	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(141)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Laura Vanessa Alsina Quintero Cindy Lorena Cabrales Becerra		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Contaduría pública		
DIRECTOR	Carlos Andrés Sánchez Becerra		
TÍTULO DE LA TESIS	Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial de las empresas de servicio público de acueducto y alcantarillado ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander		
TITULO EN INGLES	Analysis of the corporate social responsibility practices of the public aqueduct and sewerage companies ESPO S.A and ADAMIUAIN in Ocaña, Norte de Santander		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>El proyecto de investigación que aquí es presentado está orientado al análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial de dos empresas representativas en Ocaña, ESPO S.A-E. S. P y ADAMIUAIN, ambas enfocadas a la prestación del servicio público de acueducto y alcantarillado. El contenido que se podrá apreciar en adelante, inicia con el capítulo uno dirigido al planteamiento del problema, la formulación, la justificación, los objetivos y las delimitaciones.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>The research project presented here is oriented to the analysis of the corporate social responsibility practices of two representative companies in Ocaña, ESPO S.A-E. S. P and ADAMIUAIN, both focused on the provision of public aqueduct and sewerage service. The content that can be seen from now on, begins with chapter one aimed at the approach to the problem, the formulation, the justification, the objectives and the delimitations.</p>			
PALABRAS CLAVES	Responsabilidad, Empresas, Prácticas, Social.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Responsibility, Companies, Practices, Social.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 141	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



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

ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE
LAS EMPRESAS DE SERVICIO PÚBLICO DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO
ESPO S.A Y ADAMIUAIN EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

Autor

LAURA VANESSA ALSINA QUINTERO

CINDY LORENA CABRALES BECERRA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de Contador Público

Director

CARLOS ANDRÉS SÁNCHEZ BECERRA

Contador público

Mag. En gerencia financiera y tributaria

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURIA PÚBLICA

Ocaña, Colombia

julio de 2021

Índice

	Pág.
Capítulo 1. Análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas de servicio público de acueducto y alcantarillado ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema	4
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivo general.	5
1.4.2 Objetivo específicos	5
1.5 Delimitaciones	5
1.5.1 Delimitación geográfica.	5
1.5.2 Delimitación conceptual.....	6
1.5.3 Delimitación temporal.....	6
1.5.4 Delimitación operativa	6
 Capítulo 2. Marco referencial	 8
2.1 Marco histórico	8
2.1.1 La Responsabilidad Social Empresarial a nivel internacional.	8
2.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia.	13
2.1.3 La Responsabilidad Social Empresarial en el municipio de Ocaña	17
2.2 Marco teórico	18
2.2.1 La maximización del valor para el accionista.....	19
2.2.2 El Marketing con causa.	21
2.2.3 La Ventaja Competitiva	23
2.2.4 El principio de la Responsabilidad Pública.....	24
2.2.5 La gestión de los grupos implicados o stakeholders	25
2.2.6 La Ciudadanía Corporativa	26
2.2.7 El Contrato Social.	28
2.2.8 El Constitucionalismo Corporativo.....	29

2.2.9 Los Derechos Universales involucrados en la Gestión Empresarial.....	30
2.2.10 El Desarrollo Sostenible.....	32
2.3 Marco conceptual.....	32
2.4 Marco legal	35
Capítulo 3. Diseño metodológico	40
3.1 Tipo de investigación.....	40
3.2 Población y muestra.....	40
3.2.1 Población.....	40
3.2.2 Muestra.....	41
3.3 Instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos	42
3.4 Análisis de información	42
Capítulo 4. Resultados	43
4.1 Abordaje de la Responsabilidad Social Empresarial relacionada con su uso en empresas de servicios domiciliarios	43
4.1.1 Tabulación, gráficas y análisis de la encuesta.....	44
4.2 Prácticas RSE de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN	77
4.2.1 Acciones de RSE en ESPO S.A.....	77
4.2.2 Acciones de RSE en ADAMIUAIN..	88
4.3 Inferencia en el impacto de las prácticas de RSE dadas por las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander	92
4.3.1 Propuesta de un plan de mejora de la RSE..	96
Capítulo 5. Diagnóstico final	97
Capítulo 6. Conclusiones	99
Capítulo 7. Recomendaciones.....	101
Referencias.....	102

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. ¿La empresa como prestadora de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico, es consciente de su interdependencia con el ambiente y realiza una gestión de la Responsabilidad Social Empresarial integral de manera proactiva?.....	45
Figura 2. Marcar cuál o cuáles tipos de estrategias de RSE usualmente desarrolla la empresa....	47
Figura 3. De los siguientes íconos que hacen parte de la Responsabilidad Social Empresarial, marque aquel o aquellos que considera son importantes y desarrollados por la empresa.....	52
Figura 4. La empresa entre su política empresarial tiene presente los siguientes aspectos.....	54
Figura 5. Como parte de la estrategia de cuidado del agua ¿qué métodos son los que utiliza la empresa?.....	57
Figura 6. Para brindar accesibilidad a los servicios públicos, ¿cuáles de los siguientes programas facilita la empresa a los usuarios?.....	59
Figura 7. ¿Con qué frecuencia la empresa patrocina, de manera voluntaria, eventos que propicien el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo con un marco de actuación alineado con su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?.....	60
Figura 8. ¿La publicidad de la empresa contribuye de modo activo al fomento de valores sociales fundamentales como la solidaridad, la participación y demás, que construyan el bien común?...	62
Figura 9. ¿Los contenidos informativos de la empresa no incitan a conductas violentas, ilegales o antisociales, ni son expuestos en lugares que van en contra de la filosofía de la empresa?.....	64
Figura 10. ¿La empresa en lo posible, utiliza materia prima amigable con el medio ambiente cuando realiza campañas en las comunas, en los nacimientos de agua, en las calles, etc?.....	65
Figura 11. ¿Con qué frecuencia la empresa capacita de manera oportuna y apropiada al personal sobre Sostenibilidad o Responsabilidad Social Empresarial?.....	67
Figura 12. ¿La empresa utiliza un lenguaje claro y no genera confusiones cuando ofrece a los usuarios promociones sobre tarifas o servicios especiales, es decir, no engaña al usuario con sobrepromesas?.....	69
Figura 13. ¿La empresa muestra a los usuarios claramente los términos, condiciones y valores cobrados por la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado, sin exagerar valores u ocultando procedimientos mal realizados?.....	70
Figura 14. ¿En el desarrollo de los proyectos y procesos no se permiten prácticas discriminatorias, trabajo forzado o bajo coacción para los empleados de la empresa?.....	72

Figura 15. ¿Para la Alta Gerencia es importante promover la remuneración justa, la libertad de asociación, la gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables?.....	73
Figura 16. Programa de alivios financieros a usuarios ESPO S.A.....	78
Figura 17. Programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del Medio Ambiente dirigidos a la comunidad, ESPO S.A.....	79
Figura 18. Apoyo a actividades recreacionales, deportivas y culturales que realizan otras entidades en la ciudad, ESPO S.A.....	81
Figura 19. Apoyo a actividades de bioseguridad y limpieza. ESPO S.A.....	82
Figura 20. Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores.....	83
Figura 21. Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa.....	84
Figura 22. Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitoreo a la biodiversidad en la zona de intervención.....	85
Figura 23. Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes.....	88
Figura 24. Programa de fomento forestal. ADAMIUAIN ESP.....	80
Figura 25. Limpieza y desinfección en pandemia. ADAMIUAIN ESP.....	90

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1 Valoración a la primera pregunta ¿la empresa como prestadora de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico, es consciente de su interdependencia con el ambiente y realiza una gestión de la Responsabilidad Social Empresarial integral de manera proactiva?.....	45
Tabla 2 Valoración al segundo ítem que se expresa como: a continuación, se muestra una tabla con diferentes tipos de estrategias de RSE que usualmente la empresa ha de realizar, seleccione ¿cuál o cuáles la empresa desarrolla?.....	48
Tabla 3 Fortalezas y debilidades de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN.....	50
Tabla 4 Valoración al tercer ítem que se expresa como: de los siguientes íconos que hacen parte de la Responsabilidad Social Empresarial, marque aquel o aquellos que considera son importantes y desarrollados por la empresa.....	53
Tabla 5 Valoración al cuarto ítem sobre la empresa entre su política empresarial tiene presente los siguientes aspectos.....	55
Tabla 6 Valoración al quinto ítem como parte de la estrategia de cuidado del agua ¿qué métodos son los que utiliza la empresa?.....	58
Tabla 7 Valoración al sexto ítem para brindar accesibilidad a los servicios públicos, ¿cuáles de los siguientes programas facilita la empresa a los usuarios?.....	59
Tabla 8 Valoración a la séptima pregunta ¿con qué frecuencia la empresa patrocina, de manera voluntaria, eventos que propicien el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo con un marco de actuación alineado con su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?.....	60
Tabla 9 Valoración a la octava pregunta ¿la publicidad de la empresa contribuye de modo activo al fomento de valores sociales fundamentales como la solidaridad, la participación y demás, que construyan el bien común?.....	62
Tabla 10 Valoración a la novena pregunta ¿los contenidos informativos de la empresa no incitan a conductas violentas, ilegales o antisociales, ni son expuestos en lugares que van en contra de la filosofía de la empresa?.....	64
Tabla 11 Valoración a la décima pregunta ¿la empresa en lo posible, utiliza materia prima amigable con el medio ambiente cuando realiza campañas en las comunas, en los nacimientos de agua, en las calles, etc?	66
Tabla 12 Valoración a la undécima pregunta ¿con qué frecuencia la empresa capacita de manera oportuna y apropiada al personal sobre Sostenibilidad o Responsabilidad Social Empresarial?...67	67

Tabla 13 Valoración a la duodécima pregunta ¿la empresa utiliza un lenguaje claro y no genera confusiones cuando ofrece a los usuarios promociones sobre tarifas o servicios especiales, es decir, no engaña al usuario con sobrepromesas?.....	69
Tabla 14 Valoración a la décima tercera pregunta ¿la empresa muestra a los usuarios claramente los términos, condiciones y valores cobrados por la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado, sin exagerar valores u ocultando procedimientos mal realizados?.....	71
Tabla 15 Valoración a la décima cuarta pregunta ¿en el desarrollo de los proyectos y procesos no se permiten prácticas discriminatorias, trabajo forzado o bajo coacción para los empleados de la empresa?.....	72
Tabla 16 Valoración a la décima quinta pregunta ¿para la Alta Gerencia es importante promover la remuneración justa, la libertad de asociación, la gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables?.....	74
Tabla 17 Ejes de intervención de la RSE en ESPO-S.A.....	87
Tabla 18 Ejes de intervención de la RSE en ADAMIUAIN.....	91

Lista de apéndices

	Pág.
Apéndice A. Cronograma de actividades.....	114
Apéndice B. Aval de las empresas para el proyecto de estudio del uso de la RSE	115
Apéndice C. Formato de encuesta	117
Apéndice D. Evidencia fotográfica.....	123
Apéndice E. Modelo contable.....	124

Introducción

La motivación principal que nos ha llevado a estudiar el fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) ha sido el deterioro social y medioambiental que se percibe en la ciudad de Ocaña, departamento Norte de Santander, a causa de las prácticas del sector productivo. Sin embargo, es importante resaltar que algunas empresas y/o entidades no son ajenas a la sensibilidad social en el desarrollo empresarial y en el municipio la RSE ha estado incursionado dentro de las organizaciones y cambiando su manera de actuar.

Según la ISO 26000 (2010, p.2) la RSE tiene como objetivo “contribuir al desarrollo sostenible”; por tal razón, las empresas en relación con el entorno en el que ejercen y el medio ambiente que impactan, deben medir su desempeño de manera integral reflejándose en la necesidad de asegurar ecosistemas saludables, tener equidad social y buena gobernanza institucional.

En tal sentido, este trabajo de grado está orientado al análisis de las prácticas de RSE de dos empresas representativas en Ocaña, ESPO S.A-E. S. P y ADAMIUAIN, ambas enfocadas a la prestación del servicio público de acueducto y alcantarillado. El contenido que se podrá apreciar en adelante, inicia con el capítulo uno dirigido al planteamiento del problema, la formulación, la justificación, los objetivos y las delimitaciones.

Capítulo dos, compuesto por el marco referencias que incluye un marco histórico del tema central de investigación, un enfoque teórico abordado desde las posturas de diferentes autores y

teorías respecto al panorama de la RSE, un marco conceptual que describe las palabras claves y un marco legal.

El apartado del tercer capítulo posee información sobre el diseño metodológico, haciendo especial hincapié en su tipo de investigación, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de medición y los procedimientos. El cuarto corresponde a los resultados del proceso investigativos. El trabajo finaliza con un capítulo de diagnóstico final, un sexto capítulo de conclusiones, seguido por las recomendaciones, las referencias y los apéndices.

Capítulo 1. Análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas de servicio público de acueducto y alcantarillado ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE), en contextos organizacionales e institucionalizados, ha intentado mejorar los indicadores de atención sobre la llamada “triple cuenta de resultados” (Berbel, Reyes, & Gómez, 2012, p. 28) poniendo al medio ambiente, la sociedad y la economía bajo el compromiso universal de protección, que han de propiciar las empresas, por ser quienes trascienden en la esfera específica de la productividad; es decir, les corresponde a ellas asimilar y consolidar los principios proactivos y valorativos sobre acciones en favor de los stakeholders (accionistas, empleados, usuarios, proveedores, la comunidad inmediata y la sociedad en general). Sin embargo, en las últimas décadas se ha incrementado el uso de la RSE como “estrategia comercial para conseguir mejores posiciones en el mercado” (Berbel, Reyes, & Gómez, 2012, p. 29), con intervenciones innecesarias en la atención a la comunidad, los ecosistemas y para maquillar los impactos nocivos de sus actividades operativas, lo que ha generado consecuencias negativas para los ciudadanos y el medio ambiente por ser “una tendencia creciente, ejercida como mera filantropía.” (Vergara & Vicaría, 2009, p. 9)

En Colombia, son varias las organizaciones que incluyen políticas de RSE, entre esas, las empresas de servicios públicos domiciliarios, creadas porque “es deber del Estado garantizar los servicios públicos a los habitantes del territorio nacional” (Const, 1991, art.365), como el agua potable y todo lo anexo a ello, indispensables como derecho de los individuos y de las

comunidades; por ello, deben actuar para “contribuir al desarrollo sostenible” (ISO26000, 2010), como lo plantea la teoría de los stakeholders al autocontemplar un espectro más amplio donde “la empresas deberán ser vistas como agentes morales que representan los intereses o exigencias de muchos.” (Martínez, 2005, p. 31). No obstante, lo anterior, el objetivo de contribución al escenario de la sostenibilidad en favor de los grupos de interés es un aspecto que en el país es de elección, “pues si bien existen normas relacionadas con sus parámetros, específicamente en lo que respecta al medio ambiente, lo que se presenta en la actualidad es una categorización «soft law» que ayuda y propicia la autorregulación privada y voluntaria” (Rubio, 2017, p. 160). Se puede decir que, es utilizada por varias empresas en casos de extrema afectación de su reputación, por lo que las directivas empresariales están escogiendo prácticas e iniciativas básicas a ejecutar, como “la realización de obras sociales benefactoras de las clases menos favorecidas” (Rubio, 2017, p. 159)

El constructo más destacado sobre RSE en empresas de servicios públicos domiciliarios colombianas es el de las Empresas Públicas de Medellín- EPM, destacándose por gestionar su modelo de negocio teniendo presente que “la RSE se fundamenta en una convicción ética y se materializa en hechos que agregan valor a todos los grupos. Esta responsabilidad con el entorno que forma parte de nuestra estrategia empresarial, está inmersa en la cultura y todos los procesos.” (EPM, 2020, p. 12), en aras de reducir los índices de “defraudación de fluidos” (Código Penal, 2000, art.256) que es uno de los delitos penales en los que más incurren los usuarios, siendo la problemática más repetitiva entre las empresas que prestan los servicios domiciliarios, además de concienciar sobre los recursos que se pierden en los procedimientos irregulares, que podría estar interpretado en lo que Aguilera y Puerto (2012) afirman, al decir

que “este concepto involucra a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social.” (p. 2)

A nivel municipal las acciones clandestinas sobre el uso, suministro y las tarifas del servicio de agua potable se presentan también en las empresas de acueducto y alcantarillado ESPO S.A (Ferreira, 2016) y ADAMIUAIN (Rojas , 2014), por lo cual, es preciso levantar información cualitativa y cuantitativa respecto a la correcta utilización de la RSE por ambos objetos de estudio y los grupos de interés involucrados, reconociendo que los factores de afectación en el sector podrían ser, como señala Rubio (2017) “fallas de los servicios por corrupción administrativa, sustitución de contratistas u operadores, fugas de red, conexiones fraudulentas en los barrios, mediciones de consumo imprecisas, aumento tarifario, degradación del medio ambiente, malas prácticas de reciclaje, retrasos en la recolección de las basuras, daños en las infraestructuras, calidad deficiente del agua en ocasiones...” (p. 166) , que van haciendo que la RSE no sea vista como pilar para el logro del objetivo de construir una territorio sostenible y competitivo.

Es por esto que, resulta relevante analizar la gestión de ESPO S.A y ADAMIUAIN, a la luz del marco de referencia de la RSE, para conocer las posibles contradicciones entre el crecimiento económico, equidad social y cuidado al medio ambiente que poseen en sus sistemas integrales, a partir del conocimiento y de las experiencias de responsabilidad que tienen los directivos y trabajadores de las empresas con Ocaña. Con la finalidad de conocer sus prácticas RSE y sentar las bases documentales para que afiancen aún más el modelo de compromiso social.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el uso que le dan a la RSE las empresas ESPO SA y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Justificación

Se piensa que mediante el análisis detallado de las prácticas de responsabilidad social que ejecutan las empresas de acueducto y alcantarillado ESPO S.A y ADAMIUAIN, así como la indagación acerca de cómo los agentes directivos y empleados perciben la gestión organizacional, permitirá aclarar la existencia de la integralidad de las dimensiones social, económica y ambiental que posibilitan comprender el contenido y la forma de la RSE, para aportar a mejorar el modelo allí utilizado, que favorezca la estabilidad del sistema productivo de las empresas en el municipio y la ética en los servicios prestados a la ciudadanía.

Por ello, la investigación aportara en el ámbito académico fortaleciendo, primero, el estudio sobre RSE que poco se documenta en Ocaña, segundo, brindará información a los gerentes de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN y demás interesados sobre el comportamiento y compromiso social de las empresas de servicios domiciliarios frente a la problemática de defraudación de fluidos, para que se robustezca el constructor de las acciones responsables a favor del medio ambiente, la sociedad y las mismas empresas, como factor de transformación, aplicado a los principios de formación de empresas inteligentes, capaces de generar decisiones de negocio mejor informadas, que proponen actividades para crear fidelización, rentabilidad y competitividad de largo plazo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general. Analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas de servicio público de acueducto y alcantarillado ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander.

1.4.2 Objetivo específicos. Identificar el abordaje de la Responsabilidad Social Empresarial en empresas de servicios domiciliarios.

Conocer las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN.

Inferir en el impacto de las prácticas de RSE dadas por las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación geográfica. La investigación se desarrolló en Ocaña, caracterizada por ser segunda ciudad del departamento Norte de Santander, municipio conector entre la zona del Catatumbo, la Costa Norte del país y paso obligatorio para Cúcuta.

En la parte urbana del municipio se encuentran las sedes principales de las dos empresas de servicio público de acueducto y alcantarillado que abastece de agua potable y recolección de basuras a la ciudadanía; ESPO S.A y ADAMIUAIN E.S.P, la primera tiene representación como

empresa con ánimo de lucro y la segunda pertenece al sector de la economía solidaria. Ambas empresas se localizan al norte de la ciudad, ESPO en el barrio La Primavera y ADAMIUAIN en la Ciudadela Norte.

1.5.2 Delimitación conceptual. Las palabras claves que fundamentan el presente trabajo de grado son las siguientes: Responsabilidad Social Empresarial, Sector empresarial, Empresas de Servicio Público Domiciliarios, Defraudación de Fluidos, Sociedad, Medio Ambiente, Economía.

1.5.3 Delimitación temporal. Para el desarrollo de los objetivos propuestos se necesitó de 8 semanas calendario a partir de la aprobación del anteproyecto.

1.5.4 Delimitación operativa. Para la ejecución adecuada del trabajo de grado se requiere contar con instrumentos como celular Android o IOS durante el proceso de recolección de información. También la realización de oficios exponiendo a los gerentes sobre el objetivo del proyecto y solicitando permisos para la obtención de información, contacto con el personal que labora en las empresas, entre otros aspectos.

Es importante aclarar que, los stakeholders con los cuales se desarrolló la investigación serán los trabajadores de ambas empresas de servicios domiciliarios y no el universo general que involucra a accionistas, usuarios y sociedad, porque el proyecto corresponde a la primera fase de intervención sobre RSE, debido a que en Ocaña existen pocos estudios enfocados a la medición y análisis de la misma. El abordaje a los trabajadores se realizará mediante la aplicación de la técnica de encuesta, para que los empleados no se sientan cohibidos de brindar información real.

Como limitante se podría generar un rechazo por parte de la gerencia para realizar las técnicas de recolección de información o los trabajadores no cooperen con participar en el proceso, por motivos personales o por políticas de las empresas prestadoras del servicio de acueducto y alcantarillado, que señalan tener en reserva o confidencialidad alguna información.

Otra limitación sería, la baja proporción de respuestas a la encuesta, es decir, del número total de preguntas del formato, la mayoría las dejen sin responder. También es importante reconocer que el tiempo propuesto se considera el apropiado, pero podría ocurrir que la muestra no acceda a realizar las técnicas durante esas 8 semanas y retrase la redacción del capítulo de resultados, conclusiones y recomendaciones.

Sumado a ello, es conveniente tener muy presente que este año surgió una pandemia que obligó a todas las empresas adoptar medidas extremas de bioseguridad, por lo cual, es fue importante optar por solicitar la base de direcciones o correos electrónicos del personal que labora en ESPO S.A y ADAMIUAIN para realizar las encuestas y entrevistas de manera virtual, además de pedir evidencia fotográfica o documental de las estrategias o iniciativas de RSE ejecutas durante meses o años anteriores por las mismas.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 La Responsabilidad Social Empresarial a nivel internacional. La RSE tiene su génesis en los años cincuenta del siglo XX, cuando era entendido el modelo de economía de mercado desde la esfera del bloque europeo, dedicado a interrelacionar las empresas con la sociedad, por otra parte, el norteamericano, enfocado en “sistemas menos intervencionistas, pero con necesarias pautas de conducta ética que requerían ser cumplidas en las empresas” (Camacho, 2015, p. 10)

Durante aquel tiempo el economista estadounidense Howard R. Bowen se destaca entre los pensadores por remitir sus estudios hacia la exploración de aquellos casos de afectación que producían las centenares grandes empresas a los ciudadanos y la naturaleza, sin asumir la responsabilidad desde la razonabilidad social, por ello, escribió un libro en 1953 titulado ‘Social Responsibilities of the Businessman’, donde incorporó por primera vez a la jerga empresarial el término RSE, de la siguiente manera: “son obligaciones de los hombres de empresa a seguir aquellas políticas, tomar aquellas decisiones, o seguir las líneas de acción que resulten deseables en función de objetivos y valores de nuestra sociedad” (Bour, 2012, p. 10)

En el trabajo de Bowen citado por Bour (2012) decía que “sus editores pensaban que la conciencia social de las empresas denotaba que los directivos y/o empresarios eran responsables por las consecuencias de sus acciones más allá de pérdidas y ganancias en sus cuentas” (p. 12) como aspecto concluyente del análisis de una encuesta que se hizo pública en una revista de la

época. Por otra parte, ante la situación que tenía Estados Unidos en aquel entonces, Duque, Cardona y Rendón (2013) afirmaron que “la RSE comenzó a idearse desde tres posturas: la idea del administrador público, el equilibrio de la competencia por los recursos corporativos y la filantropía empresarial como el apoyo de las empresas a las buenas causas” (p. 198) postulada desde la maximización de los beneficios económicos y sociales.

Diez años después, aparece el docente y administrador Joseph William McGuire publicando su libro ‘And Society’, manifestando que las empresas y organizaciones no sólo tienen obligaciones económicas y jurídicas, sino ciertas responsabilidades con la sociedad y el ciudadano justo debe ser un sujeto participe de la RSE. (McGuire, 1963, p. 53). Luego, con el auge del tema el escritor Keith Davis revoluciona el concepto de RSE para 1973, orientando sus estudios científicos e investigativos a demostrar que el actuar responsable de las empresas debía ser una obligación en todas y no un gusto de algunas por mejorar la sociedad. La toma de decisiones y sus efectos en el sistema social externo tenía que lograr beneficiar a las comunidades más allá de ofrecer puestos de trabajo, como tradicionalmente se hacía.

A causa de sus postulados y de la publicación de su libro ‘Human Behavior at Work: Human Relations and Organizational Behavior’, los representantes de la economía se sintieron atacados, porque tenían que ejercer poderes adicionales como el social más allá de ejercer compromisos financieros, actividades “innecesarias” según los gerentes. Los argumentos se enfatizaban en ocho aspectos importantes, que son: 1) Intereses propios a largo plazo, donde la sociedad espera que las empresas cumplan una serie de objetivos sociales, y sus beneficios de largo plazo están ligados a ellos.

La empresa más sensible a las necesidades de su comunidad tendrá, de resultas, una mejor comunidad para realizar sus negocios, será más fácil reclutar trabajadores y éstos serán de mejor calidad, existirá bajas de ausentismo y de rotación. En consecuencia, disminuirá el crimen y será necesario gastar menos en proteger la propiedad, con lo cual deberán ser pagados menos impuestos para sostener a las fuerzas de seguridad. (Bour, 2012, p. 11)

2) Viabilidad: aplicable a todo el sistema empresarial conocida como la Ley de Hierro de la Responsabilidad. Un aspecto donde “se dice que la sociedad le otorga a la empresa un privilegio para existir, que podría ser enmendado o revocado si la empresa no cumple con las expectativas” (Bour, 2012, p. 11), en otras palabras, a futuro las organizaciones que no se ajustan a ella, pueden considerarse invalidas por la sociedad en el sector donde ejercen.

