

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

**Análisis de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial:
Desempeño de algunas Empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga**

Deisy Milena Sorzano Rodríguez y Mayra Alejandra Martínez Gelves

**Universidad Santo Tomás
División de Ciencias Económicas y Administrativas.
Facultad de Economía
2014**

**Análisis de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial:
Desempeño de algunas Empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga**

Deisy Milena Sorzano Rodríguez y Mayra Alejandra Martínez Gelves

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el título de Economista

Director

María Gabriela Daza

Mg. En Estudios Europeos

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas.

Facultad de Economía

2014

DEDICATORIA

Este trabajo de grado es dedicado a Dios por darnos los pasos a seguir en nuestras vidas, a nuestras familias, por todo el apoyo y acompañamiento en la formación académica, que gracias a ellos hemos podido cumplir uno de los sueños tan anhelados, a nuestra directora la Dra. María Gabriela Daza por entregarnos sus conocimientos para la realización de este proyecto y a todas las personas que hicieron parte de nuestro crecimiento intelectual, personal y humano.

Mayra Alejandra, Deisy Milena.

AGRADECIMIENTOS

En especial a Dios por darme el entendimiento, la inteligencia, por orientarme y guiarme hacer las cosas de la mejor manera posible. A cada uno de los que son parte de mi familia, a mi madre por el apoyo incondicional y porque gracias a ella este sueño ha sido cumplido y a mi padre por enseñarme la importancia de crecer como persona y de que todo lo propuesto se puede lograr. A mi directora de tesis la Dra. María Gabriela Daza por apoyarme, guiarme y acompañarme en la culminación de este proyecto. A la Decana, la Dra. Carmen Elisa Therán y a mis maestros de la Universidad Santo Tomas de la Facultad de Economía, quienes dedicaron su tiempo para brindarme todo el conocimiento y experiencia en el transcurso de mi formación académica. A mi compañera de tesis que de manera incondicional siempre ha depositado en mí, confianza, paciencia y apoyo, que gracias a ella este proyecto se ha llevado a cabo. A todas las personas que han contribuido a la realización de este proyecto: Dios los Bendiga.

Mayra Alejandra

A Dios, autoridad y máximo guía por darme la vida, salud e intelecto. A mis abuelos y padres por la enseñanza, ejemplo y atenciones diarias. A mis hermanos por su complicidad. A mis profesores por su dedicación y transmisión de conocimientos. Y a quien me enseñó que nadie tiene ni la verdad ni el poder absoluto. Agradecimiento especial a la Decana de la Facultad, Dra. Carmen Elisa Therán y la profesora María G. Daza quienes fueron acicate en la adquisición y cambio de mi percepción académica.

Deisy Milena

Contenido

	Pág.
Introducción	17
1. Análisis de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial: Desempeño de algunas Empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga	19
1.1 Definición del problema	19
1.2 Justificación	20
1.3 Objetivos	21
1.3.1 Objetivo General.	21
1.3.2 Objetivos específicos.....	21
2. Marco Referencial	22
2.1 Marco Teórico.....	22
2.1.1 Responsabilidad Social Empresarial y Generalidades:	22
2.2 Estado del Arte.....	26
3. Diseño Metodológico	29
3.1 Indicadores.....	30
4. Análisis de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial	32
4.1 Revisión bibliográfica de la Responsabilidad Social Empresarial	32
4.1.1 Evolución Cronológica de la RSE.....	33
4.1.2 Antecedentes Colombia:	35
4.1.3 Caracterización del Área Metropolitana de Bucaramanga	36
4.1.3.1 Contexto	36
4.1.3.2 Localización	36
4.1.4 Aspectos Económicos	37
4.1.4.1 Bucaramanga.....	37
4.1.4.2 Girón.....	37
4.1.4.3 Piedecuesta	37
4.1.4.4 Floridablanca.....	37

4.2 Propuesta de Concepto de la Responsabilidad Social Empresarial	38
4.2.1 Empresa – Empleados:.....	38
4.2.2 Empresa – Medio Ambiente:	41
4.2.3 Empresa – comunidad:.....	41
4.2.4 Empresa – Otros Grupos de interés:	42
4.3 Percepción frente a la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga	44
Conclusiones	82
Recomendaciones	84
Referencias Bibliográficas	85
APENDICES	88

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Elementos de la RSE.....	38
Figura 2. Porcentaje del cargo al interior de la empresa.....	44
Figura 3. Distribución del número de empleados directos que posee la empresa.....	45
Figura 4. Porcentaje del tipo de actividad de la empresa.....	46
Figura 5. Conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial.....	47
Figura 6. Conocimientos sobre RSE se deben a qué.....	48
Figura 7. Nivel de importancia para realizar programas de RSE en la empresa.....	49
Figura 8. Tiene su empresa instancias para atender cuestiones éticas o relacionadas con el bienestar, con la ética empresarial o con su interacción con el medio.....	50
Figura 9. Indique qué tanto identifica o asocia cada tema expuesto con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	51
Figura 10. Conoce o aplica alguno(s) de los conceptos relacionados a continuación...	52
Figura 11. Principal barrera para realizar proyectos de RSE.....	55
Figura 12. Relativo a los siguientes aspectos, la empresa.....	56
Figura 13. La empresa busca superar los pisos salariales mínimos.....	61
Figura 14. La empresa busca ofrecer los mismos beneficios a hombres y mujeres que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico.....	62
Figura 15. Participa la empresa en actividades encaminadas a erradicar el trabajo infantil.....	63
Figura 16. Su empresa ¿cuenta con una política de gestión ambiental?.....	64
Figura 17. ¿Se reconocen y ejecutan programas relacionados con los efectos negativos sobre el medio ambiente resultante del uso final de los productos y/o servicios producidos por la empresa?.....	64
Figura 18. Durante la planificación estratégica, la empresa incluye políticas, programas y/o procesos relacionados con.....	65
Figura 19. La empresa participa o apoya proyectos educativos a favor de las causas ambientales.....	67
Figura 20. Existe en la empresa presupuesto o programas destinados a.....	68

Figura 21. Realiza la empresa algunas de las siguientes actividades.....	68
Figura 22. Indique el grado de importancia de 1 a 3 que la empresa actualmente le merece en el apoyo de los siguientes aspectos.....	71
Figura 23. ¿A cuál de estos grupos de interés involucra en gestión social su empresa?.....	75
Figura 24. ¿Su empresa incentiva la contratación y el desarrollo de proveedores locales?.....	76
Figura 25. Indique el nivel de conocimiento que cree usted tiene la empresa.....	76
Figura 26. Género de la persona entrevistada.....	78
Figura 27. Años que lleva laborando en la empresa.....	79

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Evolución de la RSE.....	33

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. Empresas escogidas tomadas de la base de datos e información de todas las empresas existentes en el AMB, (Proporcionada por la Cámara de Comercio - Datos 2013.....	89
Apéndice B. Modelo de Encuesta.....	90

GLOSARIO

Los términos detallados a continuación están relacionados directamente con el tema de Responsabilidad Social Empresarial. Este glosario es de función documental y cumple como requisito aclaratorio, ya que en adelante, se hace uso recurrente de él.

Acción social de la empresa: es la estrategia sostenida de inversión en la comunidad que trata de alinear los objetivos empresariales con las necesidades sociales, ambientales y económicas de la comunidad en la que opera la empresa, con la finalidad de promover los intereses a largo plazo de la empresa y reforzar su reputación.

AMB: Área Metropolitana de Bucaramanga.

ANDI: Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI. Es una entidad sin ánimo de lucro que difunde principios económicos, políticos y sociales en un sistema de libre empresa.

Balance social: instrumento de gestión para planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la política social de una empresa en un período determinado frente a las metas preestablecidas

Bienestar: se le llama al conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción humana. El bienestar social es una condición no observable directamente, sino que es a partir de formulaciones como se comprende y se puede comparar de un tiempo o espacio a otro.

BM: Banco Mundial.

Buenas prácticas ambientales: medidas de tipo organizativo para el control del impacto ambiental que en muchos casos son válidas en cualquier tipo de actividad o sector.

Código de conducta: declaración formal y explícita de los valores y compromisos de la organización. Es un documento en el que se recoge la intención de la organización de someterse a una autorregulación vinculante en lo relativo a la RSE.

Comunidad: Se denomina comunidad a aquel grupo o conjunto de personas que comparten una serie de cuestiones como ser el idioma, las costumbres, valores, tareas, roles, estatus y zona geográfica, entre otras.

Cultura organizacional: conjunto de valores, creencias, expectativas y asunciones arraigadas en el colectivo humano que forma la empresa y que se traducen en normas implícitas de actuación.

Desarrollo sostenible: formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades.

Empleados: persona que ejerce algún tipo de actividad remunerada, debe contar con la edad legal suficiente para prestar sus servicios retribuidos ante otra persona empresa o institución.

Empresa: es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Encuesta: Instrumento de recolección de información mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

Estrategia empresarial: conjunto de criterios y reglas de decisión que tratan de hacer corresponder los recursos de la organización con su contorno y, en particular, con las expectativas de sus grupos de interés.

GRI (Global Reporting Initiative): acuerdo internacional que tiene por finalidad establecer una estructura de trabajo ampliamente aceptada para la elaboración de memorias de sostenibilidad en las que se recojan los tres aspectos siguientes: ambiental, económico y social. Se ocupa también de la definición y difusión de la guía para la elaboración de las citadas memorias, que se aplica de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar de los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

Grupos de interés - Stakeholder: cualquier persona o grupo interno o externo a la organización que pueda afectar o ser afectado por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de esta. Se utiliza también la expresión “partes interesadas” para referirse a este mismo concepto.

Imagen corporativa: la evaluación global que una persona o grupo hace de una organización, a partir de sus creencias y sentimientos hacia ésta.

Indicadores: son útiles para poder medir con claridad los resultados obtenidos con la aplicación de programas, procesos o acciones específicos, con el fin de obtener el diagnóstico de una situación, comparar las características de una población o para evaluar las variaciones de un evento.

Libro verde: es un organismo a nivel mundial que se encarga de hacer planteamientos sobre cómo se podría promover la responsabilidad social de las empresas, no solo a nivel europeo sino a nivel internacional y de igual manera a nivel particular.

Medio ambiente: Es el análisis de la relación entre ecosistema y cultura. En general, es el entorno en el cual opera una organización, que incluye el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, y su interrelación. En este contexto, el medio ambiente se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global.

Mercado: Entorno en el cual se transan materias y o activos, existe oferta y demanda.

Norma: conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente

Norma ISO 14001: norma internacional aplicable a cualquier organización que voluntariamente desee implantar, mantener al día y mejorar un sistema de gestión ambiental y obtener la certificación de este sistema por una organización externa e independiente.

Pacto mundial (Global Compact): directrices de las Naciones Unidas para que las actividades de las empresas respeten los derechos humanos, hagan efectivo un desarrollo sostenible y se adhieran a las normas universales, tanto ambientales como sociales.

Percepción: es el proceso cognoscitivo que permite interpretar y comprender el entorno. Es la selección y organización de estímulos del ambiente para proporcionar experiencias significativas a quien los experimenta. La percepción incluye la búsqueda de la obtención y el procesamiento de información.

Política Ambiental: declaración por parte de la organización de sus intenciones y principios en relación con su comportamiento ambiental general que proporciona un marco para su actuación y para el establecimiento de sus objetivos y metas ambientales.

Pilares: se define como directrices que vinculen a aspectos específicos, en cuanto a la RSE existen cuatro pilares denominados Empresa – Comunidad, Empresa – Medio Ambiente, Empresa – Empleados. Empresa – Otros Grupos de interés.

Responsabilidad social empresarial: se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Sistema de gestión ambiental: parte del sistema de gestión de la empresa que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desenvolver, implantar, llevar a cabo, revisar y mantener al día la política ambiental.

Sistema de gestión RSE: herramienta destinada a implementar la estructura organizativa, los procedimientos y las actuaciones concretas que permitan llevar a efecto la política de RSE de la organización.

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial ha generado gran cantidad de literatura, análisis, y estudio debido al debate y auge de la temática en las dos últimas décadas e importancia en el mercado organizacional actual, razón por la que se realizó la presente investigación.

El trabajo supone un avance importante en el interés generado y por ende ofrece una conceptualización completa en la que se describen antecedentes, orígenes, generalidades y características. Adicionalmente se profundiza con la propuesta de un nuevo concepto de Responsabilidad Social Empresarial a partir de los elementos bibliográficos encontrados y se finaliza con la identificación y análisis del conocimiento o percepción que se tiene en algunas empresas del área metropolitana de Bucaramanga derivado del diseño y aplicación de un instrumento de recolección de información. Los resultados arrojados revelan un creciente interés en las organizaciones, sin embargo aún se evidencian vacíos importantes frente al tópico y se hace necesario contar con asesoría para que se avance respecto a esto. Se invita a seguir realizando esfuerzos considerables para llegar a determinadas áreas y enfrentar nuevos retos.

PALABRAS CLAVES: RSE, Percepción, Área Metropolitana de Bucaramanga, Empresa, Encuesta.

“Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica”

Peter Drucker

Introducción

El desarrollo de prácticas socialmente responsables ha generado una nueva conciencia empresarial basada en el impacto social, y restando importancia a la adquisición de exclusivos beneficios económicos. Esta nueva visión surge años atrás donde las organizaciones entienden los cambios partiendo de la globalización, incluyendo dimensiones de cambio social.

De acuerdo a esto y como lo menciona Peter Drucker, las acciones de Responsabilidad Social Empresarial son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica. Adicional a ofrecer beneficios sociales, laborales, y ambientales, la organización cuenta con ventajas en términos de competitividad y ejercicio económico.

Con el presente documento se pretende aportar en la construcción de conocimientos tanto a la academia como a la sociedad, se desarrolla una conceptualización de aspectos generales de la Responsabilidad Social Empresarial, evidenciando y analizando la percepción que se tiene de la temática en algunas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga.

Se trata de esta manera de un trabajo muy interesante y útil para la comunidad en general dada la popularidad de la temática en los últimos años. Se puede observar que las organizaciones son cada vez más consientes de la temática y de las acciones que se desarrollan frente a esto, orientando sus operaciones tanto a su crecimiento particular como a la protección del medio ambiente, mejores prácticas laborales, y en pro de la comunidad en general.

En el primer capítulo, se presenta un análisis de la literatura sobre Responsabilidad Social Empresarial enfatizando en los aportes más significativos. Inicialmente se expone antecedentes, evolución cronológica, antecedentes en el territorio colombiano específicamente, síntesis de algunos trabajos desarrollados en la región respecto al

concepto. Finalmente en el capítulo se hace una caracterización del Área Metropolitana de Bucaramanga, lugar de desarrollo de la investigación.

En el segundo capítulo se realiza la propuesta de concepto de Responsabilidad Social Empresarial, dado la ausencia de una definición totalmente aceptada, evento desarrollado con los aportes obtenidos en el grupo de investigación de la facultad de economía “pobreza y exclusión social” bajo la dirección de María Gabriela Daza, también tutora de la presente investigación, teniendo como base la inclusión de cuatro elementos: empleados, medio ambiente, comunidad, y otros grupos de interés, describiendo así mismo cada uno de estos elementos. En el aparte final de este capítulo se indicará el concepto generado.

El capítulo tres llamado “Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas de Santander” presentamos los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a un número determinado de empresas por medio de la metodología allí mismo descrita, esto con el fin de describir y determinar la percepción existente, examinando diferentes ejes de la problemática.

Finalmente, en el último aparte de este documento se presentara una serie de conclusiones y recomendaciones derivadas de los aspectos más significativos descubiertos en el desarrollo total de la investigación.

1. Análisis de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial: Desempeño de algunas Empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga

1.1 Definición del problema

La propuesta de investigación está enfocada en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como uno de los parámetros que ayuda a la empresa a cumplir con sus funciones sociales, cuestiones que han cobrado vital importancia en los escenarios actuales. Así mismo se busca a partir de un análisis identificar la percepción y el alcance del concepto en algunas empresas ubicadas en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

El concepto de la palabra empresa puede ser establecido como una organización social por ser una asociación de personas que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social" (Chiavenato, 2012), por otra parte, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, se refiere a las acciones que realizan las empresas, donde más allá de maximizar sus ganancias, se debe asegurar crecimiento económico, desarrollo social y equilibrio ecológico, mejorando el entorno de sus empleados, proveedores, consumidores y la comunidad en general. De acuerdo a esto se hace evidente la necesidad de establecer cuál es la percepción que se tiene de tal temática en el entorno más cercano como lo es el Área Metropolitana de Bucaramanga.

En relación con lo anteriormente señalado, las autoras de la presente investigación generan una serie de interrogantes que buscaron ser respondidos a lo largo de la investigación; estas interrogantes fueron con relación a los siguientes parámetros: Percepción de la RSE, Aspectos Laborales, Aspectos medioambientales, Relación con la comunidad. Estos interrogantes fueron las bases para la generación de los objetivos de la presente investigación que más adelante se describirán. Partiendo de esto,

¿Cuál es el alcance y la percepción frente a la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga?

1.2 Justificación

La Responsabilidad Social Empresarial supone ejecutar acciones que estén en pro de las necesidades que enfrenta la sociedad en general, su entorno y el medio.

Se observa que el área Metropolitana de Bucaramanga no ha sido ajena a estas prácticas y de esto surge el objetivo principal de esta tesis que es el establecer el alcance y la percepción de la Responsabilidad Empresarial en el ámbito empresarial creando un documento donde se evidencien los hallazgos obtenidos. Es importante esto para conocer la real percepción y de esta manera se estaría contribuyendo con la investigación económica del AMB.

Aunque Bucaramanga y su área metropolitana han tenido un auge en los últimos años a nivel económico general también se debe establecer si ha sido solo a nivel de retribuciones económicas o también en conciencia social. Este proyecto pretende aportar un análisis al respecto indicando que las funciones de las empresas no deben guiarse solo por beneficios lucrativos y personales de la entidad y los trabajadores, sino también un aspecto que vincule a la comunidad a ser participe de su crecimiento.

Para poder comprender este fin se presenta la información necesaria partiendo de conceptos básicos y generalidades.

Esto permitirá efectuar un análisis y de esta manera gestar una visión más amplia de las obligaciones inherentes a la empresa con respecto al desarrollo social y al equilibrio ecológico en beneficio de la sociedad y no del empresario como particular.

De igual manera los grandes retos que enfrentan las organizaciones debido a las nuevas realidades del siglo XXI, y la competitividad a nivel global, aterrizándolo específicamente a algunas empresas del AMB también han sido factores motivacionales del desarrollo del proyecto.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Determinar el alcance y la percepción frente a la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas ubicadas en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Realizar una revisión bibliográfica de la Responsabilidad Social Empresarial, estableciendo antecedentes, orígenes, generalidades y características del area de estudio.
- Proponer un nuevo concepto de Responsabilidad Social Empresarial a partir de los elementos bibliográficos hallados.
- Identificar el conocimiento frente a la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga, a través del análisis de datos obtenidos, mediante el diseño y aplicación de un instrumento de recolección de información.

2. Marco Referencial

Este marco referencial está compuesto por antecedentes históricos lo que permite tener un amplio conocimiento de cómo se ha concebido y evolucionado el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, en adelante RSE; comprende un marco teórico, un marco conceptual, un marco histórico y un marco geográfico, donde se plantean generalidades y demás características de la RSE en diferentes esferas.

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Responsabilidad Social Empresarial y Generalidades:

Abordando esta temática desde el punto de vista económico, y dada la importancia del concepto en el ámbito empresarial y de los negocios se fundamenta y da importancia inicialmente en la definición de empresa, siendo esta toda organización en la que se internalizan múltiples transacciones sobre materias primas, productos, servicios, recursos humanos, recursos físicos, y tecnología, al destinar todo esto en su conjunto a la ejecución de un proyecto determinado.

La empresa puede ser conceptualizada también como una organización de personas que transforman diferentes recursos utilizando su capacidad (ya sea intelectual, física o de inversión) para finalmente crear bienes y servicios que satisfagan las necesidades de una creciente población demandante.

Partiendo de esto se observa que solo es tomada en cuenta la función económica, dejando totalmente aislada la función social y ecológica enmarcada anteriormente lo que conduce directamente al esclarecimiento del concepto de RSE.

Tomando la opinión de determinados académicos, algunos afirman que el principal objetivo es la creación de valor para el accionista lo que ha causado directamente graves problemas como brechas salariales entre diversos cargos, olvidando la parte humana del trabajador, y siendo visto únicamente como un coste de producción.

