, ¿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 de la ciudad de Ocaña____

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 Transportadora de Norte de Santander TNS?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!