3) Evitar la regulación del Gobierno: si un empresario, adoptando una conducta «socialmente responsable», logra evitar que el Gobierno imponga nuevas restricciones a su accionar, lo hará a fin de preservar la descentralización de las decisiones. En efecto, de este modo evita una regulación que en general significa un costo para la empresa, siendo la RSE un instrumento para la libertad de acción empresarial. (Bour, 2012, p. 12)

4) Normas socioculturales: las empresas poseen objetivos múltiples, para su cumplimiento y su satisfacción económica deberán desempeñarlas en función a las condiciones y factores culturales de las comunidades o territorios donde se encuentran, porque, a medida que cambien estas normas, la conducta del empresario irá cambiando.

5) Las empresas tienen recursos: para la ejecución de soluciones a problemas sociales las empresas están económicamente adaptadas para emplearlos. Los problemas pueden transformarse en beneficios: en algunos casos hay actividades que tienen problemas que pueden manejarse en forma rentable por medio de conceptos económicos, con lo cual, también se obtienen ganancias a largo plazo. (Bour, 2012, p. 14)

6) Prevención: “si las empresas se atrasan en responder a los problemas sociales, se encontrarán permanentemente ocupadas en apagar ‘incendios sociales’, de modo que no podrán cumplir con su misión primaria de producir bienes y servicios” (Bour, 2012, p. 14). Como estos problemas sociales tarde o temprano deberán ser encarados, resulta más económico enfrentarlos en el momento.

7) Carencia de habilidades sociales: Gran parte de los directivos en las empresas u organizaciones carecen de las percepciones y habilidades para cumplir con la tarea de retribuir a la sociedad acciones de mejora socio-ambiental, en tal sentido, las empresas van perdiendo credibilidad por su falta de sensibilidad con los ciudadanos de su entorno, los trabajadores y con el medio ambiente.

8) Dilución del objetivo primario: cuando no se tienen clara las prácticas e incluso la razón de ser de la empresa, los directivos tienden a considerar que involucrar acciones sociales les afectará la productividad económica y en consecuencia tendrán un mal desempeño tanto en el aspecto económico como social. Sin embargo, la RSE debe ser entendida con el aprendizaje continuo para evitar convertirla en causal de problemas.

A partir de esas definiciones, los decenios de 1960 y 1970, se caracterizaron por darle a la ética un papel preponderante en las organizaciones. Luego, en la década de los noventa resurge debido a la globalización, aplicando el fenómeno no sólo en empresas privadas, sino que también a los agentes de la administración pública de los países desarrollados y aquellos que se encontraban en vía de desarrollo, se crea en 1996 la Organización Internacional del Trabajo-OIT, siendo una agencia tripartita de la ONU, que “reúne a gobiernos, empleadores y trabajadores de 187 Estados miembros a fin de establecer las normas del trabajo, formular políticas y elaborar programas promoviendo el trabajo decente de todos, mujeres y hombres”. (OIT, 2020, p. 1)

Ya para el año 2000 surgen otras iniciativas y categorías internacionales como: desarrollo sostenible, ética en los negocios, inclusión; conceptos que robustecen la consolidación de la Responsabilidad Social en los ámbitos económico y social, además, se tiene presente al medio ambiente como agente de afectación por parte de la expansión empresarial. A su vez, se destaca la fundación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para la Responsabilidad Social Corporativa, encargada de transformar el mercado, potenciando un sector privado sostenible y responsable con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la no corrupción. Más aún, se crean las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos -OCDE. Así mismo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, basado en “el trabajo sobre desarrollo humano y sus vínculos con el mundo gubernamental, con el fin de centralizar el conocimiento, la experiencia y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor a partir de los objetivos de Desarrollo Sostenible.” (PNUD, 2020, p. 1)

En consecuencia, se aprobó en el año 2001 el Libro Verde por parte de la Comisión Europea, para fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas y lograr un crecimiento económico sostenible con una mayor cohesión social. Asimismo, una de las acciones donde se centra la estrategia propuesta dentro de este libro, son “las normas, certificaciones e indicadores, la importancia de la creación de valor produciendo bienes y servicios que tengan como condición responder a las demandas de la sociedad generando beneficios para la misma”. (Duque, Cardona, & Rendón, 2013, p. 199)

2.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. Las bases de la RSE a nivel nacional datan del siglo XX, caracterizado por tres factores fundamentales:

Primero, al ver que las empresas tenían los recursos que se requerían para solucionar problemáticas, la sociedad civil comenzó a realizar movilizaciones y presionar a las organizaciones representativas para obtener aportes financieros a las causas; luego, los empresarios que viajaban a los países desarrollados como Estados Unidos entendieron que era necesario adoptar el modelo de RSE para seguir compitiendo en el mercado y visionaron con sus empresas a crear políticas de gestión empresarial encaminadas a establecer alianzas con las organizaciones de donación; y tercero, los representantes del Estado comenzaron una lucha de respaldo al fenómeno de las causas sociales a través del estudio de la teoría y sus prácticas administrativas en el exterior para poder crear un marco regulatorio que sirviese a futuro para salvaguardar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de la población.

Para la época se destacaba la conformación de los principales gremios: la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias (ACOPI). A su vez, como en el resto de países latinoamericanos la Iglesia Católica tenía dominio filantrópico y eran quienes con sus organizaciones caritativas establecían alianzas directas con las empresas para recibir apoyo económico a sus labores de ayuda humanitaria con la comunidades más pobres o necesitadas.

“Entre 1960 y 1970 crece la participación empresarial en aspectos sociales, en parte debido a que la legislación tributaria estimuló la creación de fundaciones al permitir que las donaciones fuesen objeto de deducción de impuestos.” (Ibarra, 2013, p. 4). Posteriormente, para 1991 con la creación de la Constitución Política la sociedad tiene un fuerte respaldo legal para que las empresas actúen con responsabilidad social, al establecerse como principio constitucional el Estado Social de Derecho, con la consecuente incorporación del valor de la solidaridad y de la justicia social. Por tal razón, en su artículo 333 la Carta Magna emana similares efectos y se restringe tanto las actuaciones del Estado como la de los ciudadanos, para establecer responsabilidades sociales en las empresas y la propiedad de interés general o social.

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común... La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Const, 1991, art.333)

Dos años después, ya existían en el país catorce organizaciones gremiales, las cuales se agruparon en el Consejo Gremial Nacional y establecieron el denominado Compromiso de Guaymaral, que consistió en reorganizarse y fortalecer la función social de los gremios en todo el territorio nacional. Además, el sector privado también impulsó la creación de corporaciones, conocidas según Ulices Antonio Tinoco (2013) así:

Para el desarrollo de la educación (Corpoeducación), la salud (Centro de Gestión Hospitalaria), la innovación y el desarrollo productivo (Coinvertir), la paz (Fundación Ideas para la Paz), el desarrollo comunitario (Corporación Colombia Internacional), la justicia (Corporación Excelencia en la Justicia) y la transparencia (Transparencia por Colombia). (p. 13)

Cosa parecida sucede también a comienzos del siglo XXI, la Caja de Compensación Familiar de Antioquia implementa iniciativas sociales para los trabajadores e instituye el Subsidio Familiar, además se crea el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar-ICBF para atender a la población infantil, con el objetivo de disminuir los altos índices de desnutrición y aporta a la vinculación laboral de las madres sin el abandono de sus hijos. Posteriormente, nace el Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA con funciones de preparar la mano de obra que los sectores económicos requieren para el desarrollo productivo.

Por otra parte, el ICONTEC, como Organismo Nacional de Normalización, inicia el proceso de creación del documento de normalización de la Responsabilidad Social para el país. La Guía Técnica Colombiana – GTC 180 norma (INCONTEC), se convierte en un documento

voluntario que proporciona a las empresas recomendaciones y directrices en relación a situaciones repetitivas en un contexto dado sobre RSE y las interesadas pueden certificarse en la normativa.

De igual manera, en el año 2004 se instituye el Comité Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRSE), el cual es considerado “una herramienta de gestión empresarial que permite evaluar el desempeño de la organización en su gestión social, construir su estrategia de negocio y mejorar su competitividad a través de la construcción de una guía de RSE” (Correa, 2007, p. 98), entre sus funciones está la de evaluar el desempeño de la gestión RSE en las empresas, para construir su estrategia frente al fenómeno y mejorar su competitividad a partir de la construcción de una guía de RSE.

Simultáneamente, las Cámaras de Comercio en todos los departamentos también contribuyeron a mejorar la calidad de vida de sus regiones, más allá del apoyo brindado a los empresarios y de regular la actividad mercantil. Actualmente, la RSE como mecanismo gerencial para la promoción organizacional es esencialmente “pensada como un ejercicio comercial con miras a obtener rentas dentro del mercado, y en Colombia se enmarca dentro del grupo de interés de los accionistas.” (Agudelo, 2009, p. 3). Además, los empresarios colombianos han participado y liderado múltiples programas y proyectos sociales con impacto en la sociedad y en el medio ambiente, tal es el caso de la empresa Bavaria quien invierte cifras altas de dinero para apoyar a los nuevos emprendedores con su programa bandera de inversión social ‘Destapa Futuro’.

En Bavaria estamos convencidos de que es nuestra responsabilidad trabajar con el Gobierno y otros actores para contribuir a que el país continúe reduciendo sus niveles de pobreza. La única manera de combatirla es generando riqueza; y la única manera de generar riqueza, de modo sostenible, es promoviendo y liberando el espíritu emprendedor de los seres humano. (Lippert, 2009, p. 1)

El ejemplo en mención, es uno de los muchos que muestran como la RSE se incorpora en la gestión empresarial en Colombia, dándole valor a las intervenciones en desarrollo comunitario, salud, vivienda, nutrición, medio ambiente, asesoría integral y financiamiento para microempresarios, entre otros.

2.1.3 La Responsabilidad Social Empresarial en el municipio de Ocaña. Localmente se desconoce cómo inició la incorporación del fenómeno de RSE en el sector productivo de Ocaña y su provincia. Sin embargo, en la actualidad la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña ha venido realizando y apoyando iniciativas de atención social y medioambiental como la siembra de árboles que se cultivan en el vivero universitario o con actividades organizadas por estudiantes y docentes desde las aulas, también la Cooperativa de Ahorro y Crédito Crediservir en su página web presenta información sobre su política de RSE y los avances de eventos sobre el tema, la Alcaldía Municipal es otra de las entidades locales que constantemente ejecuta acciones de su Plan de Desarrollo orientadas a la ciudadanía, el medio ambiente y demás temáticas que forman la RSE.

2.2 Marco teórico

El corpus teórico de la RSE se clasifica en cuatro diferentes grupos, que son: las teorías instrumentales, las integradoras, las políticas y las éticas. La primera de ellas, basa sus aportes investigativos en mostrar que las organizaciones u empresas son un conjunto de instrumentos o herramientas que integradas producen riquezas, es decir, al ejecutar actividades responsables con la sociedad y el medio ambiente, el entorno deberá tener y visualizar progreso al igual que la empresa.

Se denomina instrumental porque todos los stakeholders han de recibir ganancias por las acciones que se desarrollen en la empresa, en tal sentido, se debe tener claro que la RSE desde esa teoría enfatiza el hacer social desde lo personal o individual, no desde la sociedad mercantil que se crea con la razón social empresarial, porque el compromiso de generar bienestar al entorno es una cuestión de ética y las personas artificiales o jurídicas son incapaces de responsabilizarse por acciones que desarrollan los hombres y mujeres, no la marca. Mientras la empresa sea generadora de avances económicos para los socios, el público interno en concordancia con el público externo desarrollará actos socialmente responsables.

Según Porter y Kramer (2011) este comportamiento se encuentra fundamentado en el principio del valor compartido, que puede ser definido como las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que mejoran las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde operan. (p. 6). A condición de lo mencionado, se categoriza la teoría con una selección de subteorías que a continuación se presentan:

2.2.1 La maximización del valor para el accionista. Desde las ciencias económicas las empresas se crean para que los accionistas y/o propietarios obtengan el mayor valor posible como principio financiero. Por ello, en Estados Unidos se hablaba de responsabilidad empresarial en los años sesenta como el compromiso por usar los recursos en acciones que sirviesen para maximizar los beneficios de la organización en el ámbito mercantil, como parte de la libre competencia donde lo único en lo que no podrían incurrir era en engaño o fraude.

De allí que, la práctica de la RSE genera debate teórico porque no es percibida como un instrumento compatible con los objetivos de las empresas debido a que “la literatura económico-financiera recoge como objetivo primordial de una empresa la maximización del beneficio económico de sus actividades” (Cervera, 2011, p. 90), por lo cual, en los años ochenta se fundó una ofensiva académica con un modelo donde se pretendía darle más valor agregado al accionista, siendo Alfred Rappaport quien inicia el cuestionamiento al darse cuenta que los dividendos de los beneficios no otorgaban a futuro apoyo a los ingresos, obligando a muchas empresas a desaparecer por no poder hacer parte del cambio o globalización del mercado

Las organizaciones desde el año 1980 comenzaron a evolucionar sus finanzas hacia la conformación del valor a través de la masificación para sus accionistas, dado que debían actuar en la libre competencia sin fraude, conforme a las reglas de la sociedad para establecer una máxima eficiencia económica.

Con respecto a la RSE, se creó una filosofía enmarcada en el valor social de los bienes y servicios, dicho de otra manera, al incluir todas las características positivas (netas) para la

sociedad y el costo de oportunidades incurridos, se genera diferenciación entre el valor dado por el consumidor respecto el costo de oportunidad de producción.

También la RSE era proactiva para las empresas, porque considera todos los detalles que ocurren en el proceso y se incorpora a los tradicionales criterios financieros, sociales y medioambientales, dándole un enfoque denominado Inversión Socialmente Responsable-IRS. “Para la UKFI (1991), la IRS permite a los accionistas combinar los objetivos económicos con sus valores sociales, vinculados a ámbitos de justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente, esto indica, actuar con los criterios de RSE”. (DeSebastian, 2010, p. 146)

En la época ese concepto se convirtió en una corriente filosófica que se fundamentaba en generaciones, la primera se concebía a partir de criterios negativos de preselección basados en el moralismo, por ejemplo, se excluían de la cartera de inversión a las industrias dedicadas a la fabricación de alcohol, los video juegos, entre otros. La segunda generación permitió la creación de empresas ‘modélicas’. La tercera dirigida a las inversiones sostenibles y sin explosión de modelos a causa de limitantes morales o ideológicas.

Al incluir el criterio de sostenibilidad, los accionistas de cierta manera podían influir en las decisiones empresariales a favor de las políticas de RSE de la empresa, por lo cual, se estipuló que los inversionistas a través del voto también poseían poder para presionar a los directivos de las organizaciones adoptar posturas y políticas sobre desarrollo sostenible. Consecutivamente, se formaron los Community Investing (Inversiones en la Comunidad) al ver que las empresas estaban reorganizando su actuar, por lo cual, Luis de Sebastián (2010) afirma:

Aparecieron personas que querían invertir capital a aquellas organizaciones que fomentasen proyectos sociales y servicios comunitarios. En esa línea existen experiencias de financiación dirigidas al comercio alternativo en países como Alemania, Holanda e Italia, a través de la creación de instituciones sin ánimo de lucro, sociedades o cooperativas, los socios aportan fondos destinados a financiar pequeños productores y cooperativas en el tercer mundo. (p. 147)

En el marco de la universalización económica, el volumen de Inversiones Sociales Responsables aumentó, viendo se reflejada en el valor accionar y transformando la estructura operacional y financiera de las empresas, al punto que la RSE en la actualidad tiene un papel preponderante en el crecimiento empresarial y ha puesto en la agenda financiera internacional la necesidad de tener en cuenta las consecuencias sociales y medioambientales de los modelos de crecimiento económico.

2.2.2 El Marketing con causa. Es conocido como una estrategia de impacto, en la cual, utilizando el marketing, cada empresa aporta a las causas sociales y así atrae más compradores de sus productos y servicios. Su auge inició en la década de 1990 bajo el referente de “hágalo bien, haciendo el bien” a cargo de la agencia estadounidense (Cone INC). En ese orden, “apunta al logro de una mayor demanda a través de planes estratégicos que conduzcan a una industria más productiva, la mejor manera de conseguirlo es por medio del apoyo a causas sociales” (Rodríguez, Pineda, & Castro, 2020, p. 312), a su vez “Moreda (2009) propone que el cliente es el eje, si bien para diferenciarse en un mercado saturado haya que sub-segmentar, dirigirse hacia

nichos en los que se tenga hueco para innovar y salir a otros mercados, en esta medida, la responsabilidad social debe ser compartida” (Rodriguez, Pineda, & Castro, 2020, p. 312)

Por ende, el marketing comenzó a considerarse como herramienta dinamizadora y estratégica entre: Empresa + Causa = impacto en el Consumidor; expresando la marca, la organización no lucrativa y los stakeholders, ofreciendo una visión transaccional en la que la donación se hace en función de una compra específica, es decir, el cliente compra el artículo y en retribución la empresa le otorga a la sociedad algún apoyo comunal o medioambiental.

Como ejemplificación de la teoría, se puede hablar de las campañas publicitarias que se observan en redes sociales o páginas oficiales de algunas empresas donde se publicitan una nota o un banner refiriéndose a donar cierta cantidad de dinero (en su mayoría en dólares) a una fundación (con nombre específico) encargada de la siembra de árboles y esta se responsabilizará de plantar un árbol por cada consumidor que acepte recibir su factura online así la empresa oficial contribuye además con el ahorro de papel.

Como en el caso expuesto, las estrategias de la empresa principal que oferta el producto se alinean con las de una causa social (una segunda organización o empresa) para que ambas a través del marketing aporten a la RSE dirigida al cuidado del medio ambiente, de este modo, promueven causas sociales y el público objeto de consumo se fideliza al bien o servicio para también hacer parte del proceso. Es así como la RSE comprende el aproximar a la gente con las empresas y viceversa, generando un ciclo de acciones de transformación, de allí nace el concepto

de (Empresa Ciudadana) diferenciándolas del resto por comprometerse con la búsqueda de soluciones a necesidades de las comunidades de su entorno de actuación.

2.2.3 La Ventaja Competitiva. Existen tres perspectivas que generan ventaja competitiva a las empresas; la primera corresponde a las inversiones sociales en un contexto competitivo, que indican que apoyando las acciones socioambientales se crea un valor social y mejorar las condiciones del entorno, desde el momento mismo en que se gestionan las operaciones de la cadena de valor en la empresa.

La segunda se enfoca en que la empresa y su capacidad dinámica basada en los recursos naturales permiten resultados óptimos en relación con la competencia, para ello, la empresa debe interactuar constantemente con su talento humano y con el público externo, porque les permitirán adquirir información que les permita centrar estrategias y rutinas de fuerte impacto en el sector empresarial.

Y finalmente, las estrategias para la base de la pirámide económica, en donde las personas que forman el colectivo ubicado en la base de la pirámide son grupos potenciales para abarcar creativamente para generar nuevas oportunidades y contribuir a la erradicación de la pobreza, entre otras necesidades.

Lo anterior se logra cuando las grandes organizaciones trabajan en asocio con civiles de la sociedad y entidades gubernamentales, para que sean ellos quienes lleven proyectos de cambio a los sectores más necesitados. Por ejemplo, el Banco Mundial y las Naciones Unidas consolidan

grandes alianzas con los gobiernos, las agencias de ayuda humanitaria y demás colaboradores para intervenir zonas con nivel altos de violación de los derechos humanos, conflicto armado, utilizando recursos empresariales como aporte al cambio de esas realidades.

En consecuencia, “Prahalad y Hammond (2002) expusieron que existe la oportunidad para innovar bienes o servicios, a través de los grupos sociales que tienen bajo poder adquisitivo, por tanto, solo pueden adquirirlos o acceder a ellos mediante aplicaciones nuevas, con una producción de bajo costo, adaptados a las necesidades de estas poblaciones.” (Tinoco, 2013, p. 27)

2.2.4 El principio de la Responsabilidad Pública. Este fundamento filosófico sugiere que “el comportamiento social es algo natural y consolidado cuando cualquier organización es consciente de su antropología social y acaba reconociendo que su actividad afecta a la sostenibilidad colectiva.” (Cueto & DelaCuesta, 2019, p. 11)

Por ello, debe existir legítimamente la exigencia social en el sector público para una gestión correcta de la RSE, bajo la actuación respetuosa y ejemplar tanto con el espíritu empresarial como con el cumplimiento de la ley (políticas públicas); es decir, que la opinión pública debe hacer parte de la comprensión de las leyes de Estado, para que las entidades gubernamentales y las empresas junto con la sociedad civil y los agentes de ayudas humanitarias intervengan unánimemente en las prácticas de desarrollo sostenible dentro del marco legal.

Según Cueto y De la Cuesta (2019) la gestión de la RSE desde las bases teóricas ofrece distintas utilidades y enfoques para las empresas, aplicadas también a la Administración Pública, las cuales son:

1. Enfoque instrumental: beneficiarse del factor diferencial o la ventaja competitiva.
2. Enfoque político: legitimar el poder corporativo a través de pruebas de su ejercicio de forma responsable.
3. Enfoque stakeholders: alinear las políticas y procedimientos con las demandas de los grupos de interés.
4. Enfoque ético: impulsar conductas éticas de la organización frente a la sociedad.
5. Enfoque poliédrico: reforzar la reputación, la legislación y confianza ante la sociedad a través de una gestión responsable integral. (p. 12)

2.2.5 La gestión de los grupos implicados o Stakeholders. Esta teoría se orienta hacia las personas que hacen parte de las prácticas empresariales y que se ven afectados por sus políticas, integrando a los accionistas, propietarios, empleados y sociedad. Son ellos quienes pueden impactar en las actividades de proyección de las empresas a partir del reconocimiento y valoración ética por los recursos socioambientales. Por lo cual, realiza cuatro revisiones con enfoques teóricos diferentes como lo advierte Pico (2016), de la siguiente manera:

1. Enfoque de los interesados a la teoría normativa del negocio.
2. Enfoque de los interesados al gobierno corporativo y la teoría de la organización.
3. Enfoque de los interesados a la responsabilidad social y rendimiento social. (p. 16)

Todo eso permite comprender que todos los stakeholders establecen una serie de relaciones que conlleva un contrato jurídico, social y moral y posteriormente, deben poseer una responsabilidad social desde el sentido ético empresarial. Por ejemplo, los proveedores de recursos críticos son personas que se pueden oponer al desarrollo de un proyecto o a alguna de las prácticas utilizada por una empresa sino se les tiene en cuenta desde el primer momento de la planificación del proyecto, de allí la importancia de inmiscuir a los stakeholders en el ejercicio empresarial desde sus primeras líneas de acción estratégicas, porque se debe tener muy presente su identificación, valoración, seguimiento y gestión.

“Los temas fundamentales examinados en esta propuesta son la cooperación entre los grupos de interés y la empresa, con el propósito de maximizar los beneficios mutuos y la eficiencia de las estrategias de manejo de intereses conflictivos”. (Tinoco, 2013, p. 30). En síntesis, la teoría de los stakeholders es una propuesta de responsabilidad ampliada de las empresas que se fundamenta en varias teorías de la ética normativa.

2.2.6 La Ciudadanía Corporativa. Este enfoque incluye la búsqueda de la legitimidad social o el desempeño social corporativo a través de procesos que ofrezcan respuestas oportunas e idóneas a determinados problemas sociales. Además, desde la academia la empresa es entendida como ‘ciudadano’, con una visión cultural de diálogo permanente con las comunidades. Para ello, las organizaciones desarrollan sus actividades en función a la RSE, desde los aspectos económicos, legales, éticos y filantrópicos.

“Como buen ciudadano la empresa debe tener en cuenta la trascendencia de sus actos y ser consciente de su poder de influencia o transformación en todos los ámbitos y actuar de manera consecuente con unos valores cívicos y humanos.” (Guzmán, 2015, p. 1)

Al mismo tiempo, la empresa se visiona a partir de la responsabilidad económica, buscando la rentabilidad para sus inversionistas o colaboradores, igualmente bajo la responsabilidad legal que les obliga cumplir con el marco jurídico de acuerdo a las acciones mercantiles que desempeñe. Además, “el concepto en el sector empresarial se inclina a la Responsabilidad Social Empresarial donde se encuentra más identificada con programas o proyectos; la ciudadanía corporativa implica procesos de gestión” (Guzmán, 2015, p. 1), esos programas son aportes reales al constructo de la sociedad.

La Ciudadanía Corporativa (en adelante CC) junto con la ética y la responsabilidad social aportan a los principios de innovación y diferenciación empresarial, generándose una asimetría entre lo que dicen las directivas de la empresa y lo que hacen en conjunto para fortalecer la confianza del público en la marca o en la organización. Con respecto a los programas de CC, no pueden ser percibidos como estrategias de marketing, porque los primeros tienen enfoque real de sustentabilidad en el tiempo, mientras que los segundos son creados para ganar la opinión de las personas en lazos de tiempo según los productos o servicios que van sacando al mercado competitivo. “No basta con firmar el Pacto Mundial. Para garantizar el cumplimiento de los principios las empresas deben asumirlos como parte esencial de sus estrategias y operaciones.” (Guzmán, 2015, p. 1)

Siguiendo con las bases teóricas de la RSE, el siguiente grupo está integrado por aportes sobre teorías políticas que fueron estudiadas y planteadas para alienar la responsabilidad de las empresas con el poder social, en la medida que se van insertando en una sociedad determinada.

Las teorías políticas son ese tipo de conexiones existentes entre empresa y sociedad, que luego pasa a ser la interacción entre poder y posición, para posteriormente asumir una inherente responsabilidad empresarial. Los estudios al respecto explican que existe un contrato entre las organizaciones y la comunidad, otorgado por el poder e influencia que tiene cada organización sobre la economía. Corresponden al grupo en moción las siguientes:

2.2.7 El Contrato Social. Esta teoría desde los estudios de Juan Jacobo Rousseau (1910) se estructura para hacer nacer una población virtuosa por medio de las instituciones públicas y no solamente de crear un pueblo libre. Esto quiere decir que, los mecanismos y reglas de regulación de los intercambios sociales han de evolucionar e incluso adaptarse.