Por otra parte, la Constitución Política Colombiana, le otorga a la empresa una obligación inherente ante la sociedad. Para cumplir a cabalidad con dicha obligación, las

empresas de diversos proyectos que contribuyen al desarrollo del medio ambiente y de la sociedad en la que actúan; de acuerdo a esto se indagará la acción de las empresas que adicionalmente a generar valor económico dedican esfuerzos a forjar una función social, en la búsqueda de una sociedad incluyente. Es importante hacer mención que los problemas más evidentes en los sectores de las ciudades donde están las empresas giran en torno a problemas ambientales, marginalidad, pobreza, entres otros.

Estas acciones sociales hacen referencia al compromiso que la empresa tiene para maximizar el impacto dentro de la sociedad. Esta justicia social está relacionada con la satisfacción de un grupo de personas, generación y sostenimiento de empleos dignos, cuidado de su entorno entre otras características.

Acorde a esto se realiza el desglose particular de cada uno de los términos que conforman RSE de la siguiente manera: Responsabilidad particularmente viene del latín *responsum* y según la Real Academia Española (RAE), significa: “la habilidad del ser humano para medir y reconocer las consecuencias de un episodio que se llevó a cabo con plena conciencia y libertad o el compromiso de tipo moral que surge de la posible equivocación cometida por un individuo en un asunto específico”. De acuerdo a esto la responsabilidad en la toma de decisiones de una empresa afectará inminentemente a los diferentes grupos de interés de la empresa.

La palabra social por su parte proviene del latín *sociālis*, refiriéndose al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad, cabe resaltar que dicha palabra implica pertenencia.

Finalmente la definición del vocablo empresa es muy amplio, sin embargo, para efectos de este estudio se tomarán como relevantes los siguientes conceptos: “La empresa surge debido a la necesidad creciente de las personas de adquirir productos para su consumo, esta naturaleza masiva de la demanda de bienes, sólo puede ser respondida por organizaciones de personas, que sean capaces de producir masivamente, en todo caso por organizaciones que estudiando la conducta del consumidor, adapten la naturaleza para ofrecer productos o bienes a la medida del deseo del comprador. La empresa puede ser considerada una organización de personas, que transforman los recursos de la naturaleza usando la capacidad intelectual, la capacidad física y la

capacidad de inversión en distintas formas de transformación de bienes y provisión de servicios. (León & Miranda, 2003)”.

Desde una perspectiva económica, Adam Smith define la empresa como “una organización que permite la internacionalización de la producción: por un lado permite que los factores de producción (capital, trabajo, recursos) se encuentren y por el otro permite la división del trabajo” (Smith, 1776). En conclusión se define la empresa como toda organización en la que se internalizan múltiples transacciones sobre materias primas, recursos humanos, servicios, capitales y tecnología, destinado todo ello a la ejecución de un proyecto para el cual los intercambios serán inadecuados.

Partiendo de estos conceptos **¿Qué es realmente la RSE?**

Como se ha mencionado muchas empresas implementan una serie de actividades con el fin último de incrementar el valor y fuerza de la marca comercial, incrementando su competitividad y dejando de lado el valor esencial y verdadero que el concepto enmarca realmente, que es ser base de desarrollo.

Aunque no exista un concepto único y específico de RSE esta normalmente hace énfasis en una visión de empresa que incluye respeto por los valores, por las personas, por la comunidad y por el medio ambiente. La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales.

Ahora bien, (Drucker, 1984) plantea por otra parte que las acciones de RSE son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica, en aspectos como la generación de ganancias, la capacidad productiva, las competencias humanas, etc.

La numerosa literatura que existe sobre el tema especifica que el concepto se construye con base de experiencias vividas y se desarrolla con las construcciones mentales y subjetivas que se tengan del concepto. De acuerdo a esto Dow Votaw, Docente de la Universidad de California afirma que aunque la RSE significa algo, este concepto no es siempre es el mismo para cada organismo, sustentando la premisa inicial. Con base a esto se puede establecer que la RSE es el compromiso que tiene la empresa con la sociedad, en respuesta a la implicaciones sean positivas o negativas que deja la acción económica de la misma.

La Comisión de las Comunidades Europeas enuncia que la responsabilidad social de las empresas es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.

De igual manera el World Business Council For Sustainable Development - WBCSD (2000), la RSE es “el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general”.

Teniendo en cuenta las opiniones de McWilliams, Siegel y Wright (2006), se define la RSE como situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de sus intereses y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley. Sin duda alguna, el que exista una visión más completa de lo que debe significar RSE hace que cada sociedad pueda evaluar de mejor forma el real aporte que desarrolla cada empresa sobre su entorno. Teniendo una visión más integral de RSE, y menos parcializada, los elementos a evaluar son más transparentes.

No obstante la RSE puede aumentar la competitividad y así impactar directamente sobre la productividad y los ingresos; por otra parte en países donde no existe legislación apropiada se deben desarrollar esfuerzos por centrarse en establecer un marco reglamentario adecuado, donde no solo las grandes empresas o multinacionales desarrollen practicas socialmente responsables, y así incluir a las pequeñas y medianas empresas.

El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales justas, actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil, entre otras.

2.2 Estado del Arte

El presente trabajo de grado se ha centrado en la fundamentación económica del término en Bucaramanga, por lo que se presentan también algunos trabajos desarrollados en la región respecto al concepto, como se mostrara más adelante son trabajos enfocados a sectores específicos: calzado y salud. Pero se complementa presentando algunos trabajos sobre RSE en Latinoamérica y en Colombia para confirmar la común preocupación por identificar el tema con los problemas sociales, con la desigualdad, incluso en Colombia se identifica el termino con los objetivos del milenio, de los cuales la primera necesidad que se debe atacar es la pobreza, se demuestra priorizando el primer objetivo. Se considera por lo tanto que esta propuesta que se presenta con este trabajo de grado es novedosa, sin desconocer los trabajos realizados en el mismo grupo de investigación tanto de la profesora Daza como del grupo de semilleros, de donde surge esta propuesta, siendo este el tercer trabajo que utiliza los mismos referentes descritos en la fundamentación. El trabajo de semilleros de investigación “Aspectos jurídicos y económicos de la RSE en Santander” desarrollado conjuntamente con la facultad de derecho y la investigación y “RSE y autogestión comunitaria en el Café Madrid” investigación desarrollada dentro de línea pobreza y exclusión social del grupo Economía Social de la facultad de economía. Como se mencionó los trabajos a continuación son estructurados en primera medida respecto al geográfico y como segunda aspecto la cronología; mostrando tres estudios colombianos y luego se presenta el ámbito regional, o mejor local, mostrando algunos trabajos centrados en la RSE Bucaramanga, es válido mencionar que seguramente existen muchos otros trabajos que reposan en las bibliotecas que aun no disponen del material digital y abierto y por motivos de tiempo nos limitamos a los trabajos encontrados en internet. En el 2006 se presento el documento Aportes y desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial En Colombia de Roberto Gutiérrez, Luis Felipe Avella ambos de la Universidad de los Andes y Rodrigo Villar consultor de la Inter American Foundation, la investigación fue financiada por algunas colombianas.

Teniendo en cuenta una trayectoria recorrida en el país, se pretende plantear un futuro tiene una larga y rica historia de compromiso empresarial con los temas sociales, es la afirmación inicial de esta investigación, por lo que consideran que el concepto de RSE se ha desarrollado ha al evidenciar nuevas formas de relacionar la actividades

sociales con la operación de las empresas de los negocios Gran parte de la riqueza de este trabajo recae en su documentación de las empresas. El estudio intenta clasificar las prácticas comunes que se han realizado dentro del país por empresas colombianas, para sugerir orientaciones emprendedoras, y hace luego un llamado a actuar. RSE y mipymes, alternativas para apoyar su desarrollo en Colombia proyecto de Jaime H. Sierra G. y de David A. Londoño B. presentado en 2008, es un estudio enmarcado en el trabajo en diferentes instituciones universitarias de Colombia. En el que se plantean Finanzas Éticas como alternativas de ahorro e inversión en un marco condiciones de desigualdad social. Ponen también en discusión las condiciones financieras entre otras que pueden afectar la creación y el desarrollo de pequeñas empresas como instrumento de desarrollo. Es otra forma de ver la RSE que no sólo muestra lo que las empresas deben hacer, sino que les describe los problemas que enfrentan las empresas referente a la falta de apoyo del sistema financiero cuando estas tiene problemas como restricciones de liquidez, mejorar las inversiones entre otras. Alexandra Ospina, Claudia Cárdenas y Mauricio Beltrán en su trabajo para agencia de cooperación alemana gtz, la fundación Konrad Adenauer Kas, publicado en el 2008 y titulado Objetivos del Milenio y Responsabilidad Social Empresarial, tiene como objetivos el fortalecimiento de las capacidades de los actores del Estado y sociedad civil a favor de la construcción del desarrollo y la paz. Reconociendo el aporte del sector privado en la construcción de territorios responsables que inciden en el desarrollo de capacidades empresariales a favor del desarrollo sostenible, con sensibilidad a los conflictos y orientado a impactos.

El intenta fortalecer el compromiso de la sociedad civil y de los gobiernos a favor del desarrollo. El trabajo fue desarrollado en un municipio de del Norte de Santander, construyendo un aplicativo para identificación de empresas, y sensibilización frente al tema de RSE y los objetivos del milenio, con base en temas como grupos de interés, Acción sin daño, Prácticas Empresariales Sensibles a la Conflictividad además de la gestión de los riesgos del negocio, la inversión social y el diálogo político. Estudio de la relación existente entre la percepción de las empresas frente al tema de la RS y la competitividad empresarial en el área metropolitana de Bucaramanga en el año 2007 se realizó en al universidad pontifica bolivariana realizo Diana Mendieta y José Julián ortega, dentro del programa de la escuela de ingenierías y administración. Inicialmente se estudio la competencia como antecedentes a los problemas que se plantearon de la

RSE. Y se enmarco el concepto de esta última de acuerdo al concepto de stakeholders, al contexto social del país, entre otros. Se indagó en esta encuesta la percepción de los empresarios y se intentó medir la competitividad de las empresas de acuerdo a su concepción de RSE. María del Corral y Jonathan Morales, estudian en 2011 los orígenes de la RSE en el sector salud en Colombia, planteado como problema la falta que se tiene en el sector salud de la aplicación de este en la formulación de políticas, y en las acciones que las instituciones de este sector. Se basan inicialmente en la importancia que puede tener la aplicación de este concepto sobre todo en el ámbito de la salud y su aporte al desarrollo del capital humano. Este trabajo fue desarrollado en la universidad de Manuela Beltrán dentro de la maestría en desarrollo sostenible. Modelo de RSE para las entidades promotoras de salud -EPS del régimen contributivo de Bucaramanga y su área metropolitana por Jonathan David Morales Méndez es un trabajo que busca caracterizar un modelo de RSE para las EPS, a partir de un análisis de las prácticas y operaciones de este sector en la ciudad. Se realizó un censo para determinar las características, sobre las cuales se midieron un total de 72 variables en cinco grupos de interés y uno de generalidades de interés de las acciones. Los resultados permitieron analizar las perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial, las fortalezas y debilidades que permitan consolidar las características de una línea base de soporte al diseño de un modelo particular de gestión basado en RSE para este sector. Juan David Sepúlveda Chaverra, Iván Quintero Barrios, Tania Lizcano Montoya, Edward Díaz Pineda de la misma universidad estudian presentan una nueva investigación 'Perfil de RSE del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga en el 2013. Este trabajo busca el desarrollo de un perfil RSE a partir del análisis de las acciones relacionadas con la práctica de gestión y operaciones de las pequeñas empresas del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga. Los resultados se obtuvieron después de realizar un muestreo a empresas del sector para medir variables y evaluar perfiles de interés de las acciones estos resultados permitieron establecer principales fortalezas, y elementos necesarios para la posible implementación del modelo de gestión. Un trabajo más de RSE es 'Perfil de RSE del sector hotelero de Bucaramanga, sin fecha, investigación desarrollada en la Universidad Manuela Beltrán, por los investigadores Juan David Sepúlveda, Fabián Ordoñez y Carlos Andrés Prada. Quienes describen un perfil de las empresas hoteleras a partir de las prácticas y acciones respecto a RSE.

3. Diseño Metodológico

Se ha escogido un estudio cualitativo bajo el modelo de investigación interpretativo, donde a través de las opiniones manifestadas por los diferentes miembros empresariales, se intenta indagar su percepción en cuanto a la RSE en algunas empresas del Area Metropolitana de Bucaramanga. Al tomar en cuenta la opinión de Denzin y Lincoln (2005), el cimient de una investigación de tipo cualitativo es el estudio en el propio contexto y, de acuerdo a esto, concluir e interpretar las situaciones en función de los significados que proporcionan los propios sujetos.

Dentro de la investigación de tipo cualitativo, se ha optado por diseñar un instrumento de recolección de información (encuesta), para posteriormente interpretar la información obtenida, siendo representada gráficamente y analizada. De este modo, se inicia a extraer conclusiones puntuales sobre la temática en cuestión, como por ejemplo que conocimientos tiene, a que se deben dichos conocimientos, entre otros.

Este estudio no pretende generalizar resultados en otras entidades administrativas o departamentos, ni confirmar ni objetar hipótesis, sino contrariamente ser herramienta de observación mediante la percepción. No obstante, podría servir como modelo a seguir a futuras investigaciones.

La población sobre la que se ha realizado la investigación han sido las empresas del Area Metropolitana de Bucaramanga. Respecto a esto se ha utilizado una muestra no probabilística correspondiente a algunas empresas ubicadas en esta area, siendo seleccionadas por considerarse que reúnen las condiciones necesarias para el desarrollo del estudio, como lo son: estar legalmente constituidas, así como el hecho de poseer un patrimonio superior a 10.000.000.000 MCTE.

Han participado 24 empresas (de un total de 107 organizaciones que cumplen con las características anteriormente mencionadas. Se ha elegido esta muestra, ya que ante las posibilidades de escoger ya sean por las utilidades, los activos, los pasivos o el patrimonio finalmente de dichas empresas (información suministrada por la base de datos, adquirida a través de la Cámara de Comercio), esta ultima característica es sinónimo de solidez, (al verificar los balances generales de cualquier organización entre

mayor sea el patrimonio, por lo general se puede interpretar que la empresa tiene mayor estabilidad financiera).

La obtención de los datos de análisis se realiza mediante el diseño y uso de un instrumento de registro de información (encuesta) y su respectiva aplicación. El formulario de registro se compone de 26 preguntas, el cual se encuentra disponible en el apéndice B, al igual que el soporte de la población total y sus respectivos datos numéricos en cuanto a patrimonio, activos y pasivos, que se encuentra disponible en el apéndice A. (En todas sus partes, fue diseñado por las autoras de la presente tesis).

Este cuestionario se diseñó para medir principalmente las siguientes características: entendimiento de la RSE, acciones que se ejecutan en pro de esta noción, barreras para ejecutar estas acciones, conocimientos medio ambientales, programas destinados a favorecer la comunidad, entre otros.

3.1 Indicadores

Para el diseño de la encuesta se hizo necesario la selección e identificación de indicadores que contribuyeran al análisis conglomerado del estudio.

De acuerdo con Angélica Rocío Mondragón Pérez, asesora del Departamento Mexicano Nacional de Estadística, geografía e informática, se define como indicador aquella herramienta que sirve para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos y resultados, por otra parte deben plantearse dentro de un marco teórico, en el que se planteen diferentes respuestas a las que se desea llegar con la investigación, deberán ser específicos y vinculados con el fenómeno económico, social, cultural y empresarial, que abarca el tema de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de algunas empresas ubicadas en el Area Metropolitana de Bucaramanga, deben ser relevantes y oportunos para que se puedan establecer metas y convertirlas en acciones futuras, y finalmente deben ayudar en la comprensión de manera integral de diferentes fenómenos que determinen el alcance y la percepción en dichas empresas de la temática. Esta serie de indicadores pueden llegar a ser cualitativos o cuantitativos: Para los objetivos planteados en este proyecto de investigación se abarcarán indicadores cuantitativos, tomando como referencia el Instituto Ethos de empresas y responsabilidad social

(Organización Sin Ánimo de Lucro, cuyo objetivo es el sensibilizar y ayudar a las entidades a gestionar sus negocios), que plantea guías que responden a la necesidad de generar un auto-diagnóstico por parte de las organizaciones.

Concretamente los indicadores son los siguientes:

- Aspectos Laborales
- Aspectos Medioambientales
- Aspectos comunitarios
- Otros grupos de interes

4. Análisis de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial

A partir de este capítulo y en lo sucesivo, se detalla el desarrollo pragmático y objetivo de la investigación.

4.1 Revisión bibliográfica de la Responsabilidad Social Empresarial

El concepto de Responsabilidad para con la sociedad, se remonta a periodos desde la Antigua Grecia y Roma, denominadas filantropía y la caridad, estas hacen alusión del actuar de las personas en la comunidad, para lograr un bienestar social; Algunos filósofos como Aristóteles, Platón, Freud, Sartre (Colombo, 2008; Mbare, 2007), y teóricos de las ciencias económicas y empresariales como Paccioli, Smith, Nash, entre otros, discutían en sus respectivas épocas temas asociados a la teoría del bienestar y a la inserción de las instituciones del hombre dentro de cada sociedad. Sin duda, los puntos de vista eran distintos. Preocupaciones por el relación del hombre en el desarrollo de la sociedad, las posibles mejoras para sostener el crecimiento económico, las condiciones sociales requeridas para la vida humana, la avaricia humana y sus efectos, entre otros, son ejemplos de cuestionamientos de cada época para fomentar el desarrollo económico y social de cada comunidad (Mbare, 2007). Además de estos autores, otros, pertenecientes a diferentes corrientes, como el estoicismo defendieron fervientemente los deberes cívicos, la igualdad y la responsabilidad social.

La responsabilidad social surge a principio de los años 60 en estados unidos y se define esta como los comportamientos y actividades de negocio que están basados en valores éticos y principios de transparencia que también incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y todas sus partes. Dicha relación incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad a nivel general. Todo esto en síntesis hace mención a una estrategia de negocios enfocada al incremento de la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible.

Por otra parte se señala que desde los años 90 el concepto de RSE se establece gracias al Libro Verde de la Unión Europea, donde se cita que el ser socialmente

responsable significa no solo cumplir con las obligaciones legales aplicables, si no que esta responsabilidad va más allá, donde se incluye el invertir en capital humano, el medio ambiente y las relaciones con las partes interesadas u otros grupos de interés como se ha llamado en esta investigación.

4.1.1 Evolución Cronológica de la RSE

DÉCADA	DESARROLLO	DESTACABLE
1953	Primera definición formal de RSC.	Publicación de la obra de Bowen Social responsibilities of the businessmen. Inicio formal de la RSE.
ETAPA FILOSÓFICA		
1960	Definición de RSC. Debate sobre los fines de la empresa.	Proyecto de Responsabilidad de la Empresa, liderado por Ralph Nader. Presionó durante los años 70 a General Motors para que tomara determinadas decisiones, a través de sus juntas de accionistas. Aunque los inversores responsables representaban sólo un 3% del total, consiguieron que GM publicara un informe social cada año, que estableciera un Comité de Política Social, que se incrementara el número de minorías en los puestos directivos, así como que se comprara a proveedores que pertenecían a grupos desfavorecidos (población negra). (Cavanagh, 1990: 238; Freeman y Gilbert, 1988).
ETAPA PRÁCTICA		
	Definición de las responsabilidades de la	Propuesta del CSP (Corporate Social Perfomance) como forma de medición de la

1970	empresa.	RSE. Estudios empíricos sobre la RSE: percepción de ejecutivos sobre RSE; medición de la RSE en EEUU.
ETAPA ESTRATEGICA		
1980	Definición del modelo stakeholders y de los códigos éticos.	Estudios empíricos sobre filantropía, relación entre responsabilidad social y resultados financieros.
DESARROLLO Y EMPRESA CIUDADANA SECTORIAL		
1990 – Hoy	Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad. Desarrollo sectorial de la disciplina: se parcela y se analizan separadamente y en profundidad distintos aspectos (códigos éticos, inversiones responsables, toma de decisiones).	Proliferan la investigación empírica y las publicaciones sobre la RSE y la EN. Se crean cátedras y se abren líneas de investigación en muchas universidades europeas y estadounidenses. Se crean instituciones en casi todos los países occidentales para promover la RSE, la EN o algún aspecto concreto de estas. Los gobiernos empiezan a tomar parte en la promoción de la RSE: creación de una secretaria de Estado en Reino Unido (1996), leyes sobre balance social en Francia y Portugal: Publicación del Libro Verde Promover un marco europeo para la RSE, por la Comisión Europea.

Tabla 1. Evolución de la RSE

Fuente: De la cuesta, Marta (2005) *“La responsabilidad social corporativa o responsabilidad de la empresa”*

4.1.2 Antecedentes Colombia:

En el país, la RSE no es un tema reciente, ya que este surge como preocupación de la ANDI, alrededor de los años 60, cuando tal entidad analizó la situación presentada en países como Francia, se evidencian otros indicios sobre los orígenes de la conciencia social en algunos empresarios relacionados con la creación de fundaciones en el sector privado, pero fue la ANDI quien realizó el primer modelo de Balance Social, iniciativa que en sus inicios no contó con mucha aceptación, pero al transcurrir el tiempo fue adoptada por empresas que iniciaron con prácticas sociales.

Es importante también mencionar que “la acción socialmente responsable de las empresas no obedecía a políticas explícitas y articuladas a gestión económica y financiera, y tampoco gozaba de objetivos, metas e indicadores claramente definidos. Esto era más debido al resultado de decisiones ocasionales y aisladas que originó en algunos casos un uso poco racional de los recursos” (Rangel, 1996), prácticas que se volvieron generalizadas y se lograron extender a otros empresarios.

A partir de este tiempo, hasta la actualidad las empresas colombianas han velado por implementar nuevas acciones a sus prácticas socialmente responsables, aunque ha sido un trabajo arduo, más en un territorio donde un porcentaje considerable de la población se encuentra en condiciones de pobreza, existe un panorama social complejo, y no se puede dejar de lado el entramado empresarial que se caracteriza por la informalidad, aunque a pesar de estas dificultades se reconocen los grandes esfuerzos realizados en materia de RSE.

En el país, la institución que más importancia merece en este tema es el Centro Colombiano para la Responsabilidad Social Empresarial (CCRS), institución no gubernamental, sin ánimo de lucro, que nace en el año 1994 con el fin de trabajar en investigación, desarrollo y promoción de la RSE. Como lo afirma la académica Constanza Jaramillo, la Responsabilidad Social puede ser definida como:

- El cumplir con las leyes.
- El impulsar el desarrollo.
- Un compromiso, no solo del empresario, sino también del estado y del ciudadano.
- Un compromiso con el apoyo a la comunidad.
- El sentir social y humano de una organización.

-La obligación que adquiere la empresa.

-Entre otros aspectos.

4.1.3 Caracterización del Área Metropolitana de Bucaramanga

Para aterrizar la investigación en el Área Metropolitana de Bucaramanga específicamente es necesario realizar una identificación o caracterización del área como se realizará a continuación:

El Área Metropolitana de Bucaramanga es una entidad administrativa, regida por la Ley 1625 de 2013 Ley Orgánica de las Áreas metropolitanas, dotadas de determinadas características: personería jurídica de derecho público, autonomía administrativa, patrimonio propio, autoridad y régimen administrativo y fiscal especial.

4.1.3.1 Contexto

El Área Metropolitana de Bucaramanga ha tenido un proceso continuo de planificación, a partir del año 1.978, que ha hecho posible la obtención de un modelo de desarrollo consolidado en los municipios que la integran a pesar de presentar deficiencias por falta de un sistema de actualización oportuna y dinámica.

4.1.3.2 Localización

El Área Metropolitana de Bucaramanga se localiza en el costado occidental de la Cordillera Oriental a los 7°08' de latitud norte con respecto al meridiano de Bogotá y 73°08' de longitud al Oeste de Greenwich, con una influencia de la circulación general del Valle del Magdalena Medio, afectada por la acción del relieve sobre la temperatura, vientos y precipitación, que determina la presencia de una serie de microclimas.

4.1.4 Aspectos Económicos

A continuación se relacionarán las principales actividades económicas del Area:

4.1.4.1 Bucaramanga

La principal actividad económica es el comercio, que concentra el 49.56% de las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, seguidamente de los servicios especiales que participa en el que se encuentra un porcentaje aproximado del 25%. Las empresas manufactureras, corresponden a un 15% aproximadamente. De acuerdo a esto son estas las tres actividades principales, y generan más del 50% del empleo. La participación restante la comprenden el sector agropecuario, explotación de minas y canteras, electricidad gas y vapor construcción, transporte almacenamiento y comunicación y servicios comunales.

4.1.4.2 Girón

La actividad económica de Girón gira alrededor del comercio, seguido de las empresas prestan servicios financieros y finalmente la industria en la cual se destaca la fabricación de toda clase de productos alimenticios para el consumo humano.

4.1.4.3 Piedecuesta

Las actividades relacionadas con el sector terciario como restaurantes droguerías, comercio, hoteles, banca, Transporte y servicios en general genera el 68% del empleo y representan una alta participación. El sector secundario, es decir las actividades relacionadas con la pequeña industria y artesanales, son las segundas actividades, y finalmente el sector primario, es decir las actividades relacionadas con la ganadería, la agricultura y la pesca.

4.1.4.4 Floridablanca

El sector terciario es el más representativo en Floridablanca, en el que se destacan el comercio al detal, los hoteles y los restaurantes. En el sector productivo, la actividad más representativa es la industria y la manufactura, destacándose los textiles, prendas de vestir y la industria del cuero.

4.2 Propuesta de Concepto de la Responsabilidad Social Empresarial

Tras los hallazgos encontrados en el desarrollo del proyecto y en las actividades académicas realizadas en el Semillero de Investigación “Economía Social y Desarrollo Empresarial” se puede comprobar que no existe un concepto concreto o unificado de Responsabilidad Social Empresarial, y esto hace evidente la necesidad de proponer un nuevo concepto que plantee elementos específicos.

Para el diseño de esto se discute en el impacto que puede generar la empresa tras su desempeño económico, y quien finalmente recibe tal impacto. A continuación se detallan cuatro elementos necesarios:



Figura 1. Elementos de la RSE

Fuente: Elaboración propia

4.2.1 Empresa – Empleados:

Desde la parte laboral se han mencionado múltiples posiciones que van desde el trato al personal e incentivos a estos. Manuel Bestratén y Luis Pujol Senovilla representantes del Centro Nacional de Condiciones de Trabajo, explican en su trabajo

“Responsabilidad social de la empresas, tipos de responsabilidades y plan de actuación”, que un inicio hacia la responsabilidad social de las empresas debe ser la prevención de riesgos laborales y la atención de condiciones de trabajo; debe ser una necesidad y una exigencia social que finalmente conllevará a un beneficio económico.

El bienestar en la parte laboral no debe ser considerado una decisión empresarial, por el contrario debe ser un compromiso por acciones constantes y permanentes en pro de mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los empleados y de su entorno.

Otro punto a destacar son los códigos de conducta o también llamadas buenas prácticas laborales, estos aparecieron en los años 1970 aproximadamente y son definidos como aquellos documentos que describen los derechos básicos y los estándares mínimos que una organización se compromete a respetar en la relación con los trabajadores, comunidades y el medio ambiente. Estos documentos han ganado terreno, popularidad e importancia, tendiendo a mantenerse en todos los sectores económicos, como se ha evidenciado en los observatorios de la Organización Internacional del Trabajo.

Como lo menciona Guillermo López Guízar en su texto “los códigos de conducta en el ámbito laboral son la declaración expresa y libre de los principios que inspiran el comportamiento de una empresa, en lo que concierne a las condiciones de vida y de trabajo de sus trabajadores y el clima laboral”. Entre los principios establecidos se encuentran: empleo, formación profesional, condiciones de trabajo y vida, y finalmente relaciones laborales.

De igual manera se planteó en el mes de octubre de 1997, por la agencia de acreditación del Consejo de Prioridades Económicas de Nueva York, la aplicación de un sistema de certificación socio-laboral ó “SA8000”, norma desarrollada por una industria manufacturera que promueve la implementación de los principios establecidos en la declaración universal de los derechos humanos y otra serie de declaraciones donde los principales lineamientos son: Trabajo infantil, trabajo forzado y obligatorio, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración, y sistemas de gestión .

El Tratado de Ámsterdam, acuerdo firmado en 1997 que tuvo por objetivo el crear un espacio de libertad, seguridad y justicia común, también incluye en su protocolo

secciones que van relacionadas con los aspectos laborales: Empleo, seguridad común, la unión y el ciudadano, la reforma de las instituciones comunitarias entre otros. Por citar un ejemplo la sección 2, titulada “*La unión y el ciudadano*”, hace referencia a las diversas medidas que fomentan la lucha contra el desempleo y también el respeto al medio ambiente, como por ejemplo la Cooperación para la política laboral.

La organización internacional del trabajo (OIT) también identificada con la búsqueda y mejoramiento de las condiciones laborales y calidad de vida de los trabajadores, velan porque estos obtengan igualdad, óptimas relaciones laborales y demás condiciones justas como lo llama el director regional de la oficina de la OIT para América Latina y el Caribe Virgilio Levaggi, contar con un trabajo decente que puede ser definido como el conjunto de actividades humanas, remuneradas o no, que producen bienes o servicios en una economía, o que satisfacen las necesidades de una comunidad o proveen los medios de sustento necesarios para los individuos caracterizado por cuatro objetivos: los derechos en el trabajo, las oportunidades de empleo, la protección social y el diálogo social. Aspectos que incluyen soluciones inminentes como la inclusión social, disminución de la pobreza, desarrollo personal entre otros.

Para afianzar estos propósitos también se ha establecido un documento mundial como lo es la declaración tripartita de la OIT de principios sobre las empresas multinacionales, bajo los siguientes principios: política general, empleo, formación profesional, condiciones de trabajo y vida, y relaciones laborales.

Así mismo se han aplicado programas internacionales de certificación relativos a número de horas a laborar, salarios mínimos legales, libertad de expresión, colectividad, igualdad, entre otros aspectos en estas normatividades o guías de RSE como: Responsabilidad Social Internacional, “Social Accountability Internacional” (SAI), Asociación por el Trabajo Justo, “Fair Labor Association” (FLA), Programa de Certificación de Responsabilidad Mundial en la Producción de Indumentaria, “Worldwide Responsible Apparel Production Certification Program” (WRAP), Cualli, Consultores en Calidad y Certificación Laboral.

Finalmente, es importante destacar que este ámbito presenta grandes desafíos: tanto en las organizaciones, sus empresarios, los trabajadores, los entes públicos y la comunidad en general, para así garantizar los derechos de los trabajadores y contribuir al cumplimiento de todos los puntos planteados.

4.2.2 Empresa – Medio Ambiente:

El velar por el desarrollo sostenible, es decir balancear equitativamente el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente es también un compromiso de las organizaciones. Este equilibrio es de vital importancia para la operación de las organizaciones que deben pasar a formar parte activa de la solución de los problemas ambientales que se tienen como sociedad, por su propio interés de tener un entorno equilibrado y próspero.

Estas ideas se encuentran respaldadas por organismos a nivel mundial, como la Unión Europea a través del Libro Verde (2001), el cual contiene planteamientos del cómo se podría promover la responsabilidad social de las empresas, no solo a nivel europeo sino a nivel internacional y de igual manera a nivel particular, sobre el modo de aprovechar las experiencias anteriores, para así fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, tanto a nivel interno como externo de la empresa. Se aborda también la integración de la gestión de la RSE como estrategia organizacional, la elaboración de informes de sostenibilidad, el etiquetado de productos y servicios, la calidad en el trabajo y la inversión socialmente responsable, entre otros aspectos.

El Libro Verde define la RSE como las acciones que ejecutan las empresas para contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente, a través suyo, tales empresas se concientizan del impacto que generan y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que se mejora la calidad de vida de los trabajadores, sus familias, la comunidad local y la sociedad o entorno donde actúa. Finalmente en el año 2000, por iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se dio inicio al “*Global Compact*”, con el fin de fomentar la protección de los derechos humanos (gozar de un medio ambiente sano y equilibrado) y cuidado con el medio ambiente.

4.2.3 Empresa – comunidad:

La relación que mantenga la empresa con la comunidad en donde se desarrolla es de vital importancia puesto que su influencia podría generar cambios en el entorno. La comunidad generalmente espera que las compañías y/o organizaciones le permita vivir

en un ambiente limpio, seguro y amigable produciendo de manera responsable desde el punto de vista social; Edmund M Burke menciona dos causas que lograrían generar este fenómeno: el contrato psicológico definido como las expectativas implícitas que las empresas y comunidades tienen entre sí y por otra parte, el organismo que determina la licencia o permiso de una compañía o su libertad para operar, circunstancias que han cambiado notablemente. De acuerdo con Cabrera (2006), la concepción sobre Responsabilidad Social Empresarial no solo desarrolla un compromiso económico, sino que amplía la visión del concepto agregando un compromiso de responsabilidad hacia la comunidad y es este el que genera consciencia del impacto que la empresa o el individuo causa a la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial con un enfoque comunitario, enfrenta nuevos desafíos debido a que cada vez presenta un cambio constante gracias a la globalización. Por su parte Schwal M. (2004) define la RSE como una extensión de la Responsabilidad Social Individual que tiene todo ciudadano hacia su entorno físico y social que se denomina ciudadanía corporativa. Para Diego Padilla, consecuentemente uno de los requisitos fundamentales de cualquier empresa es crear en el consumidor y la comunidad una cultura de confianza, para fortalecer la relación existente entre la sociedad y la empresa, de esto surge un nuevo concepto denominado: *ciudadanía* de acuerdo a la Asociación Global de los Emprendedores Sociales líderes en el mundo (ASHOKA), es una habilidad de jugar un rol en la economía como productor, consumidor y generador de riqueza.

4.2.4 Empresa – Otros Grupos de interés:

Finalmente este término hace alusión a otros grupos que pueden ser afectados por los fines y actividades de las organizaciones, estos reciben nombres específicos determinando con quien ser socialmente responsable y así medir su impacto. Son individuos o grupos con una diversidad de intereses, y demandas que toda organización debe proporcionar a la sociedad. De acuerdo a Freedman (1984) estos deben ser considerados un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios y los directivos de las organizaciones deben establecer relaciones balanceadas entre ellos, buscar soluciones e involucrarlos en los procesos sociales.

En este proyecto se reconocen como otros grupos de interés los clientes, los accionistas o financiadores, los acreedores, la cadena productiva, el gobierno, los competidores, los medios entre muchos otros que también son muy importantes tener en cuenta al momento de mencionar actividades de RSE. Los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente son grupo de interés que se consideran relevantes para tener en cuenta en este proyecto por influir de manera directa con temas relacionados con pobreza y exclusión social.

De acuerdo a esto se propone una definición que denota lo siguiente: la Responsabilidad Social Empresarial podrá ser definida como el compromiso que tienen las organizaciones con la sociedad en general, en respuesta de los alcances ya sean positivos o negativos generados de la acción económica de la empresa. Se habla de acción económica puesto que muchas empresas implementan una serie de actividades con el fin último de incrementar el valor y fuerza de la marca comercial, para incrementar su competitividad y dejar de lado el valor esencial y verdadero que el concepto enmarca realmente, como menciona la carta magna de ser base de desarrollo. En este concepto intervienen los elementos inicialmente mencionados que fortalecen el compromiso de la organización con la sociedad (interacción con la comunidad, el ofrecer beneficios con el medio ambiente, ser parte integral en el ámbito laboral, y finalmente con otros grupos de interés como proveedores y/o acreedores). A continuación se da apertura a la parte práctica partiendo de las bases establecidas.

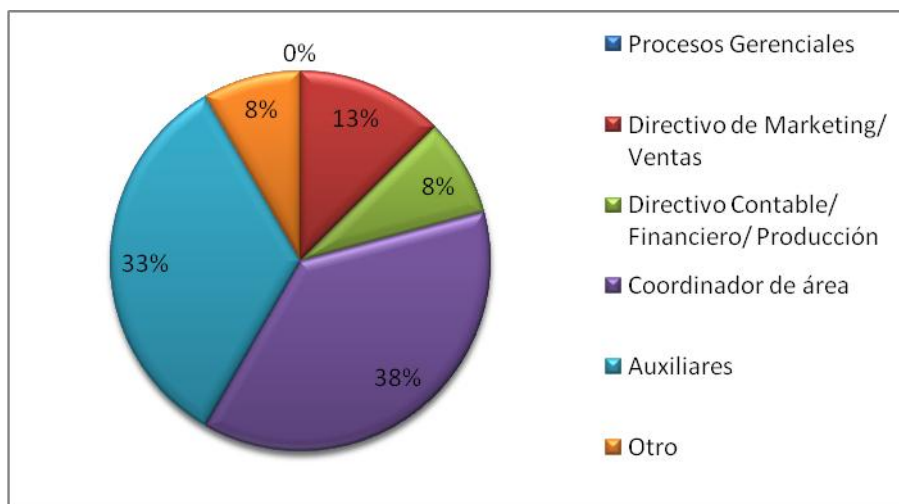
4.3 Percepción frente a la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga

Con el fin de determinar la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga se procede al diseño y aplicación de un instrumento de recolección de información en donde a continuación se exponen los resultados obtenidos:

- **Aspectos generales de los encuestados**

De la figura 1 a la figura 3, se mostraran características generales de la población encuestada como lo son cargos desempeñados al interior de las organizaciones, porcentajes de empleados directos e indirectos y finalmente tipo de actividad de las organizaciones.

Figura 2. Porcentaje del cargo al interior de la empresa.

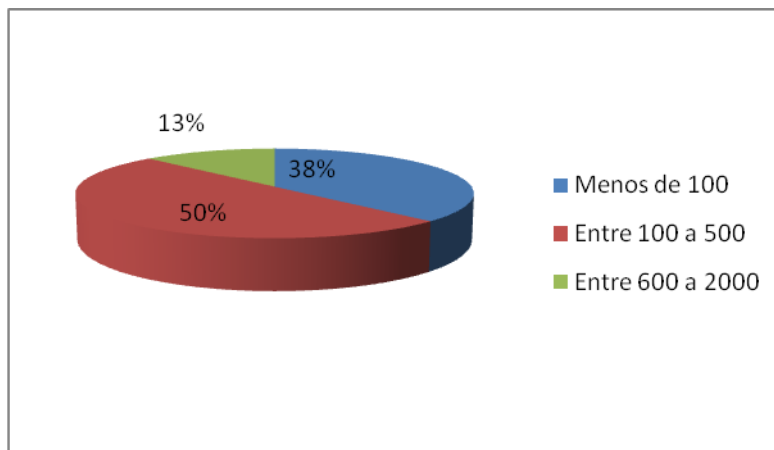


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la figura 2 muestra el porcentaje del cargo al interior de la compañía, donde se puede observar que el mayor número de empresarios que contestaron la encuesta correspondía a coordinador de área con un 38%; También se presentó que el 33% pertenecía a

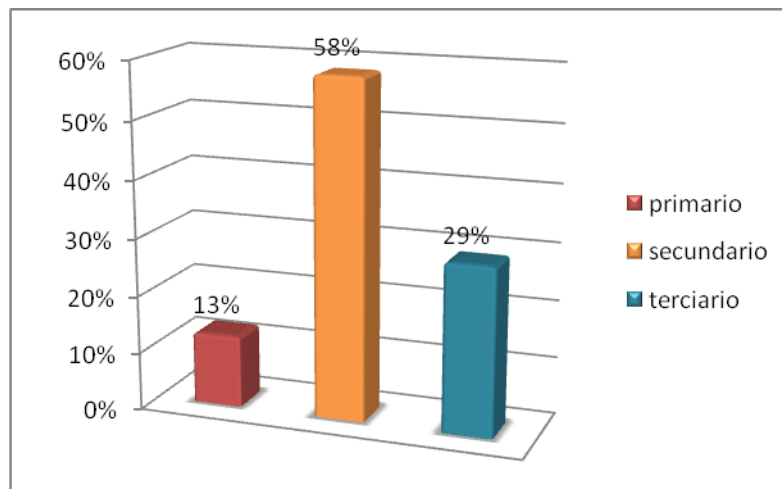
auxiliares, que el 13% pertenecía a Directivos de Marketing/Ventas, que el 8% correspondía a Directivo contable/Financiero/Producción, que el 8% ocupó otro cargo al interior de la empresa y que ningún empresario que contestó la encuesta ocupó el cargo de Procesos Gerenciales.