Actualmente se puede señalar que ésta teoría ha pasado por dos etapas importantes; la primera corresponde a las propuestas de la filosofía social y política que se remontan a planteamientos que suelen considerarse como representativos del llamado «contractualismo clásico» de sus originarios pensadores Rousseau u Hobbes, basándose en un compromiso que buscaba un equilibrio entre el capitalismo “como forma de organización económica, mediante el funcionamiento de los mercados y la propiedad privada, y la intervención del Estado en todos los ámbitos en base a los derechos democráticos.” (Aragón, 2014, p. 30)

A causa de ello, esa época avanzó con el aumento de la productividad de los sectores más dinámicos y abiertos a la competencia; sin embargo, los gastos en apoyo a las familias, en estímulo a la educación infantil, la garantía de acceso a vivienda, fueron entre otros, “algunos de los programas y actuaciones que sufrieron dificultades en Europa por la carencia de empleos dignos a los jóvenes o la fortísima caída de la natalidad en algunas regiones.” (Aragón, 2014, p. 30)

Por ello, para atender las demandas de los jóvenes que exigían cambios, pero a su vez garantizar los derechos de la población mayor, aparece un nuevo contrato social contemporáneo, dirigido a reordenar los mecanismos que aportan regulación a los intercambios sociales. Esta nueva visión integradora se fundamenta en políticas de desarrollo de una Unión Fiscal que “garantice la suficiencia de recursos basada en la equidad, la progresividad, la transparencia y la solidaridad que exige el actual Estado de bienestar, para impedir y combatir la evasión, el fraude y la elusión fiscal, e igualmente los paraísos fiscales.” (Aragón, 2014, p. 37). En tal sentido, se convirtió en un contrato social integrador puesto que ayuda a fomentar el crecimiento medioambiental sostenible y la convergencia económica y de bienestar entre los países.

2.2.8 El Constitucionalismo Corporativo. Se establece a partir de la premisa de que “toda empresa sin importar el sector de la economía al que pertenece es una institución social que debe ejercer de forma responsable, dado que está sujeta a la ecuación del poder social.” (Tinoco, 2013, p. 28). Esto indica que, cuando la economía de la empresa aumenta en tamaño y participación, las decisiones tomadas en ella terminan afectando el entorno donde se desarrolla el negocio.

Por tal razón, los representantes de la jerarquía empresarial han de analizar las perspectivas que poseen con relación a la situación en la que se enfrenta su empresa y así lograr comprometerse con la sociedad; en otras palabras, la responsabilidad gerencial debe ser identificada y dirigida. Por lo tanto, la RSE se centra en el análisis de las relaciones entre el Estado y las empresas, las empresas y la sociedad. De acuerdo con María Luz Álzate (2011), la perspectiva de la RSE se deslumbra de la siguiente manera:

El reconocimiento de la actual indeterminación de los límites entre lo local y lo global o lo público y lo privado, por la paulatina desregulación estatal de los asuntos comunes a los ciudadanos y el fortalecimiento del modelo económico del libre mercado, obliga la emergencia de definiciones sobre el Bien Común desde el potencial poder de cambio que encarnan las distintas iniciativas ciudadanas y corporativas en general. (p. 226)

Otras de las bases teóricas de la RSE, son las teorías denominadas éticas establecidas así porque cambian la relación empresa-sociedad a partir de la incorporación de principios que expresan lo que se debe y no se debe hacer respecto a la necesidad de construir una sociedad mejor. Para su comprensión se muestran los siguientes enfoques o subteorías:

2.2.9 Los Derechos Universales involucrados en la Gestión Empresarial. A nivel global el actor más importante del presente siglo es la sociedad civil organizada, la cual exige a través de movilizaciones el debido cumplimiento de sus derechos humanos que incluye en ellos los laborales y el respeto por el Medio Ambiente. Su máximo exponente es el doctor (Annan),

Secretario de la Naciones Unidas, quien estudió y elaboró el Pacto Global, para promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global. Este se centra en conciliar intereses de organizaciones, con demandas y valores de la sociedad civil, sobre la base de diez principios de transversalización para la empresa en función a los valores fundamentales de su actividad, los cuales según el Pacto Global Colombia (2020) son:

a) Derechos Humanos Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos universalmente. Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos. b) Estándares Laborales Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Principio 4: Deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil. Principio 5: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

c) Medio Ambiente Principio 6: Las Empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente. Principio 7: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio 8: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. d) Anticorrupción: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno. (p. 1)

2.2.10 El Desarrollo Sostenible. El término aparece por primera vez de forma oficial en el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987) sobre el futuro del planeta y la relación entre medio ambiente y desarrollo. Este enfoque teórico sostiene que el sistema productivo y la economía están vinculados con el medio ambiente totalmente; por lo tanto, a medida que el sistema económico crece ocasiona permanentemente mayores tensiones sobre los ecosistemas naturales porque requiere mayor volumen de recursos y despliega grandes cantidades de contaminantes perjudiciales para el bienestar de las comunidades.

Por lo tanto, las empresas deberán evaluar su propia sostenibilidad para obtener resultado que incorpore beneficios de impacto social y de responsabilidad con el cuidado y conservación de los ecosistemas naturales. Para lograrlo, “los poderes públicos, empresas y sociedad civil en conjunto trabajaran de manera coherente a fin de reconciliar estos retos económicos, sociales y medioambientales. A largo plazo, no hay desarrollo posible si no es económicamente eficaz, socialmente equitativo y ecológicamente tolerable.” (Francia, 2020, p. 1)

2.3 Marco conceptual

Responsabilidad Social Empresarial: los estudios convencionales sobre la RSE abordan el término como dinamizador, en el sentido estricto de la instrumentalización, la integralidad, el carácter político y el ético del desarrollo empresarial.

“Es el conjunto de obligaciones y compromisos, tanto legales como éticos, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.” (Jácome, Salazar, & Borja, 2017, p. 1150)

Para los autores citados, las empresas deben asumir valores y obligaciones desde un carácter normativo no vinculante, es decir, legalmente no tiene obligatorio cumplimiento. Ahora bien, es un tema que ha cobrado especial importancia en las últimas décadas, “dicha importancia se ha visto plasmada en un contexto internacional por la proliferación de normativas e índice cuyo objetivo fundamental es establecer patrones en donde las empresas divulguen información respecto a las prácticas en temas relacionados a la RSE.” (Valenzuela, Jara, & Villegas, 2015, p. 319)

Sector empresarial: en el quehacer empresarial corresponde la RSE a “una nueva visión de la gestión estratégica y de la ética corporativa de las organizaciones, donde el cambio tecnológico, económico y cultural, han terminado por redefinir la relación que éstas tienen con sus públicos y con el entorno” (Mellado, 2009, p. 1), por ello, considerando a las MiPyMEs como un elemento trascendental en la economía y composición social en el sector empresarial, RSE puede cumplir en la gestión de sus intangibles y en la producción de valor un papel preponderante.

El concepto de sector empresarial corresponde a esa clasificación que se la otorga a las empresas de acuerdo a la actividad que efectúan y se dividen en: primarios, secundarios, terciarios y cuaternarios. El primer sector está estrictamente relacionado con la obtención de recursos naturales y materias primas (ganadero, pesquero, agrícola, forestal y minero). El sector secundario lo integra aquellos productos de transformación de la materia prima para generar productos semielaborados o terminados, por ende, los subsectores que pertenecen a esta línea empresarial son: el industrial, el energético, minero (porque también se generan residuos que

permiten la creación de productos) y el sector de la construcción. El sector terciario está orientado a la prestación de servicios, como: transportes, comunicaciones, comercial, turístico, sanitario, educativo, financiero y de la administración. El último y no menos importante, es el sector cuaternario que produce servicios relacionados con la información y el conocimiento tales como: investigación, desarrollo, e innovación.

Empresas del Servicio Público: su objeto misional es la prestación de uno o más de los servicios públicos a los que aplica la Ley 142 de 1994 en su artículo 18, realizando una o varias de las actividades complementarias, o una y otra cosa. Esta ley se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía [fija] pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural. (Ley 142, 1994, art 1)

Sociedad: la concepción de la sociedad desde el enfoque teórico estudia es sistema de relaciones de poder y también las relaciones de significado, en tal sentido, se considera una estructura objetiva cuyas articulaciones pueden ser observadas materialmente, medidas y trazadas independientemente de las representaciones de los que viven en ella.

“La sociedad es cambiante y tiene transformaciones (Tedesco, 1999), de la sociedad feudal se pasó a la sociedad preindustrial, después a la sociedad industrial y actualmente se vive en la sociedad de la información”. (Tobon, Guzmán, & Silvano, 2015, p. 1)

2.4 Marco legal

Si bien el siglo XX y la primera década del siglo XXI fueron y han sido testigos históricos del proceso por el cual las empresas han adoptado la RSE como parte de su gestión empresarial, en Colombia la Constitución Política someramente trata el tema en su artículo 333, de la siguiente manera:

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Const, 1991, art.333)

Lo cierto es que, la Constitución Política colombiana no explica con detalle en ninguno de sus artículos aquello que debe entenderse por RSE. Sin embargo, en materia de Derechos Humanos el artículo 93 establece que:

Los tratados y convenios internacionales ratificados por el Congreso, que reconocen los derechos humanos y que prohíben su limitación en los estados de excepción, prevalecen en el orden interno. Los derechos y deberes consagrados en esta Carta, se interpretarán de conformidad con los tratados internacionales sobre derechos humanos ratificados por Colombia... (Const., 1991, art 93)

En materia laboral en el (artículo 25) de la Carta Magna se consagra el trabajo como un derecho fundamental y obligación social, a su vez, el (artículo 55) trata sobre el deber de garantizar el derecho de negociación colectiva, promover la concertación y demás medios para la solución pacífica de los conflictos colectivos de trabajo.

Igualmente, en su (capítulo 9) establece como deber de la persona en el inciso 8 que la calidad de colombiano obliga al ciudadano a “proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano” (Const., 1991, art 95). Asimismo, el artículo 79 establece que “es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica.” (Const., 1991, art 79)

Los derechos ambientales son consagrados en la (Ley 99, 1993) ligando el tema de RSE al concepto de Desarrollo Sostenible, que “es aquel que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades”. (p. 9)

La Ley en mención recoge también los principios contenidos en la Declaración de Río de Janeiro sobre el medio ambiente y desarrollo realizado por la ONU en 1992. Otra de las leyes referentes al medio ambiente es la (Ley 164, 1994) que trata la problemática del cambio climático y se aprueba la ‘Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático’.

La Corte Constitucional como máximo tribunal del país ha proferido con especial relevancia sobre el tema de RSE la (Sentencia T-247-10), en ella, expresa que “los programas de responsabilidad social responden a la necesidad de que la empresa, en cuanto sujeto que actúa al interior de la sociedad, sea partícipe del desarrollo y promotor del bienestar del sujeto colectivo en que se lleva a cabo su actividad. Al ser la empresa un actor que se involucra en una determinada comunidad.” (Corte Constitucional, 2010)

De ella se concluye que la RSE implica prácticas con íntima conexión al principio de solidaridad –axial al Estado social- y tiene deberes constitucionales propios de los actores con posibilidad de influir en el desarrollo en concreto de derechos fundamentales. Por otra parte, las empresas en todo el mundo se enfrentan a nuevos retos y deben ceñirse a considerables normas técnicas que les permita y acredite divulgar programas y estrategias de gestión RSE, algunas de las más reconocidas son las siguientes:

ISO 26000: Es la norma preparada por el ISO/TMB Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social, que tiene como objetivo de:

Proporcionar una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con la responsabilidad social, y los métodos para implementar los principios de responsabilidad social en las actividades diarias de una organización, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de stakeholders. Para ello, cuenta con siete ejes verticales de acción: Gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, el medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad. (ISO26000, 2010, p. 8)

AA 1000: Es una herramienta normativa para el aseguramiento de la sostenibilidad AccountAbility, la cual, está proporciona una plataforma para “alinear los aspectos no financieros de la sostenibilidad con los informes financieros y el aseguramiento de sostenibilidad”, (AccountAbility, 2017, p. 6), además, sirve para ir más allá de la simple verificación de datos, evaluar cómo las organizaciones gestionan la sostenibilidad y reflejar dicha gestión y el desempeño resultante en su informe de aseguramiento

SA 8000: Es una norma certificable de aplicación voluntaria creada por la organización estadounidense Social AccountAbility International, con el objeto de promover la responsabilidad laboral a través de mejores condiciones laborales. “Mide el desempeño social en nueve áreas importantes para la RSE: trabajo infantil, trabajo forzoso u obligatorio, salud y seguridad, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, remuneración y sistema de gestión.” (AccountAbility, 2019, p. 3)

SGE 21: El Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable es una norma europea que permite implantar, auditar y certificar un sistema de gestión ético y responsable. Desarrolla los requisitos que permiten establecer, implantar y evaluar en las organizaciones el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable. Implantar este sistema supone para la dirección de la organización un convencimiento de su capacidad de generar un liderazgo responsable. (Foretica, 2020, p. 1)

Global Reporting Initiative -GRI: Su posición es desde la Sostenibilidad y pretende contribuir a informar sobre la mejora o el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global de las organizaciones. (Alliances, 2018, p. 5)

ETHOS: Los indicadores Ethos son una herramienta digital que permite “que las organizaciones acompañen la gestión de la Responsabilidad Social de sus proveedores y clientes, con acceso a esas informaciones, siempre y cuando obtengan autorización para ello. Está organizado en siete temas: a) Valores, transparencia y gobierno corporativo; b) Público interno; c) Medio Ambiente; d) Proveedores; e) Consumidores y clientes; f) Comunidad; g) Gobierno y Sociedad”. (ETHOS, 2012, p. 4)

La utilidad de las normas presentadas es que constituyen una regla a la que se deben ajustar las conductas y actividades de las organizaciones, con lo que se espera facilitar el inicio e implementación de proyectos de RSE en las empresas.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Este estudio parte de una investigación descriptiva en el área del conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, debido a que, en palabras de Abreu (2012) corresponde al conjunto de pregunta de investigación, diseño y análisis de datos que se aplica a un tema determinado, este puede ser cuantitativo o cualitativo, incluyendo las colecciones de información que pueden ser tabuladas a lo largo de un continuo tiempo en forma numérica, como las puntuaciones en una prueba, o puede describir categorías de información como el género o los patrones de interacción cuando se utiliza la tecnología en una situación de grupo. (p. 192)

Atendiendo a lo anterior y según la manera de obtener los resultados, se apoyará en un diseño cuantitativo pues se ahonda en el tema de RSE a través de la recopilación de datos usando herramientas matemáticas o estadísticas para medir las prácticas desarrolladas en las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN. Igualmente, es importante mencionar que el estudio goza de un método no experimental porque en su grado de manipulación las variables no son controladas sino que se analiza el fenómeno a través de la observación de su contexto.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población. El universo constitutivo del estudio es de dos empresas dedicadas a la prestación del servicio de acueducto y alcantarillado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, que son ESPO y ADAMIUAIN; la primera fue creada como sociedad anónima y la

segunda es una asociatividad, ambas con enfoque de E.S.P (Empresas de Servicios Públicos). Respecto a los trabajadores, la empresa ESPO S.A tiene 60 personas en su recurso humano y ADAMIUAIN 15 personas, entre personal de nómina y contratación sin distinción de género, a ellos fue a quienes se les hizo la intervención como público interno de las empresas para conocer el hacer de RSE con empresas prestadoras de servicios domiciliarios.

3.2.2 Muestra. Para determinar el muestreo es importante hacer uso de la siguiente fórmula probabilística:

Fórmula aplicar:
$$n = \frac{N (p \cdot q)(Zc)^2}{(N-1)E^2 + [(Zc)^2 \cdot p \cdot q]}$$

N: Población

Zc: Nivel de confianza

E: Error dispuesto a asumir (inferior a 10%)

p: Proporción de aceptación

q: Proporción de rechazo

Muestreo para la empresa ESPO S.A

N: 60 personas

Zc: 95% = 1.96

E: 5%

p: 50% = 0.5

q: 50% = 0.5

$$n = \frac{60 (0.5 * 0.5)(1.96)^2}{(60 - 1) * (0.05)^2 + [(1.96)^2 * 0.5 * 0.5]}$$

$$n = \frac{60 * 0.25 * 38416}{59 * 2.5 + [38416 * 0.25]}$$

$$n = \frac{576}{29 + 0.9604}$$

$$n = \frac{576}{29.9604}$$

$$n = 20$$

Muestreo para la empresa ADAMIUAIN

N: 15 personas

Zc: 95% = 1.96

E: 5%

p: 50% = 0.5

q: 50% = 0.5

$$n = \frac{15 (0.5 * 0.5)(1.96)^2}{(15 - 1) * (0.05)^2 + [(1.96)^2 * 0.5 * 0.5]}$$

$$n = \frac{15 * 0.25 * 38416}{14 * 2.5 + [38416 * 0.25]}$$

$$n = \frac{144}{35 + 0.9604}$$

$$n = \frac{144}{35.9604}$$

$$n = 6$$

3.3 Instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

Para conocer la percepción de los sujetos de estudio se optó por utilizar la técnica de encuesta estructurada con preguntas cerradas, a partir de la formulación de un cuestionario de selección como instrumento de ayuda que se caracteriza por ser de fácil codificación y análisis, generando un esfuerzo mínimo para su diligenciamiento por parte de los participantes puesto que no tenían que escribir textos sino seleccionar ítems de respuesta y tampoco se necesita que verbalicen pensamientos, sino marcar alternativas que describan mejor su respuesta. La finalidad de la técnica es “obtener información de encuestados, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias, también es una estrategia de información en la cual se utilizan formularios destinados a un conjunto de personas y son idénticos para todos.” (Passos, 2015, p. 76)

Por otra parte, la opción complementaria para la obtención de información es recabar documentación en el caso de que existe registro de acciones y programas, fotografías y demás recursos, para hacernos una idea del desarrollo y las características de las prácticas de RSE en las empresas.

3.4 Análisis de información

Para decodificar los datos de la encuesta el procedimiento regular fue la tabulación y graficación usando Microsoft Office Excel, por cada una de las preguntas que forman parte del formato entregado y diligenciado por los participantes, luego se incluyeron en este documento con su respectivo análisis como parte de los resultados de la investigación.

Capítulo 4. Resultados

En la presente sección se exponen los datos e información obtenidos durante el proceso de estudio del uso de la RSE dado por las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN. Estos resultados mostraron la manera cómo las empresas de servicios de acueducto y alcantarillado de Ocaña se responsabilizan socio-ambientalmente por sus acciones empresariales. Por tal razón, mediante este estudio se espera que las directivas y trabajadores de las empresas continúen midiendo su desempeño frente a los objetivos sociales que ha establecido para sí mismas, como parte de la toma de decisiones, la misión, principios y su conducta empresarial.

4.1 Abordaje de la Responsabilidad Social Empresarial relacionada con su uso en empresas de servicios domiciliarios

La primera actividad del proceso de investigación fue la visita a las sedes de las empresas ESPO y ADAMIUAIN para presentar a las directivas o Gerente la propuesta sobre el análisis de la RSE en ellas, obteniendo la aceptación por su parte a través de una carta de validación o constancia de aprobación (apéndice B. Aval de las empresas para el proyecto de estudio del uso de la RSE).

No obstante, se presentó una limitante o amenaza que no se tenía contemplada, hablamos sobre la problemática de la pandemia COVID-19, la cual, impidió que durante el primer semestre del año 2020 se pudiese trabajar con normalidad y obligó a la ciudadanía a pasar tiempo en casa protegidos del contagio, motivo que hizo suspender toda actividad de contacto entre grupos y por ello, el proyecto no avanzó durante los meses anteriores en la realización de las técnicas

establecidas; es de aclarar que la encuesta no se pudo hacer de manera virtual con el público objeto de estudio porque las empresas en sus políticas tienen prohibido la entrega de información de los trabajadores a personal externo, así que ni los correos electrónicos ni los números de celular fueron facilitados sin autorización personal.

4.1.1 Tabulación, gráficas y análisis de la encuesta. Se elaboró un cuestionario de 15 preguntas de selección y marcación, de fácil interpretación, con información que el público interno de ESPO y ADAMIUAIN conoce y puede dar respuesta de acuerdo a su nivel de experiencia y conocimiento del ítem valorativo. (apéndice C. Formato de la encuesta)

El formato consta de dos incisos, el primero es la información del encuestado respetando la confidencialidad del trabajador, una definición de RSE y un texto de apreciación por su participación; el segundo contempla todo el compendio de preguntas con sus ítems de selección de respuesta, en ellas existen valoraciones dicotómicas (Si-No), la escala de Likert, también se pueden marcar con X e incluso aparecen imágenes para hacer la encuesta atractiva.

La finalidad de la técnica en mención fue analizar datos sobre la percepción de los trabajadores de las empresas de servicios de acueducto y alcantarillado del municipio de Ocaña frente al uso de la RSE en ellas, como parte de su cultura organizacional y apoyo a los demás actores que se ven involucrado y/o afectados por su hacer empresarial. En cuanto a la exposición de los datos, se presenta la información de las dos empresas utilizando una gráfica para ambas empresas por cada pregunta y una tabla general por cada ítem valorativo, haciendo un análisis triangular entre las dos por cada pregunta para mayor comprensión de la encuesta, recordando

que el muestreo para ESPO es de 20 personas y para ADAMIUAIN es de 6 personas, como indica el capítulo anterior.

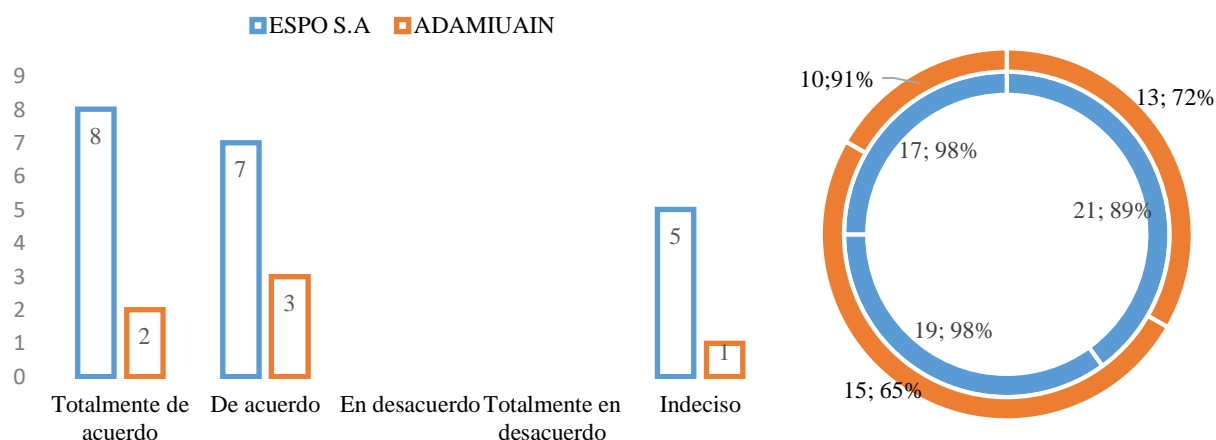


Figura 1. ¿La empresa como prestadora de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico, es consciente de su interdependencia con el ambiente y realiza una gestión de la Responsabilidad Social Empresarial integral de manera proactiva? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 1

Valoración a la primera pregunta ¿la empresa como prestadora de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico, es consciente de su interdependencia con el ambiente y realiza una gestión de la Responsabilidad Social Empresarial integral de manera proactiva?

ÍTEMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Totalmente de acuerdo	8	21,89%	2	13,72%
De acuerdo	7	19,85%	3	15,65%
En desacuerdo	0	0%	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%
Indeciso	5	17,98%	1	10,91%

Nota. De los 26 encuestados entre ambas empresas el ítem más valorado fue TOTALMENTE DE ACUERDO. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre integralidad de la RSE al hacer organizacional de ESPO y ADAMIUAIN

La frecuencia de las dos variables de análisis (interdependencia con el ambiente y gestión de la RSE) mostradas en la tabla 1 y sus respectivas gráficas (datos/porcentajes), revelan que un 70,76% de los encuestados a manera general sí están de acuerdo en que las empresas ESPO y ADAMIUAIN prestadoras de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico integran de manera proactiva en su hacer organizacional la RSE. Es decir, que tratando de mejorar las empresas sus directivas gestionan la responsabilidad teniendo en cuenta acciones sociales y ambientales en la toma de decisiones y en el comportamiento ante sus grupos de interés (internos y externos); se infiere entonces que, poseen un proceso de cambio en su cultura organizacional que les está ayudando en la evidencia y disponibilidad de sus trabajadores para integrarla.

Hay que mencionar que el 28,89% de los participantes están indecisos ante la pregunta, eso indica que les hace falta determinación para afirmar de manera segura si están o no de acuerdo con que la RSE es un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa donde labora. En otras palabras, poseen la dificultad o incapacidad para optar por una de las alternativas planteadas en el ítem de valoración, podría ser, porque no le dan relevancia ni participan activamente en las actividades que programan y desarrollan ambas empresas para aportar social y ambientalmente en el municipio.