Figura 3. Distribución del número de empleados directos que posee la empresa.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Figura 3 representa la distribución del número de empleados directos que posee la empresa, donde el 50% equivale entre 100 a 500 empleos directos, el 38% corresponde a menos de 100 empleados directos y el 13% tiene entre 600 a 2000 empleos directos, lo cual se demuestra que son empresas que están estructuradas de manera formal y que poseen una gran trayectoria en el área metropolitana de Bucaramanga.

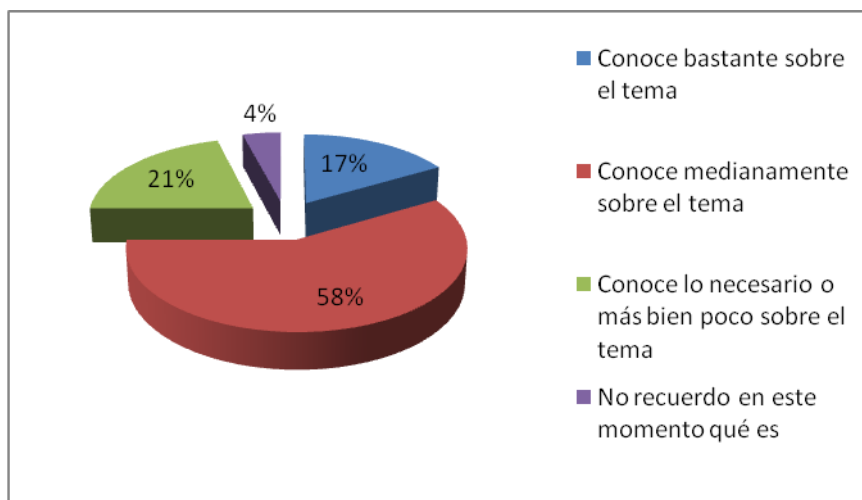
Figura 4. Porcentaje del tipo de actividad de la empresa

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Según la Figura 4 muestra el porcentaje del tipo de actividad de la empresa con respecto al sector primario, secundario y terciario; De los porcentajes se evidencia que el más significativo es el sector secundario con un 58%, para el sector terciario obtuvo un porcentaje del 29% y el sector que registro un porcentaje menor fue el sector primario con un 13%; Esto hace referencia a que hay una mayor oferta en el sector secundario.

- **Percepción de la RSE**

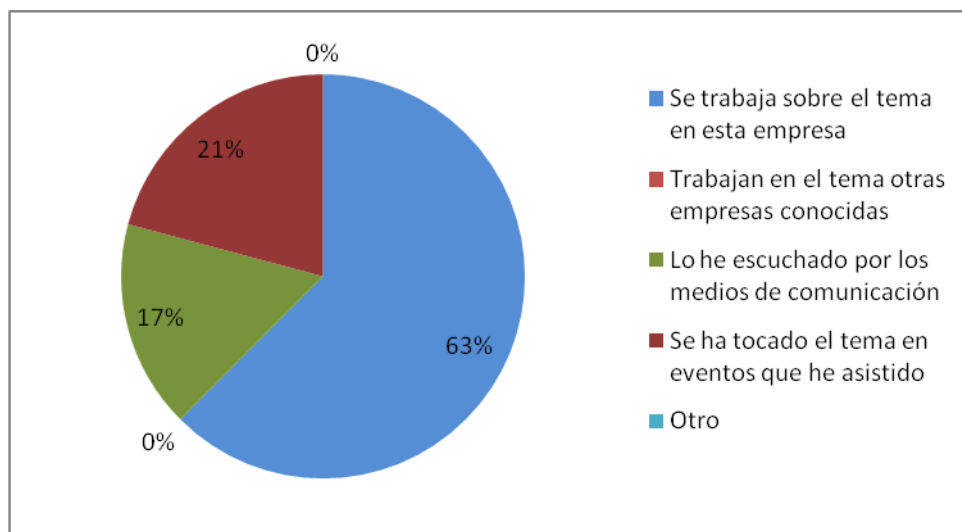
En la figura 4, figura 5, figura 6, figura 7, figura 8, figura 9 y figura 10 se reflejarán los conocimientos generales que se tienen de la temática, las razones por las cuales se tienen dichos conocimientos, el nivel de importancia que le merecen a los encuestados el realizar programas de RSE en las empresas, la asociación que se tiene frente a los conceptos más importantes y finalmente las barreras existentes para realizar proyectos de RSE.

Figura 5. Conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Figura 5 hace referencia al conocimiento que se tiene sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE), donde se presenta que el 17% de los encuestados conoce bastante sobre el tema, que el 21% conoce lo necesario o más bien poco sobre el tema y el 4% no recuerda que es. El 58% de los empresarios y empleados encuestados conocen medianamente sobre el tema, siendo el porcentaje más alto, esto demuestra que no hay la mayor información o capacitación sobre el tema que es de gran importancia para las empresas en el momento de contribuir en el desarrollo del mejoramiento social, ambiental, ético, entre otro.

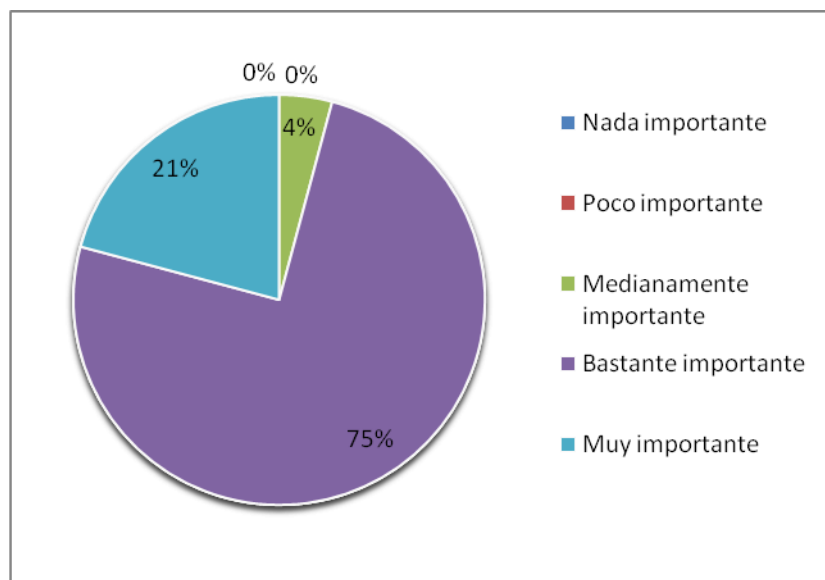
Figura 6. Conocimientos sobre RSE se deben a qué



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La información recolectada muestra en la Figura 6 que los conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial se debe a que el 63% de los empresarios trabajan el tema en la empresa, siendo este un porcentaje muy alto, lo cual esto hace que favorezca a las empresas del área metropolitana de Bucaramanga. Que el 21% ha tocado el tema en eventos que han asistido, que el 17% lo han escuchado por los medios de comunicación, pero que ningún empresario trabajan en el tema en otras empresas.

Figura 7. Nivel de importancia para realizar programas de RSE en la empresa

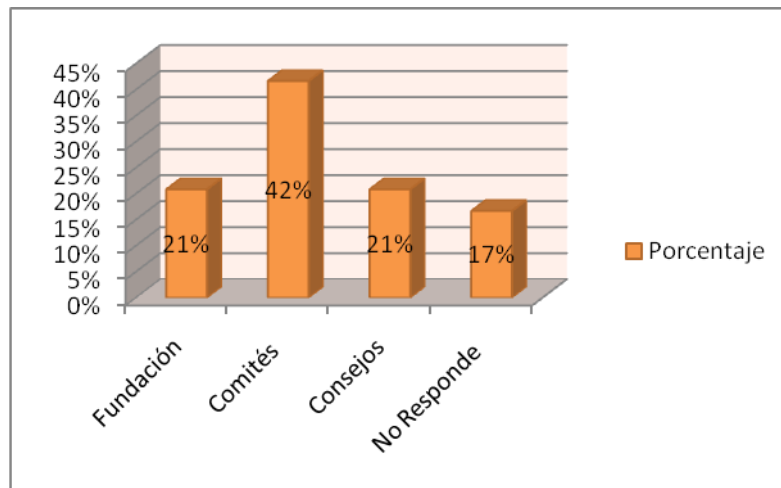


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Los datos arrojan que el 21% de los empresarios le es muy importante el nivel que merece a la empresa realizar programas de Responsabilidad Social Empresarial y que el 75% le es bastante importante, esto demuestra que los empresarios están a favor del Desarrollo sostenible, donde quieren alcanzar un bienestar social ya sea interno o externo.

También se puede evidenciar con un 4% que para algunos empresarios le es medianamente importante el realizar programas de RSE y para ninguno le es poco importante o nada importante.

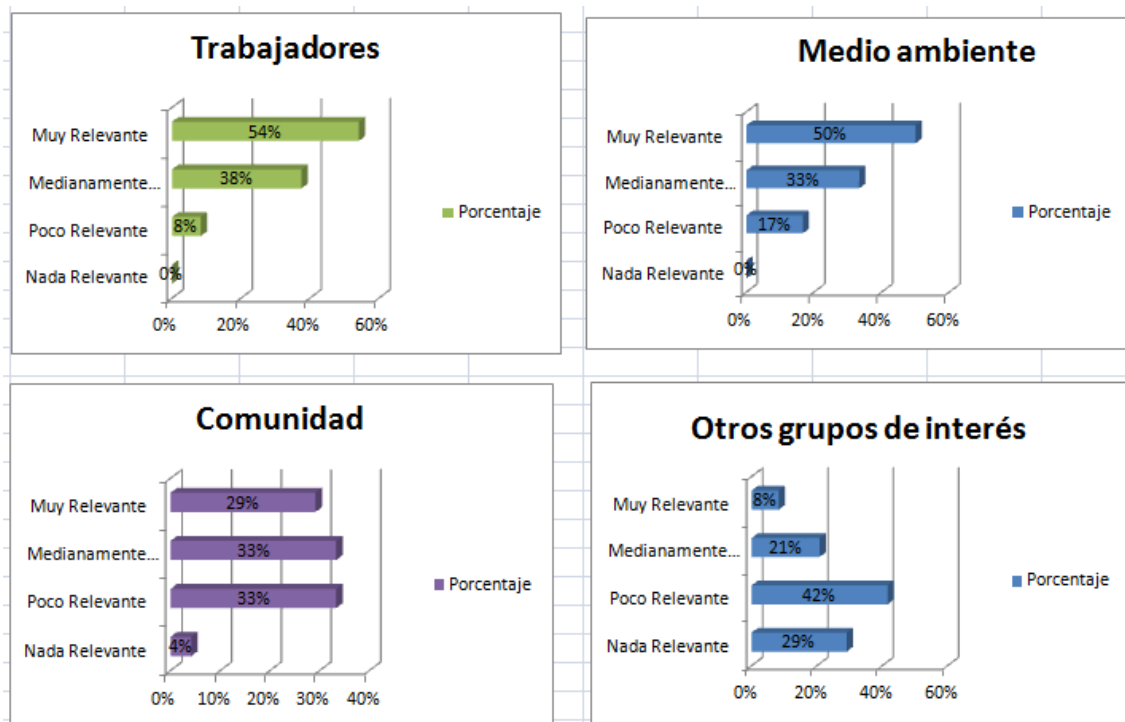
Figura 8. Tiene su empresa instancias para atender cuestiones éticas o relacionadas con el bienestar, con la ética empresarial o con su interacción con el medio.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La información arrojada por esta gráfica permite establecer si la empresa tiene instancias para atender cuestiones éticas o relacionadas con el bienestar, con la ética empresarial o con su interacción con el medio como Fundaciones, Comités, Consejos, entre otros; Donde se presenta que el 42% de los empresarios manejan comités en la empresa, que el 21% tiene fundaciones y consejos; Algunos empresarios mantuvieron discreción y no respondieron la pregunta lo cual equivale a un porcentaje del 17%.

Figura 9. Indique qué tanto identifica o asocia cada tema expuesto con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

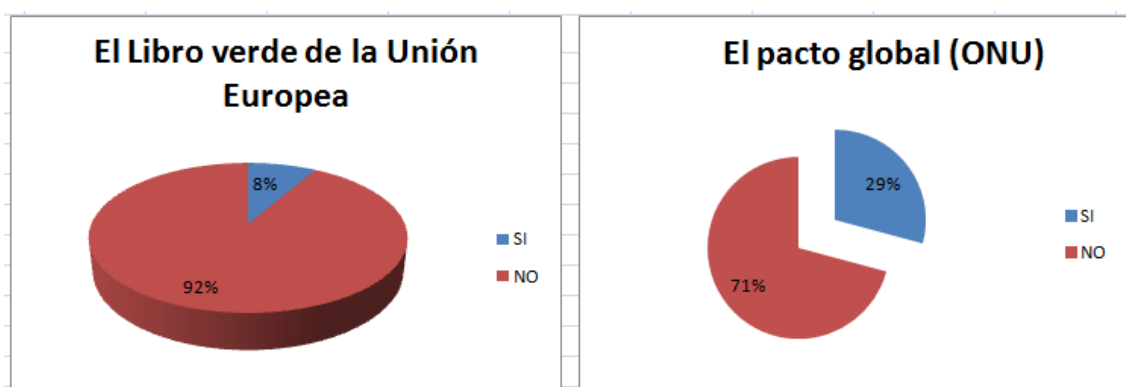
Como se puede visualizar en la Figura 9 muestra qué tanto se identifica o se asocia el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con respecto a los trabajadores, el medio ambiente, la comunidad y otros grupos de interés, dando así un porcentaje de que tan relevante es o no el tema.

Según los empresarios el 54% el tema de RSE para los trabajadores es muy relevante, siendo este el porcentaje más alto, el 38% le es medianamente relevante y tan solo un 8% le es poco importante.

Con respecto al medio ambiente es muy relevante con un porcentaje del 50%, es medianamente relevante el tema con un 21% y poco relevante con un 17%.

Para el tema de Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad, el 33% de los empresarios creen que es medianamente y poco relevante el tema, e 29% cree que es muy relevante y un 4% de los empresarios y empleados piensan que es nada relevante. Con el tema de otros grupos de interés se puede visualizar que el 42% de los empresarios y empleados le es poco relevante siendo este el prevalece, tan solo un 8% le es muy relevante y un 21% le es medianamente relevante y con un porcentaje del 29% el tema le parece nada relevante.

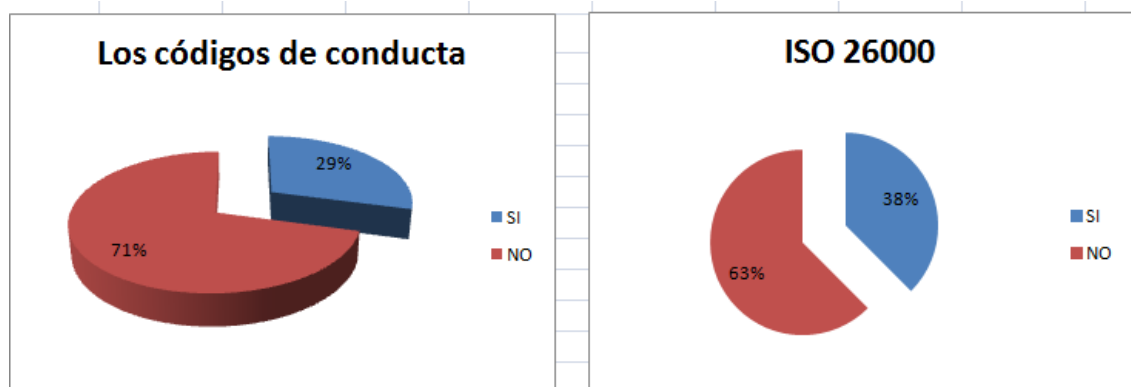
Figura 10. Conoce o aplica alguno(s) de los conceptos relacionados a continuación



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

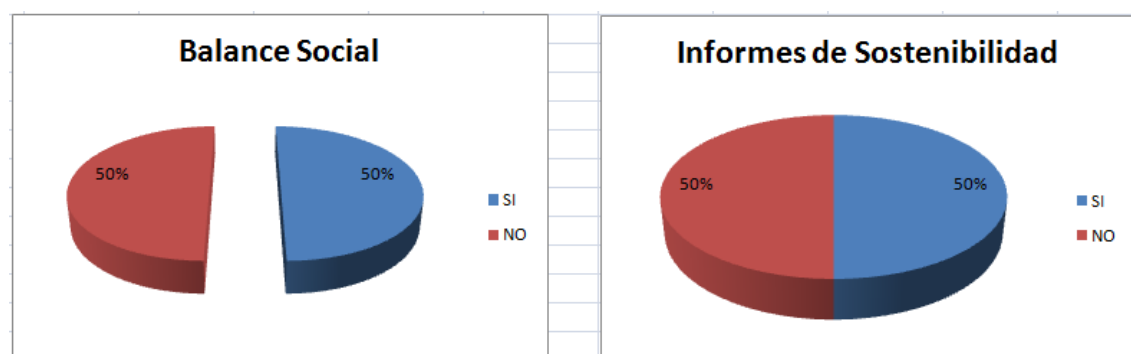
El resultado arrojado en la Figura 10 hace alusión a los conceptos más relevantes acerca de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entre esos se encuentra el Libro verde de la Unión Europea, El pacto global (ONU), los Códigos de Conducta, ISO 26000, el Balance Social, Informes de Sostenibilidad, Las directrices para las empresas multinacionales de la Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) y Los principios de la Organización Internacional del Trabajo.

Se puede visualizar que el 92% de los empresarios o empleados no conocen acerca del Libro verde de la Unión Europea, mientras que un 8% si; Con respecto al Pacto global (ONU) el 71% no conoce o aplica el concepto, mientras que el 29% si lo maneja.



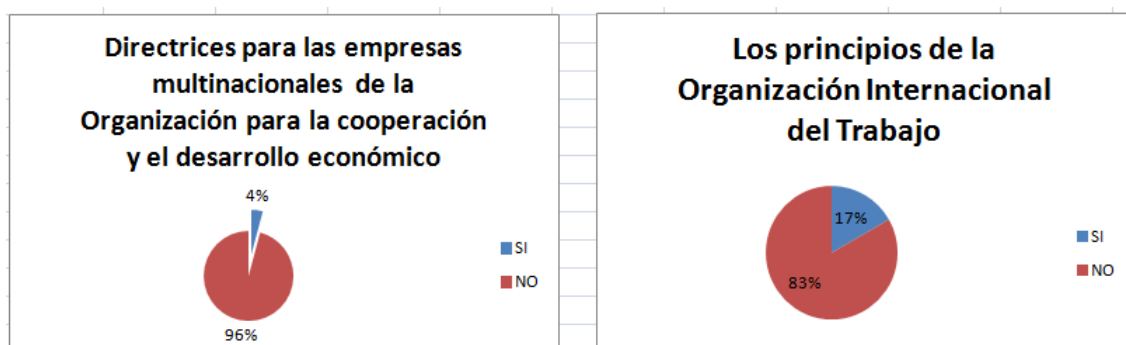
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede observar en la gráfica tan solo el 29% de los empresarios y empleados conocen o aplican el tema de Los códigos de conducta, mientras que el 71% no conoce acerca del tema, siendo este el de mayor porcentaje. Con respecto al tema ISO 26000 EL 63% de los encuestados no conoce y el 38% conoce o aplica el tema.



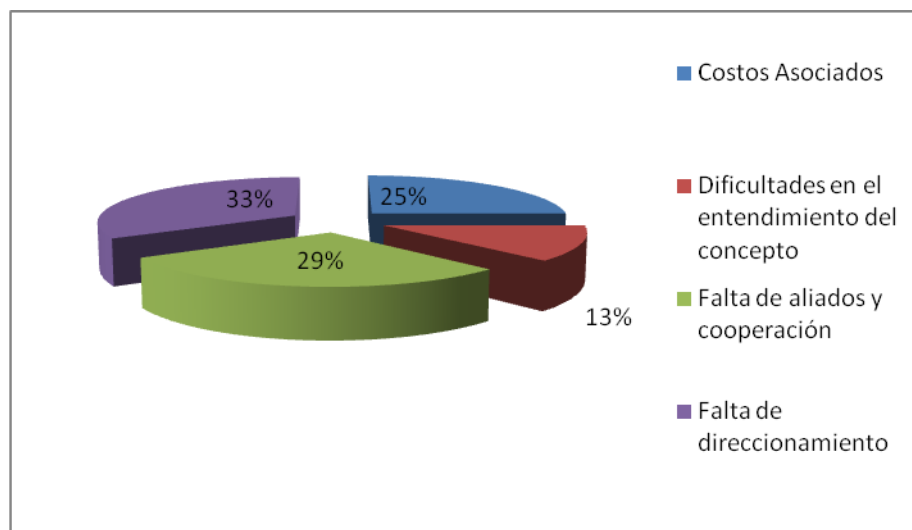
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede analizar en la gráfica con un 50% de los empresarios y empleados conocen o aplican el Balance Social, demostrando que otro 50% desconoce totalmente el tema; Igualmente para los Informes de Sostenibilidad el 50% de los empleados y trabajadores conocen y lo aplican, mientras que el otro 50% no lo aplican.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede visualizar en la gráfica tan solo el 4% de los empresarios y empleados conocen o aplican el tema relacionado con las Directrices para las empresas multinacionales de la Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) y con un 96% siendo un porcentaje muy relevante no conocen ni aplican del tema. Con respecto al tema Los principios de la Organización Internacional del Trabajo, el 83% de los encuestados no conoce y tan solo el 17% conoce o aplica el tema. Esto demuestra que los empresarios no cuentan con información de gran importancia para la aplicación en su empresa con relación a Responsabilidad Social Empresarial.

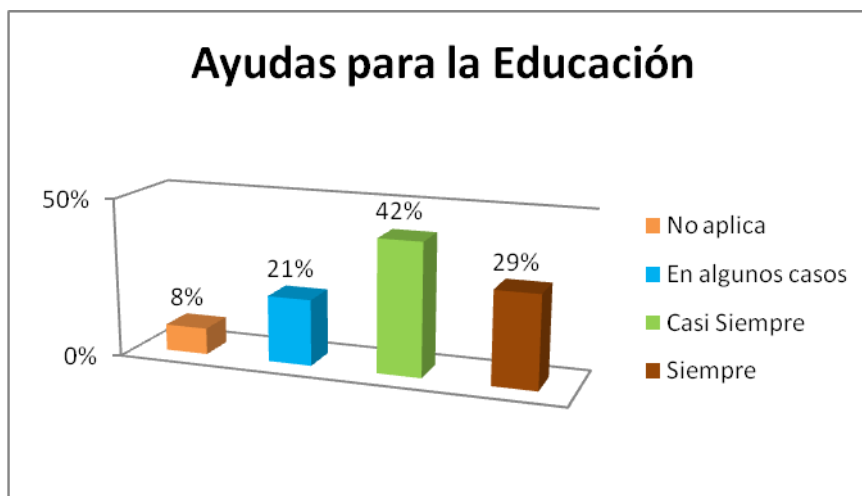
Figura 11. Principal barrera para realizar proyectos de RSE

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la Figura 11 se muestra que la principal barrera al realizar proyectos de Responsabilidad Social empresarial, es la falta de direccionamiento con un porcentaje del 33%, también se presenta que la falta de aliados y cooperación impide realizar proyectos con un porcentaje del 29%, Otra barrera que se les presenta a los empresarios son los Costos asociados representando el 25% y un 13% tiene dificultades en el entendimiento del concepto.

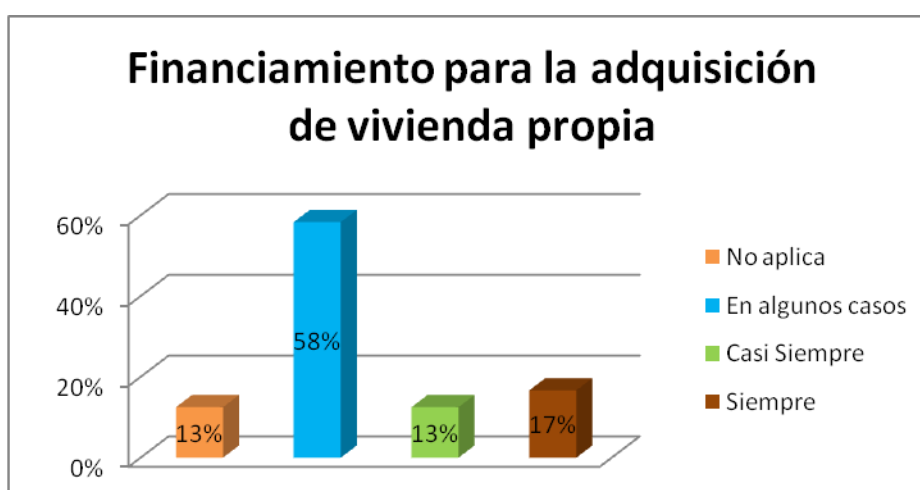
- **Aspectos Laborales**

Considerando la percepción respecto a salario mínimo, política de remuneración y beneficios, Cuidados de salud, seguridad y condiciones laborales, compromiso con la promoción de la equidad de género, compromiso con el desarrollo profesional y capacitaciones, relaciones con sindicatos u otras asociaciones de empleados, el indicador de la calidad de vida laboral propuesto por la entidad sin ánimo de lucro Acción Empresarial donde se evaluarán las horas de trabajo por empleado, beneficios de ley, entre otros aspectos.

Figura 12. Relativo a los siguientes aspectos, la empresa

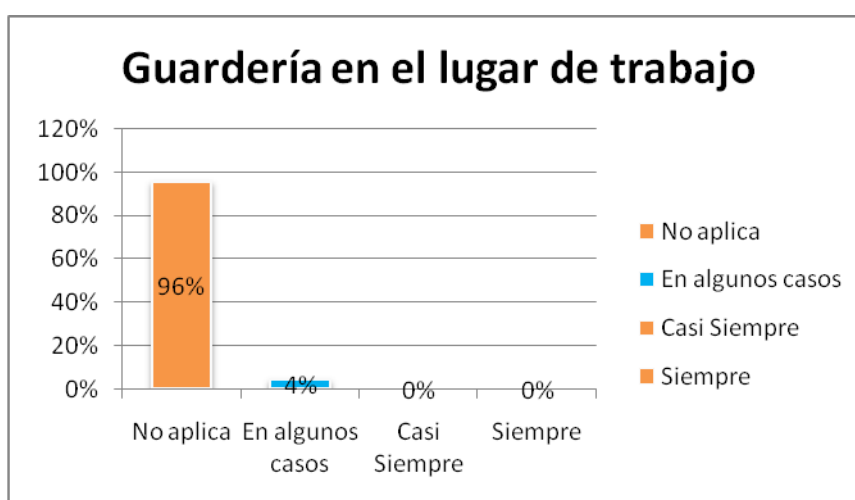
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La figura señala el porcentaje que las empresas aportan al nivel educativo donde se destaca que casi siempre los empresarios aportan a la Educación con un 42% como lo indica, que el 29% siempre realiza ayudas a la Educación, que el 21% de los empresarios realiza esta ayuda en algunos casos y tan solo un 8% de las empresa lo no aplica.



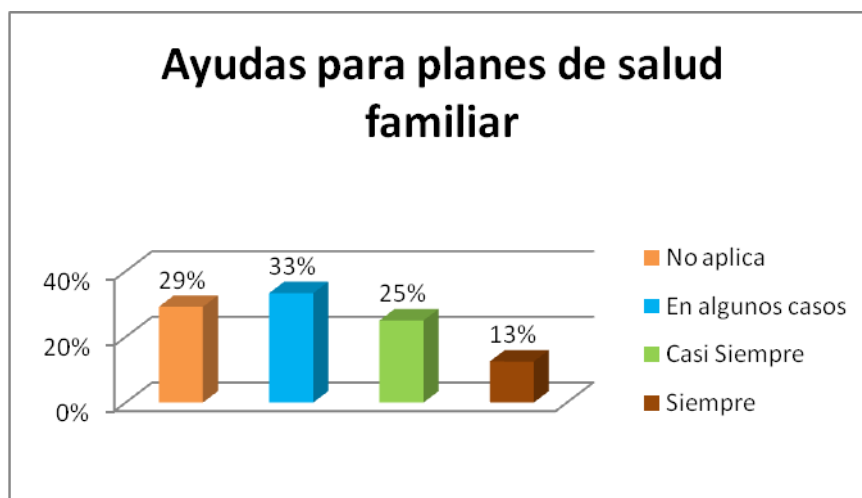
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Los datos arrojan que el 58% de los empresarios en algunos casos dan financiamiento para la adquisición de vivienda propia a sus empleados, mientras que el 13% no lo hace. También se puede evidenciar que el 17% de las empresas siempre ofrecen a sus empleados el financiamiento de la adquisición de vivienda propia y tan solo un 13% casi siempre.



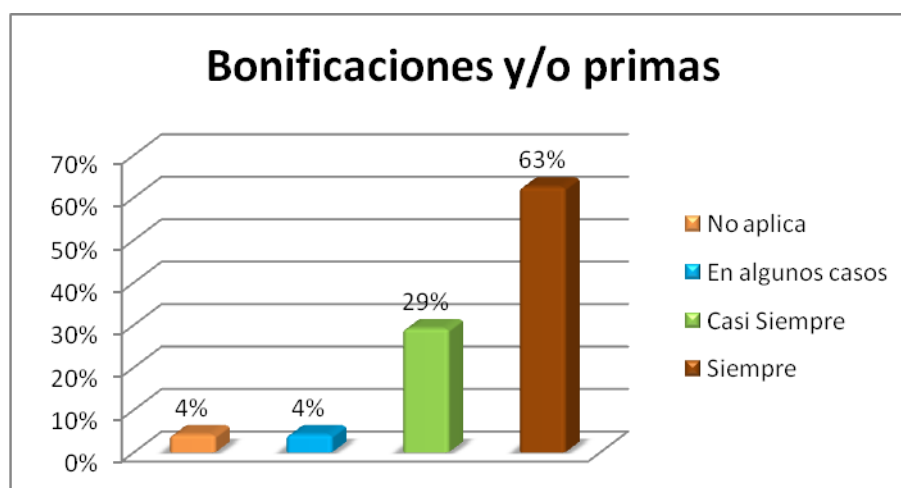
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Según los porcentajes se evidencia que la gran mayoría de empresarios no aplica en las empresas una guardería en el lugar de trabajo ya que así lo demuestra la gráfica con un 96% y con tan solo el 4% realiza en algunos casos el tener una guardería en el lugar de trabajo para así brindar al trabajador la posibilidad de llevar a sus hijos en el momento que lo requiera.



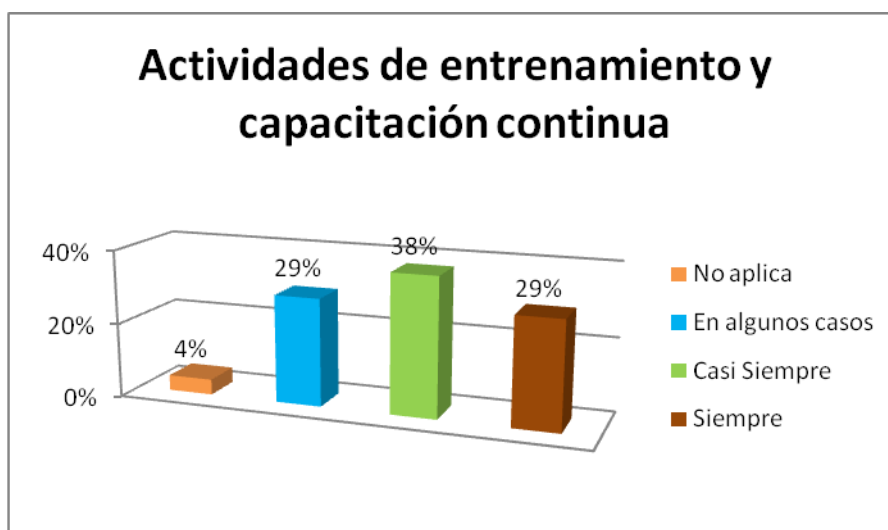
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Los datos arrojan que el 33% de los empresarios en algunos casos dan ayudas para planes de salud familiar, por otro lado el 25% casi siempre brinda en las empresas esta ayuda y tan solo el 13% brindan ayudas para planes de salud, siendo este un porcentaje muy bajo a comparación de los que no aplican, ya que este tiene un porcentaje del 29%.



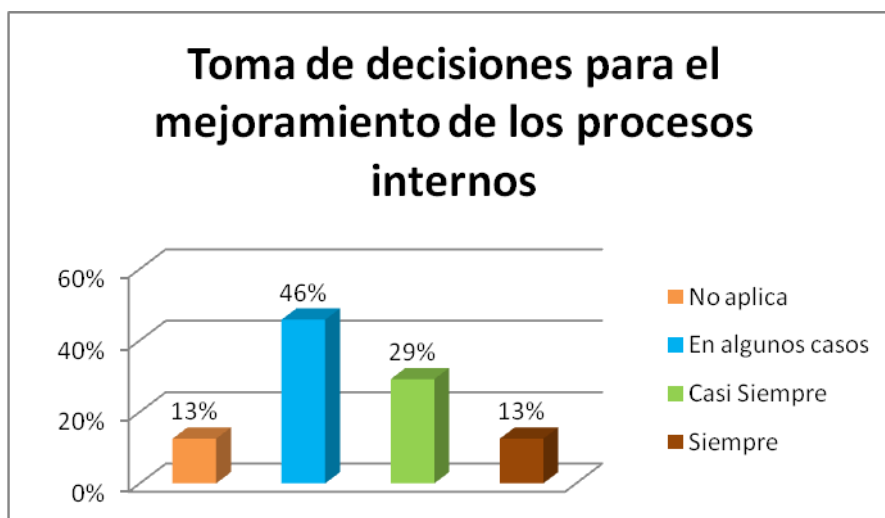
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede visualizar en la gráfica, el 63% de las empresas brindan a sus trabajadores bonificaciones y primas, esto es de gran motivación para los empleados, ya que es un ingreso adicional que se genera; Por otra parte el 29% de los empresarios casi siempre dan a sus empleados este beneficio y el 4% en algunos casos o no lo aplica.



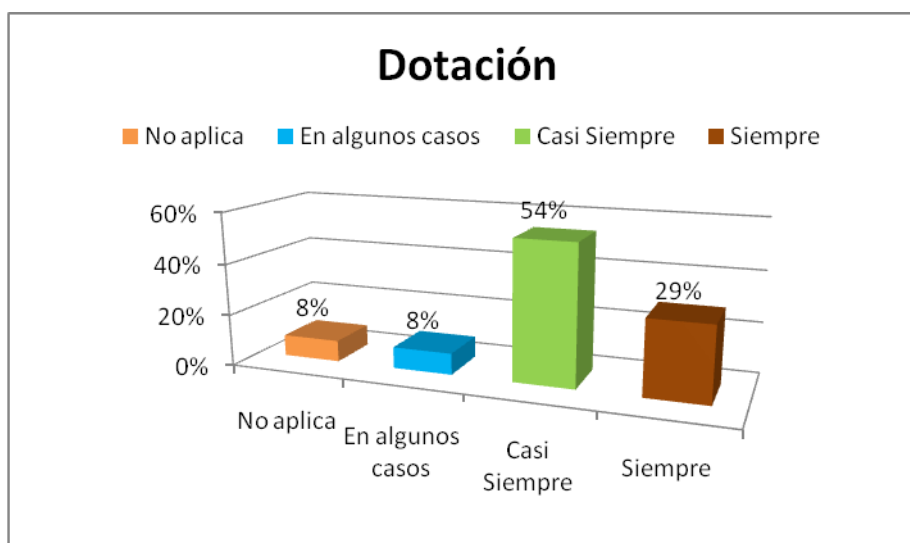
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la gráfica se puede visualizar que el 38% de los empresarios casi siempre brindan a los trabajadores actividades de entrenamiento y capacitación continua, esto hace que los trabajadores se sientan a gusto con lo que hacen; Por otra parte se puede observar que el 29% de los empresarios encuestados siempre realizan estas actividades a favor del trabajador y que tan solo el 4% de los encuestados no lo aplican.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

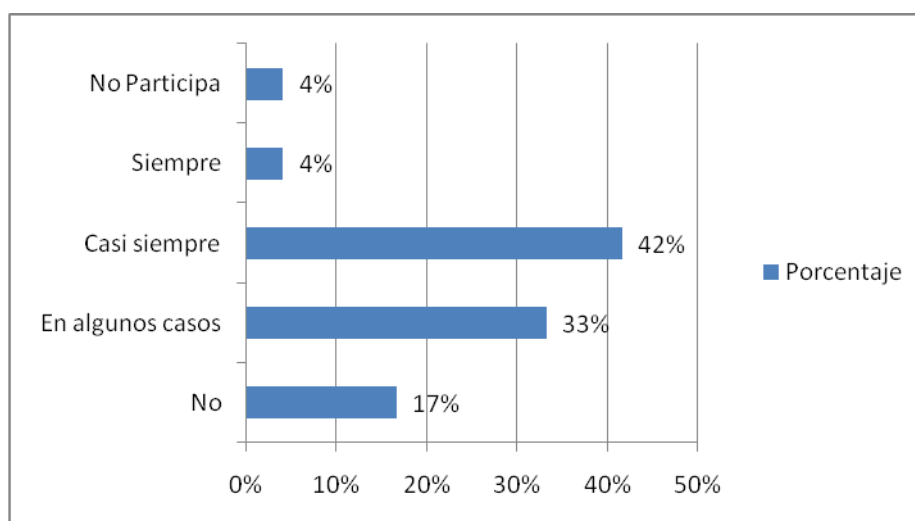
Esta gráfica señala que porcentaje aplica el empresario hacia el trabajador con respecto a la toma de decisiones para el mejoramiento de los procesos internos. Lo cual muestra que el 46% lo aplica en algunos casos, sin embargo el 13% siempre tiene presente la opinión de sus empleados y por el contrario el 13% no aplica la toma de decisiones entre trabajador y empresario.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede analizar en la gráfica el 54% los empresarios casi siempre le brindan a sus trabajadores los implementos adecuados en el momento de realizar sus actividades, así mismo el 29% siempre dan la dotación a los empleados y tan solo un 8% no les ofrece los útiles que se requieren en la empresa, Pero cabe resaltar que la mayoría de las empresas dan la dotación, esto genera una mejor labor diaria en el cumplimiento de las tareas y obligaciones otorgadas.

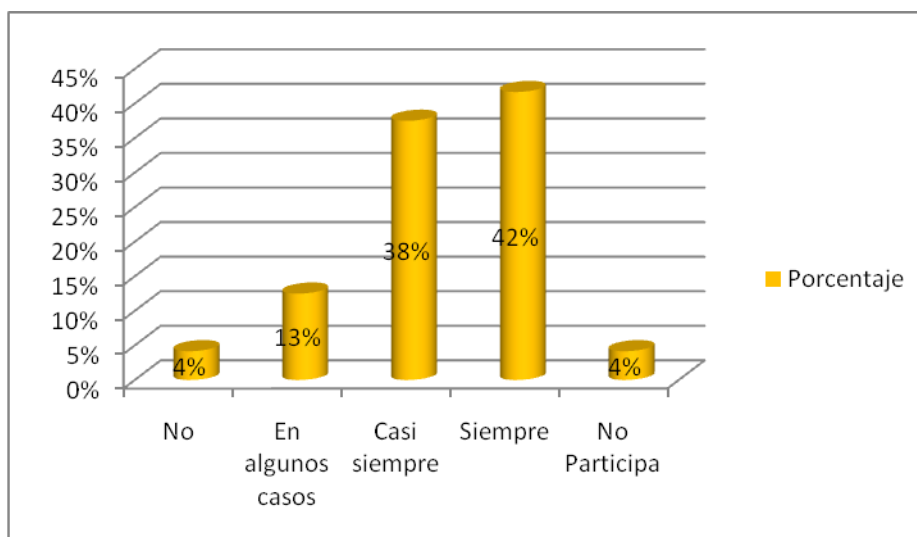
Figura 13. La empresa busca superar los pisos salariales mínimos



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede visualizar en la figura 13 muestra en porcentaje que tanto la empresa participa en la búsqueda de superar los pisos salariales mínimos. Según la gráfica el 42% de los empresarios contestaron que casi siempre participan en mejorar el salario mínimo a sus trabajadores, en algunos casos los empresarios lo realizan con un 33%, tan solo con un 4% algunos empresarios siempre tratan de aumentar el salario, por otra parte el 17% no le interesa buscar alternativas para mejorar el salario de los empleados.