De acuerdo a las exigencias del escenario empresarial “la RSE ofrece una nueva alternativa de «competir», que está concebida como la transferencia de valor agregado a la sociedad; valor que se espera que en el mediano o largo plazo se convierta en fuente de ventaja competitiva” (Aguilera & Puerto, 2012, p. 2)

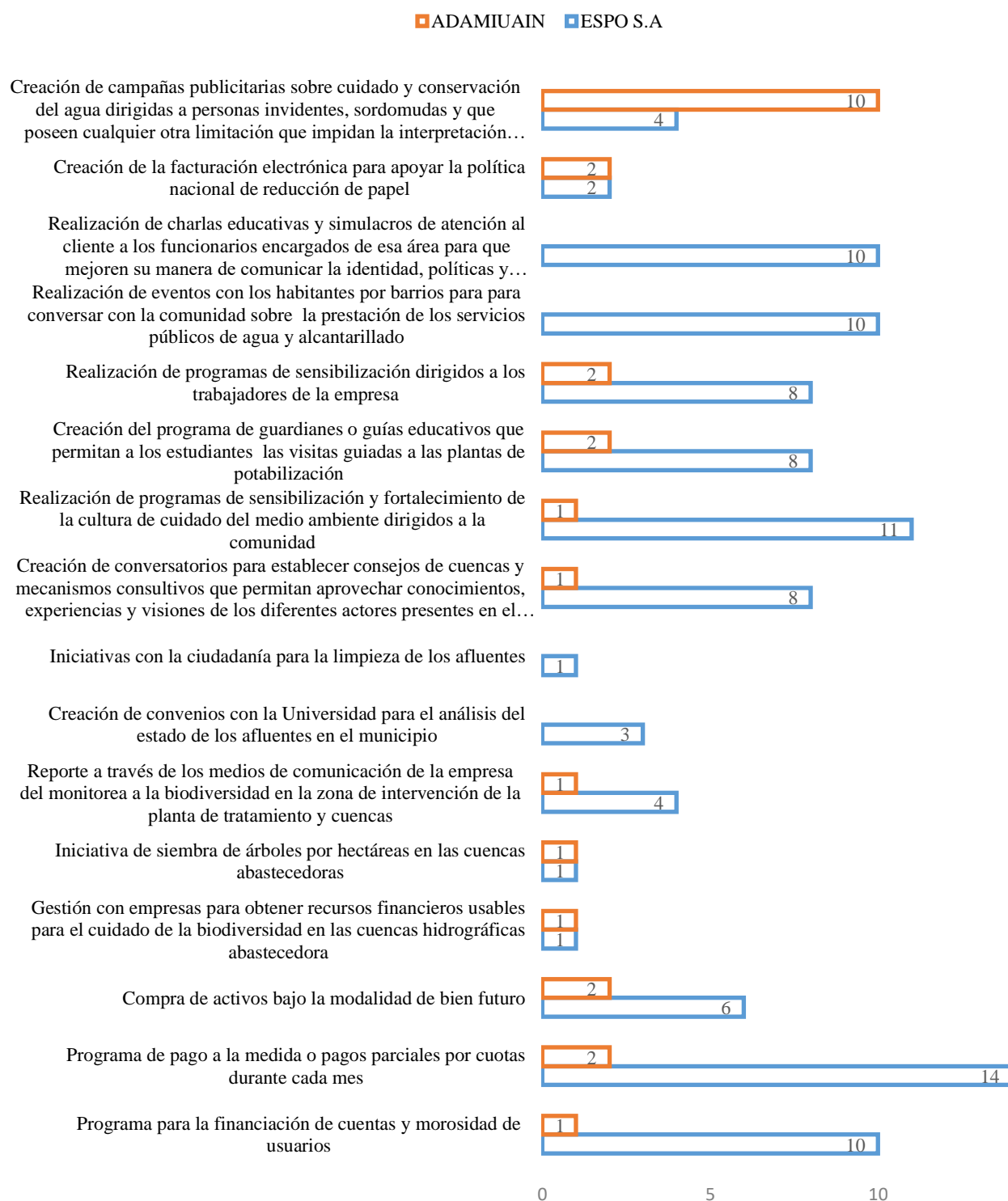


Figura 2. Marcar cuál o cuáles tipos de estrategias de RSE usualmente desarrolla la empresa
Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 2

Valoración al segundo ítem que se expresa como: a continuación, se muestra una tabla con diferentes tipos de estrategias de RSE que usualmente la empresa ha de realizar, seleccione ¿cuál o cuáles la empresa desarrolla?

ÍTEMS	ESPO	ADAMIUAIN
Programa para la financiación de cuentas y morosidad de usuarios.	10	1
Programa de pago a la medida o por cuotas durante cada mes.	14	2
Sistema de agua prepago con seguimiento de tarjeta y medidor en comodato.	0	0
Compra de activos bajo la modalidad de bien futuro.	6	2
Gestión con empresas para obtener recursos financieros usables para el cuidado de la biodiversidad en las cuencas hidrográficas abastecedoras.	1	1
Iniciativa de siembra de árboles por hectáreas en las cuencas abastecedoras.	1	1
Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitoreo a la biodiversidad en la zona de intervención de la planta de tratamiento y cuencas.	4	1
Creación de convenios con la Universidad para el análisis del estado de los afluentes en el municipio.	3	0
Programas de asocio con entidades para el pago de servicios ambientales a familias campesinas por la vigilancia de la fauna y flora cercanos a los afluentes.	0	0
Programa de fomento forestal con CORPONOR.	0	0
Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes.	1	0
Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores presentes en el territorio para una mejor gestión.	8	1
Realización de programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del medio ambiente dirigidos a la comunidad.	11	1
Creación del programa de guardianes o guías educativos que permitan a los estudiantes las visitas guiadas a las plantas de potabilización.	0	0
Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa.	8	2
Realización de eventos con los habitantes por barrios para para conversar con la comunidad sobre la prestación de los servicios públicos de agua y alcantarillado.	10	0
Realización de charlas educativas y simulacros de atención al cliente a los funcionarios encargados de esa área para que mejoren su manera de comunicar la identidad, políticas y servicios de la empresa.	10	0
Creación del programa de vigilancia vecinal para reducir o evitarlos hurtos de contadores en los barrios.	0	0
Creación de la facturación electrónica para apoyar la política nacional de reducción de papel.	2	2
Creación de campañas publicitarias sobre cuidado y conservación del agua dirigidas a personas invidentes, sordomudas y que poseen cualquier otra limitación.	4	10

Nota. Esta pregunta es de selección múltiple por lo cual algunas personas marcaron más de una opción de respuesta. Alsina, L & Cabrales C.L (2020) * Veinte opciones de respuesta; **Pregunta sobre tipos de estrategia de RSE desarrolladas en ESPO y ADAMIUAIN

La pregunta número dos presenta varias opciones de respuesta, de modo que los encuestados se encontraron con una pregunta multirespuesta categórica con 20 posibilidades de selección, de las cuales podían marcar una o varias estrategias valorativas que allí se exponen y que según su conocimiento y percepción son realizadas por las empresas donde laboran. Tras marcar en el lugar correspondiente del cuadro del formato de la encuesta, se denota que: por parte de los empleados de la empresa ESPO S.A la opción con máximo valor es el ‘programa de pago a la medida o por cuotas durante cada mes’ (14 personas votantes), seguido por la ‘realización de programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del medio ambiente dirigidos a la comunidad’ (11 personas votantes) y tres estrategias tuvieron la misma cantidad de votos (10 por cada una) que son ‘programa para la financiación de cuentas y morosidad de usuarios’, ‘realización de eventos con los habitantes por barrios para para conversar con la comunidad sobre la prestación de los servicios públicos de agua y alcantarillado’ y ‘realización de charlas educativas y simulacros de atención al cliente a los funcionarios encargados de esa área para que mejoren su manera de comunicar la identidad, políticas y servicios de la empresa’.

Por otra parte, en la empresa ADAMIUAIN el escenario de participación en la técnica dió como resultado máximo a la estrategia de ‘creación de campañas publicitarias sobre cuidado y conservación del agua dirigidas a personas invidentes, sordomudas y que poseen cualquier otra limitación’ (10 personas votantes), seguidamente las marcaciones fueron de 2, 1 y 0. Definidos los conjuntos de respuestas múltiples es importante tener claro que 20 personas debían responder el inciso por la empresa ESPO y 6 personas por la empresa ADAMIUAIN, revisando la

frecuencia de votos se evidencia que algunos respondieron una sola opción y que en la empresa ADAMIUAIN carecen de la implementación de muchas de las estrategias de RSE planteadas.

Según Peralta (2017) la Responsabilidad Social Empresarial aparece en el campo empresarial, de alguna manera por la constante violación de los derechos humanos, las consecuencias negativas causadas al medio ambiente y la permanente pobreza. Desempeña un lugar muy importante en las empresas como componente esencial en el logro de un desarrollo sostenible y el aumento del rendimiento económico. (p. 10)

La interpretación dada a esta pregunta se puede presentar a manera de matriz EFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) exponiendo las fortalezas y debilidades de las empresas del estudio, según las percepciones de los trabajadores encuestados.

Tabla 3

Fortalezas y debilidades de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN

MATRIZ EFI		
Empresas	Fortalezas	Debilidades
ESPO S.A	F1. Programa de pago a la medida o por cuotas durante cada mes. (Alta) F2. Realización de programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del medio ambiente dirigidos a la comunidad. (Alta) F3. Programa para la financiación de cuentas y morosidad de usuarios. (Alta) F4. Realización de charlas educativas y simulacros de atención al cliente a los funcionarios encargados de esa área para que mejoren su manera de comunicar la identidad, políticas y servicios de la empresa. (Alta) F5. Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos	D1. Sistema de agua prepago con seguimiento de tarjeta y medidor en comodato. (Alta) D2. Programas de asocio con entidades para el pago de servicios ambientales. (Alta) D3. Programas de asocio con entidades para el pago de servicios ambientales a familias campesinas por la vigilancia de la fauna y flora cercanos a los afluentes. (Alta) D4. Programa de fomento forestal con CORPONOR. (Alta)

Tabla 3. Continuación

	<p>consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores. (Media)</p> <p>F6. Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa. (Media)</p> <p>F7. Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitorea a la biodiversidad en la zona de intervención. (Baja)</p>	<p>D5. Creación del programa de guardianes o guías educativos para estudiantes. (Alta)</p> <p>D6. Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes. (Media)</p> <p>D7. Gestión con empresas para obtener recursos financieros usables para el cuidado de la biodiversidad en las cuencas hidrográficas abastecedoras. (Media)</p> <p>D8. Creación de la facturación electrónica para apoyar la política nacional de reducción de papel. (Baja)</p> <p>D9. Compra de activos bajo la modalidad de bien futuro. (Media)</p> <p>D10. Creación de campañas publicitarias sobre cuidado y conservación del agua dirigidas a personas con limitación. (Baja)</p>
ADAMIUAIN	<p>F1. Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes. (Alta)</p> <p>F2. Programa de fomento forestal con CORPONOR. (Alta)</p>	<p>D1. Sistema de agua prepago con seguimiento de tarjeta y medidor en comodato. (Alta)</p> <p>D2. Creación de convenios con la Universidad para el análisis del estado de los afluentes. (Alta)</p> <p>D3. Programas de asocio con entidades para el pago de servicios ambientales a familias campesinas por la vigilancia de la fauna y flora. (Alta)</p> <p>D4. Creación de campañas publicitarias sobre cuidado y conservación del agua dirigidas a personas invidentes, sordomudas y que poseen cualquier otra limitación. (Alta)</p> <p>D5. Creación del programa de guardianes o guías educativos que permitan a los estudiantes las visitas guiadas a las plantas de potabilización. (Alta)</p>

Nota. Esta tabla posee las valoraciones de la pregunta 2 de la encuesta dirigida a los trabajadores de ESPO y ADAMIUAIN, y son presentadas acá selectivamente como fortalezas y debilidades. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Matriz EFI

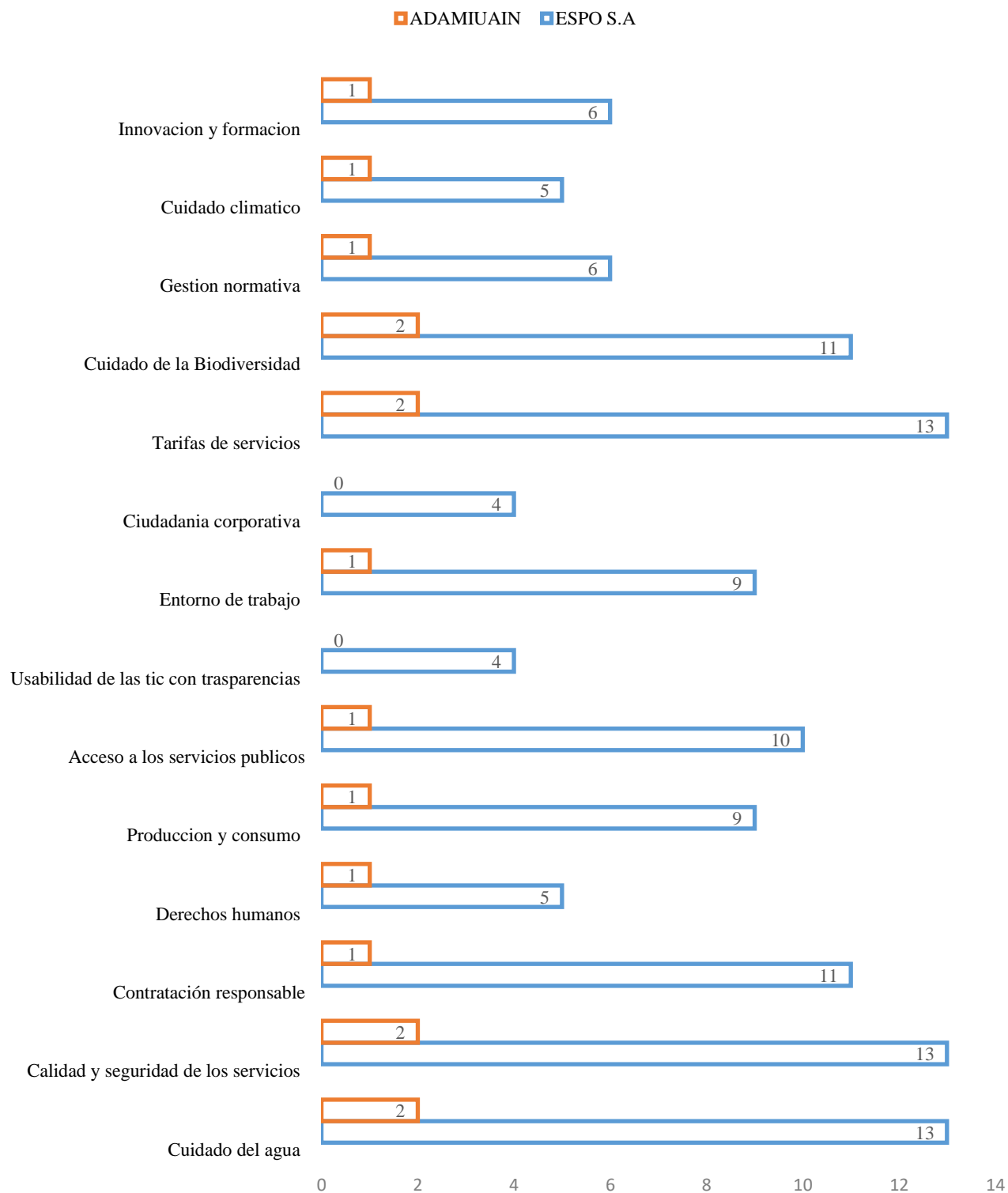


Figura 3. De los siguientes íconos que hacen parte de la Responsabilidad Social Empresarial, marque aquel o aquellos que considera son importantes y desarrollados por la empresa. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 4

Valoración al tercer ítem que se expresa como: de los siguientes íconos que hacen parte de la Responsabilidad Social Empresarial, marque aquel o aquellos que considera son importantes y desarrollados por la empresa

ITÉMS	ESPO	ADAMIUAIN
Cuidado del agua	13	2
Calidad y seguridad de los servicios	13	2
Contratación responsable	11	1
Derechos humanos	5	1
Producción y consumo	9	1
Acceso a los servicios públicos	10	1
Usabilidad de las TIC con transparencias	4	0
Entorno de trabajo	9	1
Ciudadanía corporativa	4	0
Tarifas de servicios	13	2
Cuidado de la biodiversidad	11	2
Gestión normativa	6	1
Cuidado climático	5	1
Innovación y formación	6	1

Nota. Esta pregunta es de selección múltiple por lo cual algunas personas marcaron más de una opción de respuesta. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Catorce opciones de respuesta; **Pregunta sobre los factores que hacen parte de la RSE

La definición de los conjuntos de respuestas múltiples se lleva a cabo de la misma forma que vimos en el apartado anterior, los 20 encuestados en ESPO y los 6 encuestados en ADAMIUAIN tuvieron la posibilidad de seleccionar más de una respuesta según consideraron son los factores de RSE que manejan sus empresas, dando como resultado general lo siguiente: en ESPO S.A los ítems más valorados fueron ‘cuidado del agua’, ‘calidad y seguridad de los servicios’ y ‘tarifa de servicios’ (13 votos por cada una), luego aparece con aceptabilidad las opciones de ‘Derechos Humanos’ y ‘cuidado de la biodiversidad’ (11 votos), en esa escala alta de valoración también se encuentra ‘acceso a los servicios públicos’ (10 votos) y ‘entorno de trabajo’ (9 votos).

El escenario de representación en ADAMIUAIN arrojó que las opciones más valoradas fueron ‘cuidado del agua’, ‘calidad y seguridad de los servicios’, ‘tarifas de servicios’, ‘cuidado de la biodiversidad’ (2 votos para cada una); no obstante, aquellas que aparecen con un voto no quiere decir que sea menos valorada, simplemente que fueron reconocidas una sola vez por algunos de los encuestados. Ahora bien, a diferencia del procedimiento expuesto en el apartado anterior, en este caso las variables no fueron estudiadas por orden de favorabilidad sino de representatividad, es decir, se quería conocer si las empresas objeto de estudio tienen en cuenta esos aspectos de la RSE, no para saber si son fortalezas o debilidades, simplemente para establecer que si existen dentro del hacer de responsabilidad socioambiental.

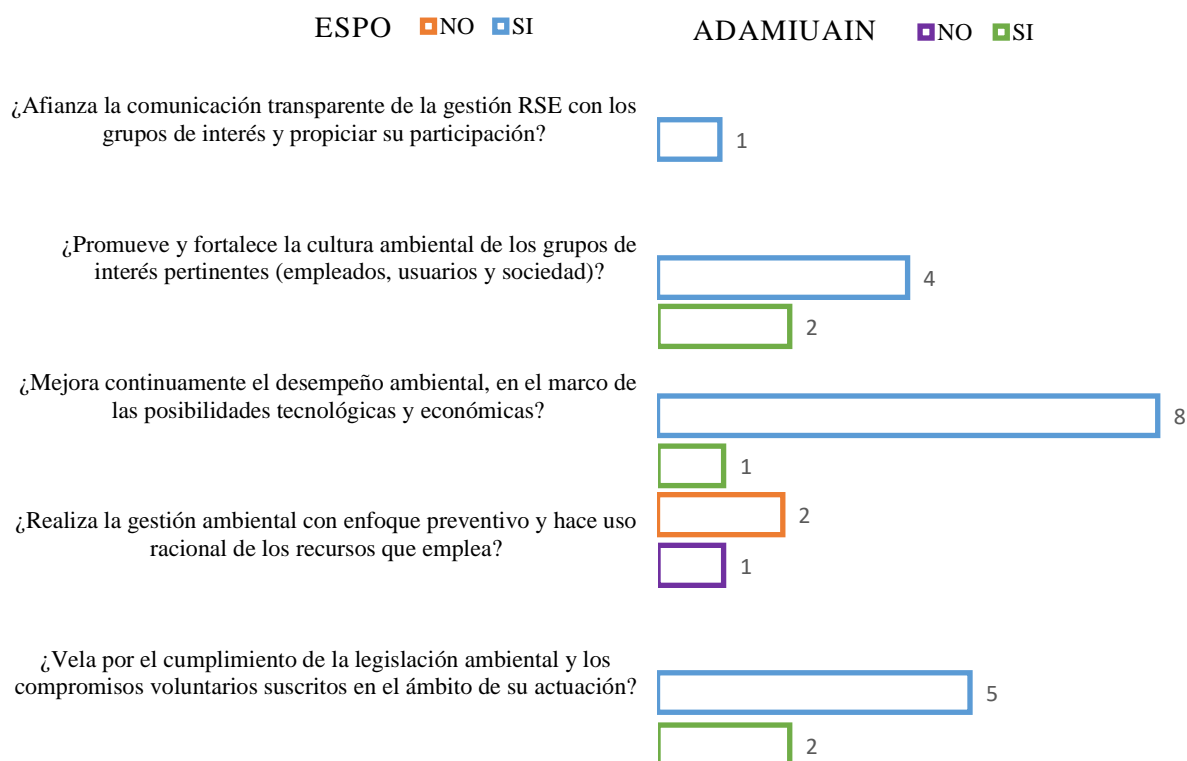


Figura 4. La empresa entre su política empresarial tiene presente los siguientes aspectos. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 5

Valoración al cuarto ítem sobre la empresa entre su política empresarial tiene presente los siguientes aspectos:

ITÉMS	ESPO		%		ADAMIUAI		%	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Vela por el cumplimiento de la legislación ambiental y los compromisos voluntarios suscritos en el ámbito de su actuación?	5		20%		2		30%	
¿Realiza la gestión ambiental con enfoque preventivo y hace uso racional de los recursos que emplea?		2		11%		1		20%
¿Mejora continuamente el desempeño ambiental, en el marco de las posibilidades tecnológicas y económicas?	8		44%		1		20%	
¿Promueve y fortalece la cultura ambiental de los grupos de interés pertinentes (empleados, usuarios y sociedad)?	4			15%	2			30%
¿Afianza la comunicación transparente de la gestión RSE con los grupos de interés y propiciar su participación?	1		10%					

Nota. Los datos tabulados son caracterizados por cada empresa, en ESPO obtuvo más respuesta el ítem 3 y en ADAMAUAIN el ítem 1 y 4 tuvieron igual valoración. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre la RSE en las políticas empresariales

La figura 4 es la unión de datos de ambas empresas con respuesta dicotómicas, por ello, se puede apreciar la diferenciación de valores por colores donde el SI de la empresa ESPO aparece de color azul y el NO aparece de color naranja, por su parte el SI de la empresa ADAMIUAIN se distingue por ser verde y el NO por su tonalidad morada; se expuso una sola gráfica con ambos resultados para no agregar un cuadro separado con los mismos ítems valorativos de un mismo inciso.

Aclarada la graficación y tabulación, la interpretación de los datos infieren que en ambas empresas el SI tiene mayor valor entre los encuestados; ahora bien, en los participantes de la empresa ESPO ocho (8) personas indicaron que el desempeño ambiental en el marco de las

posibilidades tecnológicas y económicas se mejora continuamente, siendo la de mayor significación con un 44%, seguido de cinco (5) votantes que subrayaron que la empresa vela por el cumplimiento de la legislación ambiental y los compromisos voluntarios suscritos en el ámbito de su actuación (20%), cuatro (4) más manifestaron que la empresa promueve y fortalece la cultura ambiental de los grupos de interés pertinentes, otorgándole un 15% de ponderación, dos (2) encuestados por su parte indicaron que la empresa no realiza la gestión ambiental con enfoque preventivo y hace uso racional de los recursos que emplea (11%) y una (1) empleado recalcó que ESPO afianza la comunicación transparente de la gestión RSE con los grupos de interés y propicia la participación.

En ADAMIUAIN los participantes destacan que la empresa vela por el cumplimiento de la legislación ambiental y los compromisos voluntarios suscritos en el ámbito de su actuación y también promueve y fortalece la cultura ambiental de los grupos de interés pertinentes, ambas con dos (2) votantes, es decir que cada uno obtuvo 30% de la ponderación, el restante se dividió en una votación afirmativa para la mejora continua del desempeño ambiental, en el marco de las posibilidades tecnológicas y económicas (20%) y otro votante (20%) pero con respuesta negativa sobre la gestión ambiental con enfoque preventivo y hace uso racional de los recursos que emplea (la empresa no realiza la gestión en mención) y el tema de afianzamiento de la comunicación transparente de la gestión RSE con los grupos de interés y la propicia participación es de total desconocimiento.

Es posible que ambas empresas prestadoras del servicio de acueducto y alcantarillado realmente no realizan la gestión ambiental con enfoque preventivo, por lo cual, los encuestados

le dieron una valoración negativa. Con respecto a la gestión ambiental es importante agregar que se refiere al proceso responsable que las empresas han de adoptar y manejar sobre el uso de recursos naturales requeridos para las actividades del negocio y en los impactos y riesgos generados.

“Lejos de ser una moda, la RSE o RSC en la actualidad se conforma como una práctica directamente vinculada con la actividad de las empresas y de las organizaciones que se valen del entorno, bien usando sus recursos (inputs) o abasteciéndolos (outputs).” (Gómez & Martínez, p.

1)

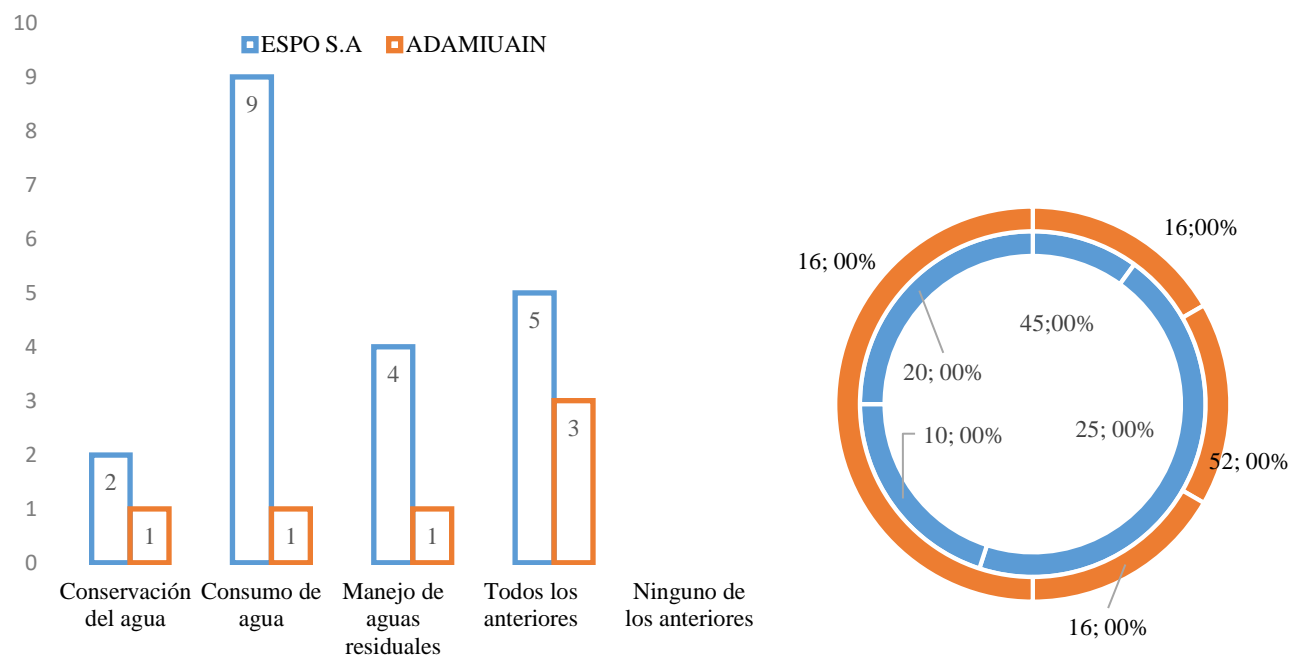


Figura 5. Como parte de la estrategia de cuidado del agua ¿qué métodos son los que utiliza la empresa? Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 6

Valoración al quinto ítem como parte de la estrategia de cuidado del agua ¿qué métodos son los que utiliza la empresa?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Conservación del agua (extracción y cuidado de los afluentes)	2	10%	1	16%
Consumo de agua (cuidados del recurso compartido)	9	45%	1	16%
Manejo de aguas residuales (disminución de la contaminación)	4	20%	1	16%
Todos los anteriores	5	25%	3	52%
Ninguno de los anteriores				

Nota. Esta pregunta fue de selección con única respuesta en ESPO el ‘Consumo de Agua’ obtuvo más valoración y en ADAMIUAIN la valoración ‘Todas las Anteriores’. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre métodos utilizados por la empresa

Si observamos la columna de la empresa ESPO se aprecia que el 45% (9 votantes de 20) eligieron como método más utilizado el consumo de agua que se traduce en los cuidados del recurso compartido, mientras que en la empresa ADAMIUAIN el ítem más votado con un 52% (3 votantes de 6) fue la opción de ‘todos los anteriores’ haciendo injerencia en que los métodos de conservación del agua, consumo del agua y manejo de aguas residuales son manejados y evaluados con la misma rigurosidad. No obstante, pese a que en ESPO el consumo de agua obtuvo más votación, los demás también son tenidos en cuenta por los participantes de la encuesta, indicando así que finalmente también se utilizan y monitorean todo.