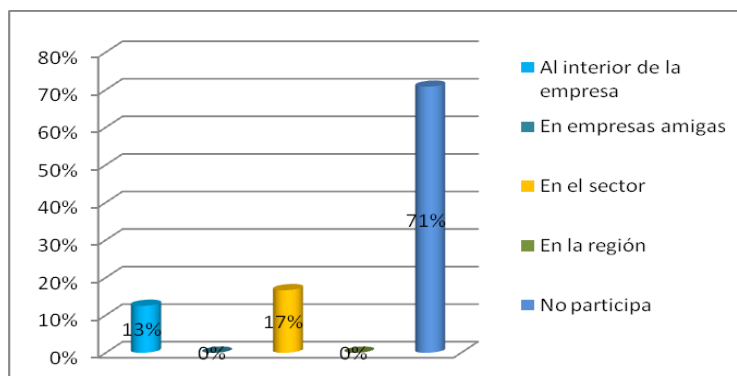
Figura 14. La empresa busca ofrecer los mismos beneficios a hombres y mujeres que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Los datos arrojan que el 42% de los empresarios siempre busca ofrecer los mismo beneficios a hombres y mujeres que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico, también se puede ver que un 38% de los empresarios ofrecen casi siempre los mismos beneficios para hombres y mujeres. También se puede evidenciar con un 13% que para algunos empresarios buscan en algunos casos ofrecer iguales beneficios, mientras que un 4% no aplica igualdad de género en el momento de ejercer la misma función, pero cabe resaltar que la mayoría de empresas ejercen igualdad de género tanto a hombres como a mujeres.

Figura 15. Participa la empresa en actividades encaminadas a erradicar el trabajo infantil

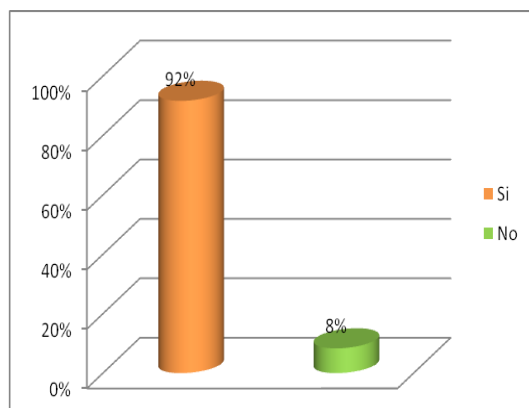


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La información arrojada por esta gráfica permite establecer si la empresa participa en actividades encaminadas a erradicar el trabajo infantil; Donde se presenta que el 71% de los empresarios no participan en esta problemática de gran importancia en la sociedad siendo este el porcentaje más alto, tan solo el 17% de las empresas lo manejan en el sector y un 13% al interior de la empresa. Esto demuestra que no hay el suficiente apoyo por parte del sector empresarial para realizar campañas encaminadas a eliminar por completo el trabajo infantil.

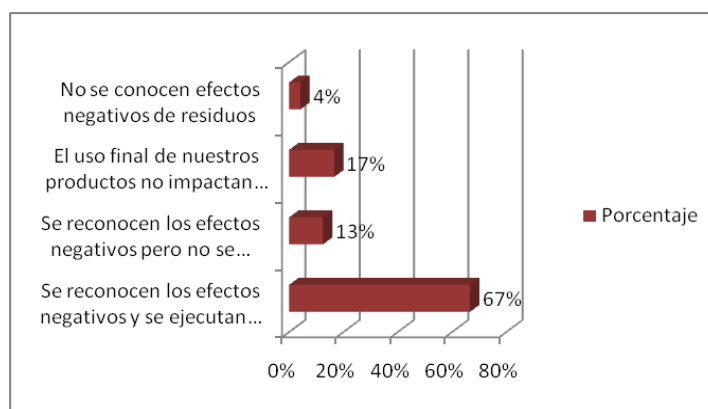
- **Aspectos medio-ambientales**

Este ítem proporciona conocimiento fundamentado en el manejo de residuos y diferentes proyectos ecológicos que causen impacto en la sociedad, compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, educación y concientización ambiental, gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios, minimización de entradas y salidas de insumos, entre otros.

Figura 16. Su empresa ¿cuenta con una política de gestión ambiental?

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

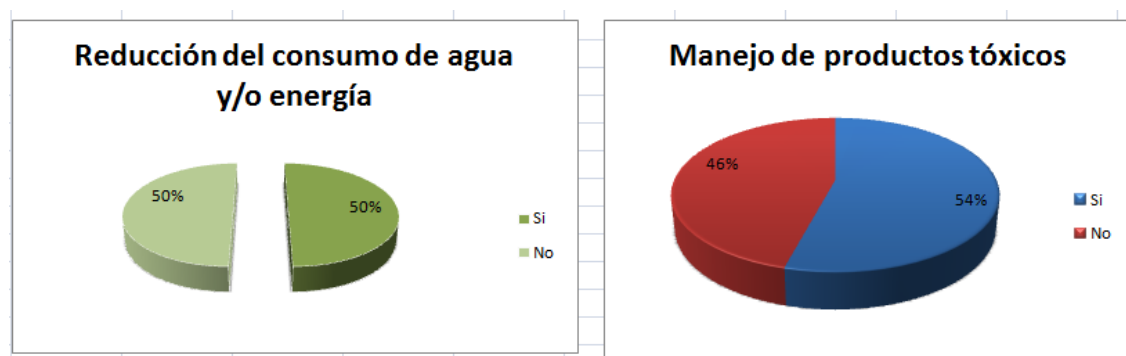
La figura 16 muestra si las empresas cuentan con una política de gestión ambiental, como se puede observar el 92% de los empresarios si establecen políticas ambientales en la empresa, lo que demuestra que las empresas están a favor del Desarrollo Sostenible, en buscar un equilibrio entre las empresas y el medio ambiente, con el fin de preservarlo y el 8% de los empresarios no cuentan con políticas que ayuden a cuidar o mejorar el entorno ambiental.

Figura 17. ¿Se reconocen y ejecutan programas relacionados con los efectos negativos sobre el medio ambiente resultante del uso final de los productos y/o servicios producidos por la empresa?

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La información recolectada muestra en la figura 17 el reconocimiento y ejecución de programas relacionados con los efectos negativos sobre el medio ambiente resultante del uso final de los productos o servicios producidos por la empresa, con un 67% los empresarios reconocen los efectos negativos y se ejecutan programas para mitigarlo, con un 17% de los empresarios respondieron que el uso final de nuestros productos no impactan de forma negativa sobre el medio ambiente, que el 13% reconocen los efectos negativos pero no se ejecutan programas para mitigarlos y tan solo un 4% No se conocen efectos negativos de residuos.

Figura 18. Durante la planificación estratégica, la empresa incluye políticas, programas y/o procesos relacionados con

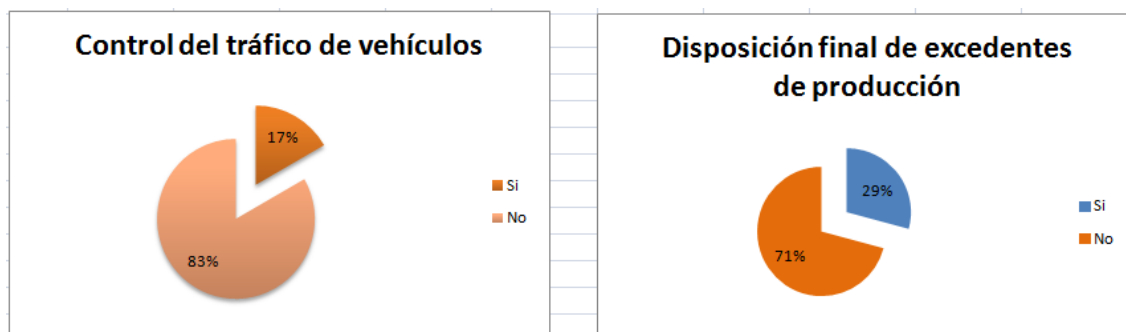


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La figura 18 señala que la empresa incluye políticas, programas o procesos relacionados con reducción del consumo de agua o energía, manejo de productos tóxicos, control del tráfico de vehículos, disposición final de excedentes de producción, reducción de la contaminación auditiva, manejo de materias primas o residuos.

Se puede observar que el 50% de los empresarios que realizaron la encuesta si aplican políticas con respecto a la reducción del consumo de agua o energía, mientras que el otro 50% no lo hacen.

Por otra parte el 54% de los empresarios si realizan programas para el manejo de productos tóxicos, pero el 46% no lo realiza.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

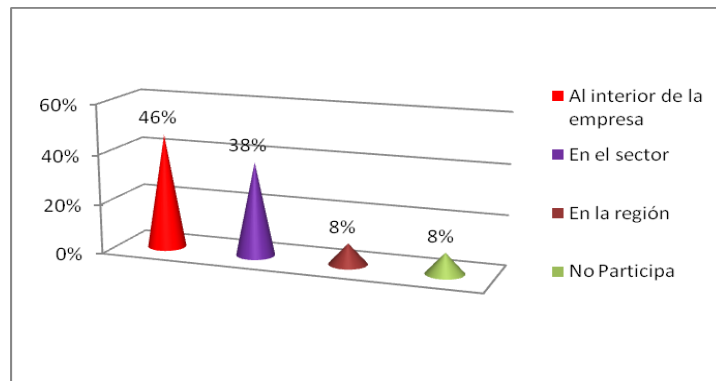
Como se puede visualizar en la gráfico el 17% de las empresas si manejan una política acerca del control del tráfico de vehículos y el 83% no realizan políticas del control del tráfico de vehículos, También se presenta que el 29% de los empresarios si tienen políticas empresariales con referencia a la disposición final de excedentes de producción, pero un 71% no lo realiza.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Como se puede analizar en la gráfica el 79% de las empresas no realizan políticas o programas relacionadas con la reducción de la contaminación auditiva, pero el 21% de los empresarios si manejan algunas políticas con respecto a la disminución de contaminación auditiva. Por otra parte el 33% de las empresas no realizan programas referentes al manejo de materias primas o residuos, pero un 67% de las empresas hacen programas a sus trabajadores para el manejo de materias primas o residuos.

Figura 19. La empresa participa o apoya proyectos educativos a favor de las causas ambientales



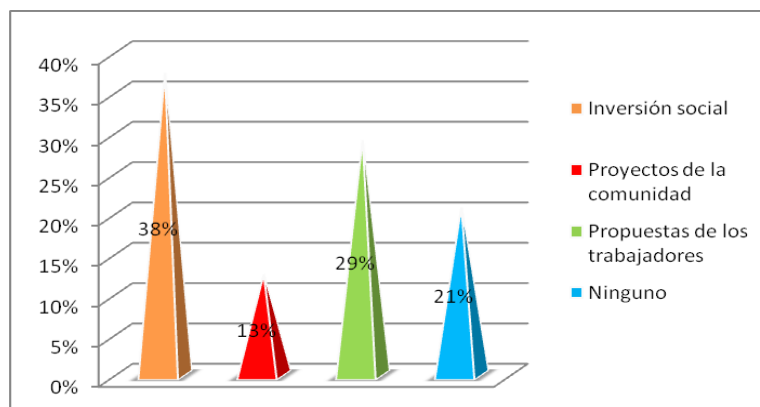
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La figura 19 estima el porcentaje de participación o apoyo a proyectos educativos a favor de las causas ambientales, donde el 46% de las empresas participan al interior de la empresa en proyectos educativos ambientales, mientras que el 38% lo apoya en el sector y un 8% de las empresas realizan esto en la región, pero tan solo un 8% de las empresas no participan en el proyecto educativo ambiental.

- **Relación con la comunidad**

En este apartado se estudia la situación derivada de los diversos proyectos que la empresa realiza actualmente y los convenios de contratación de tipo organizacional para diferentes barrios de Bucaramanga y su área metropolitana: gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno, relaciones con organizaciones locales, financiamiento de acciones sociales, involucramiento con la acción comunitaria, liderazgo e influencia social (gobierno y sociedad), entre otros.

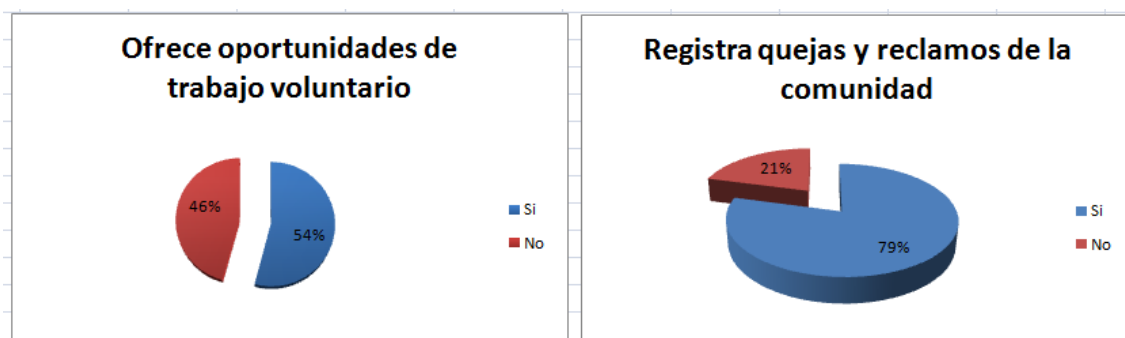
Figura 20. Existe en la empresa presupuesto o programas destinados a



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Según la figura 20, determina que las empresas tienen presupuesto o programas destinados a la inversión social con un 38% siendo una variable significativa, a proyectos de la comunidad con un 13%, a propuestas de los trabajadores con un 29% y tan solo el 21% de las empresas a ningún programa.

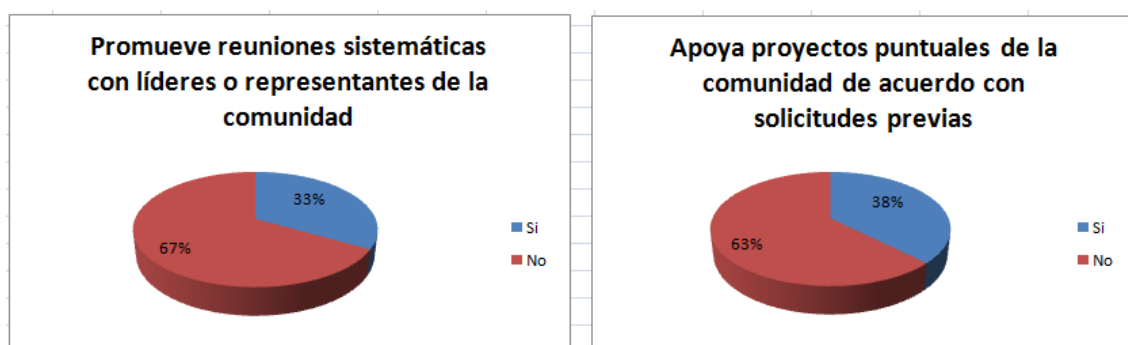
Figura 21. Realiza la empresa algunas de las siguientes actividades



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La figura 21 muestra algunas actividades que puede llegar a realizar la empresa con relación al bienestar de la comunidad, en donde se presenta que el 54% de los empresarios ofrecen oportunidades de trabajo voluntario, mientras que un 46% no realiza esta oferta comunitaria.

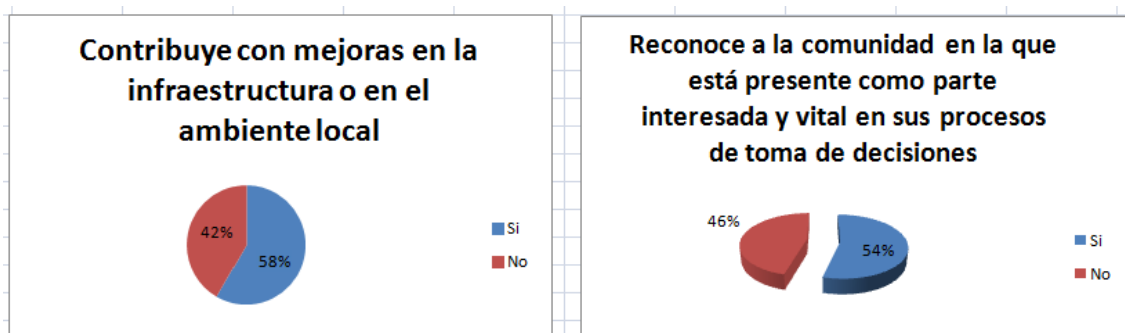
Por otro lado, se observa que el 79% de los empresarios registran quejas y reclamos de la comunidad, lo que se demuestra es que en las empresas del área metropolitana de Bucaramanga es de gran importancia la opinión de los ciudadanos, puesto a que esto ayuda a mejorar la calidad y la responsabilidad empresarial. Por último se presenta que tan solo el 21% de las empresas no registran quejas ni reclamos de la comunidad.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

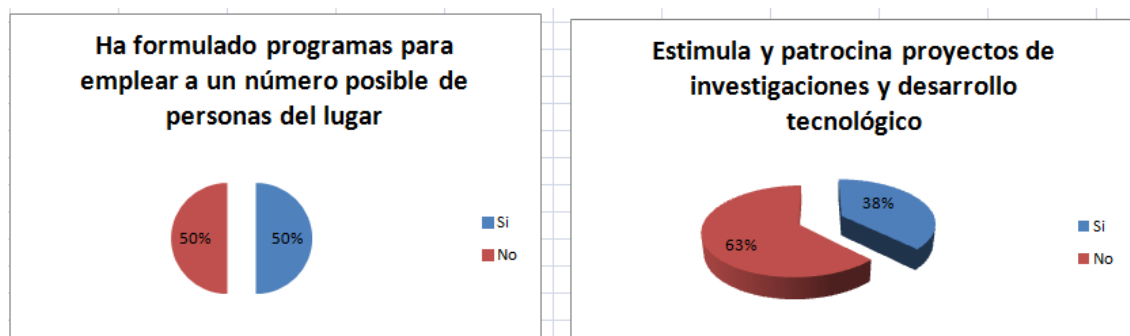
En este caso la gráfica, nos muestra que un 33% de los empresarios promueven reuniones sistemáticas con líderes o representantes de la comunidad y que el 67% no realizan reuniones con líderes de la comunidad esto representa un porcentaje bastante relevante.

También se puede observar que el 63% de los empresarios no apoyan proyectos puntuales de la comunidad de acuerdo con solicitudes previas y que tan solo el 38% no efectúan dichos proyectos establecidos por la comunidad.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Según los porcentajes presentados en las graficas se evidencia que el 58% de las empresas contribuyen con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local, esto ayuda en gran parte al mejoramiento de las instalaciones de la comunidad, mientras que un 42% de las empresas no aportan al progreso de la infraestructura o ambiente local. En la gráfica siguiente se analiza que la empresa reconoce a la comunidad en la que está presente como parte interesada y vital en sus procesos de toma de decisiones, donde el 54% de los empresarios dijeron que si lo reconocen y el 46% no.

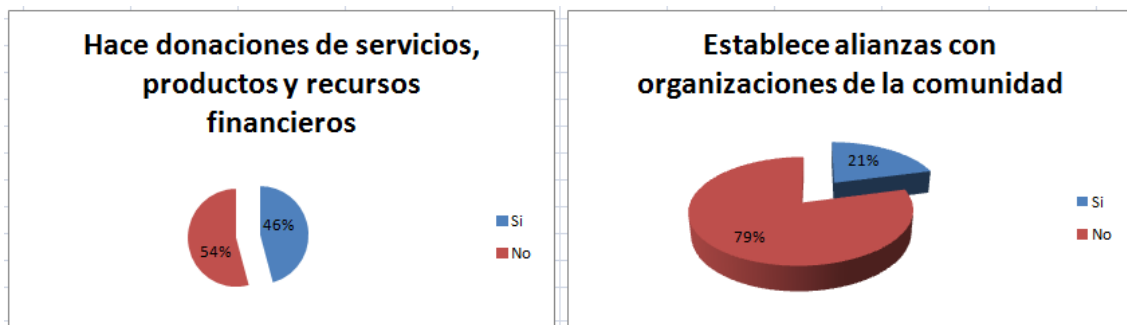


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la gráfica se presenta que el 50% de los empresarios han formulado programas para emplear a un número posible de personas y el otro 50% de los empresarios no lo han propuesto en sus empresas.

En la otra gráfica muestra que el 38% de las empresas estimulan y patrocinan proyectos de investigación y desarrollo tecnológico, por otro lado que el 63% no elabora esta

actividad, siendo este el porcentaje muy alto, lo cual las empresas deberían fomentar la investigación y el desarrollo tecnológico para así lograr formular nuevas teorías y mejorar en avances tecnológicos.

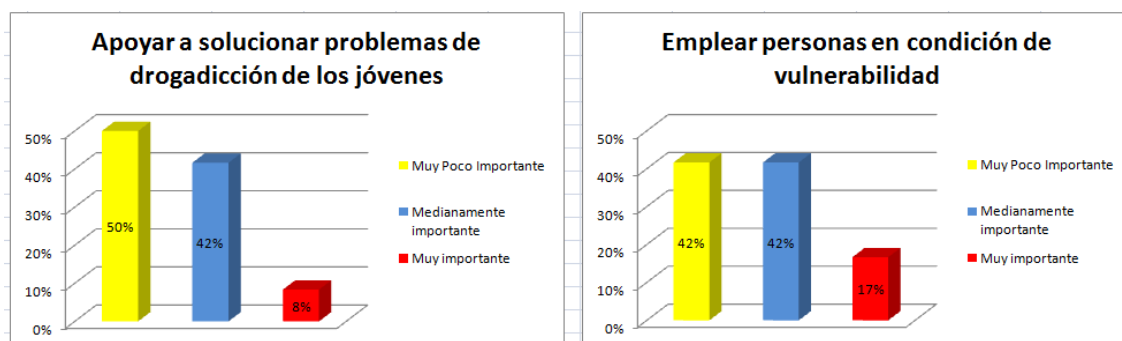


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Los resultados adquiridos en la gráfica muestran que el 54% de las empresas hace donaciones de servicios, productos y recursos financieros y que el 46% de las empresas realizan donaciones a la comunidad.

En la siguiente gráfica se presenta que el 21% de las empresas establecen alianzas con organizaciones de la comunidad y que tan solo el 79% de las empresas no tienen ningún convenio con organizaciones de la comunidad.

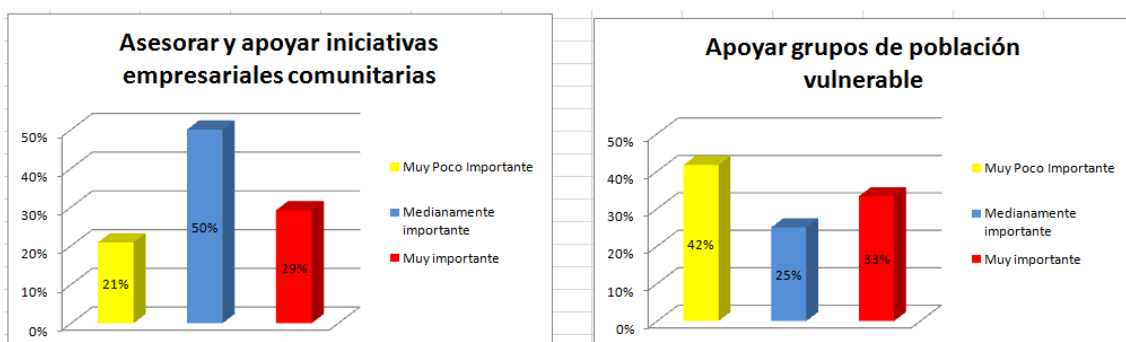
Figura 22. Indique el grado de importancia de 1 a 3 que la empresa actualmente le merece en el apoyo de los siguientes aspectos



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

El resultado arrojado en la figura 22 muestra el grado de importancia que la empresa actualmente le merece a algunos aspectos como el apoyo a solucionar problemas de drogadicción de los jóvenes, para los empresarios le es muy poco importante ayudar a los jóvenes con problemas de drogadicción ya que representa un porcentaje del 50%, para otros le es medianamente importante con un porcentaje del 42% y tan solo el 8% de los empresarios le es muy importante.

En la gráfica siguiente se presenta que el 17% de las empresas le es muy importante emplear personas en condición de vulnerabilidad y que tan sol el 42% le es poco y medianamente importante.

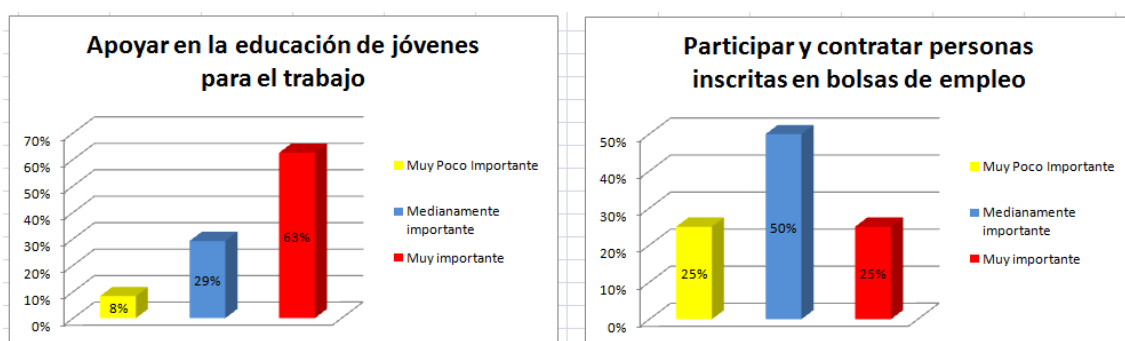


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La gráfica analiza que para los empresarios le es medianamente importante asesorar y apoyar iniciativas empresariales comunitarias con un porcentaje del 50%, Por otro lado se observa que el 29% de los empresarios le es muy importante fomentar el nivel empresarial en las comunidades y que tan solo con un 21% de los empresarios le es muy poco importante.

En la otra gráfica se evidencia que el 42% de las empresas le es muy poco importante el apoyar grupos de población vulnerable, siendo este valor el de mayor relevancia, esto

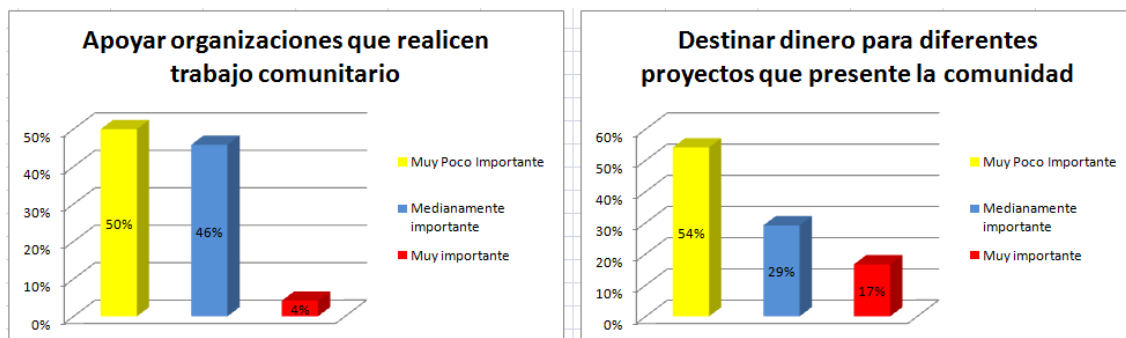
demuestra que los empresarios no tienen una percepción de ayudar a las personas que poseen pocos recursos, se debe incentivar el apoyo hacia aquellas personas que en algún momento han presentado una problemática grande en sus vidas. Por otra parte el 33% de las empresas le es muy importante brindar apoyo a la población necesitada y con un 25% para algunas empresas le es medianamente importante el realizar esta actividad.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la gráfica se evidencia que el 63% de las empresas le es muy importante apoyar a la educación de jóvenes para el trabajo, ya que este aspecto genera un mejor nivel empresarial, puesto que esto conllevaría tener empleados con mas conocimiento y mas capacitación en el momento de estar laborando; Sin embargo se presenta que para algunas empresas le es muy poco importante el tema con tan solo un porcentaje del 8% y un 29% de las empresas le es medianamente importante.

Por otra parte en la siguiente gráfica muestra que el 50% de las empresa le es medianamente importante el participar y contratar personas inscritas en bosas de empleo y que el 25% le es muy importante hacerlo, esto demuestra que las personas tienen mayor posibilidad de ingresar a las empresas por medio de bolsas de empleo, ya que algunas empresas optan por contratar personas que estén registradas en una bolsa de empleo confiable. A diferencia de algunas empresas que con un 25% le es muy poco importante este aspecto.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

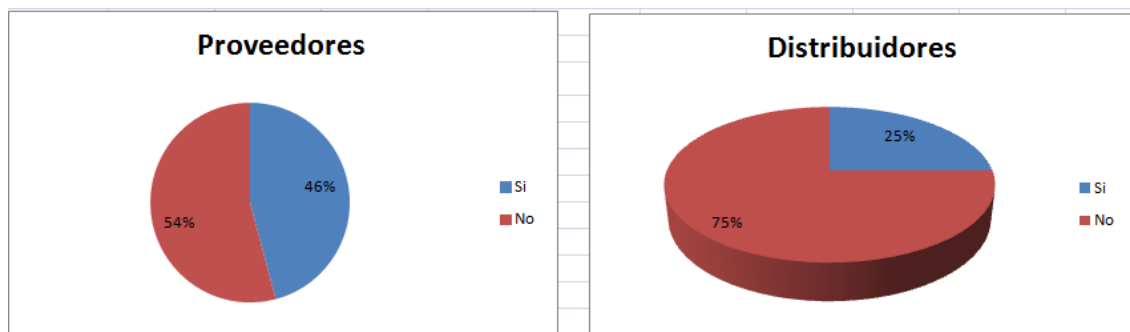
La gráfica estima que el 50% de las empresas le es muy poco importante el apoyar organizaciones que realicen trabajo comunitario y que un 46% de las empresas le es medianamente importante esta actividad. A diferencia de algunas empresas le es muy importante apoyar las organizaciones con tan solo un porcentaje del 4%.

Con respecto a la otra gráfica se presenta que el 54% de las empresas le es muy poco importante destinar dinero para diferentes proyectos que presenta la comunidad siendo esta la más relevante, en cambio para algunas empresas le es medianamente importante representando un 29%, mientras que para otras le es muy importante este aspecto ya que registro un 17%.

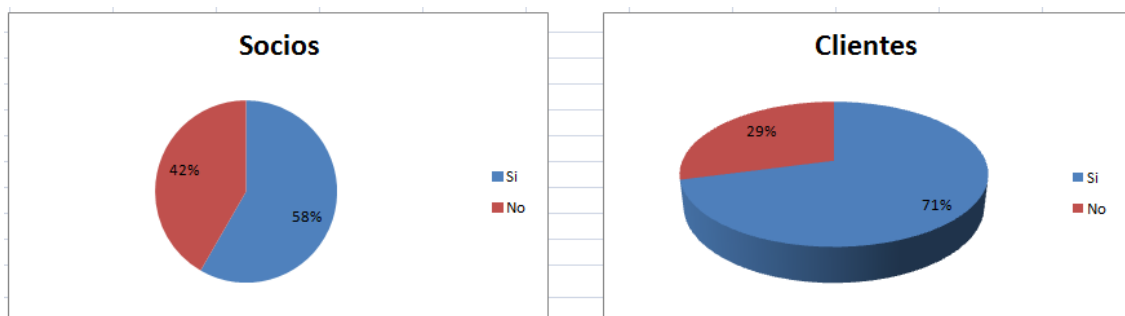
- **Otros grupos de interés**

A continuación se sintetiza la relación de los grupos de interés (valores, transparencia), relaciones con la competencia, criterios de selección y evaluación de proveedores (proveedores), apoyo al desarrollo de proveedores, conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios (consumidores y clientes), entre otros

Figura 23. ¿A cuál de estos grupos de interés involucra en gestión social su empresa?



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

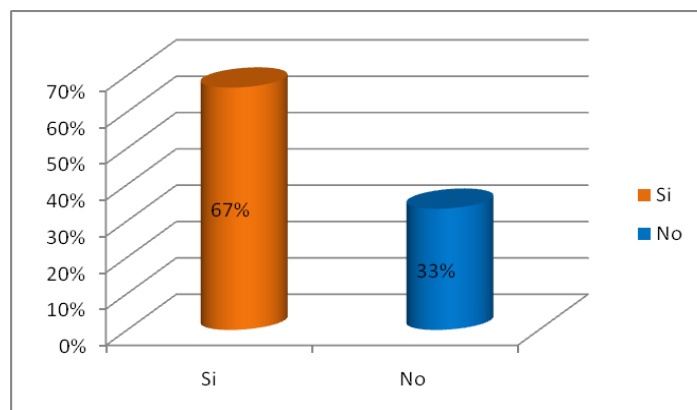


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la figura 23 se analiza los grupos de interés que se involucra en gestión social de la empresa, donde se evidencia que el más significativo para la empresa son los clientes con un porcentaje del 71% y los socios con un 58%.

En cuanto a los que menos se involucran son los distribuidores representando un 25% y los proveedores con un 46%.

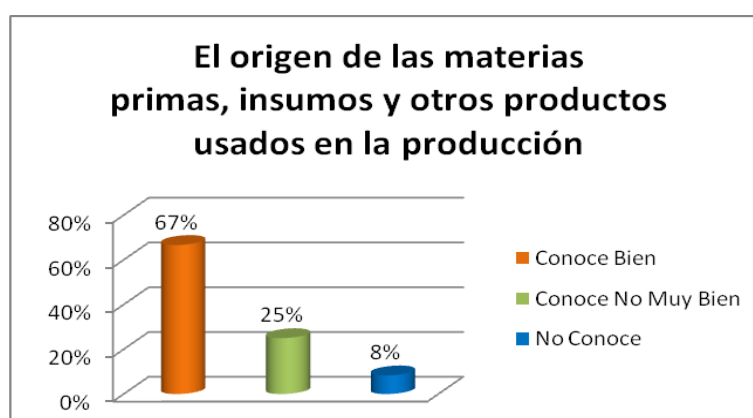
Figura 24. ¿Su empresa incentiva la contratación y el desarrollo de proveedores locales?



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

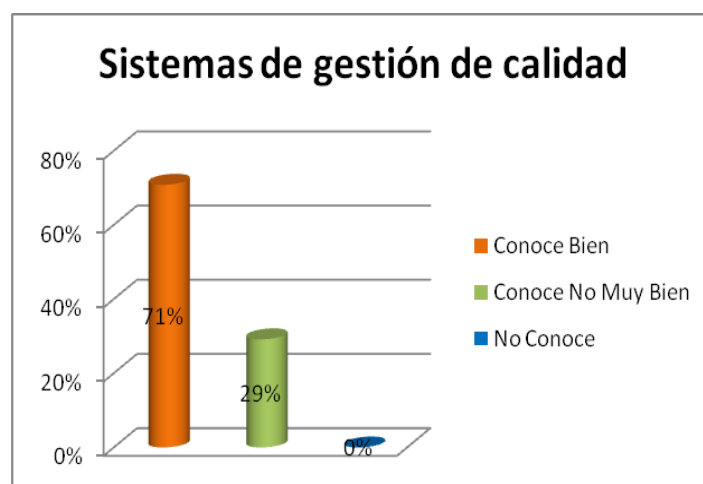
La información arrojada por esta gráfica permite establecer que la empresa incentiva la contratación y el desarrollo de proveedores locales; Donde se presenta que el 67% de los empresarios si incentiva la contratación y el desarrollo de proveedores locales y el 33% de los empresarios no estimula la contratación de proveedores locales.

Figura 25. Indique el nivel de conocimiento que cree usted tiene la empresa



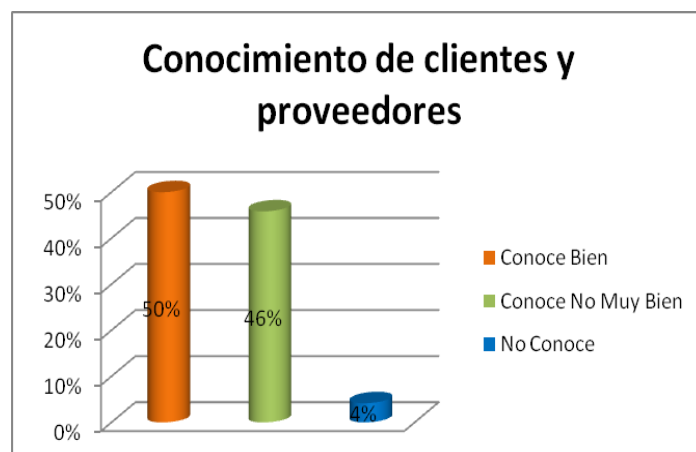
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la figura 25 muestra el porcentaje del nivel de conocimiento que tiene la empresa con respecto al el origen de las materias primas, insumos y otros productos usados en la producción, los sistemas de gestión de calidad y el conocimiento de clientes y proveedores. En el gráfico se visualiza que el 67% de los empresarios conoce bien el origen de las materias primas, insumos y otros productos usados en la producción, que el 25% conoce no muy bien del tema y que el 8% de los empresarios n conoce nada sobre tema.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

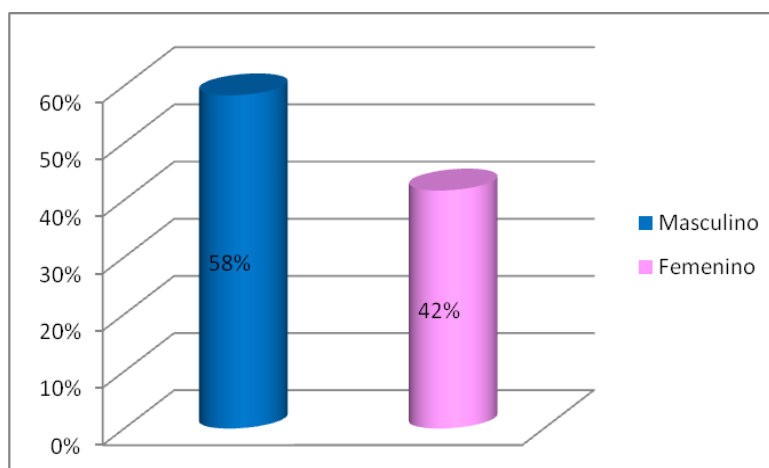
En la gráfica se determina que con respecto a los sistemas de gestión de calidad, los empresarios conocen bien el tema con un porcentaje del 71%, también se demuestra que el 29% de los empresarios conoce no muy bien los sistemas de gestión de calidad.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

De la gráfica se puede analizar que el 50% de los empresarios conoce bien el tema de clientes y proveedores, tan solo un 46% conoce no muy bien acerca de esta temática.

Figura 26. Género de la persona entrevistada

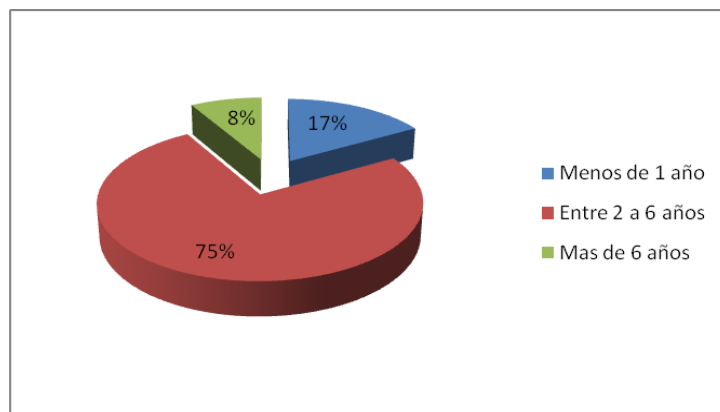


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Para efectos de estadística el análisis de la figura 26 muestra el género de los empresarios encuestados, donde se observa que el 58% de los encuestados corresponden al género Masculino y el 42% al género Femenino. Cabe resaltar que prevalece el

género masculino en cuanto al sector empresarial en el área metropolitana de Bucaramanga.

Figura 27. Años que lleva laborando en la empresa



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Finalmente la figura 27 muestra el rango de años que el empresario lleva laborando en la empresa, donde el 75% de los empresarios llevan aproximadamente trabajando entre dos a seis años, un 17% lleva laborando menos de un año y un 8% de los empresarios tiene una vinculación de más de seis años.

Como anteriormente se mencionó el estudio contó con una pequeña muestra, pero no menos significativa, por lo que los resultados obtenidos pueden ser tomados como un abrebocas motivante a futuras investigaciones no solo en el departamento. Actualmente son cada vez las empresas que presumen el desarrollo de proyectos socialmente responsables aunque no exista una manera eficaz de comprobar la veracidad de dichos proyectos.

Existen otros ítems a considerar progresivamente como el conocer la percepción frente a si las practicas de RSE al interior de una empresa debería continuar de manera voluntaria o si por el contrario debería existir algún grado de obligatoriedad.