Estos datos se interpretan como positivos para ambas empresas de servicios de acueducto y alcantarillado pues ninguno de los 26 participantes (muestra general) subrayo la opción ‘ninguna de las anteriores’, es decir, que los tres métodos si son tenidos muy en cuenta por los administrativos para la correcta prestación de los servicios.

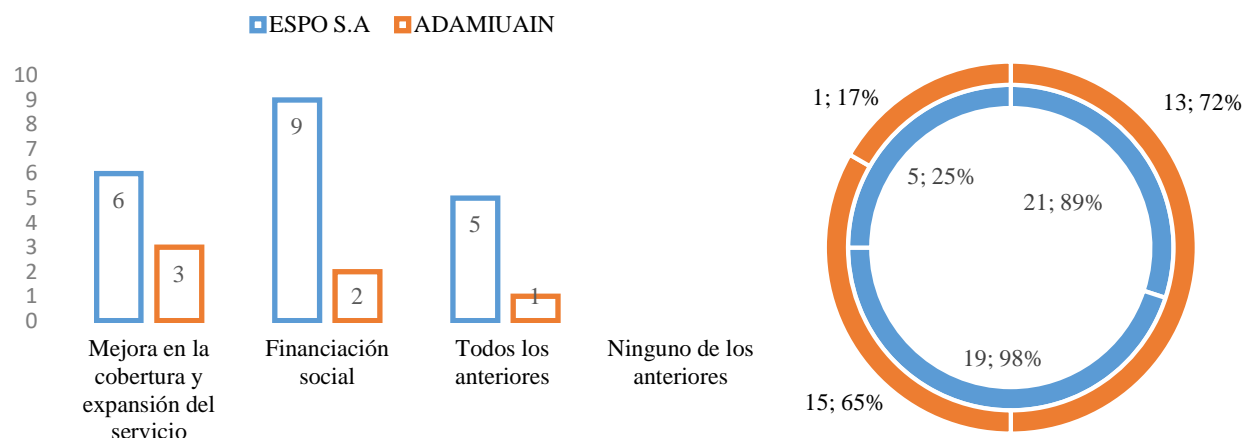


Figura 6. Para brindar accesibilidad a los servicios públicos, ¿cuáles de los siguientes programas facilita la empresa a los usuarios? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 7

Valoración al sexto ítem para brindar accesibilidad a los servicios públicos, ¿cuáles de los siguientes programas facilita la empresa a los usuarios?

ÍTEMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Mejora en la cobertura y expansión del servicio	6	19,98%	3	15,65%
Financiación social	9	21,89%	2	13,72%
Todos los anteriores	5	5,25%	1	1,17%
Ninguno de los anteriores				

Nota. En la empresa ESPO el ítem más valorado fue 'financiación social' y en ADAMIUAIN el ítem más valorado fue 'mejora en la cobertura y expansión del servicio'. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cuatro opciones de respuesta; **Pregunta sobre programas que la empresa ofrece a los usuarios

Respecto a los programas de accesibilidad que brinda la empresa a los usuarios, en la empresa ESPO el 21,89% (9 personas de 20) subrayaron que es la financiación social el programa que mejor apoyo esos procesos de servicios públicos, mientras que en ADAMIUAIN el 15,65% (3 personas de 6) indicaron que la mejora en la cobertura y expansión del servicio es el programa mejor liderado en la empresa. Ambos resultados son los más sobresalientes respecto a la pregunta; a su vez, es importante detallar que las demás opciones en las empresas también

gozan de valoraciones pertinentes, que a manera general indica que tanto la primera como la segunda opción son ejecutados, variando el apoyo diferencial entre una empresa y otra.

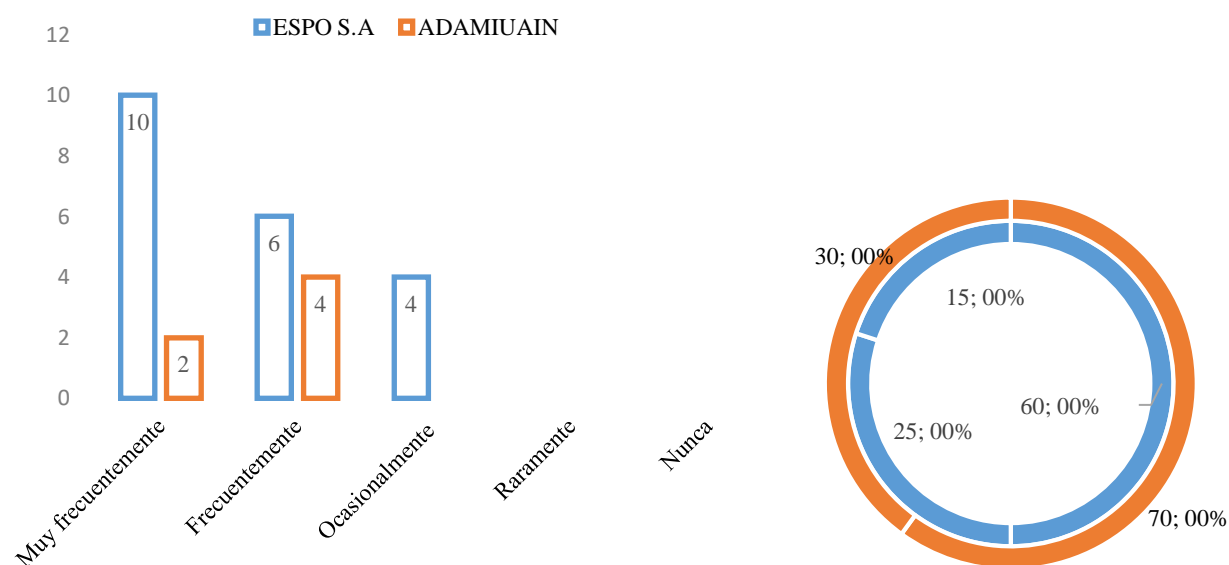


Figura 7. ¿Con qué frecuencia la empresa patrocina, de manera voluntaria, eventos que propicien el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo con un marco de actuación alineado con su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 8

Valoración a la séptima pregunta ¿con qué frecuencia la empresa patrocina, de manera voluntaria, eventos que propicien el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo con un marco de actuación alineado con su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Muy frecuentemente	10	60%	2	30%
Frecuentemente	6	25%	4	70%
Ocasionalmente	4	15%		
Raramente				
Nunca				

Nota. En la empresa ESPO el ítem más valorado fue ‘muy frecuentemente’ y en ADAMIUAIN el ítem más valorado fue ‘frecuentemente’. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre actividades de RSE que patrocina la empresa

De la tabla y gráfica se extrae que en ESPO S.A el 60% (10 participantes de 20) considera que ‘muy frecuentemente’ la empresa patrocina, de manera voluntaria, eventos que propician el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo con su política de RSE y otro 25% (6 personas de 20) ratifica lo anterior dándole validez al ítem de ‘frecuentemente’, el otro 15% (4 personas de 20) indicó que los eventos los realiza ‘ocasionalmente’.

A su vez, en ADAMIUAIN el 70% de los encuestado (4 empleados) subrayaron que los eventos voluntarios enfocados a la RSE los ejecutan ‘frecuentemente’ y el otro 30% (2 participantes) exaltan a la empresa con la valoración de ‘muy frecuentemente’ indicando que realizan constantemente ese tipo de actividades.

“La RSE consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano.” (Francés, 2014, p. 9). En otras palabras, son ellas quienes tienen el rol decisivo para influenciar a escala global como un elemento positivo para el desarrollo de los pueblos, contribuyendo a crear condiciones para la democracia, el progreso social y la transformación de los modos de vida.

En este sentido, según Francés (2014) la RSE supone una innovación y, paradójicamente, una ventaja competitiva basada en el compromiso con la sociedad y el medio ambiente. establece un nuevo pacto entre las empresas y la sociedad, el cual pone los cimientos para un crecimiento económico sostenible, incluyente, armónico y respetuoso con valores humanos y sociales. (p. 10)

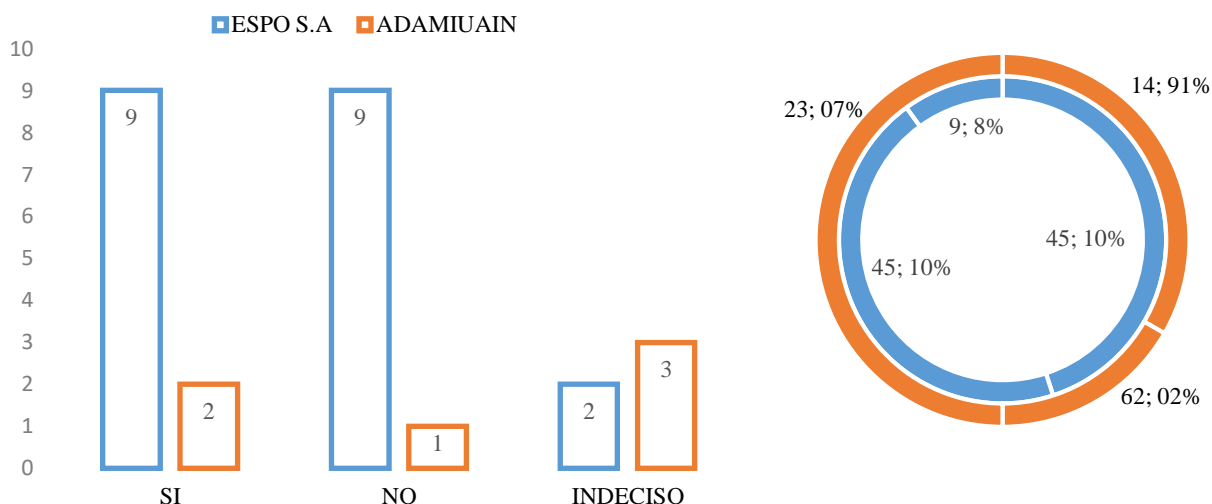


Figura 8. ¿La publicidad de la empresa contribuye de modo activo al fomento de valores sociales fundamentales como la solidaridad, la participación y demás, que construyan el bien común? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 9

Valoración a la octava pregunta ¿la publicidad de la empresa contribuye de modo activo al fomento de valores sociales fundamentales como la solidaridad, la participación y demás, que construyan el bien común?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
SI	9	45,10%	2	23,07%
NO	9	45,10%	1	14,91%
INDECISO	2	9,8%	3	62,02%

Nota. En la empresa ESPO el SI y NO obtuvieron la misma valoración, mientras que en ADAMIUAIN el ítem INDECISO fue el más valorado. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Tres opciones de respuesta; **Pregunta sobre uso de la publicidad de la empresa para exaltar los valores organizacionales

De los datos mostrados en la figura 8 se evidencia que existe una discrepancia entre los encuestados de ESPO al responder con igualdad de votos los ítems SI y No cada uno con 9 puntos de valoración, indicando que para un 45,10% de los participantes la publicidad que utiliza o tiene la empresa no necesariamente fomenta los valores sociales de solidaridad, participación y aquellos fundamentales en el hacer organizacional de la misma, simplemente es material publicitario carente de visibilidad de los valores y principios, no obstante otro 45,10% manifestó

contrariedad al indicar que sí es coherente lo que publican o publicitan con aquellos valores institucionales, por lo cual, queda el interrogante a discusión porque una pequeña fracción de 9,8% marco la opción de ‘indeciso’, refiriéndose a que existe duda entre ellos sobre el tema a resolver en el interrogante expuesto.

Con respecto a la empresa ADAMIUAIN, la mitad de los trabajadores encuestados optaron por marcar el ítem de ‘indeciso’, una intención de voto que, si bien indica participación en la técnica, en la mayoría se interpreta como un nivel de incomplacencia con las opciones a subrayar, porque son personas que no suelen opinar o expresar satisfacción o insatisfacción con el tema de estudio (RSE). Por otra parte, el 23,07% (2 votantes de 6) tildaron el ítem de SI, reconociendo que si van a la par los valores organizacionales de la empresa con la publicidad que sacan sobre las acciones de la misma; mientras que el 14,91% subrayó que NO es debidamente manejada.

Todo lo anterior descrito y presente en las columnas de la tabla 9 es muestra de que en ambas empresas el público interno tiene un cierto nivel de segregación de información sobre el uso correcto de la publicidad como parte importante de la responsabilidad social. La mención de votos indecisos adquiere relevancia porque se convierte en especie de espiral del silencio, donde los trabajadores asumieron una actitud de silencio, ocultando aportes que permitirían mejorar o ratificar el aspecto evaluado.

De acuerdo con Arribas (2020) hoy la sociedad no cree que las empresas hagan un marketing basado en lo que es en realidad la empresa y las personas que trabajan en ella. En

general, sigue gustando la buena publicidad, pero las personas reconocen inmediatamente el tono publicitario y la intención persuasiva, por lo que la publicidad y el marketing se ven obligados a elevar mucho su nivel cualitativo para ser eficaz. Si la aspiración de la RSC era la de contribuir al cuidado del vecindario, la de la Entidad Responsable es la de ser un vecino ejemplar. (p. 1)

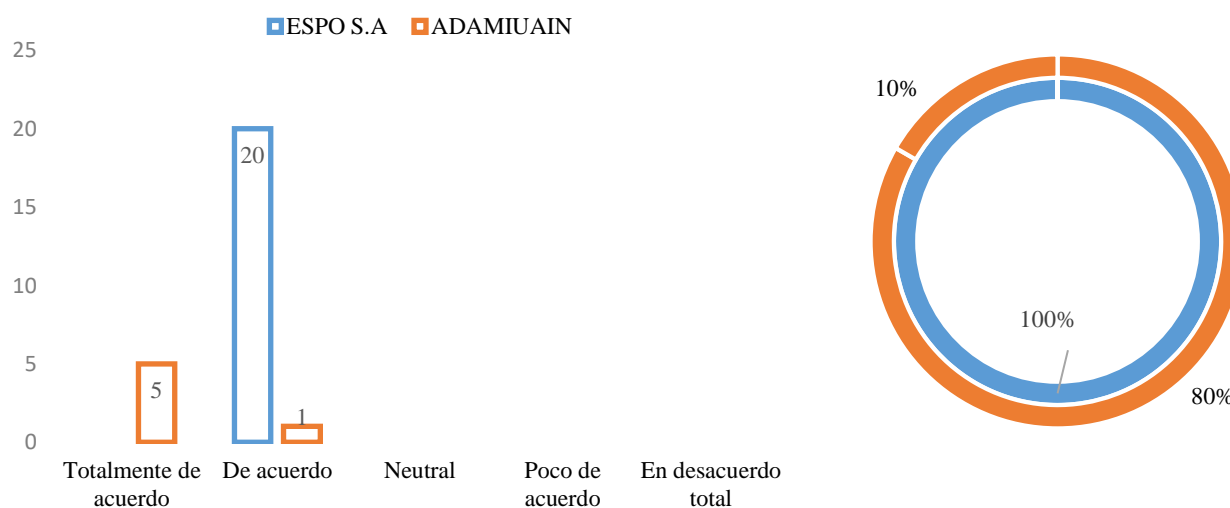


Figura 9. ¿Los contenidos informativos de la empresa no incitan a conductas violentas, ilegales o antisociales, ni son expuestos en lugares que van en contra de la filosofía de la empresa? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 10

Valoración a la novena pregunta ¿los contenidos informativos de la empresa no incitan a conductas violentas, ilegales o antisociales, ni son expuestos en lugares que van en contra de la filosofía de la empresa?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Totalmente de acuerdo			5	80%
De acuerdo	20	100%	1	10%
Neutral				
Poco de acuerdo				
En desacuerdo total				

Nota. Los 20 encuestado de la empresa ESPO están de acuerdo y en ADAMIUAIN cinco están totalmente de acuerdo y una está de acuerdo con la pregunta. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre contenido informativo de las empresas que no violentos o agresivos

El 100% de los encuestados en ESPO indicaron que los contenidos informativos de la empresa no incitan a conductas violentas, ilegales o antisociales, ni son expuestos en lugares que van en contra de la filosofía de la misma, por lo cual marcaron la opción ‘de acuerdo’ en el enunciado. Algo semejante sucedió con los participantes de la empresa ADAMIUAIN donde el 80% subrayó ‘totalmente de acuerdo’ y el 10% ‘de acuerdo’ con la afirmación mencionada en el interrogante.

En palabras Spell, Gallego y Bayliss (2014) para que cualquier tipo de empresa o institución se comunique con su público específico, en cualquier situación, ya sea al ingresar a un nuevo mercado o en un momento de crisis, es necesaria la elaboración de un plan estratégico de comunicación, que involucre los asuntos propios de la persuasión y la teoría de las emociones, para que ayude a alcanzar los objetivos establecidos previamente. (p. 121)

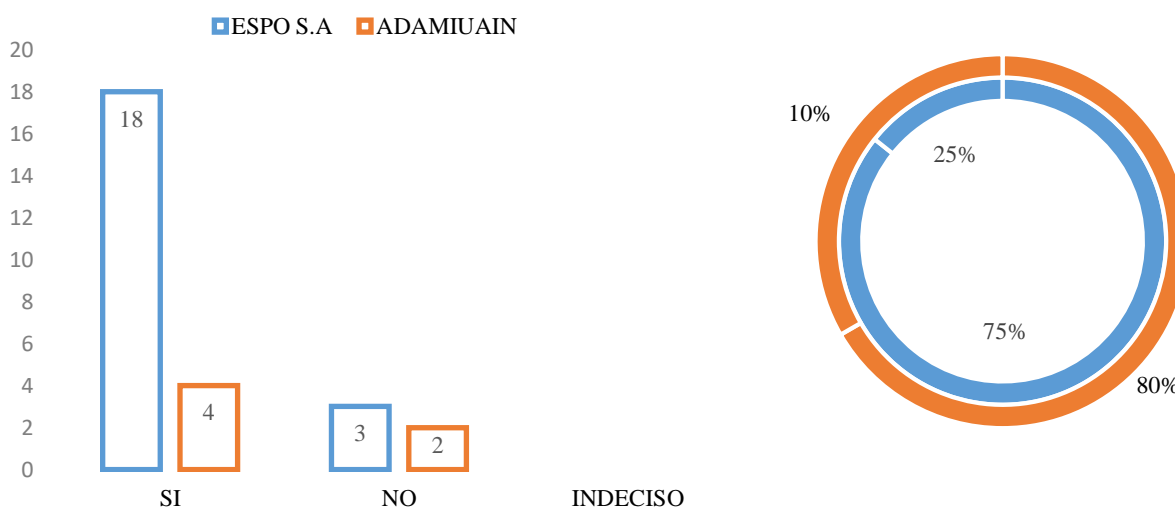


Figura 10. ¿La empresa en lo posible, utiliza materia prima amigable con el medio ambiente cuando realiza campañas en las comunas, en los nacimientos de agua, en las calles, etc? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 11

Valoración a la décima pregunta ¿la empresa en lo posible, utiliza materia prima amigable con el medio ambiente cuando realiza campañas en las comunas, en los nacimientos de agua, en las calles, etc?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
SI	18	75%	4	80%
NO	3	25%	2	10%
INDECISO				

Nota. En ESPO el SI obtuvo la mayor valoración y en ADAMIUAIN el SI también obtuvo el valor más alto de la ponderación. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Tres opciones de respuesta; **Pregunta sobre utilización de materia prima ecoamigable

En relación al uso de materia prima de protección ambiental, la pregunta formulada a los encuestados fue dicotómica, otorgando valor preciso en las respuestas, donde el ítem ‘SI’ en ambas empresas recibió mayor valoración con un 75% (18 personas de 20) en ESPO S.A y un 80% (4 personas de 6) en ADAMIUAIN, seguido por el ítem ‘NO’ con 25% (3 personas de 20) en ESPO S.A y 10% (2 personas de 6) en ADAMIUAIN.

La variable del enunciado es interpretada por los trabajadores como aquel material que se utiliza no para la instalación de las redes de acueducto y alcantarillado sino para la ejecución o desarrollo de actividades extras, por ejemplo, campañas de recolección de residuos reciclables, caminatas ecológicas, siembra de árboles en cuencas que los involucra a ellos como empleados, pero también a la ciudadanía, donde se realiza publicidad, entrega de refrigerios y demás recursos que pueden ser creados con material sustitutivo.

“La ecología industrial permite a las empresas optimizar el consumo de energía y así construir sociedades más sostenibles. Además, las empresas que desarrollan estrategias

corporativas ambientales se ven fortalecidas y mejor orientadas en sus políticas de responsabilidad social y elevan la reputación.” (ESAM, 2020, p. 1)

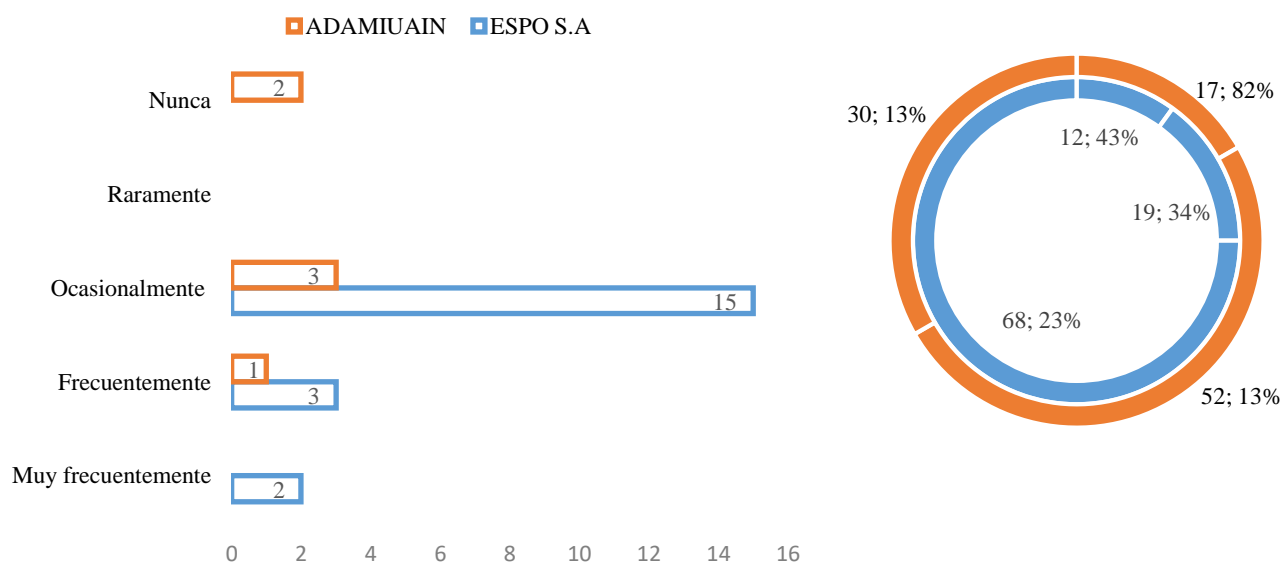


Figura 11. ¿Con qué frecuencia la empresa capacita de manera oportuna y apropiada al personal sobre Sostenibilidad o Responsabilidad Social Empresarial? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 12

Valoración a la undécima pregunta ¿con qué frecuencia la empresa capacita de manera oportuna y apropiada al personal sobre Sostenibilidad o Responsabilidad Social Empresarial?

ÍTEMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Muy frecuentemente	2	12.43%		
Frecuentemente	3	19.34%	1	17,82%
Ocasionalmente	15	68.23%	3	52,13%
Raramente				
Nunca			2	30,05%

Nota. En ESPO y ADAMIUAIN el ítem ‘ocasionalmente’ tuvo mayor aceptación. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre capacitación al personal sobre RSE

Una de las variables a conocer en las empresas es su compromiso con la formación

constante de sus trabajadores en los temas concernientes al hacer de la misma, por ello, se les preguntó a los participantes de la encuesta la frecuencia con que reciben capacitación sobre Sostenibilidad y RSE, denotando porcentualmente que en ESPO el criterio de análisis más alto es ‘ocasionalmente’ con 15 votantes (68,23%), lo cual indica que si han capacitado al personal sobre la responsabilidad socioambiental pero no ha sido constante, por su parte el 31,77% adicional se divide en una asertividad de ‘frecuentemente’ y ‘ muy frecuentemente’ es decir que 5 personas de 20 si están en lo absoluto convencida de que los ciclos de capacitación recibidos son acordes con lo requerido en su hacer como profesionales de la empresa de servicio de acueducto y alcantarillado.

Ante la misma pregunta remitida al público interno de ADAMIUAIN, la muestra encuestada en su media también seleccionó la opción ‘ocasionalmente’ con un 52,13% (3 votantes), luego es importante hacer énfasis en que 2 de 6 personas subrayaron que nunca han recibido capacitación sobre RSE y solamente una persona marco el ítem de ‘frecuentemente’. Todo ello, llama la atención porque a diferencia de ESPO en ADAMIUAIN en ciclo de formación es menos notorio entre el público interno, por lo cual tiende a ser considerada como una debilidad que requiere mejora próxima para que toda la estructura organizacional esté alineada con los principios y valores de la empresa y sus objetivos misionales.

Según García (2016) la RSE, afecta de igual manera al empleado que al posible cliente, a los proveedores o a los directivos de la empresa, ya que son miembros de la sociedad. Por tanto, se trata de una política transversal a todas las actividades e instancias que intervienen en un negocio y debe aplicarse de abajo arriba, empezando por el departamento de recursos humanos,

ya que, al encargarse éste de gestionar el recurso básico de toda empresa, el empleado, está llamado a convertirse en el catalizador de dicha política. (p. 1)

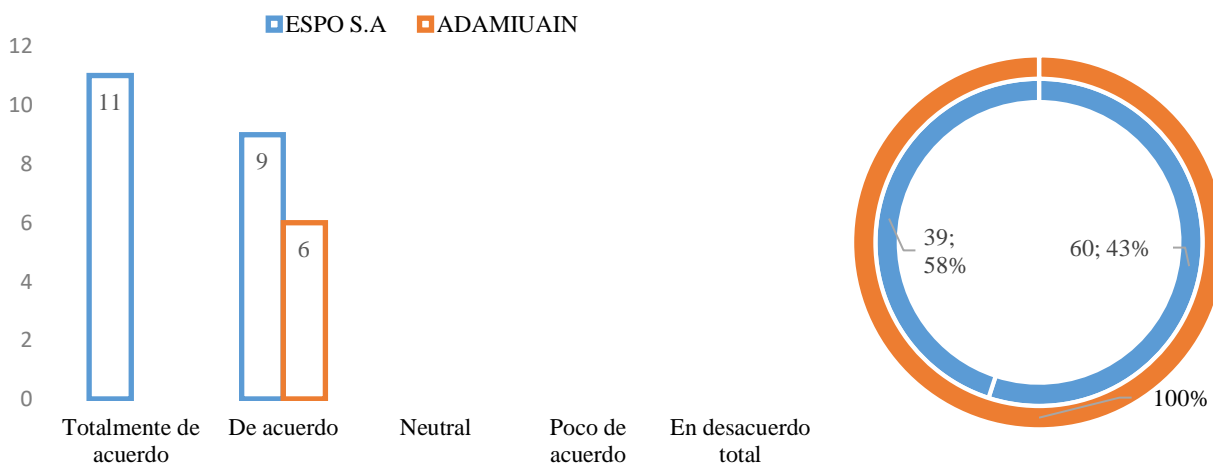


Figura 12. ¿La empresa utiliza un lenguaje claro y no genera confusiones cuando ofrece a los usuarios promociones sobre tarifas o servicios especiales, es decir, no engaña al usuario con sobrepromesas? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 13

Valoración a la duodécima pregunta ¿la empresa utiliza un lenguaje claro y no genera confusiones cuando ofrece a los usuarios promociones sobre tarifas o servicios especiales, es decir, no engaña al usuario con sobrepromesas?

ÍTEMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Totalmente de acuerdo	11	60.43%		
De acuerdo	9	39.58%	6	100%
Neutral				
Poco de acuerdo				
En desacuerdo total				

Nota. En ESPO las dos opciones de favorabilidad alta fueron ‘totalmente de acuerdo’ y ‘de acuerdo’; por su parte en ADAMIUAIN más aceptado fue ¿de acuerdo’. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre utilización del lenguaje claro en la empresa para con los usuarios

En lo que respecta al correcto lenguaje para la prestación del servicio y sus ofertas tarifarias en las dos empresas de acueducto y alcantarillado de Ocaña, ambas indican por ponderación que, si es claro y no genera confusiones con los clientes según los datos obtenidos

por las valoraciones dadas por los encuestados, en ADAMIUAIN en 100% (6 participantes) subrayaron que están de acuerdo, mientras que en ESPO el 60,43% está totalmente de acuerdo y el otro 39,58% está de acuerdo. En general, las empresas están brindando un servicio responsable y atendiendo la legislación para no engañar a los usuarios y ofrecer el consumo de agua potable a la ciudadanía en óptimas condiciones o lo mejor posible sin abusar de sus lineamientos organizacionales.

“El ahorro se incentiva cobrando a cada quien lo que consume y dejando de gravar tan fuertemente a las empresas en impuestos y tarifas de SPD, pues generan efectos adversos: a menor capacidad adquisitiva mayor falta de dinero para invertir y menos oportunidad de generar trabajo” (Rubio, 2017, p. 166)

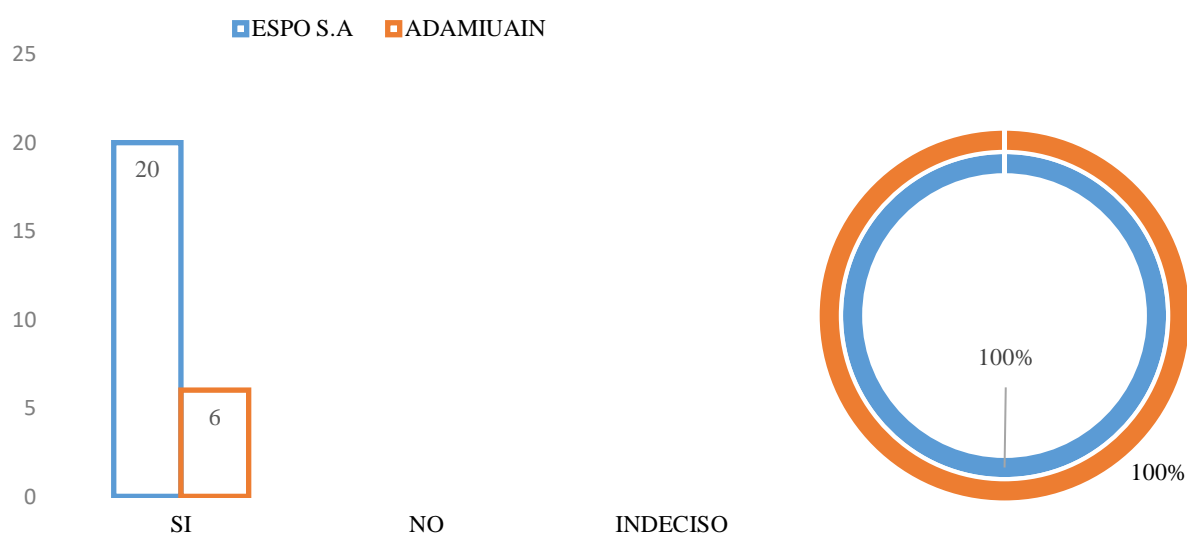


Figura 13. ¿La empresa muestra a los usuarios claramente los términos, condiciones y valores cobrados por la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado, sin exagerar valores u ocultando procedimientos mal realizados? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 14

Valoración a la décima tercera pregunta ¿la empresa muestra a los usuarios claramente los términos, condiciones y valores cobrados por la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado, sin exagerar valores u ocultando procedimientos mal realizados?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
SI	20	100%	6	100%
NO				
INDECISO				

Nota. La ponderación total se dio en ambas empresas. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Tres opciones de respuesta; **Pregunta sobre términos y condiciones claramente presentados a los usuarios sobre el servicio

La probabilidad de que las empresas objeto de estudio muestran a sus usuarios claramente los términos, condiciones y valores cobrados por la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado es por valoración de los encuestado de un 100% ‘SI’ en ambas empresas. Los trabajadores de ESPO S.A y los de ADAMIUAIN dan validez al inciso evaluado, reconociendo que al momento de generar las tarifas de consumo de agua y recolección de basuras los valores no son exagerados.

De acuerdo con la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios (2012) mediante la Ley 142 de 1994, y en virtud de los principios de solidaridad y redistribución de ingresos en la adopción de las fórmulas y tarifas de los servicios públicos domiciliarios, el legislador dispuso la improcedencia en la exoneración del pago de los servicios públicos para personas naturales o jurídicas. Así, la tarifa es el “precio” que se paga por el servicio recibido. “Precio” que remunera los costos que fueron necesarios para la prestación del servicio, en atención al principio de onerosidad de los servicios públicos, consagrado constitucionalmente. (p. 3)

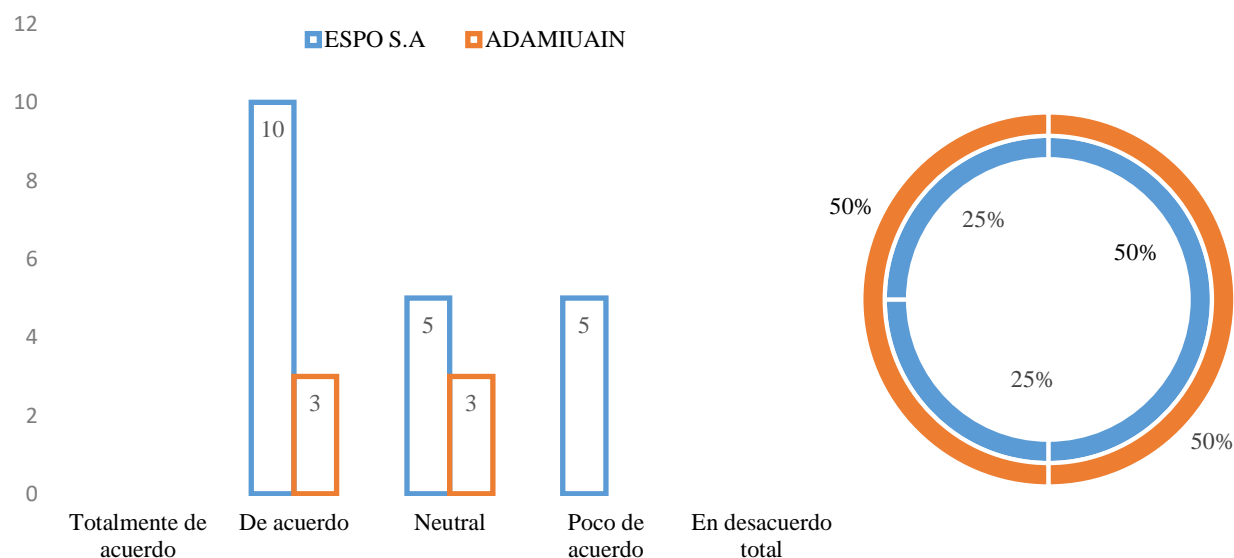


Figura 14. ¿En el desarrollo de los proyectos y procesos no se permiten prácticas discriminatorias, trabajo forzado o bajo coacción para los empleados de la empresa? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 15

Valoración a la décima cuarta pregunta ¿en el desarrollo de los proyectos y procesos no se permiten prácticas discriminatorias, trabajo forzado o bajo coacción para los empleados de la empresa?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Totalmente de acuerdo				
De acuerdo	10	50%	3	50%
Neutral	5	25%	3	50%
Poco de acuerdo	5	25%		
En desacuerdo total				

Nota. La ponderación mayor en ESPO fue 'de acuerdo' y en ADAMIUAIN fue igualitaria entre 'de acuerdo' y 'neutral'. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cinco opciones de respuesta; **Pregunta sobre proyectos y procesos con el público interno

La RSE enfocada a los trabajadores también es una variable importante de conocer, por ello se les preguntó a los encuestados si en el desarrollo de los proyectos y procesos no se permiten prácticas discriminatorias, trabajo forzado o bajo coacción para los empleados de la empresa, dando como resultado que en ESPO un 50% (10 personas de 20) están de acuerdo, sin

embargo, un 25% (5 personas de 20) optó por marcar la opción neutral que es entendida como positiva dentro de la escala pero con un valor de 5 puntos sobre el general, considerando el inciso como una fortaleza baja para la empresa y otro 25% (5 votantes de 20) está poco de acuerdo, siendo la negativa para la empresa. Por otra parte, en ADAMIUAIN la mitad de los encuestados está de acuerdo con que si se respetan a todos los empleados y la responsabilidad administrativa y legal de la empresa es igual con todo el público interno sin discriminación alguna; el otro 50% indicó estar neutral que es igualmente positivo, pero siendo fortaleza baja. En esta empresa no se registraron valoraciones negativas.

“Las prácticas de respeto y promoción de los derechos humanos son un imperativo desde la dignidad de las personas y desde el ejercicio empresarial, que repercute sobre la viabilidad de las operaciones y la reputación.” (EPM, 2019, p. 1)

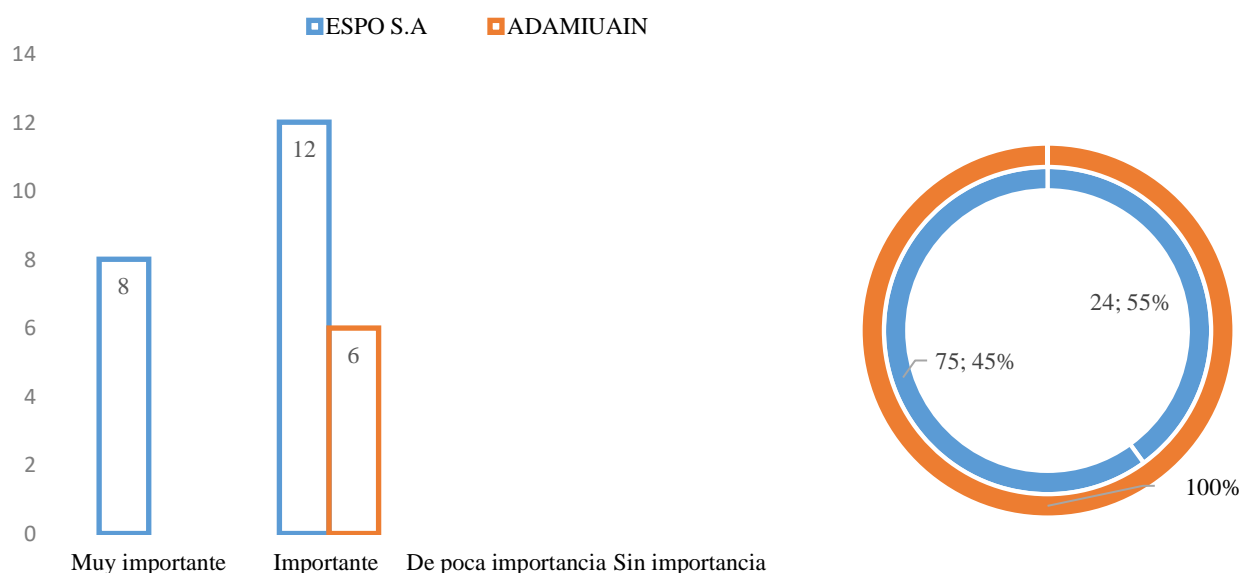


Figura 15. ¿Para la Alta Gerencia es importante promover la remuneración justa, la libertad de asociación, la gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables? Pregunta dirigida a ESPO S.A y ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L. (2020)

Tabla 16

Valoración a la décima quinta pregunta ¿para la Alta Gerencia es importante promover la remuneración justa, la libertad de asociación, la gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables?

ITÉMS	ESPO	%	ADAMIUAIN	%
Muy importante	8	24,55%		
Importante	12	75,45%	6	100%
De poca importancia				
Sin importancia				

Nota. La ponderación mayor en ESPO fue ‘de acuerdo’ y en ADAMIUAIN fue igualitaria entre ‘de acuerdo’ y ‘neutral’. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

* Cuatro opciones de respuesta; **Pregunta sobre apoyo de la Alta Gerencia a los trabajadores de las empresas

La última pregunta de la encuesta se refirió a la promoción de remuneración justa, libertad de asociación, gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables desde la Alta Gerencia hacia los empleados, dando como resultado que para los encuestado si es importante para los directivos esos temas con un 75,45 % (12 votantes de 20) y otro 24,55% (8 personas) selección la opción de ‘muy importante’. En la empresa ADAMIUAIN el 100% (6 encuestados) indicó que para la Gerencia y el resto de la directiva es importante la remuneración justa, la libertad de asociación, y demás temas allí presentes en la pregunta 15. “En el 2003, la OIT instituyó el 28 de abril como día mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo, para destacar la necesidad de prevención de enfermedades y accidentes laborales, utilizando como punto de apoyo el diálogo social.” (Matabanchoy , 2012, p. 2)

Conclusiones de la encuesta. De la técnica aplicada se infiere que ambas empresas objeto de estudio en este trabajo de grado han sido y continúan siendo conscientes de su interdependencia con el ambiente, por lo cual, como empresas prestadoras de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico, realizan la gestión de RSE de forma

proactiva, así lo determinaron los encuestados al dar una valoración porcentual de 70,76%.

Aunque es un valor favorable, la empresa ADAMIUAIN E.S.P presentó un balance de acuerdo a las respuestas de los trabajadores donde se evidencia por valores que posee muchas debilidades respecto a los temas evaluados como se observa en la descripción de la pregunta número 2, igualmente ESPO S.A también tiene debilidades, pero presenta más fortalezas, de allí que, se requiere un plan de intervención bastante atrayente y completo porque ADAMIUAIN está enfocando la RSE desde una apreciación somera de sostenibilidad.

A través de iconos se les pidió a los encuestados seleccionar o marcar aquellos importantes para sus empresas, es así que, los más destacables fueron: cuidado del agua, calidad y seguridad de los servicios, tarifas de servicios, cuidado de la biodiversidad y contratación responsable. Respecto a las políticas empresariales en las dos empresas de servicios domiciliarios la primordial es velar por el cumplimiento de la legislación ambiental y los compromisos voluntarios suscritos en el ámbito de su actuación; sin embargo, en ESPO, se suma la mejora del desempeño ambiental, en el marco de las posibilidades tecnológicas y económicas, y en ADAMIUAIN la promoción y fortalecimiento de la cultura ambiental de los grupos de interés pertinentes (empleados, usuarios y sociedad).

El cuidado del agua es misión fundamental en ambas empresas, por ello, los métodos utilizados para tal fin son la conservación del agua a través de la extracción y cuidado de los afluentes en la zona de nacimientos, los cuidados del recurso compartido por la ciudadanía mediante un control y medición de litro consumidos por vivienda, y el manejo de aguas residuales para que se brinde el servicio de agua sin contaminantes para el consumo. Por otra

parte, para brindar accesibilidad a los servicios públicos, el programa brindado a los usuarios en ESPO S.A es de financiación social y en ADAMIUAIN se enfoca en la mejora en la cobertura y expansión del servicio; además, ambas empresas patrocinan eventos que propicien el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad.

En consecuencia, desde la Alta Gerencia de las empresas es importante promover la remuneración justa, la libertad de asociación, la gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables como parte de la RSE y se trabaja para eliminar completamente las prácticas discriminatorias en las labores en cada área.

Desde la atención a los usuarios, las empresas de servicios domiciliarios muestran con claridad los términos de la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillados, las condiciones de ley y los valores de medición del consumo son cobrados evitando sobre cargas a los clientes y sin ocultar procedimientos. En términos generales, la encuesta permitió conocer que la RSE en ADAMIUAIN requiere de mayor intervención desde diferentes enfoques; en ESPO, aunque se realizan actividades de responsabilidad socioambiental, no son tan constantes, por lo cual, tampoco se podría considerar a la RSE como una fortaleza fuerte en ella.

Finalmente se concluye que no cuentan con un modelo de contabilidad social en las lleven un control financiero para desarrollar prácticas de RSE frecuentemente, lo cual repercute en la falta de comparabilidad existente en los indicadores que ha de presentar cada empresa, demostrando ausencia de un proceso de estandarización o armonización del proceso y procedimientos contables.

4.2 Prácticas RSE de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN

Una vez efectuado el proceso de investigación en su primera etapa__el cual tuvo como finalidad conocer la percepción de los trabajadores sobre la RSE a través de una encuesta__se anoto una serie de programas estratégicos enfocados a tal fin, algunos fueron reconocidos como fortalezas y otros como debilidades; ahora en esta siguiente fase se presentan esa serie de actividades de responsabilidad socioambiental que las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN E.S.P han desarrollado como parte de su plan de acción.

4.2.1 Acciones de RSE en ESPO S.A. Iniciamos con ESPO S.A, quienes entienden la responsabilidad social empresarial como un compromiso que asumieron desde hace 26 años, caracterizado por realizar actividades conexas a los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo, es decir, buscan una sostenibilidad que relacione a todos los grupos de interés de la empresa.

Para ello, enmarcan su actuación en dos componentes que son: ambiental y derechos humanos. El primero hace alusión a todos los temas que integran el concepto ambiental, desde lo natural al propender por el uso y cuidado correcto del agua, suelo, vegetación, fauna y demás recursos; el segundo se orienta a promover el acatamiento de los derechos humanos. Categorizados por actividades que denominan programas, de la siguiente manera:

1) Programa para la financiación de cuentas y morosidad de usuarios. La disponibilidad del servicio de agua, alcantarillado y aseo para los usuarios es un tema que en la empresa reconocen como primordial y hace parte no sólo de la política ambiental sino de la política de derechos

humanos, porque todo territorio y con ello los habitantes, deben contar especialmente con el preciado líquido; sin embargo, algunas personas por diferentes motivos no pueden pagar a tiempo mensualmente el recibo tarifario por el servicio, es así que se generaron soluciones convencionales y alternativas para que los clientes puedan disfrutar de los servicios domiciliarios sin afectar el aspecto financiero y/o económico de la empresa, creando programas de alivios financieros para los usuarios, donde se difiere el valor de ciertos meses de atraso sin cobrarles intereses en las cuotas por pagar a la cartera de ESPO S.A.

¡SEÑOR USUARIO!
 En ESPO S.A. sabemos lo importante que es contar siempre con los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo en tu hogar, por eso queremos ofrecerte más alivios financieros que eviten la suspensión de nuestros servicios

Si cuentas con saldos pendientes por pagar de los meses de abril, mayo, junio y julio, este valor se diferirá automáticamente a 36 cuotas a 0% de interés.

Más información: 5613020 - 3165359883

¡FELIZ NAVIDAD Y PRÓSPERO AÑO 2021!

3165359883 @ESPOESP

ESPO

TE PREMIA PAGA Y GANA

LIVE @espoesp
 TRANSMISIÓN EN VIVO
 10:00 A.M. Canal 3 de TvNorte

30 de diciembre

02 motocicletas 0 km

- 5 Televisores Samsung 43"
- 1 Nevera Mabe 230 litros
- 2 Lavadoras LG 40 libras
- 1 Bono de \$500 mil pesos

Para más información: 5613020 3165359883

Figura 16. Programa de alivios financieros a usuarios ESPO S.A.

<https://www.facebook.com/espoesp/photos/a.366807127095561/1117282382048028/> (2020)

2) Programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del medio ambiente dirigido a la comunidad. El compromiso por el medio ambiente y por los trabajadores son dos factores importantes de articulación que requiere del acompañamiento comunitario o ciudadano, por tal motivo, la empresa desde las diferentes áreas desarrolla actividades de capacitación sobre los temas de impacto como fenómenos climáticos (fenómeno

del niño), siembra y recuperación de zona verdes, cuidado en la separación de residuos de basura para no afectar al personal que lo recoge, embellecimiento paisajístico, entre otros que han de ser de interés general.



Figura 17. Programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del Medio Ambiente dirigidos a la comunidad, ESPO S.A.

<https://www.facebook.com/esposp/photos/a.366807127095561/1099585030484430/> (2020)

Es de indicar que esas actividades de sensibilización no necesariamente han de ser iniciativa de ESPO, la pueden organizar las Juntas de Acción Comunal-JAC, otras empresas o personas del común que deseen hacer parte del programa de RSE de la empresa, por ello, se han presentado propuestas como ‘abraza un árbol’ que fue una iniciativa ciudadana para sembrar especies forestales en la micro cuenca quebrada El Rosal que abastece al Río Algodonal, o actos significativos como la separación de vidrios que dejó un habitante con un letrero a los recolectores de basuras de ESPO para que tuviesen cuidado al recogerlos y no se causaran lesiones, entre muchos otros que se han ejecutado durante varios años.

3) Apoyo a actividades recreacionales, deportivas y culturales que realizan otras entidades en la ciudad. EPO S.A desarrolla y apoya eventos de carácter abierto que apuntan a generar, sostener y fortalecer las relaciones con la ciudadanía, desde eventos culturales, deportivos y demás. Los aportes más usuales son los de deporte, que junto al IMDER Ocaña realizan competencias en diferentes escenarios como patinaje, fútbol, natación, especialmente con las escuelas infantiles y juveniles, brindando dotación de uniformes, carpas, adecuando las instalaciones deportivas, ofreciendo refrigerios, entre otros recursos.

Por otra parte, también hace jornadas comunales de limpieza en los barrios con sus habitantes, siembra de plantas en las jardineras de los barrios; igualmente, hace acompañamiento a las campañas de los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y celebra las fechas importantes como día de los niños, día de los niños especiales, entre otras.

Las actividades que se evidencian en las imágenes son parte de los procesos ejecutados durante el año 2019, en el año 2020 no se hizo ninguna vinculación a actividades culturales, artísticas y demás porque se enfocaron a prestar servicios de desinfección y limpieza a los lugares públicos de la ciudad como parte de los protocolos municipales de bioseguridad pandémica.



Figura 18. Apoyo a actividades recreacionales, deportivas y culturales que realizan otras entidades en la ciudad, ESPO S.A.
<https://www.facebook.com/espoesp/photos/a.366807127095561/1099585030484430/> (2020)



Figura 19. Apoyo a actividades de bioseguridad y limpieza. ESPO S.A.
<https://www.facebook.com/esposp/photos/a.366807127095561/1099585030484430/> (2020)

4) Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores. Como parte de la política ambiental se integra a la gestión de recursos hídricos la realización de conversatorios que son básicamente talleres de intercambios de experiencias sobre el aprovechamiento del agua que nace en las cuencas.

La finalidad de la empresa con esta actividad es ordenar, describir y analizar las experiencias de cuidado, siembra, reforestación, manejo y adecuación de los escenarios donde se

encuentran los nacimientos, a través de la participación de diferentes actores tanto públicos como privados y personas del común.

La actividad se realiza una o dos veces al año y sirve para crear un plan de intervención sustentando en ideas de expertos y aportes de la ciudadanía, igualmente se toma de referente de estudio otras empresas en el país que se dedican al cuidado de residuos hídricos, para que en conjunto se gestionen y establezcan programas de aprovechamiento y distribución del agua disponible, se fiscalice el cumplimiento del adecuado servicio de agua libre de contaminantes, se realicen los estudios tendientes a proponer las medidas atinentes a preservar las márgenes de los ríos de las cuencas y se analicen las obras, su funcionamiento y efectos de los aprovechamientos sobre los ríos de las cuencas.



Figura 20. Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores, ESPO S.A. <https://www.facebook.com/esposp/photos/a.366807127095561/1099585030484430/> (2020)

5) Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa. La relación entre las diferentes áreas u oficinas de la empresa también debe considerar los aspectos o factores de la RSE porque al ser un ejercicio permanente de apoyo a los escenarios social y ambiental, requiere de la colaboración de todos los empleados. Desde la Oficina de Talento Humano se ha creado una alianza con el SENA para que estudiantes de seguridad ocupacional vayan a la ESPO a brindar acompañamiento a los trabajadores sobre la importancia de adoptar un estilo de vida saludable dentro y fuera del entorno, crear pausas activas, hacer encuentros recreacionales, hacer caminatas ecológicas institucionales, realizar encuentros de bienvenida a nuevos trabajadores, celebraciones de loros o fechas importantes de los empleados, cenas navideñas, entre muchas otras, que aporten al bienestar del equipo, motive al buen hacer de cada funcionario y propicie un clima laboral sano y agradable. Este programa de sensibilización se realiza con frecuencia, unas veces por áreas y otras de manera integral (todo el equipo).



Figura 21. Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa. ESPO S.A. <https://www.facebook.com/espoesp/photos/a.366807127095561/1099585030484430/> (2020)

6) Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitoreo a la biodiversidad en la zona de intervención. Las actividades de RSE pierden credibilidad para la ciudadanía si no se comunica, por ello, la comunicación efectiva también es un componente dinamizador de la responsabilidad empresarial para darle relevancia a las empresas sobre su buen hacer y compromiso con el escenario social y ambiental. En ESPO se cuenta con una Oficina de Comunicaciones y entre las funciones está visibilizar todo tipo de acciones realizadas por la empresa, allí se incluyen las actividades conexas, es decir, la actuación en favor del bienestar de la comunidad y de los recursos naturales.

Para tratar coherentemente el compromiso empresarial, se optó por dar participación activa a través de las redes sociales, siendo estas las herramientas más visitadas por la ciudadanía. La empresa tiene presencia en Facebook como ‘Empresa de Servicios Públicos de Ocaña’ y en Twitter como ‘@EspoOcana’, no obstante, también suele presentar notas informativas a los ocañeros a través de los medios locales como V San Jorge, TV Norte, y las emisoras.

Todo con el deber de informar y explicar los programas de cuidado y apoyo que posee la empresa, acorde con las exigencias de la ley para las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios, enmarcados en visibilizar los valores reales de ESPO S.A respaldado con acciones que lo demuestren y así ganar más fidelización de los usuarios y el respaldo de los diferentes grupos de interés.



Figura 22. Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitoreo a la biodiversidad en la zona de intervención., ESPO S.A. (2020)
<https://www.facebook.com/espoesp/photos/a.366807127095561/1099585030484430/>

De acuerdo a lo anterior, se muestran las actividades desarrolladas por la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO- S.A sobre RSE en la siguiente tabla, teniendo en cuenta los tres ejes de intervención que han de abarcar las empresas como voluntariado.

Tabla 17

Ejes de intervención de la RSE en ESPO-S.A.

N°	Dimensiones de la RSE		
	Social	Ambiental	Económica
1			Programa para la financiación de cuentas y morosidad de usuarios.
2		Programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del medio ambiente dirigido a la comunidad.	
3	Apoyo a actividades recreacionales, deportivas y culturales que realizan otras entidades en la ciudad.		
4		Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores.	
5	Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa.		
6			Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitoreo a la biodiversidad en la zona de intervención.

Nota. En total se registraron 6 acciones de RSE que maneja ESPO-S.A. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

4.2.2 Acciones de RSE en ADAMIUAIN. Las alternativas de solución a las problemáticas sociales y ambientales que la empresa brinda son pocas, la responsabilidad social empresarial es un compromiso que las directivas aun no manejan con claridad y correctamente, por eso, a continuación, se presentan las dos acciones en las que se concentran los trabajadores de ADAMIUAIN y lo que ellos consideran es la RSE en la empresa.

1) Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes.



Figura 23. Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes. ADAMIUAIN ESP. (2020)
<https://www.facebook.com/acueductoindependiente.adamiuain/videos/2461052620614903/>

Como un proceso de educación ambiental, la empresa ADAMIUAIN en la Ciudadela Norte de Ocaña realiza actividades de conciencia ambiental, por ejemplo, una vez al año se estableció la caminata ecológica con ciudadanos desde la vereda Venadillo hasta el corregimiento de Pueblo Nuevo; también se hacen siembra de árboles con estudiantes de los colegios, la Unidad Técnica Ambiental, Corponor y el Batallón Santander.

2) Programa de fomento forestal con CORPONOR.



Figura 24. Programa de fomento forestal. ADAMIUAIN ESP. (2020)
<https://www.facebook.com/acueductoindependiente.adamiuain/videos/2461052620614903/>

La empresa ADAMIUAIN con el objetivo de proteger las cuencas anualmente realiza tres siembras de plántulas para la reforestación y conservación en el terreno de su propiedad, entre las especies que son plantadas se encuentra la verbenaceae, oleaceae, el lythraceae, entre otras. El

proyecto abarca acciones para la protección de la biodiversidad de fauna y flora del municipio, a través del plan de acción y la formulación de planes de manejo e implementación o aplicación de medidas de manejo por parte de CORPONOR, así como el monitoreo de las especies y la intervención con siembra de nuevas especies nativas en los alrededores de los afluentes.

Además, durante los primeros meses de la pandemia en el año 2020 se realizó la actividad conexas de desinfección y limpieza de los principales escenarios de la Ciudadela Norte, especialmente en la avenida de Santa Clara, como parte del apoyo a la ciudadanía para la seguridad y cuidado frente el virus del COVID-19, sin embargo, no fue una actividad permanente durante el año.



Figura 25. Limpieza y desinfección en pandemia. ADAMIUAIN ESP. (2020)
<https://www.facebook.com/acueductoindependiente.adamiuain/videos/2461052620614903/>

Tabla 18

Ejes de intervención de la RSE en ADAMIUAIN.

N°	Dimensiones de la RSE		
	Social	Ambiental	Económica
1		Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes.	
2		Programa de fomento forestal con CORPONOR.	

Nota. En total se registraron 2 acciones de RSE que maneja ADAMIUAIN. Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

Conclusión de la recolección documental y fotográfica. El trabajo en torno a la recolección de evidencia documental sobre la gestión de la RSE en las empresas de servicios domiciliarios objeto de estudio mostró que existen muchas deficiencias en las prácticas idóneas en relación con la continuidad de los aportes a los escenarios sociales y ambientales. En ESPO S.A las programas y actividades son más notorios que en ADAMIUAIN, sin embargo, ambas carecen del deber de la gestión al cambio, por lo cual, ejecutan las acciones cuando sienten la necesidad de mostrar someramente avances ante la Superintendencia.

Una de las limitantes más difíciles como investigadoras fue poder obtener el material, debido a que los responsables en las empresas de facilitar los informes no lo hicieron; sabiendo que existen más programas de RSE que debían ser evaluados fue complejo y en última instancia nos remitieron a buscar en sus redes sociales, dejando a la deriva material importante por anexar y analizar en este trabajo de grado, datos precisos, fechas de realización de las actividades, la periodicidad de las mismas, el alcance, las repercusiones de realizar esas actividades, iniciativas o programas de RSE, entre otros aspectos.

4.3 Inferencia en el impacto de las prácticas de RSE dadas por las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN en Ocaña, Norte de Santander

Tras analizar las encuestas y buscar material físico o digital que muestre la realidad de la gestión de RSE en las empresas prestadores del servicio de agua potable y saneamiento básico en la ciudad, se reconoce que el principal problema latente en ambas es que, para la consolidación de acciones sociales y ambientales deberían tener un sistema de información que incluya procedimientos de medición y valoración contable, sin embargo, la contabilidad que se maneja en ESPO y ADAMIUAIN no incluye el hacer socioambiental, su modelo es netamente financiero para el cobro de tarifas del servicio de agua, alcantarillado y aseo. Dicho de otra manera, la gestión social en la praxis no posee un modelo contable, solamente se registran comprobantes de la compra de herramientas, insumos o material cuando se hace la actividad, no es un proceso a priori y posteriori que permita la medición y valoración de la RSE, simplemente sacan dinero de un sector y lo utilizan en la actividad conexas que sea urgente de realizar en el mes o en el año, y luego reponen ese dinero con los pagos que hacen los usuarios, o suelen buscar aportes de otras entidades, personas jurídicas o naturales que quieran vincularse a las iniciativas.

Por tal motivo, cuando se les explicó a los directivos sobre la investigación a realizar y que esta requería la revisión del modelo contable de RSE, en ADAMIUAIN fueron sinceros y directos al manifestar que carecen de ese sistema de monitoreo, medición e información, mientras que en ESPO evitaban responder con claridad si lo poseían, no fue sino hasta que se les pidió evidencia de los informes que reconocieron tener esa falencia.

El papel de la contabilidad en la RSE es un componente elemental porque permite sustentar los reportes del compromiso social que tiene la empresa con su entorno, a través de registros y documentos, que al momento de crear los planes de acción de RSE muestran los balances de la empresa sobre los recursos que tiene destinados exclusivamente a ese tipo de acciones; no obstante, ESPO y ADAMIUAIN no tienen ni balances, ni planes de acción, mucho menos un modelo contable exclusivo para el desarrollo de las actividades de carácter social.

Por tal razón, sus actividades son más filantrópicas que de responsabilidad social; es decir, sí realizan prácticas que favorecen al medio ambiente, a las comunidades, apoyan eventos culturales, deportivos, lúdicos, educativos y demás, pero al no contar con un plan correctamente definido y que sumado no tengan un modelo contable que especifique el rubro exclusivo para esas prácticas, no se pueden catalogar como empresas sostenibles, debido a que no tienen un equilibrio entre lo social, lo económico y lo ambiental.

No es clara la razón por la que los directivos no tengan más compromiso empresarial sobre el desarrollo sostenible, pero se infiere que uno de los motivos podría ser que las ganancias o utilidades de las empresas no pueden sacrificarse en actividades de mejora ambiental y social, puesto que a nivel local muchas personas las perciben como simple publicidad, y a largo plazo no es un factor determinante para atraer inversionistas, ni para crear una ventaja competitiva, debido a que son las únicas empresas existentes en Ocaña que sí o sí ofrecen el servicio de agua potable, alcantarillado y aseo.

Otra razón es que, al ser empresas que manejan el recurso hídrico, para ellos ya esa es una acción de responsabilidad con el medio ambiente, porque deben estar sembrando árboles, cuidando el agua, haciéndole estudios a la calidad del recurso y muchas labores u obras para evitar la escasez, el fraude de fluidos, etcétera.

Desde el enfoque económico RSE se traduce para las empresas en altos costos, tema que es mejor manejarlo para ellos desde latitudes equivocadas, donde se muestren someramente acciones, pero no resultados, porque no existe una gestión estratégica que permita a los stakeholders y demás grupos de interés conocer a profundidad esos procesos y procedimientos, por lo cual, no se evidencia en las políticas, creándose la falacia de que sí lo hacen como compromiso voluntario pero en realidad lo están realizando como táctica para la buena imagen.

En lo que respecta a ADAMIUAIN, la RSE la perciben como actos de buena fe, le imprimen cierto matiz de caridad frente a las problemáticas sociales del municipio que escasamente realizan, no están interesados en aprender sobre ello y no están enfocados en utilizarla para fines de imagen publicitaria, simplemente están determinados a ejercer su obligación con la prestación del servicio, pese a que respondieron el cuestionario de la técnica en varios ítems de manera favorable, dando a entender que, no comprenden el valor real de tales acciones.

En ESPO, por su parte, se jactan de publicar contenido en los medios locales y en sus redes sociales como compromiso social, mientras carecen de la estructura interna fundamental para catalogarse como tal, porque se basan en responsabilidades primarias que son aquellas que

dan validez a los objetivos de la empresa para alcanzar metas en el sector del mercado donde operan, pero no son las mismas que deben fundamentar la responsabilidad social, porque en ningún momento se muestra, por ejemplo, que estén colaborando con escuelas o universidades, para que los niños y jóvenes accedan a la educación mediante apadrinamientos por parte de ellos; tampoco hacen eco de haber donado ayudas para la reconstrucción de viviendas para personas damnificadas por el invierno; ni dan a un ancianatos apoyo con comidas para los abuelos; a su vez, no favorecen el crecimiento intelectual y profesional de los trabajadores brindándoles las posibilidades para formarse en otras temáticas; ni facilitan la asistencia en salud a los trabajadores, más allá de lo exigible; ni brindan mercados en esta pandemia a los trabajadores que ganan salarios básicos; entre muchas otras obras que sí son competencia de las empresas que se declaran socialmente responsables.

En síntesis, ambas empresas objeto de estudio en este trabajo de grado tienen erróneamente conceptualizada la RSE, entre esos errores se destaca: 1) la carencia de definir el interés concreto (trabajar con el enfoque social o con el enfoque ambiental), porque al ser medianas empresas le es difícil abarcar desde lo económico correctamente ambos escenarios, deben priorizar a cuál le van a ofrecer utilidades monetarias sin esperar recibir ganancias de ello. 2) Confunden las relaciones públicas con compromiso social, y la RSE no está ligada a qué tan bien perciben los grupos de interés, sino hacer voluntariados desde el rol empresarial. 3) Las acciones son momentáneas, mientras que la RSE se debe concebir desde un plan de acción que debe ser constante. 4) Desconocen los aportes e ideas de los trabajadores y simplemente se limitan a dar órdenes sobre las funciones que van a tener en las supuestas actividades de RSE, por lo cual no

se genera sinergia ni compromiso entre los miembros y aparece la desmotivación. 5) Confunden la normativa y las leyes con la RSE, por lo cual, creen ser empresas sostenibles.

4.3.1 Propuesta de un plan de mejora de la RSE. Debido a que ambas empresas prestan un servicio público y está sumamente ligado con el medio ambiente por utilizar el recurso hídrico, se propone una aproximación a un modelo contable que permita la medición, la valoración y el control de la RSE en ESPO S.A y en ADAMIUAIN para cuando decidan realmente hacer parte de las empresas socialmente responsables, más allá de la someta utilización del término para la realización de actividades filantrópicas. Las pautas del modelo se muestran en el apéndice E del presente documento.

Capítulo 5. Diagnóstico final

La contribución a la calidad de vida de la población ocañera es manejada por las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN desde su hacer como prestadoras de servicios públicos domiciliarios de agua y saneamiento básico, por ende, cuando se enfatiza en conocer su objeto social, se percibe que la RSE es entendida por los miembros internos desde una perspectiva diferencial a la que realmente es. Para los trabajadores la empresa donde laboran está cumpliendo con los parámetros de gestión social con robustez en actividades de limpieza y conservación de los afluentes, siembra de plántulas en diferentes partes de Ocaña, apoyo a eventos recreaciones, culturales y deportivas, pero el abordaje del desarrollo sostenible ha de ir más allá de esas actividades de responsabilidad primaria.

En la región donde actúan como empresas de servicios públicos a 2020 no se evidenció el impacto del compromiso voluntario a la contribución del bien común, porque las acciones son muy similares a las que debidamente deben ejercer en su razón empresarial, de allí que, si hacen una limpieza de afluentes o rios, por ejemplo, para la comunidad esa es una actividad que obviamente deben realizar no es porque sea un apoyo voluntario. Es porque son empresas que operan con el suministro de agua. A su vez, a nivel organizacional no cuentan con un soporte contable de esas actividades apropiadamente ordenadas o registradas como contabilidad social, por lo cual, tampoco se conoce cuánto es el valor monetario invertido en cada actividad a la que ellos denominan RSE o qué fondos económicos tienen destinados para cambios sociales.

Al no tener un registro óptimo de la información y una recolección fidedigna de los programa, iniciativas o actividades de RSE partiendo de fuentes verificables y confiables, más allá de lo que expresan algunos trabajadores o lo que se percibe en canales o medios de comunicación de las dos empresas, y al no saber cuáles son las herramientas de carácter estratégicas que están cimentando los procesos de toma de decisiones frente a los aportes sociales y ambientales no se puede reconocer a la ESPO S.A como una de las empresas promotoras de la RSE en el municipio.

Lo anterior, sirvió para poner de manifiesto que es muy necesario desde la academia formar y concientizar a los miembros activos de las empresas sobre la importancia de conceptualizar y contextualizar la Responsabilidad Social Empresarial no como filantropía sino como compromiso voluntario, para que no tergiversen las prácticas de RSE en meras acciones de apoyo a la exaltación de la imagen corporativa.

De otro modo, la experiencia en el proceso de investigación permitió reorganizar las técnicas y tomar decisiones sobre la marcha debido a las múltiples limitantes que se fueron presentando, motivadas en el deseo por conocer la realidad que poseen las empresas y que a simple vista se creería que gozan de total madurez, regulación y apropiación de la RSE, y antes bien, necesitan es acompañamiento para que asuman apropiadamente las consecuencias de sus actividades, retribuyendo parte a la sociedad y al medio ambiente por la intervención de los recursos para fines lucrativos.

Capítulo 6. Conclusiones

En definitiva, este trabajo de grado toma de manifiesto a la RSE como un elemento clave en la gestión empresarial que debe ser reconocida como un paradigma que exige gestión estratégica para forjar ventaja competitiva y aprovechamiento por las empresas grandes, medianas y pequeñas en el fomento de cambios positivos en los entornos donde operan. Sin embargo, las dos empresas analizadas, ESPO S.A y ADAMIUAIN muestran que el uso dado a la RSE es poco, porque no cumple ninguna función específica dentro del entramado empresarial como prestadoras de servicios públicos domiciliarios; es decir, que las actividades que realizan con la comunidad y el medio ambiente son ejercicios básicos de relaciones públicas, más no retos con políticas claramente definidas.

En ese orden de ideas, los procesos contables que manejan en ambas no se referencian como parte de la RSE que según ellos poseen, pues al realizar la investigación se determinó que no existen soportes contables de gestión social, no tienen memorias de sostenibilidad y tampoco hacen balances sociales, por ende, no miden su actuar social y desde la perspectiva cuantificable no saben el valor agregado que generan esas actividades a la relación con el modelo de crecimiento económico.

Para concluir, las actividades que realiza especialmente ESPO son de estricto cumplimiento de los objetivos empresariales, pero no necesariamente prácticas responsables, por lo cual no existe diferenciación entre lo que ellos denominan como su RSE y las funciones competentes de la empresa. De tal manera que, el personal de ADAMIUAIN y ESPO si desean

comprometerse realmente con la RSE deberán capacitarse y actualizar sus registros a partir de un sistema contable y comunicacional continuo, apoyado en la literatura existente y tomando orientaciones de otras empresas que realmente si están contribuyendo al cambio social en el país, porque no basta con realizar prácticas para ser socialmente responsables sino cumplir con el concepto completo para obtener una recompensa de admiración y éxito entre los stakeholders.

Finalmente, desde la academia es importante continuar aportando al análisis y evaluación de la RSE de las empresas en Ocaña, porque siendo un tema tan fundamental y que no solo contribuye a la mejora de las comunidades y los ecosistemas naturales, sino a la economía, sigue considerándose como un ejercicio de prueba y no arraigado a la cultura organizacional, el compromiso ha de ser de todos, porque estamos en una región donde los recursos son notorios pero se carece de concientización por su conservación y manejo adecuado.

Capítulo 7. Recomendaciones

Se recomienda que ESPO S.A y ADAMIUAIN tenga presente este estudio desde la citación de la literatura hasta la propuesta del modelo contable, para que comiencen a reorganizar su actuación respecto a la RSE, porque, aunque no se les desconoce sus actividades en menor o mayor frecuencia, les hace falta crear una política de responsabilidad social soportada en todos los tipos de modelos de control, seguimiento y que sea el hilo conductor para la toma de decisiones, sentado de manera formal en sus directivos.

La universalidad de los procesos de la prestación de los servicios de agua potable, acueducto y alcantarillado en la ciudad deben concentrarse en alianzas mediante acciones colaborativas, por lo cual, la RSE debe convertirse en filosofía no sólo empresarial sino de cada miembro, porque de nada sirve contar con actividades sociales y medioambientales si el personal no tiene interiorizado el deseo participativo y de respeto por su entorno. Cuando se indica que el personal debe formarse en RSE no es solamente con cursos de corta duración o clases básicas, se requiere es un programa de educación integral para estimular la conciencia de voluntariado, de amor por lo recursos naturales, la convicción por dignificar el trabajo y beneficiar de ese proceso a la sociedad, más allá de fidelizar clientes.

Para finalizar, se reconoce que este estudio y los resultados obtenidos de la participación de la muestra, serán útiles para futuras investigaciones académicas, en un esfuerzo por robustecer el constructor de la RSE en Ocaña, porque se cree que a través de la RSE es posible una sociedad mejor donde la ética y el buen hacer crean el camino al desarrollo del municipio y la provincia.

Referencias

- Abreu, J. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- AccountAbility. (2017). Normativa AA 1000. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259573>
- AccountAbility. (2019). Normativa SA 8000. Obtenido de <https://www.cavala.es/pdf/NORMA-SA8000.pdf>
- Agudelo, S. (2009). Responsabilidad Social Empresarial, una mirada desde Colombia. Universidad EAFIT, Ed. *Negocios Internacionales*, 2(1), 3-11. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/302-Texto%20del%20art%C3%ADculo-863-1-10-20110907.pdf>
- Aguilera, A, Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Revista Pensamiento y Gestión*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002
- Alliances. (2018). Global Reporting Initiative -GRI. Obtenido de http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2019/03/GSIR_Review2018.3.28.pdf
- Alzate, M. (2011). Responsabilidad social: hacia un nuevo relacionamiento entre empresas, Estado y ciudadanos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194218961012.pdf>
- Annan, K. (2018). El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales. *Naciones Unidas-ONU*. Obtenido de <https://www.un.org/es/cr/C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>

- Aragón, M. (2014). Problemas del Estado autonómico. *Universidad Autónoma de Madrid*.
https://www.asambleamadrid.es/documents/20126/64823/R.31._Manuel_Aragon_Reyes.pdf/d2957180-d1eb-7970-125d-2c50468c4869
- Arribas, E. (2020). Es la hora de las marcas humanas. *Blog Marcas con valores*. Obtenido de <https://marcasconvalores.com/marketing-la-hora-de-las-marcas-humanas/>
- Berbel, G., Reyes, J. D., Gómez, M. (2012). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. (N. Universidad, Ed.) *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(29), 27-47. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802903.pdf>
- Bour. (2012). Responsabilidad Social de la Empresa: Análisis del concepto. *Revista Estudios Económicos*. Retrieved from file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaAnálisisDelConcept-5318733.pdf
- Camacho. (2015). Las normas de Responsabilidad Social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1870467015000020?token=AF44A749CE8CFB B4C70B29518BB28600D3242681FC0E582D190C4E4825DC0CA03C2114B075587C854F7279163DAC69C0>
- Cervera, I. (2011). El objetivo financiero empresarial en las últimas décadas: de la maximización del beneficio a la creación de valor para el accionista. (Universidad Pontificia Comillas, Ed.) *Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*(83-84). Obtenido de <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/138/103>

Código Penal. (2000). Artículo 256. Defraudación de fluidos. Obtenido de

[https://leyes.co/codigo_penal/256.htm#:~:text=El%20que%20mediante%20cualquier%20mecanismo,punto%20treinta%20y%20tres%20\(1.33](https://leyes.co/codigo_penal/256.htm#:~:text=El%20que%20mediante%20cualquier%20mecanismo,punto%20treinta%20y%20tres%20(1.33)

Cone INC. (s.f.). Obtenido de [https://www.dnb.com/business-directory/company-](https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles.cone_inc.fcece1a30ca7411c090e91095486716e.html)

[profiles.cone_inc.fcece1a30ca7411c090e91095486716e.html](https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles.cone_inc.fcece1a30ca7411c090e91095486716e.html)

Congreso de Colombia. (1993). Ley 99. *Secretaría del Senado. Diario Oficial No. 41.146 de 22 de diciembre de 1993*. Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html

Congreso de Colombia. (1994). Ley 164. *Secretaría del Senado. Diario Oficial No. 41.575, del 28 de octubre de 1994*. Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0164_1994.html

Congreso de Colombia. (1994, art 1). Ley 142. *Diario Oficial No. 41.433 de 11 de julio de 1994*.

Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0142_1994.html

Const. (1991, art.333). Artículo 333. Del régimen económico y del a hacienda pública. *Cap. 1.*

De las disposiciones generales. Obtenido de

<https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/about-us.html>

Const, P. (1991). *Artículo 365*. Obtenido de [https://www.constitucioncolombia.com/titulo-](https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-5/articulo-365)

[12/capitulo-5/articulo-365](https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-5/articulo-365)

Const. (1991). artículo 55. *Constotución Política de Colombia*. Obtenido de

<https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-55>

Const. (1991). Artículo 79. *Constitución política de Colombia*. Obtenido de

<http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-79>

- Const. (1991). capítulo 9, artículo 9. *Constitución Política de Colombia*. Obtenido de <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-1/capitulo-0/articulo-9>
- Const. (1991). Artículo 93. Obtenido de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-4/articulo-93>
- Const. (1991). Artículo 95. *Constitución Política de Colombia*. Obtenido de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-5/articulo-95>
- Const. (1991). artículo 25. Obtenido de <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-25>
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10(20). Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462007000200006
- Corte Constitucional. (2010). Sentencia T-247-10. Obtenido de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2010/T-247-10.htm>
- Cueto, C., & DelaCuesta, M. (2019). La Administración Pública de la Responsabilidad Social Corporativa. *3Ciencias UNED*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/libros/libro/la-administracion-publica-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>
- DeSebastian. (2010). Responsabilidad Social de la Empresa. *Revista Documentación Social*. <https://books.google.com.co/books?id=fHTi5oSIfOcC&pg=PA21&dq=teorias+de+la+RSE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4qnR6LXnAhUGxVkkHwB0BoEQ6AEIKDAA#v=onepage&q=teorias%20de%20la%20RSE&f=false>
- Duque, Cardona, Rendón. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. (U. d. Valle, Ed.) *Cuadernos de Administración*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225029797009.pdf>

- EPM. (2019). Derechos Humanos. *Informe de Sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.sostenibilidadchec.com/derechos-humanos/>
- EPM. (2020). Gestión y programas RSE. *Empresas Públicas de Medellín*. Obtenido de <https://www.epm.com.co/site/home/sostenibilidad-epm/programas-y-acciones-rse>
- ESAM. (2020). Importancia de la ecología industrial en las empresas. *Universidad ESAM*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/06/importancia-de-la-ecologia-industrial-en-las-empresas/>
- ETHOS, I. (2012). Indicadores ETHOS de RSE. Obtenido de <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/111.pdf>
- FAO. (1987). Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo. Obtenido de <http://www.fao.org/3/s5780s/s5780s09.htm>
- Ferreira, I. (2016). Formulación del Plan de Contingencia para la continuidad en el suministro de agua potable a los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña (ESPO S.A). *Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña*, 222. Recuperado el 15 de 09 de 2020, <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/1136/1/28720.pdf>
- Foretica. (2020). Norma SGE 21. Obtenido de <http://foretica.org/sge21/>
- Francés, P. (2014). Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable. *Forética*. Obtenido de https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/cuadernos-foretica/cuaderno_foretica_1_responsabilidad_social_empresarial.pdf
- Francia. (2020). Medio ambiente y desarrollo sostenible. Obtenido de <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/medio-ambiente-y-desarrollo-sostenible/>

Friedman. (1976). Teoría de la macroeconomía.

García, S. (2016). La RSC bien entendida comienza por los empleados. *Compromiso empresarial*. Obtenido de <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2016/05/la-rsc-bien-entendida-comienza-por-los-empleados/>

Gil, B. J & Abogados, R. (2017). Responsabilidad Social Empresarial. Obtenido de <http://noticias.vlex.com.co/vid/responsabilidad-social-empresarial-548428027>

Gómez, B., Martínez, R. (2015.). Responsabilidad Social Corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial. *Poliantea*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/320604025_Responsabilidad_Social_Corporativa_de_concepto_abstracto_a_elemento_clave_en_la_estrategia_empresarial

Guzmán, H. (2015). "Ciudadanía Corporativa: ¿Contribución Social o Estrategia? *Tercera jornada académica "Komunik Yo Soy para la Paz"*. (RECOR, Interviewer) Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás. Obtenido de <http://www.redrecor.org/ciudadaniacutecor-corporativa-iquestcontribucioacuten-social-o-estrategia-de-marketing.html>

Hammand, A., Prahalad, C. (2002). Sovereign Marketing: A New Strategy of Marketing. [https://www.scirp.org/\(S\(lz5mqp453edsnp55rrgjt55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2100389](https://www.scirp.org/(S(lz5mqp453edsnp55rrgjt55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2100389)

Hernández, D. (2013). Modelo de contabilidad para la responsabilidad social empresarial. *Universidad del Norte*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/258-Texto%20del%20art%C3%ADculo-941-2-10-20150908%20(1).pdf

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación. (Editorial Mc Graw-Hill, Ed.) México.

Ibarra. (2013). Principios de la Responsabilidad Social Empresarial en el ordenamiento jurídico.

Revista Derecho. Obtenido de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003

INCONTEC. (2008). Guía Técnica Colombiana GTC 180. *Instituto Colombiano de Normas*

Técnicas y Certificación. Obtenido de

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/02.Guia%20Tecnica%20GTC%20180%20de%202008.pdf>

ISO26000. (2010). Guía sobre la Responsabilidad Social Empresarial. *Organización*

Internacional de Normalización. Obtenido de

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Jácome, Salazar, Borja. (2017). La responsabilidad social empresarial en la gestión

administrativa. *Revista de ciencias económicas y empresariales*, 3(3). Obtenido de

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetLaResponsabilidadSocialEmpresarialEnLaGestionAdmin-6244055.pdf>

Lippert, K. (2009). Destapa Futuro: programa de responsabilidad social, mediante el cual

Bavaria apoya a empresarios emprendedores. *Portafolio*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/destapa-futuro-programa-responsabilidad-social-mediante-bavaria-apoya-empresarios-emprendedores-465534>

Martínez, H. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Bogotá, Colombia:

Universidad Pontificia Javeriana. Obtenido de

<https://books.google.com.co/books?id=FNtOLTYrftEC&pg=PA33&dq=de+donde+nace+la+RSE&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwie8s2ys5bsAhUrpFkKHQXZA8cQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=de%20donde%20nace%20la%20RSE&f=false>

- Matabanchoy , S. (2012). Salud en el trabajo. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-71072012000100008
- McGuire, J. (1963). *Business And Society*. Mishawaka, Estados Unidos .
- Mellado. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-95182009000100003&script=sci_abstract
- Moreda, A. (2009). Nuevos tiempos para el marketing. *MK - Marketing Más Ventas*.
- Oficial, D. (1993). Ley General Ambiental de Colombia. Ley 99 de 1993. Obtenido de https://www.oas.org/dsd/fida/laws/legislation/colombia/colombia_99-93.pdf
- OIT. (2020). *Organización Internacional del Trabajo-OIT*. Obtenido de <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--es/index.htm>
- Passos. (2015). Metodología para la presentación de trabajos de investigación: "Una manera práctica de aprender a investigar, investigando". *Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar*. Obtenido de <http://colmayorbolivar.edu.co/files/Metodologia-presentacion-trabajos-investigacion.pdf>
- Peralta, D. (2017). Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para el Desarrollo Sostenible en la sPYMES. *Universidad Militar Nueva Granda*. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16539/PeraltaVillamizarDianaCarolina2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetLosDisenosDeMetodoMixtoEnLaInvestigacionEnEducacio-3683544.pdf>

- Picker, H., Fries, B. (2015). Empresa Ciudadana. *cec international*. Obtenido de <http://www.cecinternational.com/wp-content/uploads/2015/04/9-La-empresa-ciudadana-NT-v7.pdf>
- Pico , O. (2016). Los Stakeholders como actores estratégicos- instrumentales en los proyectos de la nueva Gestión Pública. *Universidad de Oviedo*. Obtenido de <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/38421/TFMOscarPicoRUO.pdf;jsessionid=54E1254852183FBD8B91252917AF5EC0?sequence=4>
- PNUD. (2020). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Obtenido de <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/about-us.html>
- Porter, M., Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 1-18. Obtenido de <http://www.iarse.org/uploads/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>
- Rodriguez, M., Pineda, D., Castro, C. (2020). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. *Revista Espacios*, 47. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n27/a20v41n27p26.pdf>
- Rojas , E. (2014). Programa de ahorro y uso eficiente del agua para la Empresa de Servicios Públicos Asociación de Amigos Usuarios del Acueducto Independiente de Ocaña "ADAMIUIAN E.S.P". *Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/369/1/25819.pdf>
- Rousseau, J. (1910). El Contrato Social . *Sampere y Cia Editores*.
- Rubio. (2017). Servicios públicos domiciliarios: responsabilidad social y tercerización. *Revista Criterio Jurídico Garantista*. Obtenido de <http://revistas.fuac.edu.co/index.php/criteriojuridicogarantista/article/view/720>

Senado. (1994). Ley 142 de 1994. Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0142_1994.html

Sixto. (2010). El Marketing y su origen a la orientación social: desde la perspectiva económica a

la social. Los aspectos de organización y comunicación. (U. F. Sol, Ed.) *Em Questao*,

16(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87724146003.pdf>

Spell, D., Gallego, M., Bayliss, J. (2014). A propósito de un análisis desde las relaciones

públicas: la revisión yuxtaposicional de la comunicación y la persuasión, una encrucijada

para confrontar la industria farmacéutica Anagramas Rumbos y Sentidos de la

Comunicación. *Anagramas*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/4915/491548258007.pdf>

Superintendencia. (2012). El régimen tarifario de los servicios públicos domiciliarios de agua

potable y saneamiento básico. Obtenido de

https://www.notinet.com.co/administrativo/servicios_publicos/Regimen%20tarifario%20de

[%20agua%20potable](https://www.notinet.com.co/administrativo/servicios_publicos/Regimen%20tarifario%20de%20agua%20potable)

Tedesco. (1999). Educación y sociedad del conocimiento y de la información. *Memorias del*

Encuentro Internacional de Educación Media.

Tinoco. (2013). Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social

empresarial. *Universidad Nacional de Colombia*. Bogotá, Colombia. Obtenido de

<http://bdigital.unal.edu.co/47293/1/6819572.2013.pdf>

Tobon, Guzmán, Silvano. (2015). Sociedad del conocimiento: Estudio documental desde una

perspectiva humanista y compleja. *Revista Paradigma*. Obtenido de

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512015000200002

UAO. (2012). Revisión Documental. *Comunicación e Investigación 3*. Obtenido de

<https://comunicacioneinvest3.wordpress.com/2012/08/09/revision-documental/>

UNKI. (1991). *UK Financial Investments*.

Valenzuela, Jara, Villegas. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y

desempeño financiero. *Revista de Administración de Empresa*, 55(3). Obtenido de

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329

Vergara, M. P., Vicaría, L. (2009). “Ser o aparentar la Responsabilidad Social: Análisis

organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial”.

Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis250.pdf>

Welles. (1941). *El ciudadano Kane*.

Apéndices

Apéndice B. Aval de las empresas para el proyecto de estudio del uso de la RSE



EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE OCAÑA S.A. E.S.P. - ESPO S.A.
NIT. 800.245.344-2

Ocaña, 23 de octubre de 2020.
220-D.C.I.-1029-1276-2020

Estudiantes:
Cindy Lorena Cabrales
Laura Vanessa Alsina
UFPSO
Programa de Contaduría Pública

ASUNTO: aceptación de realización de investigación académica en relación a la RSE de ESPO S.A.

ESPO S.A. se ha caracterizado por mantener una figura de institución de puertas abiertas, por tal motivo para nosotros es de gran provecho que los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña se vinculen a nuestra empresa para culminar su proceso académico.

En mi condición de Director de Control Interno de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A "E.S. P", muy comedidamente me permito informarle que se acepta que de parte de ustedes se realice búsqueda, almacenamiento y/o análisis de la información que generamos de Responsabilidad Social Empresarial desde ESPO S.A. para fines académicos

Sin más en particular,

Atentamente,



FREDDY A. CASTELLANOS BAYONA
Director de Control Interno
ESPO S.A. "E.S.P."

	Nombre y apellido	Cargo	Firma
Elaboró	Juan Camilo Alsina	Comunicaciones	
Revisó			
Revisó			

Los amba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las disposiciones legales y/o técnicas vigentes y, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para la firma del remitente.



Asociación de Amigos Usuarios Acueducto Independiente de los barrios Santa Ocaña Norte de Santander
José Antonio Galán y Bermejil Nit: 890.505.844-7

Ocaña Norte De Santander, 24 octubre 2020

AOE-163-2020

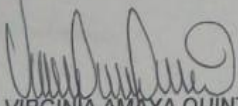
Señoritas
CINDY LORENA CABRALES BECERRA
LAURA VANESSA ALSINA QUINTERO
Estudiantes 10 semestre de Contaduría Publica UFPSO

Cordial saludo.

A través de la presente, Adamiuain desea brindarles el apoyo necesario para que realicen el ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN ADAMIUAIN EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER". Es importante recordarles que toda información que se les brinde, se le un trato cuidadoso y reservado, para que no haya contratiempos entre las dos entidades.

Agradecemos de antemano el tener en cuenta a Adamiuain para realizar su tesis de grado.

Cordialmente,



VIRGINIA AMAYA QUINTERO
Administradora



Comunidad, gestión y desarrollo

Transversal 52 # 3C - 03 José Antonio Galán
Tel. 5612683 - 310-313-7267
Administración de Acueducto

Apéndice C. Formato de encuesta

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA	
	Documento	Programa
	FORMATO DE ENCUESTA	CONTADURIA PÚBLICA
	Título de la investigación	Aprobado
	ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS DE SERVICIO PÚBLICO DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO ESPO S.A Y ADAMIUAIN EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
	Responsable	Versión
	LAURA ALSINA, CINDY LORENA CABRALES	ÚNICA PARA ESTA INVESTIGACIÓN

I. Información del encuestado

Empresa: _____

Cargo en la empresa: _____

Años de estar trabajando en la empresa: _____

Fecha de diligenciamiento: Día. _____ Mes. _____ Año. _____

Responsabilidad Social Empresarial__ RSE: son los compromisos de origen obligatorio o voluntario que la empresa asume en su relación con los grupos de interés (empleados, usuarios y sociedad) conservando como objetivo central la sostenibilidad; es decir, toda política proyecto o actividad que favorece las condiciones económicas, sociales y ambientales de la empresa en mutuo acuerdo con el desarrollo de la comunidad o el sector donde ejerce operaciones.

Esta encuesta está dirigida a usted, responda con sinceridad, la información brindada será totalmente confidencial y de uso exclusivo para la investigación que se plantea en este formato.

Nota: Recuerde tener claro que las preguntas son de fácil interpretación, condensa información que usted conoce y algunas de las preguntas son de única respuesta, mientras que en otras podrá seleccionar varias opciones de respuesta de acuerdo a su nivel de experiencia y conocimiento del ítem valorativo.

***Agradecemos su colaboración en el proceso.*

II. Ítems valorativos

1. ¿La empresa como prestadora de servicios públicos relacionados con agua potable y saneamiento básico, es consciente de su interdependencia con el ambiente y realiza una gestión de la Responsabilidad Social Empresarial integral de manera proactiva?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
- Indeciso

2. A continuación se muestra una tabla con diferentes tipos de estrategias de RSE que usualmente la empresa ha de realizar, seleccione ¿cuál o cuáles la empresa desarrolla?

Marque x	Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial
	Programa para la financiación de cuentas y morosidad de usuarios
	Programa de pago a la medida o pagos parciales por cuotas durante cada mes
	Sistema de agua prepago con seguimiento de tarjeta y medidor en comodato
	Compra de activos bajo la modalidad de bien futuro
	Gestión con empresas para obtener recursos financieros usables para el cuidado de la biodiversidad en las cuencas hidrográficas abastecedoras
	Iniciativa de siembra de árboles por hectáreas en las cuencas abastecedoras
	Reporte a través de los medios de comunicación de la empresa del monitoreo a la biodiversidad en la zona de intervención de la planta de tratamiento y cuencas
	Creación de convenios con la Universidad para el análisis del estado de los afluentes en el municipio
	Programas de asocio con entidades para el pago de servicios ambientales a familias campesinas por la vigilancia de la fauna y flora cercanos a los afluentes
	Programa de fomento forestal con CORPONOR
	Iniciativas con la ciudadanía para la limpieza de los afluentes
	Creación de conversatorios para establecer consejos de cuencas y mecanismos consultivos que permitan aprovechar conocimientos, experiencias y visiones de los diferentes actores presentes en el territorio para una mejor gestión
	Realización de programas de sensibilización y fortalecimiento de la cultura de cuidado del medio ambiente dirigidos a la comunidad
	Creación del programa de guardianes o guías educativos que permitan a los estudiantes las visitas guiadas a las plantas de potabilización
	Realización de programas de sensibilización dirigidos a los trabajadores de la empresa
	Realización de eventos con los habitantes por barrios para conversar con la comunidad sobre la prestación de los servicios públicos de agua y alcantarillado
	Realización de charlas educativas y simulacros de atención al cliente a los funcionarios encargados de esa área para que mejoren su manera de comunicar la identidad, políticas y servicios de la empresa
	Creación del programa de vigilancia vecinal para reducir o evitar los hurtos de contadores en los barrios
	Creación de la facturación electrónica para apoyar la política nacional de reducción de papel
	Creación de campañas publicitarias sobre cuidado y conservación del agua dirigidas a personas invidentes, sordomudas y que poseen cualquier otra limitación que impidan la interpretación del mensaje como normalmente se utiliza

3. De los siguientes íconos que hacen parte de la Responsabilidad Social Empresarial, marque aquel o aquellos que considera son importantes y desarrollados por la empresa



Cuidado del agua



Acceso a los servicios públicos



Cuidado de la biodiversidad



Calidad y seguridad de los servicios



Usabilidad de las TIC con transparencia



Contratación responsable



Entorno de trabajo



Gestión normativa



Derechos Humanos



Ciudadanía corporativa



Cuidado climático



Producción y consumo sostenible



Tarifas del servicio



Innovación y formación

4. La empresa entre su política empresarial tiene presente los siguientes aspectos:

PREGUNTA	RESPUESTA		
	Si	No	Indeciso
¿Vela por el cumplimiento de la legislación ambiental y los compromisos voluntarios suscritos en el ámbito de su actuación?			
¿Realiza la gestión ambiental con enfoque preventivo y hace uso racional de los recursos que emplea?			
¿Mejora continuamente el desempeño ambiental, en el marco de las posibilidades tecnológicas y económicas?			
¿Promueve y fortalece la cultura ambiental de los grupos de interés pertinentes (empleados, usuarios y sociedad)?			
¿Afianza la comunicación transparente de la gestión RSE con los grupos de interés y propiciar su participación?			

5. Como parte de la estrategia de cuidado del agua ¿qué métodos son los que utiliza la empresa?

- Conservación del agua (extracción y cuidado de los afluentes)
- Consumo de agua (cuidados del recurso compartido)
- Manejo de aguas residuales (disminución de la contaminación)
- Todos los anteriores
- Ninguno de los anteriores

6. Para brindar accesibilidad a los servicios públicos, ¿cuáles de los siguientes programas facilita la empresa a los usuarios?

- Mejora en la cobertura y expansión del servicio
- Financiación social
- Todos los anteriores
- Ninguno de los anteriores

7. ¿Con qué frecuencia la empresa patrocina, de manera voluntaria, eventos que propicien el bienestar, la cultura, la recreación y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo con un marco de actuación alineado con su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

- Muy frecuentemente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

8. ¿La publicidad de la empresa contribuye de modo activo al fomento de valores sociales fundamentales como la solidaridad, la participación y demás, que construyan el bien común?

- Si
- No
- Indeciso

9. ¿Los contenidos informativos de la empresa no incitan a conductas violentas, ilegales o antisociales, ni son expuestos en lugares que van en contra de la filosofía de la empresa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo

- Neutral
- Poco de acuerdo
- En desacuerdo total

10. ¿La empresa en lo posible, utiliza materia prima amigable con el medio ambiente cuando realiza campañas en las comunas, en los nacimientos de agua, en las calles, etc?

- Si
- No
- Indeciso

11. ¿Con qué frecuencia la empresa capacita de manera oportuna y apropiada al personal sobre Sostenibilidad o Responsabilidad Social Empresarial?

- Muy frecuentemente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

12. ¿La empresa utiliza un lenguaje claro y no genera confusiones cuando ofrece a los usuarios promociones sobre tarifas o servicios especiales, es decir, no engaña al usuario con sobrepromesas?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- Poco de acuerdo
- En desacuerdo total

13. ¿La empresa muestra a los usuarios claramente los términos, condiciones y valores cobrados por la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado, sin exagerar valores u ocultando procedimientos mal realizados?

- Si
- No

Indeciso

14. ¿En el desarrollo de los proyectos y procesos no se permiten prácticas discriminatorias, trabajo forzado o bajo coacción para los empleados de la empresa?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

Poco de acuerdo

En desacuerdo total

15. ¿Para la Alta Gerencia es importante promover la remuneración justa, la libertad de asociación, la gestión del riesgo psicosocial y el mantenimiento de ambientes de trabajo seguros y saludables?

Muy importante

Importante

De poca importancia

Sin importancia

Apéndice D. Evidencia fotográfica



Fotografía 1. Aplicación de encuesta en ADAMIUAIN
Alsina, L & Cabrales C.L (2020)



Fotografía 2. Aplicación de encuesta en ESPO S.A
Alsina, L & Cabrales C.L (2020)

MODELO CONTABLE

RSE

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

OBJETIVO: Extraer de la realidad social de las empresas ESPO S.A y ADAMIUAIN, información de gestión social que permita formalizar una representación razonable de su hacer responsable con la sociedad y el medio ambiente.

Para la correcta realización de acciones de Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo con Danilo Rafael Hernández (2013), las empresas de servicio públicos domiciliarios deberán tener presente:

- 1) Proponer una forma de garantizar que la información presentada en el Balance Social haya sido recogida de manera segura y confiable.
- 2) Propender por garantizar registros de contabilidad social permanentes, los cuales tengan lugar una vez ocurra el hecho social, de tal manera que la información se dé en tiempo real y goce de las cualidades de la información contable señaladas en el artículo 4° del Decreto Reglamentario 2649 de 1993 (comprensible, útil y comparable y por tal razón clara, pertinente, confiable y de bases uniformes) y no sea una recolección dispersa asistemática e inoportuna de información al momento de elaborar el reporte social.
- 3) Llevar un control de la información relacionada con hechos socialmente responsables, a través de la consolidación de datos en libros de Contabilidad Social, en forma permanente, ordenada y con los formatos respectivos.
- 4) Elaborar reportes sociales basados en el procesamiento de la información cuidadosamente registrada en cada transacción o actividad organizacional con el ánimo de lograr los demás objetivos contables, contenidos en el artículo 3° del decreto 2649 de 1993, numerales del 1° al 8° observando su aplicación al contexto de lo social.

“ La Responsabilidad Social Empresarial- RSE, es el compromiso voluntario que las empresas asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas y permite asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico”

* Hernández

METAS DEL MODELO CONTABLE

La finalidad del modelo es lograr un orden u organización en el estudio de los factores que integran la gestión social, propendiendo por registrar las acciones socio-ambientales que ha de incluir las empresas en su plan de acción de RSE, además de darle reconocimiento a cada operación, buscando garantizar la veracidad y utilidad de la información contable social. Todo ello, a través de la implementación de comprobantes y de procedimientos de registro y recolección de la información, que a futuro sirve como herramienta importante en materia de soportes contables de las empresas ante las entidades de vigilancia y auditoria.

PRINCIPIOS

- Integridad
- Objetividad
- Independencia
- Responsabilidad
- Confidencialidad
- Observaciones de las disposiciones normativas
- Competencia y actualización profesional
- Difusión y colaboración
- Respeto entre colegas
- Conducta ética

Los principios expuestos son tomados como referencia lo expresado en el artículo 6 de la Ley 43 de 1990, el cual regula los Principios Contables Generalmente Aceptados en Colombia (PCGA). Y reinventados hacia la RSE se apoyan en:

- Ente Económico y Ente Social
- Continuidad
- Unidad de medida
- Período
- Valuación o medición
- Esencia sobre forma
- Realización
- Asociación
- Mantenimiento del patrimonio
- Materialidad
- Prudencia

La contabilidad ha logrado desarrollar por muchos años un sistema de información revestido de procedimientos que satisfacen las necesidades de las empresas en el campo financiero-pero no en el campo social, ahora con el auge de la RSE muchas empresas han creado la necesidad de implementar ese sistema o uno similar para llevar el balance contable de las acciones de desarrollo sostenible, con ciclo dotado de procesos que garanticen un correcto aseguramiento, recolección y verificación de los hechos e información del compromiso social y ambiental. Por tal motivo, las empresas de servicios públicos domiciliarios no pueden ser ajenas a ello, debido a que posibilita la identificación, medición, valoración y revelación de las transacciones que se ubican en el contexto financiero, pero se armonizan con las prácticas de voluntariado.

PROCESO Y PROCEDIMIENTOS DEL MODELO

Inicialmente el responsable del área de contabilidad en la empresa deberá tener un profesional auxiliar que se encargue de llevar el registro contable de la RSE, para eso es importante la permanencia de los registros, porque de ello dependerá el correcto manejo de los recursos económicos con fines sociales.

Esa persona se encargará del manejo de los comprobantes y el ingreso de la información, teniendo en cuenta que el ente económico y social deberá contar un sistema de procesamiento de datos acorde a sus necesidades y a la complejidad de sus operaciones. Por otro lado, también se diligenciará el control en libros especiales de Contabilidad Social, los cuales deberán agruparse por cada una de las variables de impacto que la empresa decida abarcar o intervenir.

A partir de la información consignada en los libros se procederá a elaborar el respectivo informe social, que para el caso que ocupa este trabajo, que puede ser un balance o una memoria de sostenibilidad o de RSE. La memoria de sostenibilidad es un informe de indicadores cuantitativos donde se analiza porcentualmente los resultados de mejora del entorno intervenido por la empresa desde la gestión social y también se agregan los indicadores cualitativos, para analizar la percepción y opiniones de los actores involucrados.

Para verificar que el modelo está siendo utilizado correctamente, se debe evaluar los indicadores referenciados en la versión 3.1 del GRI, los cuales son: indicadores de desempeño económico, indicadores de desempeño ambiental, indicadores de desempeño social, indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo, indicadores del desempeño de derechos humanos, indicadores de desempeño de sociedad e indicadores de desempeño de la responsabilidad sobre los servicios.

El documento en el cual se registran los hechos sociales, es el comprobante de contabilidad, ubicado al igual que en la contabilidad financiera, como el primer documento de captura de información de tipo social. Todos esos comprobantes se archivan en físico y digital para luego anexarlos como soporte a los balances o a las memorias de sostenibilidad para la toma de decisiones.

En definitiva, para que las empresas sean realmente responsables social y ambientalmente, deberán serlo con sus recursos económicos y tener un modelo así sea básico que relacione la información de los actos sociales y ambientales.