Al comienzo de esta investigación se tuvo como meta establecer la percepción frente a la temática en el AMB. En la encuesta se incluyo implícitamente preguntas en pro del logro de esto, teniendo en cuenta todos los elementos necesarios para hablar de RSE como se menciona en el concepto propuesto: Aspectos laborales, ambientales, sociales y otros grupos de interés. Esto fue elegido por el grado de importancia que representan y al obtener los resultados con un cambio positivo en el entorno al evidenciar las fallas.

Todas las variables merecen el mismo grado de importancia, dando respuesta a una creciente tendencia mundial, la que reconoce que el desarrollo de las prácticas socialmente responsables supone un progreso económico tanto a corto como a largo plazo aunando a todos los aspectos. Por ejemplo el aspecto medio ambiental creará desarrollo sostenible e inminentemente desarrollo económico y social.

En cuanto a la parte laboral se observa creciente interés por mejorar las condiciones de los trabajadores.

A nivel general se visualiza disposición en las empresas encuestadas, donde de la misma manera existe un panorama positivo para iniciar a trabajar fortaleciendo los cuatro elementos de interés.

De igual manera se ve que más allá del panorama positivo, se deben establecer estrategias específicas como focos de desarrollo.

Este tema debe ser algo concreto y trabajable a largo plazo y no ser visto como un evento de moda pasajera que fortalece la imagen corporativa de la entidad.

Se debe hablar de los cuatro elementos de manera aunada para hablar de prácticas socialmente responsables de manera integral.

Las empresas no deben conformarse con solo conocer el tema, resultado obtenido si no también estimular y ejecutar acciones creando un ambiente ético en el area metropolitana de Bucaramanga.

Como aporte final es importante mencionar que estos estudios deben trasladarse a las pequeñas y medianas empresas que en el caso del Area Metropolitana son las que dinamizan la economía de la región y no solo ejecutarse en grandes empresas.

Finalmente se espera que los estudios se incrementen de manera considerable impulsando paralelamente las prácticas socialmente responsables como acciones constantes, habituales y permanentes.

Conclusiones

Los resultados del presente estudio indican que las empresas como principal agente económico están implementando acciones que van más allá de la búsqueda de beneficios económicos, contribuyendo de esta manera a mejorar la calidad de vida de la sociedad. La práctica de estas acciones ha permitido que se abarquen escenarios empresariales totalmente diferentes a los pensados años atrás, siendo involucrados en proyectos que anteriormente podían ser aislados de sus actividades principales.

La RSE ha generado en las organizaciones un cambio de percepción que concibe la inversión social como parte de una estrategia empresarial, lo que se ve reflejado en su cambio de direccionamiento: pasando de ser una actividad asociada estrictamente a la filantropía, a un compromiso y fin ineludible, y de igual manera un elemento central para la construcción de una nueva cultura organizacional suponiendo la unión de los objetivos estructurales de la organización con los sociales del entorno en que opera, replanteando la visión particular de cada una, atendiendo al conjunto de funciones sociales, que satisfagan las necesidades de quienes están implicados día a día, para realizar una gestión equilibrada, que intente responder a las aspiraciones de cada uno de ellos y mejorar la sociedad en la que se vive.

Respecto a la recolección de información, se permitió conocer la opinión desde diferentes perspectivas entre los que se encuentran empresarios, directivos, analistas, académicos y demás miembros; sin duda la presentación de esta información despierta efectos haciendo evidente los puntos positivos y negativos existentes haciendo que el futuro de esto que está aunado a las situaciones particulares del área no sea incierto al dedicar esfuerzos en donde se debe mejorar.

Del análisis de la información obtenida se puede concluir que aunque la percepción de la temática indica que es bastante importante realizar programas socialmente responsables, aún existen retos por afrontar como lo son la búsqueda de un desarrollo sostenible, equidad laboral, social y de los demás grupos de interés, sobrepasando la principal barrera al momento de realizar este tipo de proyectos (la falta de direccionamiento, la falta de aliados y cooperación y los costos asociados).

De igual manera el tema que hace parte de la actualidad académica, congresos e investigaciones, hace incuestionable que falta bastante camino para que sea habitual e inherente en las empresas del Area Metropolitana de Bucaramanga, al igual que la brecha de conocimiento entre ellas, lo que requiere un esfuerzo y trabajo aliado. La RSE implica ventajas indiscutibles, en el mercado además de que al ser empleada en conjunto con un buen manejo de políticas públicas permitirían el mejoramiento de la calidad de vida de la población en términos generales. Es necesario, replantear la visión existente de las organizaciones para que así, esta atienda mejor al conjunto de funciones sociales que tiene y debe cumplir.

Para la sociedad también es importante conocer las acciones generales de las empresas de su entorno más cercano e influir en ellas.

Recomendaciones

Continuamente se ha logrado aumentar el interés por el desarrollo de actividades socialmente responsables a nivel empresarial, pero mancomunado a esto no se ha logrado una definición de RSE comúnmente aceptada, por lo que se realiza una propuesta de esto: se puede definir como el compromiso que tienen las organizaciones con la sociedad en general, en respuesta a los alcances ya sean positivos o negativos generados a la acción económica de la empresa, incrementando su competitividad.

Por otra parte las empresas, no solo a nivel Metropolitano deben preocuparse por fortalecer los procesos organizacionales, de manera que estos estén en pro del desarrollo de programas sociales, tomándose el tema no como una moda, sino como una nueva forma de estrategia empresarial que impulse un desarrollo en todos los ámbitos.

Se recomienda expandir formación y participación a toda la población en la realización de proyectos de RSE ya que se evidencia la existencia de un buen ambiente, propicio al fortalecimiento de prácticas éticas y responsables al interior de las organizaciones. Se espera que los estudios de RSE en el departamento se incrementen significativamente, y a su vez impulsen retos de mejoramiento en las organizaciones. Si el Área Metropolitana de Bucaramanga crea un ambiente organizacional social, ético y responsable, se verá esto reflejado en una economía departamental más sólida y atractiva para los inversionistas.

Para finalizar, indicar como futuras líneas de investigación que completen y amplíen esta investigación las siguientes:

- Extender el análisis a nivel departamental y nacional, lo que permitirá realizar comparaciones y estimar conclusiones.
- Analizar la evolución de la percepción en los territorios de estudio.
- Comparar sectores empresariales específicos.

Referencias Bibliográficas

- Chiavenato Idalberto. Hill Mc Graw. (1993). Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, Pág. 4
- Cervera, A. (2007): “Responsabilidad social de la empresa. Aportaciones desde la disciplina del marketing”. En P. Giménez, C. de la Calle, y L. Climent (Eds.). Persona y sociedad. Las dos caras del compromiso. Universidad Francisco de Vitoria y Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Santander. Madrid
- Comisión Europea (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.
- Drucker, Peter F. La Sociedad post-capitalista. Editorial Norma. Bogotá 1994.
- Drucker, P.F. (1984). The New Meaning or Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Friedman, M. (1962): “Capitalism and Freedom”. University of Chicago Press. Chicago, IL
- Friedman, M. (1970): “The social responsibility of business is to increase its profits”. New York Times Magazine.
- Gonzales Afanador José Maria (2005). Raíces Históricas de los Problemas Socioeconómicos Colombianos, Bucaramanga, Universidad Santo Tomas.
- Instituto Ethos. Disponible en <http://www3.ethos.org.br/> Consultado el 03 de Abril de 2014.
- León Carlos. Miranda María, (2003). Análisis Macroeconómico para empresas. Pág. 16
- Narváez García José Ignacio, Narváez Bonnet Jorge Eduardo y Narváez Bonnet
- Olga Stella. (2008). Derecho de empresa. (P.229). Bogotá. Legis editores S.A.
- Rangel, Carlos Arturo. La Responsabilidad Social- Conceptos, Estudios y Propuestas. Asociación Nacional de Industriales ANDI. Mayo de 1996.
- Rengifo, Yenny Patricia. (2006) Responsabilidad Social: Un nuevo papel de la Empresa. Proyecto de Grado. Escuela de Trabajo Social, Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga.

- Robbins s. y Coulter, M. (2000) administración, sexta edición, México, Prentice Hall.
- Schwald, M. (2004). Responsabilidad social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible. Lima: Universidad del Pacífico.
- Smith Adam. (1776). Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones.
- Votaw, D. (1972) 'Genius becomes rare: A comment on the doctrine of social responsibility Pt.
- Yepes Gustavo. Peña Wilmar. Sánchez Luis F. (2007). Responsabilidad social empresarial, fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy, Universidad Externado de Colombia.

Webgrafía

- Real Academia Española.
http://buscon.rae.es/drae/?type=3&val=responsabilidad&val_aux=&origen=REDRAE
- Síntesis de la Legislación de la UE.
http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/employment_rights_and_work_organisation/n26039_en.htm
- Corporate Social Responsibility. <http://www.rsc-chile.cl/columnas/316-la-rse-y-sus-beneficios-en-la-sociedad>
- ASHOKA Colombia. <http://colombia.ashoka.org/ciudadaniaeconomica>
- OIT. (Organización Internacional de Trabajo).
<http://white.oit.org.pe/portal/especial.php?secCodigo=150>
- Red de Solidaridad de la Maquila. <http://es.maquilasolidarity.org/temas/codigos>

APENDICES

Apéndice A. Empresas escogidas tomadas de la base de datos e información de todas las empresas existentes en el Área Metropolitana de Bucaramanga, (Proporcionada por la Cámara de Comercio - Datos 2013

Nombres de Empresas	
Transportadora de Gas Internacional S.A. ESP	Incubadora Santander S.A.
Electrificadora de Santander S.A. Empresa de Servicios Públicos, Y Podra	Urbanizadora David Puyana S.A.
Acueducto Metropolitano De Bucaramanga S.A. E.S.P.	Distribuidora Avícola S.A.
Gaseosas Hipinto SAS	Central De Abastos De Bucaramanga, S.A.
Empresa De Telecomunicaciones De Bucaramanga S.A. E.S.P. Telebucaramanga	Agropecuaria Aliar S.A.
Empresa Pública De Alcantarillado De Santander S.A. E.S.P.	Gas De Santander S.A. E.S.P.
Banco Pichincha S.A.	Campollo S.A.
Sociedad Transportadora De Gas Del Oriente Sociedad Anónima O S.A. Empresad	Cooperativa Santandereana De Transportadores Limitada
Gas Natural Del Oriente Sociedad Anónima O S.A. Empresa De Servicios Public	Club Campestre De Bucaramanga S.A.
Serrano Serrano Francisco Arturo	Palmas Oleaginosas Bucarelia S.A.
Marval S.A.	Industria De Ejes y Transmisiones S.A.
Soisan S.A.	Metrogas De Colombia S.A. Empresa De Servicios Públicos Metrogas S.A. E.S.P

Apéndice B. Formato de Encuesta

ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Universidad Santo Tomas a través de semilleros de investigación de la Facultad de Economía se encuentra realizando esta encuesta con el objetivo de explorar el tema de Responsabilidad Social Empresarial en Bucaramanga desde la perspectiva de los empresarios y empleados. La información que nos brinde se empleará para, desde la academia, apoyar en el avance de este tema en la región. **Agradecemos toda la colaboración que nos pueda brindar. Su opinión es muy importante para nosotros; es importante mencionar que no se manejaran nombre de personas ni de empresas.**

ASPECTOS GENERALES

1. Su cargo al interior de la compañía está relacionado directamente con (Marque con una X):

- (1.1) Procesos Gerenciales____
- (1.2) Directivo de Marketing/ Ventas____
- (1.3) Directivo Contable/ Financiero/ Producción____
- (1.4) Coordinador de área____
- (1.5) Auxiliares____
- (1.6) Otro. ¿Cuál? ____

2. Podría indicar el número de empleados directos que posee la empresa (Indicar la cantidad en la casilla):

3. Tipo de actividad de la empresa: (3.1) primario ☐ (3.2) secundario ☐
(3.3) terciario ☐

Especifique:

4. Con relación a sus conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial, considera usted que (Seleccione con una X):

- (4.1) Conoce bastante sobre el tema____
- (4.2) Conoce medianamente sobre el tema____
- (4.3) Conoce lo necesario o más bien poco sobre el tema____
- (4.4) No recuerdo en este momento qué es Responsabilidad Social Empresarial
(pasar a pregunta 11) ____

5. Sus conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial se deben a qué (Indicar con una X):

- (5.1) Se trabaja sobre el tema en esta empresa____
- (5.2) Trabajan en el tema otras empresas conocidas____
- (5.3) Lo he escuchado por los medios de comunicación____
- (5.4) Se ha tocado el tema en eventos que he asistido____
- (5.5) Otro, ¿cuál?

6. Qué nivel de importancia le merece a su empresa realizar programas de Responsabilidad Social Empresarial (Indicar con una X en la casilla correspondiente).

Muy importante (5)	Bastante importante (4)	Medianamente importante (3)	Poco importante (2)	Nada importante (1)
☐	☐	☐	☐	☐

7. Tiene su empresa instancias para atender cuestiones éticas o relacionadas con el bienestar, con la ética empresarial o con su interacción con el medio?

- (7.1) Fundación ____
- (7.2) Comités ____
- (7.3) Consejos ____
- (7.4) Otros ____ Cuales_____

8. A continuación se exponen una serie de temas. Por favor, indique qué tanto identifica o asocia cada tema expuesto con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (Indicar con una X).

Tema	Nada Relevante (1)	Poco Relevante (2)	Medianamente Relevante (3)	Muy Relevante (4)
(8.1) Trabajadores				
(8.2) Medio ambiente				
(8.3) Comunidad				
(8.4) Otros grupos de interés				
(8.5) Otros:				

9. Conoce o aplica alguno(s) de los conceptos relacionados a continuación (En caso de que conozca, indicar una X en la casilla correspondiente):

- (9.1) El Libro verde de la Unión Europea____ ·
- (9.2) El pacto global (ONU) ____
- (9.3) Los códigos de conducta____

- (9.4) ISO 26000____
- (9.5) Los principios de la Organización Internacional del Trabajo____
- (9.6) Balance Social____
- (9.7) Las directrices para las empresas multinacionales de la Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) ____
- (9.8) Informes de Sostenibilidad____

(9.9) Ninguno____

(9.10) Otro ____ **Cual**_____

10. ¿Cuáles considera usted que es la principal barrera para realizar proyectos de Responsabilidad Social Empresarial?

- (10.1) Costos Asociados____
- (10.2) Dificultades en el entendimiento del concepto____
- (10.3) Falta de aliados y cooperación____
- (10.4) Falta de direccionamiento____
- (10.5) Otros____ Cuales _____

ASPECTOS LABORALES

11. Relativo a los siguientes aspectos, la empresa... (Marque con una X en la casilla correspondiente):

La empresa ofrece a los trabajadores:	Siempre (3)	Casi siempre (2)	En algunos casos (1)	No aplica
(11.1) Ayudas para la educación				
(11.2) Financiamiento para la adquisición de vivienda propia				
(11.3) Guardería en el lugar de trabajo				

(11.4) Ayudas para planes de salud familiar				
(11.5) Bonificaciones y/o primas				
(11.6) Actividades de entrenamiento y capacitación continua, considerando su aplicabilidad en los puestos de trabajo				
(11.7) La posibilidad de participar en la toma de decisiones para el mejoramiento de los procesos internos				
(11.8) Dotación				

12. La empresa busca superar los pisos salariales mínimos (Marque con una X):

- (12.1) No____
- (12.2) En algunos casos____
- (12.3) Casi siempre____
- (12.4) Siempre____

13. La empresa busca ofrecer los mismos beneficios a hombres y mujeres que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico (Marque con una X):

- (13.1) No____
- (13.2) En algunos casos____
- (13.3) Casi siempre____
- (13.4) Siempre____

14. Participa la empresa en actividades encaminadas a erradicar el trabajo infantil (Indicar con una X):

- (14.1) Al interior de la empresa____

- (14.2) En empresas amigas____
- (14.3) En el sector____
- (14.4) En la región____
- (14.5) No participa____

ASPECTOS MEDIO-AMBIENTALES

15. Su empresa ¿cuenta con una política de gestión ambiental?

(15.1) Si____

(15.2) No____

16. ¿Se reconocen y ejecutan programas relacionados con los efectos negativos sobre el medio ambiente resultantes del uso final de los productos y/o servicios producidos por la empresa? (Marque con una X):

- (16.1) Se reconocen los efectos negativos y se ejecutan programas para mitigarlos____
- (16.2) Se reconocen los efectos negativos pero no se ejecutan programas para mitigarlos____
- (16.3) El uso final de nuestros productos no impactan de forma negativa sobre el medio ambiente____
- (16.4) No se conocen efectos negativos de residuos____

17. Durante la planificación estratégica, la empresa incluye políticas, programas y/o procesos relacionados con (Marque con una X):

- (17.1) Reducción del consumo de agua y/o energía____
- (17.3) Manejo de productos tóxicos____
- (17.4) Control del tráfico de vehículos____
- (17.5) Reducción de la contaminación auditiva____
- (17.6) Manejo de materias primas y/o residuos____
- (17.8) Disposición final de excedentes de producción____

- (17.10) Otro. ¿Cuál? ____

18. La empresa participa o apoya proyectos educativos a favor de las causas ambientales (Marcar con una X):

- (18.1) Al interior de la empresa ____
- (18.2) En el sector ____
- (18.4) En la región ____
- (18.5) Otro. ¿cuál? ____
- No Participa ____

RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

19) Existe en la empresa presupuesto o programas destinados a (Marque con una X):

- (19.1) Inversión social ____
- (19.2) Proyectos de la comunidad ____
- (19.3) Propuestas de los trabajadores ____
- (19.4) Otros ____
- (19.5) Ninguno ____

20. Realiza la empresa algunas de las siguientes actividades (Marcar con una X):

	Sí (1)	No (2)
(20.1) Ofrece oportunidades de trabajo voluntario y estimula a sus funcionarios a participar en los proyectos sociales		
(20.2) Registra quejas y reclamos de la comunidad		
(20.3) Promueve reuniones sistemáticas con líderes o representantes de la comunidad		
(20.4) Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente		

local que puedan ser utilizadas por la comunidad		
(20.5) Reconoce a la comunidad en la que está presente como parte interesada y vital en sus procesos de toma de decisiones		
(20.6) Ha formulado programas para emplear a un número posible de personas del lugar		
(20.7) Estimula y patrocina proyectos de investigaciones y desarrollo tecnológico, interactuando activamente con la comunidad académica y científica		
(20.8) Apoya proyectos puntuales de la comunidad de acuerdo con solicitudes previas		
(20.9) Hace donaciones de servicios, productos y recursos financieros		
(20.10) Establece alianzas con organizaciones de la comunidad		

(20.11) Otros:

21. Indique el grado de importancia de 1 a 3 que la empresa **actualmente le merece** en el apoyo de los siguientes aspectos, donde 1 = nada o muy poco importante, 2 = medianamente importante y 3 = muy importante.

- (21.1) Apoyar a solucionar problemas de drogadicción de los jóvenes ____
- (21.2) Emplear personas en condición de vulnerabilidad ____
- (21.3) Asesorar y apoyar iniciativas empresariales comunitarias ____
- (21.4) Apoyar en la educación de jóvenes para el trabajo ____
- (21.5) Participar y contratar personas inscritas en bolsas de empleo ____
- (21.6) Apoyar organizaciones que realicen trabajo comunitario ____
- (21.7) Destinar dinero para diferentes proyectos que presente la comunidad ____
- (21.8) Apoyar grupos de población vulnerable ____

OTROS GRUPOS DE INTERÉS

22. ¿A cuál de estos grupos de interés involucra en gestión social su empresa?

- (22.1) Proveedores_____
- (22.2) Distribuidores_____
- (22.3) Socios_____
- (22.4) Clientes_____
- (22.5) Clientes_____
- (22.6) Otros ¿Cuáles?_____

23. ¿Su empresa incentiva la contratación y el desarrollo de proveedores locales?

(23.1) Si_____

(23.2) No_____

24. Indique el nivel de conocimiento que cree usted tiene la empresa sobre (Marque con una X):

	Conoce Bien (3)	Conoce No muy bien (2)	No Conoce (3)
(24.1) El origen de las materias primas, insumos y otros productos usados en la producción			
(24.2) Sistemas de gestión de calidad			
(24.3) Conocimiento de clientes y proveedores			

INFORMACIÓN GENERAL DEL ENTREVISTADO

25) Género de la persona entrevistada (Marque con una X).

- (25.1) Masculino____
- (25.2) Femenino_____

26) Años que lleva laborando en la empresa: _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN