

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
ÉNFASIS COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS

**ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
TRANSMETA SAS, APLICADA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL EN EL
ENTORNO Y AL INTERIOR DE LA COMPAÑÍA.**

Autor:
ANDREA BECERRA PRIETO
COD 2062764

BOGOTÁ, Noviembre de 2012

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
ÉNFASIS COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**



**ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
TRANSMETA SAS, APLICADA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL EN EL
ENTORNO Y AL INTERIOR DE LA COMPAÑÍA.**

**Trabajo de Grado realizado para alcanzar el título de
Comunicador Social para La Paz**

Autor:

ANDREA BECERRA PRIETO

COD 2062764

Tutor: Prof. Juan Felipe Rengifo

BOGOTÁ, Noviembre de 2012

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mi madre, quien por decisiones de la vida no está presente en una mi etapa de culminación profesional. Sin embargo a ella le debo lo que soy hoy, porque fue mi madre la que me impulso a creer en que todos los sueños se hacen realidad.

Dios y la Virgen Santa Martha fueron mi fuerza y mi fé, en el propósito de crecer cada día más.

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores de la Universidad Santo Tomás, quienes estuvieron guiándome durante éste proceso lectivo, sacando lo mejor de mí y brindándome la oportunidad de concretar mis sueños. Gracias a ellos pude desarrollar las habilidades y capacidades que me convierten en una gran profesional.

A Transmeta SAS, porque fue la empresa que permitió el logro de éste proyecto, gracias a la confianza que depositó en mí, en el momento de ejecutar las actividades que dieron el logro de mi trabajo de grado.

También agradezco a mi jefe Gina Chaparro, porque ha sido una guía en todo mi proceso de práctica profesional y permitió sin ninguna objeción el cumplimiento de mis deberes académicos.

Doy gracias a mi hermano y mi padre quienes me brindaron la oportunidad de formarme como estudiante de Comunicación Social, e hicieron un acompañamiento en toda mi carrera.

A todas las personas que confiaron en mí, que me acompañaron y apoyaron en las situaciones más difíciles, sin olvidar a mis compañeros y amigos de la universidad, con quienes tengo los mejores recuerdos de mi vida.

Un especial agradecimiento a mi tutor de trabajo de grado, Juan Felipe Rengifo.

Gracias a todos.

ÍNDICE

CONTENIDO	Pág.
PRESENTACIÓN.....	7
TEMA.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
 CAPITULO 1	
Contextualización.....	12
 CAPITULO 2	
Formulación del problema.....	21
Núcleo del problema.....	23
Descripción del problema.....	27

Justificación.....	34
Objetivos.....	36
Alcance del proyecto.....	37
Antecedentes.....	38
Mapa conceptual.....	55
Marco teórico.....	56

CAPITULO 3

Metodología.....	90
Interpretación y Análisis.....	100
Conclusiones.....	120
Propuestas.....	123

Bibliografía.....	124
--------------------------	------------

Anexos.....	127
--------------------	------------

PRESENTACIÓN

Este trabajo de grado es un análisis investigativo sobre la importancia de los sistemas de gestión de calidad que utiliza Transmeta S.A.S para generar programas de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) con el fin de garantizar una mejor calidad de vida y un impacto positivo con los grupos de interés. A través de las herramientas de comunicación, establecer mensajes direccionados en pro del entendimiento de las prácticas y programas elaborados para el desarrollo social y equilibrio ecológico.

A partir de esto, se busca precisar el compromiso voluntario de Transmeta S.A.S, con el desarrollo sostenible de sus públicos, avalar programas y acciones encaminadas a satisfacer las necesidades que requiere el proceso de implementación y evolución de la política de RSE.

El desarrollo y consolidación de éste trabajo inicia desde una observación previa, investigación, análisis teórico, planteamiento de un mapa conceptual que concreta las variables a considerar, y el reconocimiento de canales de información. La implementación de herramientas de recolección que permitan evidenciar el grado de conocimiento con respecto a los beneficios de la implementación de esta política; con el fin de ofrecer una relación favorable entre Transmeta S.A.S, y los colaboradores administrativos, que permita adaptar el desarrollo sostenible como un modelo de gestión.

Éste trabajo busca reconocer la importancia que tiene la comunicación como eje transversal dentro de la implementación de nuevos procesos en una organización y la relación con sus stakeholders, además de proporcionar elementos que comprueben la labor de la empresa por cumplir de forma efectiva con los compromisos establecidos y facilitar el reconocimiento positivo de la organización frente a entidades certificadoras de calidad y publico externo.

TEMA

Sistematización de experiencias recolectadas en Transmeta S.A.S, Área administrativa, acerca del impacto que tiene la implementación de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) al interior y exterior de la organización, la interpretación del concepto por parte de los empleados de la organización, a partir de los sistemas integrados de calidad la identificación de sus beneficios colectivos e individuales y el compromiso que deben adquirir con el proceso de consolidación de la política.

A través de un extenso análisis e investigación de cada una de las unidades de negocio, sus necesidades y situaciones de mejora, se creó un comité de RSE conformado por los departamentos de Gestión Humana, HSE (Salud Ocupacional, Seguridad Industrial y medio ambiente), Y comunicaciones, quienes consolidaron una política global para Transmeta S.A.S., que está encaminada en el desarrollo sostenible de todos los públicos de interés.

Como consecuencia de esto se estableció la siguiente política: En TRANSMETA S.A.S. estamos comprometidos con el cumplimiento de todos los procesos, normas y reglamentación que regula nuestra operación en los aspectos laborales, tributarios y operacionales, entre otros. Promovemos la competencia responsable, ética y respetuosa en la industria del Transporte. Manejamos nuestros recursos económicos con transparencia y garantizamos la licitud de los mismos.

Reconocemos la confianza que depositan en nosotros los grupos de interés (Accionistas, Colaboradores, Clientes, Proveedores, Comunidad y Gobierno) y respondemos a ella atendiendo a sus solicitudes, proporcionándoles información veraz. Nos apropiamos del respeto y aplicación de los Derechos Humanos, la no discriminación de las personas y todos los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

De acuerdo a lo anterior se busca implementar esta política en un público específico, que es el grupo de colaboradores de Transmeta Cargo, de acuerdo al reglamento, normas y procesos correspondientes a la operación.¹

¹COMITÉ DE RSE, Transmeta SAS. (Enero de 2012). Política de RSE. *Documento gerencial* . Bogotá, Colombia.

INTRODUCCIÓN

La sistematización de experiencias es un proceso que se desarrolla a partir de vivencias, recopilación de hechos, observaciones o percepciones, los cuales son puestos en orden y reconstruidos en función de obtener y desarrollar capacidades que logren trascender más allá de un objeto de estudio.

Dentro de las modalidades de trabajo de grado implementadas por la Universidad Santo Tomás, se encuentra la sistematización de experiencias, ésta herramienta permite tomar como base de investigación una problemática comunicativa que se desarrolla en el contexto donde el estudiante realiza las prácticas profesionales, convirtiéndolo en un propósito de investigación académico y laboral.

Al experimentar vivencialmente los procesos comunicativos que se desarrollan en la organización, se puede lograr convertir esas experiencias en el propio objeto de estudio, adquiriendo conocimientos a partir de un contexto real y generando propuestas que permitan nuevos campos de acción comunicativos que logren beneficiar y mejorar la problemática de la organización.

La sistematización se convierte en un requisito que permite elaborar a partir de la observación planteamientos teóricos que logran construir la investigación con la cual se sustenta la temática de grado, logrando una construcción más amplia sobre procesos, actividades y proyectos que se deben hacer en un ambiente laboral, se puede definir como una herramienta que permite una transición de la actividad en la academia a la actividad laboral.

El comunicador social tomasino tiene capacidades de investigación, observación y crítica constructiva, el implementar estrategias de transformación y mejoramiento en aspectos débiles y en problemáticas comunicativas que mantiene una organización representa un valor agregado que define su posicionamiento en el contexto laboral.

Contextualización

La sede principal de la organización Transmeta S.A.S. (Transmeta Empresariales TaxTotal) está ubicada en la ciudad de Bogotá, en la calle 22 D No. 120 – 40 Fontibón HB, en estas instalaciones se gestionan las operaciones de transporte de pasajeros y de líquidos (hidrocarburos), la sede de paquetería, que es actualmente la que moviliza cargas a Deprisa se localiza en calle 64ª No. 94- 49 Álamos sur barrio Álamos, al occidente de la ciudad de Bogotá.

La empresa cuenta con cuatro unidades de negocio pertenecientes al sector terciario de la economía ya que ofrece servicios, en el campo del transporte.

“Pertenece al grupo Synergy Corp. de Brasil; en Colombia, son una empresa líder en el Transporte Terrestre de Carga y Pasajeros, donde cuentan con una trayectoria de más de 7 años en el mercado, en los cuales han ejecutado con éxito múltiples proyectos de gran importancia, teniendo siempre como propósito fundamental la satisfacción del cliente”²

Es la única empresa del grupo Synergy Corp. Dedicada al transporte terrestre, porque las diferentes compañías que lo integran, prestan servicios hoteleros en diferentes zonas de Colombia, a través de MovichHotels Resorts; Helicol, líder en actividades aeronáuticas; y finalmente se encuentran inmersos en el sector agropecuario: con 10.000 hectáreas de palma de aceite, 100 hectáreas de piña gold, Colombian Mountain coffee y manantiales del frontino, con 250 hectáreas de café.

²TRANSMETA SAS. (S.F). *Acerca de Transmeta SAS*. Recuperado el 22 de marzo de 2012, de <http://www.transmeta.com.co/Qui%C3%A9nessomos/tabid/61/language/es-CO/Default.aspx>

“Transmeta es reconocida a nivel nacional, por su logística dedicada a gestionar procesos ordenados, seguros y medibles a través de los indicadores de gestión, que permiten verificar el desempeño del negocio.

Son líderes en especializados en la contratación, coordinación y administración de los diversos servicios necesarios para nuestras operaciones de transporte terrestre”.³

Aparte de contar con una extensa operación a nivel nacional, existen áreas que garantizan procesos de alta calidad, que cumplan con los estándares exigidos por el público externo, además de obtener y mantener certificaciones como, ISO 9001 garantía de excelencia y cumplimiento frente a nuestros clientes, BASC (sistema de gestión en control y seguridad), RUC (Consejo colombiano de seguridad industrial, sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional) y OHSAS 18001 (Seguridad del trabajador, reducción de accidentes).

La organización está en busca de la certificación 14001, que permite implantar un sistema de gestión ambiental, procedimiento que favorecerá las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Transmeta.

Por el poco tiempo de las Unidades de negocio de pasajeros aún no son reconocidas estas certificaciones, sin embargo existen grupos de auditoría interna que velan por cumplir la normatividad que requiere este tipo de temas.

“Cuentan con instalaciones físicas y el recurso humano adecuado, para lograr un óptimo mantenimiento preventivo y correctivo de las flotas de vehículos pesados y livianos, en donde solo utilizamos insumos y repuestos originales que garantizan una operación segura y confiable.

Disponen de mapas digitalizados de las 7 principales ciudades de Colombia y de

³ Ibíd.,

un software especializado en la modelación estratégica y planeación del transporte, mediante el cual se diseñan y optimizan rutas, de acuerdo a las condiciones de la infraestructura vial colombiana”.⁴

La focalización estratégica de la organización fue reestructurada de acuerdo al diagnóstico realizado por los consultores en RSE, porque estos consideraban que Transmeta al manejar operaciones diferentes, dejaba de lado la sinergia de grupo, retrasando el crecimiento como organización en el sector de Transporte, por tal razón se estableció un perfil corporativo general, en el que se integra los objetivos, la misión, visión y valores de la compañía.

MISIÓN

“Transportar de manera segura, responsable y a valores justos los pasajeros y mercancías que nos confían nuestros clientes, para garantizar la calidad y rentabilidad del servicio que ofrecemos.

VISIÓN

Buscamos ser la empresa líder en las diferentes modalidades de transporte terrestre automotor en Colombia.

- Implementar los más altos estándares de seguridad.
- Contar con el mejor talento humano del sector.
- Incrementar la cobertura a nivel nacional.
- Ser el referente nacional en logística especializada.”⁵

⁴TRANSMETA SAS. (S.F). op.cit.

⁵TRANSMETA SAS. (2012). *Perfil corporativo Transmeta SAS*. Bogotá: Sostenible Consultores.

Los valores corporativos no solo pretenden ser las fortalezas bajo las cuales trabajan los colaboradores, sino ser los cimientos sobre los que se va a consolidar la política y las prácticas de RSE, bajo éste contexto se busca establecer lineamientos de trabajo, proyectos y actividades siempre acompañadas de la nueva estructura corporativa que maneja Transmeta.

VALORES CORPORATIVOS

- “Honestidad: Promovemos una cultura de transparencia y la proyectamos en todas nuestras unidades de negocio. Respetamos la ley y generamos relaciones de confianza para garantizar el respaldo y la credibilidad de nuestros grupos de interés.
- Respeto: Lo practicamos con nuestros clientes, empleados, proveedores, compañeros de trabajo, la comunidad y el medio ambiente en todas nuestras relaciones y operaciones.
- Trabajo en Equipo: Todos desde nuestras funciones cotidianas operativas, técnicas y administrativas, aportamos y colaboramos para alcanzar de manera integral el éxito y la excelencia.
- Responsabilidad: Somos conscientes y valoramos la confianza que los inversionistas y clientes depositan en nosotros, por lo tanto garantizamos una operación eficiente en términos económicos, sociales y ambientales.
- Seguridad: Invertimos en los más altos estándares de seguridad para nuestros colaboradores, instalaciones, equipos y el desarrollo de nuestra operación; somos conscientes del impacto que generamos en nuestro entorno.
- Talento Humano: Contamos con conductores, técnicos, profesionales y colaboradores especializados en nuestras áreas de servicio, quienes están comprometidos con la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.
- Conocemos a profundidad los negocios, la infraestructura vial del país y las condiciones de movilidad en nuestras áreas de operación.

- Liderazgo: Somos un referente nacional de la industria del transporte en términos de calidad, servicio y tecnología”.⁶

Después de obtener un visión general de la empresa frente a los diferentes grupos de interés, se estructuro uno a uno, los perfiles corporativos de cada una de las unidades, que hacen de Transmeta una empresa líder de transporte; con los conocimientos y procesos asertivos para incursionar en la nueva forma de negocio y ser reconocidos en el sector empresarial, con una imagen positiva, que aporte a la sostenibilidad de la comunidad.

Transmeta Express

“Es un aliado estratégico como agente de transporte para DEPRISA, mediante la operación de 50 camiones entre 1 y 5 toneladas para el servicio de paquetero en la ciudad de Bogotá y 103 camiones adicionales, para la recolección y distribución de carga en diferentes regiones del país”.⁷

Esta unidad de negocio es una de las fortalezas de Transmeta SAS, son quienes tienen mayor reconocimiento por parte de grupos externos, por ser uno de los brazos logísticos de Avianca.

Misión

“Recoger, transportar y distribuir de manera segura, responsable y a precio justo las mercancías, valores y paquetes que nos confían nuestros clientes, para garantizar la calidad y rentabilidad del servicio que ofrecemos a nivel nacional.

Visión

Ser la compañía líder a nivel nacional en recolección y distribución logísticas.

- Implementar los más altos estándares de seguridad.
- Contar con el mejor talento humano del sector.

⁶Ibíd.,

⁷Ibíd.,

- Incrementar la cobertura de servicio en las ciudades del país.
- Ser un referente en logística especializada.⁸

Transmeta Pax

“En el año 2010, la Unidad de Negocio Transmeta Pax, realiza la alianza estratégica Empresariales S.A.S. – Transmeta S.A.S., para prestar un servicio de transporte terrestre especial corporativo, con estándares de clase mundial a los pasajeros, poniendo al servicio de éste objetivo una planta de 50 profesionales en todas las áreas, así como la infraestructura técnica, tecnología de punta, y los procesos para las políticas de calidad, salud ocupacional y ambiental”.⁹

Son la parte de la empresa con menor tiempo en operación, pero las expectativas están creciendo, el hecho de transportar personas implica cumplir detalladamente con políticas de calidad y manejo adecuado del lenguaje, escucha y atención, porque de forma constante se encuentran en contacto con el cliente, quien se convierte en el vocero de la compañía hacia la sociedad, ofreciendo una imagen positiva o negativa de acuerdo a la observación que realice el target y el comportamiento de los conductores de la empresa.

El área administrativa vela con frecuencia porque los empleados que interactúan diariamente con estos públicos externos, conozcan la información congruente de la organización y manejen protocolos que brinden confianza y seguridad.

Misión

“Transportar de manera segura, responsable y a valores justos a los empleados de las empresas que confían en el valor agregado de nuestro servicio, para garantizar la calidad y rentabilidad del mismo.

⁸Ibíd.,

⁹Ibíd.,

Visión

Ser una compañía líder a nivel nacional en transporte de pasajeros empresariales.

- Implementar los más altos estándares de seguridad.
- Contar con el mejor talento humano del sector.
- Incrementar la cobertura a nivel nacional.
- Ser el referente nacional en logística especializada.”¹⁰

TaxTotal

Es una flota de taxis propia que opera en la ciudad de Bogotá, garantizando un servicio confiable y seguro.

Misión

Transportar en la ciudad de Bogotá DC, de manera segura, responsable y a tarifas justas a todos los usuarios que confían en el valor agregado de nuestro servicio, para garantizar la calidad y rentabilidad del mismo.

Visión

Ser la compañía de taxis líder en servicio.

- Implementar los más altos estándares de seguridad.
- Contar con el mejor talento humano del sector.
- Ser el referente en logística especializada.

Finalmente La Unidad de Negocio, Transmeta Cargo, que es la operación con la cual inició la compañía y que tiene la responsabilidad de competir con grandes

¹⁰Ibíd.,

empresas de transporte de hidrocarburos, uno de los líquidos de mayor prevención por el impacto que tienen con la sociedad y el medio ambiente, es el grupo con mayor cantidad de colaboradores por trabajar proveedor de empresas reconocidas, como Ecopetrol y Pacific Rubiales, quienes tienen diferentes programas de RSE, y exigen ciertas características en el momento de escoger a sus proveedores.

“Fue creada en 2003 como brazo logístico de la Compañía Petrolera Metapetroleum Corp. para dar alcance a los objetivos en el aumento de explotación de petróleo, en asocio con Ecopetrol, Rubiales-Piriri, en el departamento del Meta.

La gestión realizada permitió el inicio de un esquema de transporte, soportado en la seguridad, el cumplimiento y el cuidado del medio ambiente.

Su continua mejora en los procesos, ha permitido entrar en distintas actividades del sector, tomando la experiencia del transporte de Hidrocarburos, como pilar del esquema de nuevos servicios ofrecidos.

Esta Unidad de Negocio, cuenta con una flota propia de 111 vehículos, (111cabezotes y 120 tanques) tanques para transporte de Hidrocarburos y próximamente ampliando la operación de Carga Seca con 20 unidades adicionales. La flota tiene una antigüedad que va desde modelos 2006 hasta 2011”.¹¹

Misión

“Transportar de manera segura, responsable y a valores justos los hidrocarburos y la carga líquida y seca que nos confían nuestros clientes, para garantizar la calidad y rentabilidad del servicio que ofrecemos.

¹¹TRANSMETA SAS. (S.F). op.cit.

Visión

Buscamos mantener el liderazgo en el transporte de hidrocarburos y posicionarnos en los primeros lugares del mercado de carga líquida y seca en Colombia.

- Implementar los más altos estándares de seguridad.
- Contar con el mejor talento humano del sector.
- Incrementar la cobertura a nivel nacional”.¹²

A partir de éste contexto el trabajo que se quiera realizar debe ser coherente con la realidad de cada una de las unidades de negocio, además de favorecer equitativamente a cada una, la aplicación de programas, proyectos y planes de acción deben desarrollarse de la mano del área administrativa, porque son el equipo de trabajo en común para las diferentes operaciones, y será el precursor de novedosas prácticas en la consolidación del proceso de comunicación frente a los propósitos de la responsabilidad social empresarial en Transmeta.

¹²Ibíd.,

Formulación del problema

¿Cómo lograr un análisis de los sistemas de gestión de calidad utilizados por Transmeta SAS en el propósito de mejorar la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la organización y con el entorno y como esta puede ser aplicada e interpretada por los colaboradores administrativos?

A través de la experiencia en el trabajo que se ha realizado en Transmeta SAS, evidenció que la empresa busca consolidar una política de RSE que tiene como objetivo contribuir con la comunidad a través de la protección y cuidado del medio ambiente, pretende mejorar la calidad de vida en los colaboradores de la empresa, con el fin de ofrecer una imagen positiva de la organización a los diferentes públicos, para contribuir al crecimiento sostenible de la misma.

En esta labor el Departamento de Comunicaciones asumió el compromiso de comunicar e integrar a los diferentes grupos de interés en la consolidación del proceso de RSE. Para cumplir con esto se creó un plan estratégico de comunicación que se desarrollara en el transcurso del año 2012, donde se resaltaron propuestas con diferentes alternativas: campañas informativas, actividades de interacción, programas de vinculación con los stakeholders y comités evaluativos entre otros.

Todas las anteriores para satisfacer la necesidad de cubrir en un alto porcentaje toda la población requerida. Sin embargo no se ha tenido en cuenta que tan viable es comunicar a todos de la misma manera, sin antes realizar un análisis de los perfiles a quienes se quiere llegar, una evaluación y observación a los distintos canales de comunicación por los cuales se transmite la información, una identificación de los medios más utilizados y pertinentes, los formatos de lenguaje apropiados para difundir mensajes corporativos y temas novedosos con fines de apropiación por parte de las personas.

La principal dificultad se refleja en oficial un concepto novedoso, que modificara la forma de trabajo actual, en el que se transformarán las condiciones laborales en beneficio colectivo y personal, donde se apoyaran temáticas ambientales y de gestión social, nunca antes de interés en las organizaciones.

Por esta razón hay que tener claridad de la dimensión que implica comunicar de forma correcta, saber las consecuencias positivas y negativas que trae consigo la RSE, direccionar los mensajes a través de canales oportunos, ofrecer medios para uso exclusivo de los colaboradores que brinden una retroalimentación de los proyectos y programas que se están realizando, además de utilizar lenguajes acordes al público del área administrativa.

El foco de este trabajo de grado como ya es nombrado con anterioridad es el área administrativa, considerando que son ellos la matriz de Transmeta SAS, por tal razón más adelante servirán de apoyo y se convertirán en los precursores de la RSE en la empresa.

Núcleo del problema

A partir de la sistematización de experiencias se logra evidenciar que existe la posibilidad de fomentar en Transmeta SAS, las prácticas de RSE, como una oportunidad de cambio y crecimiento, pero de esto surgen las preguntas que llevan a la construcción de éste trabajo de grado y son: ¿Qué tan efectivos son los sistemas de gestión de calidad en el proceso de mejorar la interpretación que tienen los colaboradores administrativos de los programas de RSE?, ¿De qué forma comunicar?, algo que para muchos es un tema novedoso.

Para la empresa actualmente es solo una más de las políticas, surge una hipótesis y es ¿la organización realmente está comprometida con que las personas conozcan el tema de Responsabilidad Social Empresarial?, teniendo en cuenta lo anterior se debe iniciar argumentando ante el público objetivo, que es y en que consiste, antes de iniciar actividades encaminadas a mejorar la calidad de vida de los empleados o implementar métodos de cuidado con el medio ambiente.

Para consolidar un proceso es necesario contar con el conocimiento de los involucrados y el interés de los mismos, esto solo se logra proporcionando información constante, clara; resaltando los beneficios y la importancia que tiene el compromiso en la ejecución de las diferentes actividades.

Cuando se piensa en transmitir información, se debe estructurar el mensaje de acuerdo a lo que la organización quiera y permita comunicar, por esta razón es necesario nombrar que la Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de negocio en la que se ven favorecidas las empresas, una ventaja competitiva que brinda a la sociedad una imagen positiva.

Pero son nuestro público objetivo los partícipes de esta realidad y son ellos a quienes se debe llegar en primera instancia, ofrecerles formatos de lenguaje

favorables, porque pueden ser ellos instrumentos para alcanzar uno más de los objetivos de la organización frente al mercado.

La Responsabilidad Social Empresarial no puede alcanzar su finalidad sin tener un plan de comunicación que lo acompañe, fomentar una cultura de adaptación a los cambios es un reto porque las personas suelen sentir temor, es romper con la idea de trabajo habitual en el que existe una jerarquía y el flujo de la información es descendente, en éste caso la participación de todos es un factor que acelera el cumplimiento de las buenas prácticas en las organizaciones.

La pregunta ¿de qué forma?, nos lleva a pensar que tanto conocimiento tienen los colaboradores administrativos de la empresa sobre el tema; son un público interno que trabaja en crear, mantener y mejorar procesos para el interior y exterior de la organización, cada uno de los departamentos que conforman el área administrativa son integrados por personas con diferentes niveles educativos y perfiles profesionales, creando la necesidad de hacer un análisis individual, que nos brinde una visión general, para poder establecer la dirección y contenido del mensaje.

Pese a esto los mensajes siempre deben involucrar a todo el grupo de interés, el objetivo de éste proyecto está encaminado a brindar un concepto general que sea aplicable a todos los empleados del área administrativa.

Si se revisa, a través de que comunican, no se puede dejar de lado la credibilidad de los medios y el cubrimiento que tienen. Por esta razón, conocer la opinión de los stakeholders frente a los canales de comunicación es otro valor agregado en el momento de iniciar un plan estratégico, porque son estos el principal elemento. El uso de instrumentos de recolección de información facilita entender que tan oportuno es utilizar los diferentes medios y con cuales se lograría captar mayor atención.

¿En qué momento la transmisión de los formatos visuales es efectiva?, para obtener la respuesta a ésta pregunta la observación como complemento a las

anteriores herramientas utilizadas asume un papel importante, permitirá identificar, la frecuencia con la que se deben presentar, el formato, los colores, el estilo; y plantear el interrogante, si a los colaboradores del área administrativa les gusta interpretar, escuchar y recordar o si es necesaria la utilización del lenguaje escrito.

El lenguaje escrito es una herramienta que permite mostrar mensajes concisos, textuales y llega de forma directa. Pero, ¿realmente a las personas les gusta leer?, cuando los temas no afectan o intervienen directamente con la funcionalidad de sus labores, son dejados de lado, usualmente hasta que se cuente con tiempo, o cuando la organización evalúe acerca de la información.

Surge la urgencia de evidenciar que tan cortos deben ser los mensajes y si el acompañamiento de figuras visuales contribuirá a obtener mejores resultados.

La planeación de actividades es otro de los compendios a tener en cuenta, interactuar es la opción más práctica si se requiere crear recordación, hacer uso de espacios en los que participen los empleados, genera experiencias que son transferidas voz a voz entre compañeros, proporcionando mayor cobertura, pero para desarrollar aquellas acciones, es ineludible buscar tiempos que no interrumpen el trabajo y en los que se cuente con una cantidad suficiente de contribuyentes.

Pensar en organizar los elementos nombrados con anterioridad, requiere proyectar y estructurar la coherencia y congruencia en los temas.

Transmeta por ser una empresa de transporte, en la que, en sus prioridades no contemplaba la importancia de contar con un departamento de comunicaciones en la consolidación de procesos a nivel interno y externo, retrasa avances significativos en la apropiación del concepto, porque el área por el poco tiempo de creada no tiene la firmeza y confianza que se requiere para garantizar llegar a cada uno de los individuos que conforman la organización.

Para concluir después de la serie de interrogantes presentados, es innegable que el trabajo debe iniciar con un análisis general no solo del departamento de comunicaciones, sino de las diferentes áreas administrativas, además de planear de manera estratégica la utilización de las herramientas, medios y flujos informativos.

Conocer el público del que se quiere obtener un resultado es vital para llegar a cada una de las personas que lo conforman y así consolidar el proceso favorable para los colaboradores, donde ellos apropien el concepto, se sientan identificados con la política y las variables que la componen, exista un compromiso permanente en el cumplimiento de los programas que apoyan a la Responsabilidad Social Empresarial, para que luego se conviertan en elementos difusores de las buenas prácticas que trae la Responsabilidad Social en las organizaciones, y posteriormente se transmita positivamente a los stakeholders externos.

Descripción del problema

¿Cómo lograr un análisis específico de los sistemas de gestión de calidad utilizados por Transmeta SAS, para mejorar la Responsabilidad Social Empresarial, al interior con los miembros administrativos y en el exterior con su entorno?

Para abordar éste problema fue necesario crear un esquema de trabajo en el que se establecieron una serie de variables que guiarán y apoyarán el proceso para lograr el objetivo final que es la apropiación del concepto de RSE en el área administrativa de la organización Transmeta SAS.

Como principal variable, partimos de la comunicación organizacional como eje transversal en las empresas, que permite generar procesos estratégicos adaptables a las necesidades de los públicos de interés.

En Transmeta SAS el concepto de comunicación es importante para el actuar en cada una de las áreas y unidades de negocio que la componen, para la RSE como tema novedoso se convierte en su principal herramienta. El dirigir y estructurar programas, compuestos de proyectos y estos a su vez de actividades deben tener un elemento organizacional que permita liderar oportunamente el desarrollo de cada uno de estas fases.

Actualmente existe un plan estratégico que pretende abarcar los diferentes stakeholders y consolidar la política de RSE con lo que la integra; de la gestión efectiva del departamento de comunicaciones depende el éxito de la apropiación del concepto, por tal razón la responsabilidad de detallar y evaluar cada uno de los pasos es importante para el logro del objetivo final.

Con la definición de una política y un cronograma de actividades, la labor inicio con divulgar la reestructuración y actualización realizada del perfil corporativo en cada una de sus unidades de negocio, tarea que se ha venido realizando

satisfactoriamente, pero que culmina su proceso al final de las actividades establecidas, para el año.

La focalización de Transmeta está en cumplir a sus clientes responsablemente con el transporte de pasajeros, cargas secas y liquidas, pero detrás hay un grupo de colaboradores que pertenecen al área administrativa quienes velan porque se cumpla la misión y los objetivos corporativos, son ellos a quienes se pretende llegar y que identifiquen la Responsabilidad Social Empresarial, como un beneficio individual y colectivo, que no solo favorece a la empresa sino que pretende otorgar una mejor calidad de vida para cada uno y su entorno.

Responsabilidad Social Empresariales un tema novedoso en el país y se ha convertido en un complemento de gran importancia para reconocidas empresas del mercado. Actualmente son pocas los empleados de los sectores privados y públicos de Colombia, que conocen el concepto y lo apropian como beneficio personal y posibilidad de crecimiento para la entidad.

Se impulsa hacia las buenas prácticas y hacia el aprendizaje de experiencias exitosas, busca cambios positivos en la sociedad y trabaja bajo tres pilares fundamentales, que Transmeta los identificó a través de un diagnóstico de la siguiente forma:

Categoría de gobierno corporativo: es en el que se Promueve una cultura de transparencia y respeto de la ley. Incentiva a fidelizar clientes y aumentar recursos económicos, bajo la exigencia de servicios de calidad que respondan al mercado actual, facilita el entendimiento de la competencia.

Promueve alianzas estratégicas, que aseguren una ética empresarial acorde a las políticas de mejora integral en las organizaciones, en esta categoría Transmeta ha centrado sus intereses solo en algunas áreas y ha dejado de lado otras por procurar brindar una imagen positiva externa, olvidando parcialmente el interior de la empresa.

Se requiere la elaboración de diferentes documentos y planes estratégicos únicos acordes a cada uno de los públicos de interés.

Categoría de calidad de vida en la empresa: es comprometerse con el bienestar de los colaboradores de la organización y sus familias, ofrecerles programas de participación que fomenten el crecimiento personal y profesional, además de garantizar un ambiente de trabajo óptimo, con condiciones equitativas y tolerantes.

Transmeta busca acciones favorables para el clima organizacional, ofrece aspectos diferenciadores de calidad laboral frente a otras transportadoras, fideliza constantemente a los empleados, vela por la salud física y emocional. Pero aún las personas no logran identificar que estas prácticas están encaminadas a beneficiar las condiciones laborales diarias y que hacen parte de la consolidación de la RSE en Transmeta SAS.

Categoría de desarrollo sostenible – Medio ambiente: pretende invertir en el desarrollo de programas y tecnologías amigables con el medio ambiente para minimizar los impactos de las operaciones en el entorno.

Los temas ambientales cada vez empiezan a cobrar mayor importancia en nuestra sociedad, puesto que el cuidado y ahorro de los recursos naturales renovables y no renovables son responsabilidad de todos. Además, se han empezado a gestionar recursos económicos y humanos por parte de sectores privados y públicos de Colombia, con el fin de generar procesos de sostenibilidad y gestión social, estableciendo así patrones para las organizaciones.

La empresa se ha manifestado satisfactoriamente frente a esta categoría, vinculando programas de cuidado con el medio ambiente dentro de la base de operaciones y con el entorno, sin embargo el compromiso por parte de los

colaboradores de la organización es mínimo, para el logro de estas acciones se ha recurrido a incentivar de forma individual, mostrando estos como un beneficio para la organización y no un aporte constructivo personal frente a la Responsabilidad Social Empresarial.

A pesar de las características positivas nombradas anteriormente frente al tema de sostenibilidad ambiental en la empresa, el impacto con la comunidad es mínimo, no se crean alianzas estratégicas con instituciones o entidades que generen beneficios externos, limitando la información que se puede proporcionar acerca de una de los pilares más importantes para la Responsabilidad Social Empresarial.

Transmeta S.A.S., tiene como misión cumplir con el compromiso de ser socialmente responsable, porque son estos los promotores de una cultura sostenible que beneficie a la organización y sus grupos de interés; intervienen de forma directa con la labor de consumir la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, trabajando bajo acciones preventivas, obedeciendo las políticas y usando de forma óptima la tecnología implementada por la compañía para garantizar el compromiso con la sociedad y la integridad de los colaboradores.

“En Transmeta entendemos la responsabilidad social, como la directriz integral que orienta a las empresas a alcanzar sus objetivos de negocio en las dimensiones económica, laboral, social y ambiental; y en los contextos interno y externo”.

En este sentido, Transmeta ha adelantado diversos proyectos y actividades, todos con el propósito de seguir mejorando como empresa, e impactar positivamente el entorno en el cual se desarrollan las actividades laborales, pero no se ha realizado un análisis pertinente de quienes conforman cada una de las áreas de la organización, con el fin de estructurar los mensajes de acuerdo a la funcionalidad que tendrán dentro de este proceso.

Los proyectos que se han planeado desarrollar, aun no cuentan con la estructura y objetividad que se requiere para ser entendidos por los diferentes grupos de interés.

El área administrativa, el foco de trabajo está compuesto por: la vicepresidencia, el Departamento Administrativo, Financiero, de Gestión Humana, Comercial, Seguridad y Tecnología.

Éstos departamentos están integrados por personal altamente capacitado para cumplir con las labores que requiere la organización, pero cada uno tiene un nivel académico diferente, con perfiles profesionales distintos y con nociones de RSE, equívocas o acertadas, por tal razón conocer el público al que se debe comunicar, está dentro de las primeras tareas a desarrollar.

Lograr que un grupo de colaboradores con pensamientos y conceptos diferentes apropie un tema nunca antes utilizado por Transmeta, es un proceso en el que se debe tener en cuenta la disponibilidad de tiempo, el compromiso e interés, porque es introducir una nueva idea de trabajo. Una idea que está respaldada por una serie de beneficios personales y globales en los que intervienen todos los stakeholders, evidenciar las características comunes, requiere de un análisis individual.

A través de la aplicación de instrumentos de recolección de información, y su posterior diagnóstico, se podrá divulgar la información pertinente, no solo se debe resaltar lo que ellos puedan entender, sino lo que la organización requiera que identifiquen y apropien, esto es un compromiso voluntario pero de la participación de ellos interviene en el crecimiento de las prácticas de RSE.

Para que esto se convierta en una realidad se debe tener en cuenta la claridad y estructura del lenguaje que se utilice para difundir la información, conocer y entender lo que se va a comunicar con anterioridad, permite establecer mensajes direccionados de forma congruente con los proyectos de la organización,

identificar los focos de mayor interés frente al tema, para obtener una línea de trabajo que se convierta en guía.

Bajo éste argumento trabajar en el nivel de aceptación de la información emitida es una función que debe realizar el departamento de comunicaciones y debe ser gestionada durante todos los planes de acción propuestos por el comité de Responsabilidad Social Empresarial, frente a este tema no se han creado, indicadores que permitan medir que tan efectivos están resultando las actividades desplegadas del propósito de consolidar las prácticas.

Evaluar los canales de comunicación hace parte de este interrogante, en el que aún no se conoce si están siendo oportunos los programas, campañas y actividades aconsejadas por los consultores que dieron paso a esta nueva etapa en Transmeta.

Los canales de comunicación actúan como medio de transporte, donde el emisor debe conocer cual es el más utilizado, el más explícito y por cual se obtiene retroalimentación por parte del receptor, no es suficiente con tener espacios para publicar los temas que se quieren dar a conocer, es necesario tener espacios donde la información fluya de forma ascendente, para obtener, opiniones y respuestas y situaciones de mejora.

Importante es examinar los canales de Comunicación con los que cuenta Transmeta, en que casos es correcto utilizar elementos visuales y en cuales los mecanismos escritos, no basta solo con conocer que tanto le gusta leer al público objetivo, también es importante diferenciar lo no modificable que debe tener recordación exacta como lo son: documentos, normas o políticas textuales, de complementos que son entendibles cuando se muestran de forma gráfica o interactiva.

Los recursos empleados para planear estrategias, son limitados, las actividades de interacción, dinámicas participativas, espacios de recreación para aprender no son muy tomados en cuenta para proporcionar temas corporativos.

Finalmente, el objetivo es encontrar la estructura del lenguaje correcto, a través de diferentes canales de comunicación, actividades de interacción y retroalimentación con y por los diferentes públicos, para emitir mensajes pertinentes direccionados de manera adecuada, con los que identifiquen los colaboradores, que sean de fácil recordación, para facilitar el compromiso y la apropiación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

Justificación

En la modalidad de trabajo de grado, sistematización de experiencias se debe resaltarla investigación como elemento primordial en la construcción del proyecto y los beneficios comunicativos que le puede brindar a la organización, la recopilación de vivencias y hechos comprobados bajo la observación y exploración pueden contribuir en la gestión de acciones de comunicación, mejorándolos objetivos corporativos y la aplicación de nuevos procesos que fortalezcan el crecimiento de la empresa, con el fin de arraigar y atraer a sus públicos de interés.

La sistematización beneficia a la organización pero también al practicante, ya que partir de la observación de las falencias, se puede implementar mejores modelos de comunicación que lograrían establecer el óptimo desarrollo a nivel organizativo, también le permite al estudiante de comunicación social brindar las mejores aptitudes y habilidades, proponiendo iniciativas de comunicación o aplicando acciones correctivas, preventivas y novedosas que ayuden en la gestión de la organización.

En este trabajo de grado queda en evidencia el valor de la comunicación entre la organización y el público de interés, en éste caso los empleados de Transmeta Cargo, personas que en su mayoría no conocen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, y por ser novedoso causa temor, existen colaboradores que no tienen permanente contacto con el personal administrativo de la organización y no disponen del tiempo suficiente para asistir a las instalaciones de la empresa, dificultando la comunicación constante y directa de los nuevos procesos en los que se encuentran inmersos.

Además de esto el uso de los medios de comunicación aplicados por Transmeta en ocasiones no contiene los mensajes claros y frecuentes para facilitar el entendimiento de la información que se quiere transmitir.

La Responsabilidad Social Empresarial, por ser un tema novedoso en nuestra sociedad, adquiere un grado de complejidad en el momento de ser comunicado y más por los conceptos arraigados que poseen los conductores, quienes son la población más numerosa en Transmeta Cargo.

La estructuración de medios efectivos, de mensajes direccionados objetivamente y la utilización de un lenguaje práctico, no solamente sirven como un proceso comunicativo organizacional, sino también como un proceso que mejorará sus niveles de recepción informativa y los conceptualizará bajo temáticas reales de desarrollo social, crecimiento económico y equilibrio ambiental.

El planteamiento de ésta temática es importante para la organización en el cumplimiento de la política de RSE, logro de objetivos con los públicos de interés, un mejor funcionamiento de las operaciones que tienen a cargo, acciones en pro del crecimiento personal y profesional del capital humano y la obtención de certificaciones que garanticen procesos de alta calidad en la empresa.

Objetivos

Objetivo general:

Analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas en Transmeta SAS, reconociendo la aplicación de la gestión de calidad en los procesos con los colaboradores y el entorno.

Objetivos específicos:

- Conocer los perfiles del público objetivo, para evidenciar el nivel de comprensión e interpretación en los programas de Responsabilidad Social, presentes en la organización.
- Identificar la efectividad de los canales de comunicación existentes en la organización, en el momento de proporcionar información y promover interacción en el proceso de reconocimiento de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Transmeta.
- Medir a través de herramientas de investigación aplicadas a los colaboradores, los niveles de aceptación, entendimiento, interés y compromiso, con los programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Alcance

A partir de la sistematización de experiencias se adquieren nuevas capacidades en el campo laboral, habilidades para ejecutar planes de acción en poco tiempo, construir y evaluar estrategias de comunicación que sirvan de apoyo para las diferentes áreas y unidades de negocio con las que cuenta la organización.

Gracias a la observación, la investigación y participación en los diferentes procesos, se identificó un posible problema en el que el compromiso hace parte del departamento de comunicaciones.

La Responsabilidad Social Empresarial una oportunidad de crecimiento para las empresas, pero para que se consolide necesita de un análisis en el que se identifiquen las características de los procesos de gestión en calidad que la empresa desarrolla en la actualidad para de forma conjunta formular programas y actividades y contenidos oportunos del tema direccionados a través de los diferentes canales de comunicación.

La finalidad está en lograr un análisis de los sistemas de gestión de calidad que utiliza Transmeta para mejorar la Responsabilidad Social Empresarial en la organización, además de ofrecer a los empleados administrativos la oportunidad de conocer interpretar y aplicar las practicas con un mensaje unificado del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, y los programas que hacen parte de este.

Antecedentes

La Responsabilidad Social Empresarial, hace parte de un contexto histórico, que surge a través de la necesidad de implementar nuevas prácticas sostenibles de negocio para las organizaciones.

“las personas adineradas y sus empresas deberían asumir como responsabilidad propia el administrar la riqueza de sus organizaciones para así luego brindar beneficios a la sociedad y socorrer a los menesterosos”.¹³

De esta manera la Responsabilidad se vio tomo con un sentido filantropico, porque las empresas con mayores ingresos colaborarían a los menos favorecidos con un donativo voluntario.

Para Transmeta SAS, eso no se consolidará así, porque se considera que la RS, trabaja por brindar oportunidades de crecimiento empresarial, que no solo beneficia a los publicos externos en este caso a la comunidad, sino adquirir nuevos impulsos que ofrezcan diferenciales frente al mercado actual.

“En 1997 se consolidó uno de los grupos que tiene una labor ampliacon la responsabilidad social empresarial, el grupo Council on Economic Prioritis (CEP) y su agencia para la acreditación (CEPPA) que se ha integrado como una junta de expertos consejeros con la función de preparar normas sociales empresariales. Surge entonces el Social Accountability standart – SA8000, para medir las empresas, auditarlas y acreditarlas”¹⁴

¹³YEPES, G., Peña, W., & Sanchez, I. (2007). *Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

¹⁴Ibíd., pag 81.

Para esta labor en Colombia se ha establecido la imagen de auditor interno, quien es el encargado de evaluar a través de una serie de indicadores de gestión cada una de las áreas de una organización con el animo de favorecer e identificar falencias, para mostrar excelencia y pulcritud en las revisiones externas que realizan los entes certificadores.

Transmeta es una compañía en crecimiento, por tal razón trata de satisfacer las necesidades de los distintos grupos de interés con el fin de garantizar una imagen positiva y comprometida con el cambio social e integral de trabajo actual.

“la responsabilidad social de las empresas se ve influenciada por la globalización de los mercados, los costos en multas y penalidades que se deriven de esta globalización y el prestigio o desprestigio general que pueda generarse”.¹⁵

El sector del transporte esta adquiriendo fuerza en el mercado colombiano y es así como Transmeta busca crecer, abarcando diferentes campos de trabajo con tecnologías de punta que sean competitivos y además ofrezcan características propias en innovación y calidad.

Está es una empresa sostenible y con una visión global de crecimiento, por ser parte de un grupo de compañías líderes en diferentes campos, tiene la oportunidad de contar con recursos nacionales e internacionales, en cuanto personal, equipos, nuevas formas de trabajo y tendencias.

En la Empresa Minera Agroindustrial el Corazón se aplico el concepto Comunicación- Responsabilidad social, “Este Proyecto de Graduación tiene como estructura principal el concepto de Responsabilidad Social Empresarial que se define como la capacidad que tiene una organización en gestionar sustentablemente el vínculo entre los recursos económicos, sociales y ambientales destinados al desarrollo de la actividad Petrobras.

¹⁵YEPES, et al, 2007, pag 81.

La empresa de petróleo estatal brasileña, decidió expandir sus negocios en Paraguay, Bolivia y Uruguay aprovechando que Shell estaba retirando su operatoria de negocios de estos mercados y vendiendo a un precio de empresa saliente, debido a una reorientación en su eje de negocios. Para desarrollar y coordinar el plan de comunicación en el take over la empresa brasileña consideró estratégico contratar a un consultor externo en comunicaciones.

¿Cómo llegó Petrobras a contactarse con la consultora argentina? Petrobras como empresa brasileña, tenía un conocimiento cuantitativo del mercado, tanto a nivel de cartera de clientes como a nivel de ventas.

El gigante brasileño tenía conocimiento, por otras experiencias en Latinoamérica, precisamente en Argentina, que los elementos culturales separan sensiblemente a Brasil del resto de Latinoamérica. Por caso, el idioma es un condicionante y el principal elemento que a los brasileiros les muestra que ellos forman parte de América del Sur, pero no son América Latina.

El recorrido del PG se realiza a través del proceso de comunicación realizado por Petrobrás en esta instancia de adquisición de Shell en Paraguay. La información que fundamenta los conceptos vertidos a lo largo del trabajo surgen en su mayor parte de una entrevista en profundidad realizada al consultor encargado de la gestión del take over de adquisición de Shell por Petrobrás.

Los datos provistos por quien fuera el encargado de diseñar e implementar esta estrategia y el análisis de la gestión realizada contribuyeron a comprobar la hipótesis presentada. Por otro parte, el PG presenta desde lo profesional un análisis de las acciones llevadas a cabo en dicha operación comunicacional evaluando la pertinencia de su diseño y aplicación desde el ámbito de las Relaciones Públicas”.¹⁶

¹⁶BENÍTEZ, J. (2009). Comunicación Responsable- caso: Empresa Minera Agroindustrial El corazón . En F. d. Palermo, *Escritos en la Facultad*. Buenos Aires, Argentina.: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Apartir de esto trabajaron bajo patrones de comunicación acompañadas de realciones publicas, para gantizarle a la organización el cubrrimiento necesario para empezar a contribuir con sus grupos de interés.

La idea no era crecer a nivel nacional sino expandirse en América latina, convirtiendolo en uno de los lideres en el mercado.

Es evidente que un proceso de éste calibre necesita el apoyo de un grupo de expertos consultores quienes reestructuren el perfil corporativo acorde con las exigencias de las prácticas de responsabilidad social empresarial, conozcan las oportunidades con las que se pueden estructurar estrategias sostenibles y sustentables, realicen un diagnóstico de las condiciones de cada una de las areas y operaciones para evidenciar cuales son sus fortalezas y debilidades.

En Transmeta se adapto un patron similar, pero para establecer la RSE con sus publicos más cercanos; aún se encuentran en el proceso de reconocimiento del concepto y lo que esto implica, pero no se tiene una visión tan estrategica de expansión como es el caso de la empresa nombrada anteriormente.

Actualmente el tema de RSE, esta adquiriendo un valor importante en la sociedad, y con el paso del tiempo son más los medios visuales y escritos en los que podemos encontrar los avences en el país y en los diferentes continentes del mundo. Uno de estos es la revista RS (Responsabilidad- Sostenibilidad), que mensualmente publica artículos alusivos a la apropiación del tema por parte de diferentes compañías.

“Desde el Centro Internacional de Resposabilidad social y Sostenibilidad estamos dando el primer paso en la gestión estratégica consiguiente: enfocar la información y capacitación como herramientas vital en la creación del valor compartiendo, para lograr el cambio que un país como el nuestro necesita.

Transformar cultura, generar tejido y contruir valor social será el norte que seguiremos. Un reto que esperamos que sea compartido a todo nivel y en el que colaboremos a participar, sin distinsión, tanto a la cabeza visisble de nuestro país como al ciudadano de a pie.

Creemos firmemente que através de la educación se logra la construcción solida de una sociedad con mayores oportunidades, donde la ética y la responsabilidad indiviudal y colectiva se conviertan en parte integral de cada ciudadano de uno en uno, si es necesario.

¿cómo esperamos lograrlo? Preparando y desarrollando toda una agenda intensiva sobre la riqueza tematica de responsabilidad social, a través de seminarios, diplomados y programas de educación y telleres.

Una agenda capaz de dotar a los participantes de elementos teórico prácticos para el desarrollo de las materias y contenidos emanados de la ISO 26 000, en una perspectiva de derechos y políticas públicas, y con el recurso de programas independientes que amplien el conocimiento de cada una de las áreas”.¹⁷

Es importante resaltar la generación de cultura como eje transversal en los cambios novedosos en los que se ven inmersa la población, aplicar estrategias encaminadas a brindar conocimimiento individual y colectivo; es el reto de ofrecer nuevas altenativas favorables para los ciduadanos; y el uso de herramientas comunicativas visuales, orales, escritas, actividades en las que se incluyan telleres, seminarios, foros etc, por parte de expertos conocedores de la RS, se convierten en la alianza perfecta para la construcción del cambio.

Para Catalina García Gómez, Gerente General J.A. Llorente y O. Cuenca, Consultores de Comunicación, el comunicar es el aliado ideal para presentar la responsabilidad social empresarial ante las empresas.

¹⁷RECIO, I. (2012). 2012: un año de metas concretas. *RS, Responsabilidad Sostenibilidad*, 10.

El valor de la comunicación

“La RSE no puede alcanzar la finalidad estratégica sin un plan de comunicación que la acompañe. Mientras menos barreras existan para la información, los públicos interesados (stakeholders) de una empresa tendrán mayor acceso a datos claves que determinarán sus decisiones de consumo y les permitirán elegir entre una compañía socialmente responsable y otra que no lo es.

El consumidor del mercado global busca un factor diferenciador entre los productos que eligen y la imagen y reputación de una empresa, reconocida por su responsabilidad social, puede hacer la diferencia. Los consumidores están adoptando nuevos criterios de consumo que influyen antes de una compra.

Las compañías que gozan de una imagen sólida no solo son empresas respetadas donde todos quieren trabajar, con compañías que mantienen la confianza de sus stakeholders.

Cuando la empresa logra establecer más que una relación comercial con sus proveedores, clientes e inversionistas y crea un vínculo de largo plazo, se consolida en el mercado. La creación de este vínculo depende en gran medida de la capacidad que tenga de comunicarse con su entorno y proyectarse como socialmente responsable”.¹⁸

El comunicar es uno de los argumentos que se pretende hacer indispensable en Transmeta SAS, porque como es claro en el artículo, de la forma en la que se informe, depende el éxito del entendimiento de los conceptos, en este caso la RS con sus diferentes campos de acción, no es suficiente con llegar a los públicos internos, pero si son ellos los precursores de una cultura encaminada al cambio sostenible y social.

¹⁸GÓMEZ, C. G. (2005). Cómo Comunicar la Responsabilidad SOCIAL EMPRESARIAL. *Gerente*, 38

Un caso práctico y ejemplar de una compañía

ExxonMobil de Colombia

“En su labor de tratamiento de recursos fósiles, ExxonMobil mantiene como principio rector la seguridad de sus empleados y contratistas, así como el apoyo a las comunidades que están bajo su influencia directa. En Colombia, su gestión se enfoca en la protección de la biodiversidad, la adecuación de programas de capacitación para mujeres y niñas, y en el fortalecimiento de la educación en los niños, en áreas como las matemáticas, entre otras iniciativas.

¿Qué es la responsabilidad social para ExxonMobil?

“Es la parte absolutamente integral para el éxito de nuestro negocio, ser responsable significa estar conectados con la realidad del entorno que operamos, ser conciente de las necesidades de cada lugar e idear como satisfacer esas necesidades desde competencias.

Nuestra principal ventaja es que tenemos operaciones en múltiples regiones del mundo desde hace mucho tiempo. Por eso es más fácil aplicar en la realidad articulación económica, social y ambiental, que han sido implementadas con éxito en otros países.

¿De qué manera la empresa adapta las buenas prácticas internacionales al contexto en Colombia?

ExxonMobil maneja una tendencia marcada hacia los procesos de información y capacidad de las personas, tanto a nivel interno como en sus áreas de influencia. Los programas están pensados a nivel internacional, desde la capacitación de niños en ciencias exactas hasta la información de los líderes de las comunidades.

Hay programas muy diversos, enfocados siempre en la educación en diferentes áreas, para que las personas adquieran herramientas modernas, que les permitan desarrollarse de la mejor manera y realizar una mayor función en el mundo”.¹⁹

ExxonMobil, es una empresa con gran trascendencia en Colombia, y asumió el papel de ser responsable social con todos los stakeholders, crearon una estrategia comunicativa a través de los diferentes sedes con las que cuenta a nivel nacional e internacional, estructuro programas para los diferentes ejes: Eje corporativo, con los organos del gobierno; Mediambiente, sociedad en general; Aprovechamiento responsable, empleados y proveedores; Calidad de vida laboral, con los colaboradores internos y finalmente comunidad que integra a la sociedad.

Transmeta por ser una empresa no muy conocida ante los ciudadanos, no puede iniciar ejerciendo las prácticas de responsabilidad con la comunidad, debe aplicar y apropiarse a cada uno de los colaboradores internos y trabajadores terceros con programas que involucren directamente a la población que hace parte de la empresa y posterior a eso con el impacto en el entorno.

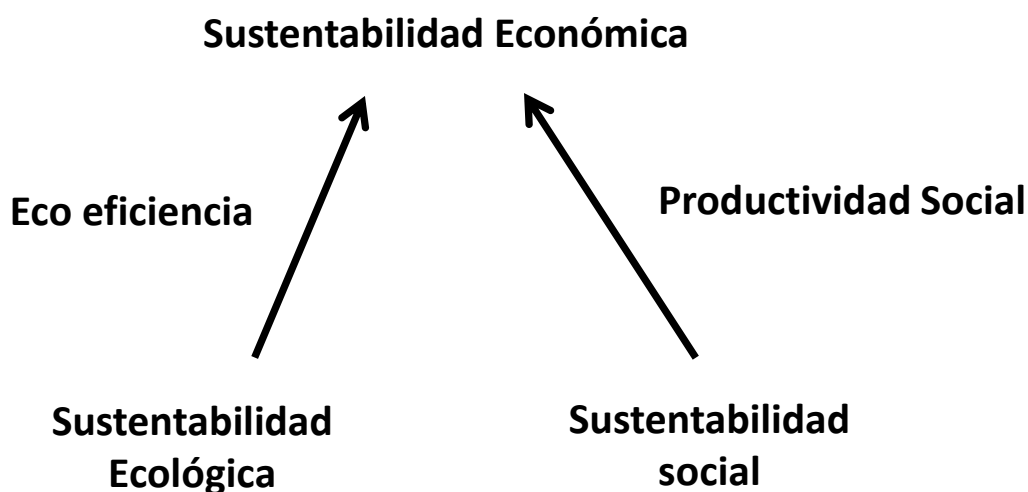
La certificación RUC (Registro Uniforme de evaluación del sistema de Gestión en seguridad, salud ocupacional y ambiente) , es una de las garantías de calidad con las que cuenta Transmeta SAS y para continuar con ella el Consejo colombiano de seguridad planteo:

“los elementos de responsabilidad social empezaran a tener peso dentro de la calificación obtenida a partir del segundo semestre del 2012”²⁰

¹⁹DURÁN, C. (2012). Percibir la comunidad como un foco de desarrollo. *RS, Responsabilidad Sostenibilidad*, 33.

²⁰CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD. (2012). Preguntas Frecuentes del RUC. *Protección y Seguridad*, 59.

“El CMIS es un tipo de cuadro de mando especialmente diseñado para reflejar los temas de sustentabilidad corporativa. En orden de aclar las estrategias sustentables apropiadas y traducirlas, es generalmente es recomendado que los administradores diseñen el CMI asegurando desde un punto de vista holístico la sustentabilidad. Este proceso ayudará en la distinción entre la gestión tradicional orientada a las finanzas y lo concerniente al énfasis en la sustentabilidad y gestión ambiental”²¹



“ El caso del negocio “Fuente: (Dyllick, Bieker, Gminder, y Hockerts, 2003)

A partir de esto Transmeta decidió asumir a través de un diagnostico guiado por el RUC las posibilidades de aplicar la RSE en la organización.

Responsabilidad Social

“Toda empresa contratista, en armonía con las disposiciones legales debe demostrar que los trabajadores que prestan servicios son mayores de edad, para esto debe contar con la copia del registro que evidencie su mayoría de edad

²¹Ibíd., P.110

(cedula de ciudadanía), si existe algún caso especial debe demostrar todos los permisos aprobados por la autoridad autorizada.

Niño: Toda persona menor de 18 años de edad.

Trabajo infantil: Cualquier trabajo realizado por un niño, según lo definido anteriormente.

Se deben establecer mecanismos que aseguren la aplicación de medidas destinadas a conseguir la igualdad en las condiciones de selección, contratación y desarrollo de los trabajos y empleos, evidenciando que no se generen acciones discriminatorias.

Toda empresa contratista se ajusta a las leyes aplicables sobre salarios y prestaciones legales, asegurando que los trabajadores devengan un salario igual o mayor al mínimo legal.

Toda empresa contratista, en armonía con las disposiciones legales, debe demostrar que todas sus actividades y trabajos se ajustan a los requisitos legales vigentes en lo que respecta a la jornada máxima de trabajo. Se debe evidenciar que los trabajadores no laboren un número de horas por día y por semana que excedan los límites establecidos por ley”.²²

Bajo esta guía que se encuentra explícita en los anexos, se realizó el proceso de estructuración de la política de responsabilidad social empresarial en Transmeta

²²Consejo Colombiano de Seguridad. (marzo de 2011). *Guía del sistema de seguridad, salud ocupacional y ambiente para contratistas del sector de transporte*. Recuperado el 20 de mayo de 2012, de http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/ruc/novedades/transportes/guia.pdf

SAS, siguiendo los estándares establecidos, paso a paso las condiciones y normas para establecer el documento.

INFORME DE ACTIVIDADES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL 2011

“El 2011 fue un año crucial para Transmeta SAS en materia de responsabilidad social, ya que fue el año en el que se decidió afianzar el compromiso con la sostenibilidad y los grupos de interés.

En este sentido, se adelantaron diversos proyectos y actividades, todos con el propósito de seguir mejorando como empresa, e impactar positivamente el entorno en el cual se desarrollan las operaciones.

En Transmeta entendemos la responsabilidad social, como la directriz integral que orienta a las empresas a alcanzar sus objetivos de negocio en las dimensiones económica, laboral, social y ambiental; y en los contextos interno y externo.

Por lo anterior, identificamos tres áreas de trabajo en esta materia: gobierno corporativo, calidad de vida en la empresa y promoción del desarrollo sostenible. Desde esta perspectiva trabajamos e implementamos la responsabilidad social”.²³*Vea anexos.*

Después de revisar los objetivos corporativos, la misión y visión de Transmeta se evidenció que no se encontraban alineados con las características propias de ser una compañía socialmente responsable, se establecieron parámetros en cada una de las áreas y unidades de negocio, para consolidar un perfil corporativo acorde a las exigencias de la guía proporcionada por el Consejo Colombiano de Seguridad Ruc.

²³TRANSMETA SAS. (2011). *Informe de actividades de Responsabilidad Social*. Bogotá D.C.: Sostenible Consultores, p. 2.

Posterior a esto se realizaron una serie de actividades con el fin de sensibilizar a un pequeño grupo de conductores sobre los impactos ambientales frente a la sociedad, desde esta perspectiva se tomaron importantes opiniones en el reporte de RSE, que se desarrolló.

La identificación de los diferentes grupos de interés fue la tercera etapa en la que participaron colaboradores de cada unidad de negocio para dar paso a los hallazgos en cada una de las categorías.



a. Categoría gobierno corporativo

Porcentaje de cumplimiento: 50%

Nivel: Mejoramiento



“La empresa ha incorporado en su gestión algunas prácticas de RSE, sin embargo algunas se encuentran en etapa de implementación. En otras áreas la empresa no ha gestionado prácticas de RSE pero no desestima la posibilidad de considerarlas. Es el momento de definir que prácticas adicionales se incorporarán a la organización con el propósito de alcanzar una posición competitiva y asegurar el liderazgo en materia de responsabilidad social dentro de la industria del transporte.

Aspectos que están en proceso de implementación:

- Creación de un área encargada de Responsabilidad Social.

Aspectos que se deben incorporar:

- Certificación en ISO 14001(Sistema de Gestión Ambiental) para todas las unidades de negocio.

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Definición de un plan estratégico general y por cada unidad de negocio.
- Elaboración de informes anuales a los grupos de interés.
- Elaboración de un código de Ética”.²⁴

La empresa consolidó un equipo de colaboradores, de cuatro áreas de la empresa; Recursos Humanos, calidad, HSE y comunicaciones, precursores encargados del cumplimiento de las actividades establecidas bajo un cronograma, desarrollado de acuerdo al diagnóstico.

Actualmente la empresa aplica algunas de las prácticas de RS, pero sin identificarlas como parte del proceso, por el contrario son atribuidas a políticas generales de la organización, que demuestran que la empresa está comprometida guías estructuradas de los diferentes entes certificadores.

Por otro lado el tema de la apropiación permanece presente en el comité encargado del tema más no en los empleados de la empresa quienes deben ser el público objetivo a tener en cuenta, como receptores que serán los emisores ante los diferentes grupos de interés.

b. Categoría calidad de vida en la empresa

Porcentaje de cumplimiento: 92%

Nivel: Fortalecimiento



“La empresa presenta un alto compromiso con la implementación de prácticas de RSE en esta categoría, con acciones encaminadas a mejorar el clima organizacional, la fidelización de los empleados y así, su nivel de competitividad y diferenciación con respecto a otras organizaciones del sector. Se recomienda mantener y continuar con la implementación de prácticas que ayuden a mantener el liderazgo en esta materia.

Aspectos que se deben incorporar:

²⁴Ibíd., P. 5-6

- Aplicación de criterios objetivos de ascenso y evaluación

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Fomentar espacios para que los empleados expresen sus reclamos y/o sugerencias”.²⁵

En esta categoría la organización se ve favorecida en un alto grado porque en un alto porcentaje tienen en cuenta la satisfacción de los colaboradores, frente a la calidad de vida laboral, el departamento de RRHH, vela por el bienestar y la obtención de nuevos convenios, en recreación, diversión, crecimiento académico y entretenimiento, para ellos y sus familias.

Según las sugerencias a este momento ya se implementó un canal de comunicación para que los empleados informen acerca de las inquietudes, inconformidades y sugerencias, este medio es el buzón de sugerencias.

c. Categoría promoción del desarrollo sostenible- Medio Ambiente.

Porcentaje de cumplimiento: 92%

Nivel: Fortalecimiento



“La empresa presenta un alto compromiso con la implementación de prácticas de RSE en esta categoría, con acciones encaminadas a promover el respeto y el cuidado por el medio ambiente, y la conciencia de los impactos que genera en el entorno. Se debe mantener y continuar la implementación de prácticas que ayuden a mantener el liderazgo en esta materia.

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Investigar sobre programas de reducción de gases de efecto invernadero.

²⁵Ibíd., P. 6

d. Categoría promoción del desarrollo sostenible -Comunidad y Gobierno”.²⁶

Frente al tema de medio ambiente la empresa desarrolla campañas y estrategias para el cuidado de las instalaciones físicas, una de esas iniciativas es el uso responsable de los residuos peligrosos, orden y aseo en las zonas de la compañía, y fomenta el reciclaje como una forma de responder socialmente con los materiales desechados, con eco puntos, distribuidos en lugares visibles y oportunos para cada una de las áreas y operaciones.

Sin embargo aún no se ha creado conciencia de la importancia de colaborar con estas prácticas, no solo por beneficio colectivo sino por oportunidad de crecimiento personal, frente a nuevas formas de negocio, que proporcionan una imagen positiva, pero antes de iniciar con este tipo de actividades se debe argumentar el ¿por qué? Están trabando en este campo de acción.

Porcentaje de cumplimiento: 28%

Nivel: Alerta 

“La empresa implementa prácticas mínimas en esta categoría y evidencia hasta el momento poco conocimiento y/o interés en el desarrollo de un proceso estructurado de buenas prácticas con los grupos de interés. Lo anterior podría poner en riesgo la competitividad sostenible de la empresa en el mediano y largo plazo.

Aspectos que están en proceso de implementación:

- Definición de una política de relacionamiento con grupos de interés.

Aspectos que se deben incorporar:

²⁶Ibíd., P. 7

- Participación en proyectos con entidades gubernamentales.
- Desarrollo de iniciativas para mejorar el bienestar de la comunidad.

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Involucrar a la comunidad.
- Capacitar a la comunidad.

En éste punto se descubrió que la baja puntuación resultó porque no se tuvieron en cuenta en el diagnóstico actividades que se desarrollan en alianza con otras instituciones y organizaciones y que generan beneficio a la comunidad tales como los programas de seguridad vial y las capacitaciones a conductores de tracto camión que se mencionaron anteriormente.”²⁷

Las labores que se desarrollan con la comunidad son mínimas, el impacto que tiene Transmeta ante la sociedad no es el de contribuir con buenas prácticas que apoyen a los ciudadanos, frente a esto evidente que la comunicación con los públicos externos no es la oportuna, la empresa no genera canales para informar acerca del crecimiento y sus fortalezas ante la competencia del mercado y la población en general.

Actualmente Transmeta SAS hace parte de un gran proyecto que pretende mejorar la calidad de vida de los colaboradores, a través de una propuesta por parte de la Universidad de los Andes y la Fundación Chevrolet, en la que se busca mejorar la movilidad en la ciudad.

“Los temas de movilidad son vitales para el desarrollo económico y social, así como para la preservación del medio ambiente de las ciudades. Estos temas deben ser asumidos por la sociedad en su conjunto, y específicamente por las instituciones, empresas y organizaciones públicas y privadas. Una mejor movilidad genera beneficios en productividad en las relaciones laborales dentro de las

²⁷Ibíd., P. 8

organizaciones e importantes beneficios en salud y calidad de vida para los habitantes de una ciudad.

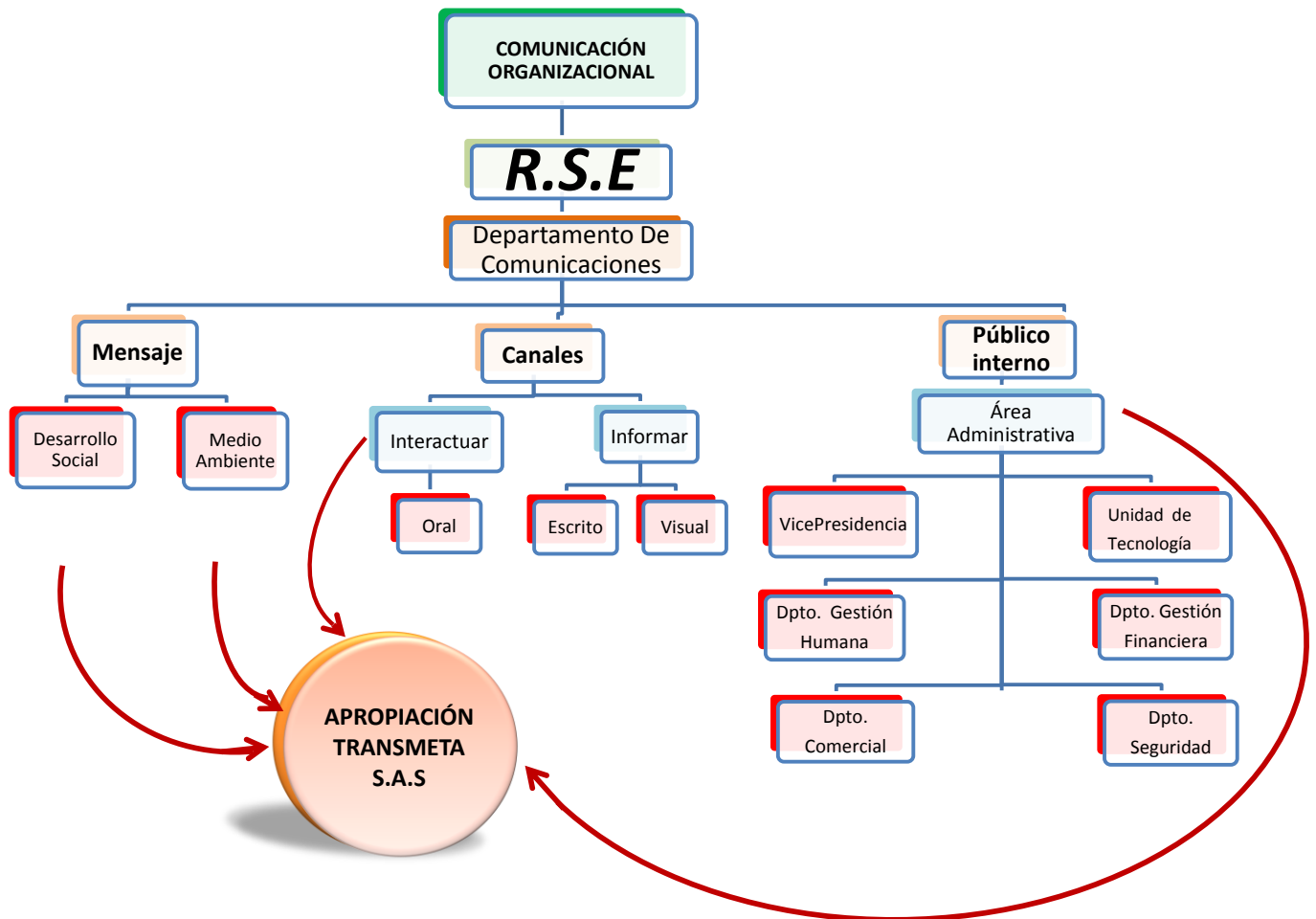
En Chevrolet somos conscientes de que a través de nuestros automóviles, buses y camiones, aportamos al desarrollo de la sociedad colombiana, satisfaciendo sus necesidades de movilidad, acceso a servicios y mercados, comunicación y transporte. Esto nos ha impulsado a buscar alternativas que nos permitan avanzar en soluciones innovadoras para que millones de personas tengan una mejor movilidad que beneficie su calidad de vida.”²⁸

PEMS permite a las empresas ser un agente activo en el alcance de una ciudad más sostenible, el objetivo es que los empleados reduzcan el tiempo que tardan en llegar a sus casas y a los lugares de trabajo.

Transmeta comprometido con el tema, aplicó una encuesta estructurada por la Universidad de los Andes y la Fundación Chevrolet, en la que se midió, el medio de transporte por el que se movilizan, los tiempos que invierten en mañana y tarde. Para la consolidación de este proyecto el Departamento de Comunicaciones trabaja como responsable de cumplir con el cronograma de actividades, además de divulgar la información de acuerdo con las fases que se van culminando.

²⁸BOCAREJO, J., Ortiz, M., Alonso, F., & Cucchi, S. (2012). *Guía para el desarrollo de Planes Empresariales de Movilidad Sostenible - PEMS*. Bogotá D.C.: Universidad de los Andes.

MAPA CONCEPTUAL



Marco teórico

Dentro de una empresa siempre existirá la comunicación como eje principal que permitirá desarrollar proyectos y sostener relaciones favorables con los diferentes públicos de interés, la comunicación organizacional es un elemento transversal en la ejecución de estrategias, campañas y actividades encaminadas al logro de los objetivos corporativos.

En Transmeta, empresa líder en transporte, es necesario conocer y aplicar el concepto de comunicación organizacional, ya que gracias a este se estructuran mensajes en cada una de las unidades de negocio para el funcionamiento adecuado de las operaciones.

En la actualidad varios de los procesos supervisados por áreas de la empresa están manejados organizacionalmente, tratando de construir una cultura en los colaboradores, en la que interactúen, participen y se interesen por conocer lo que la empresa necesita y desea informar.

“La comunicación organizacional se estructura por medio de mensajes. Una cadena comunicativa cualquiera que sea longitud, se articula mediante una serie de eslabones: los mensajes que se producen entre dos sujetos. Se compone de elementos verbales y no verbales.”²⁹

Los elementos verbales y no verbales hacen parte de la compañía, el uso de diferentes herramientas de comunicación favorece la transmisión de información, son tenidos en cuenta los verbales para indicar metodologías de trabajo, normas, políticas y deberes de los empleados.

Los no verbales son aplicables a los mensajes que proporcionan información acerca de actividades, campañas, bienestar corporativo, temas operativos y beneficios que tienen los colaboradores por pertenecer a Transmeta.

²⁹ ALMENARA, J. R., & Roca, X. (2005). *Comunicación interna en la empresa*. Barcelona: Editorial UOC.

En este caso la organización procura hacer uso de estos indicadores para crear mayor recordación, brindar la oportunidad de visualizar la información y entenderla si no es clara en un encuentro de comunicación verbal, además de obtener una retroalimentación en caso de dudas o sugerencias.

“Entenderemos por comunicación organizacional el entramado de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten diádicamente y de manera seriada en una organización.”³⁰

De acuerdo con esta información en Transmeta procuramos mantener informado a nuestros públicos internos, pero los externos no son muy tenidos en cuenta porque no se manejan canales de comunicación frecuentes, esta es una de las debilidades más evidentes porque mantiene estática la imagen y la reputación de la organización.

La necesidad de mostrar el crecimiento de la compañía al exterior, crear lazos de confianza y fideliza clientes y proveedores, además de demostrar que tenemos características diferenciales frente a empresas del mismo sector.

“Ahora bien la concepción moderna de la RSE va más allá no solo de la claridad y la filantropía sino del simple cumplimiento de la actividad empresarial (producir bienes y servicios para la comunidad, generar empleo y pagar salarios, por ejemplo) y de la ley o normas jurídicas (como pagar impuesto y no incurrir en prácticas corruptas), Lejos de ser una simple moda o quedarse en el marketing o la propaganda en busca de correspondientes beneficios económico”.³¹

Es claro que en la actualidad la RSE se conoce como una nueva forma de negocio y una ventaja competitiva en el mercado, dejó de ser lo que en principio se pensaba, prácticas filantrópicas en ayuda con los menos favorecidos; no es así,

³⁰DELGADO, Marina. Comunicación interna en la empresa. Eureka Media. Barcelona. 2005.

³¹MONTOYA, j. E. (2010). *Principios de RSE Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá D.C. Colombia: Montoya Sierra Jorge Emilio.

el ser socialmente responsable implica tener unas características y un plan estructurado de trabajo con todos los grupos de interés, para contribuir con oportunidades de sustentabilidad para ambas partes, es una ganancia general, en la que el beneficio es individual y colectivo.

Éste es el concepto con el cual se desarrolla la idea del trabajo de grado y es apropiar al área administrativa, de la importancia de hacer parte de las prácticas de responsabilidad social, es que cada uno de los colaboradores se siente identificado con el paso a paso del proceso.

“La responsabilidad social de la empresa se refiere entonces al cumplimiento de las obligaciones que las organizaciones empresariales tienen frente a los principios que la sociedad ha establecido y sigue continuamente estableciendo como aspectos básicos de convivencia y desarrollo”.³²

Las buenas prácticas así denominadas por muchos agentes conocedores del tema, busca integrar a los diferentes públicos de una organización para el logro de objetivos comunes, objetivos que deben ir alineados con la focalización estratégica de la empresa, no solo se debe establecer una política para cada una de las categorías que adopta la RSE, es crear una visión general y real en la que se evidencie cuanto puede crecer la organización con esta nueva oportunidad de trabajo.

Bajo este contexto Transmeta realizo una serie de actividades, apoyadas por las prácticas de responsabilidad social con el fin de elaborar un diagnóstico en el que se evidenciara cuáles son los focos de trabajo más fortalecidos y cuáles los que aún no cuentan con el mínimo impacto de RS, fue notorio que involuntariamente los proyectos realizados han estado dirigidos a colaboradores internos y la calificación más alta estuvo presente en el tema de desarrollos social y calidad de vida laboral.

³²YEPES, G., Op. Cit., (2007). P. 32

“En la actualidad los principales compromisos que la empresa tiene para con su medio están determinados por unos principios básicos que lentamente se consolidan como expectativa socialmente válida, ampliando así las obligaciones que las organizaciones empresariales tienen para con la sociedad, sin excluir la perdurabilidad de las mismas, y que incluyen algunos aspectos sociales y ambientales en busca del compromiso empresarial con el desarrollo sostenible.”³³

La RSE se apoya en tres principios fundamentales que son: medio ambiente, desarrollo social en la calidad de vida laboral con el fin de llegar a la sustentabilidad económica, adquiere responsabilidades adicionales para cumplir con los diferentes propósitos de sostenibilidad en cada uno de los campos.

Es una planeación en la que se tiene en cuenta: recurso humano capaz de liderar temas con impactos ecológicos y sociales, difusión en medios, estrategias de comunicación e inversión económica.

Transmeta ha apostado a la inversión ambiental, pero no se ha relacionado oportunamente con el concepto de responsabilidad social, los empleados son consientes de la iniciativas que se tienen con el cuidado del planeta, pero ellos no conocen cuales son los objetivos, no se ha argumentado que es un camino de peldaños en el que se va aumentando cuando se evidencie sinergia en cada uno de los campos de acción de la responsabilidad social empresarial.

En el compromiso está el progreso, si la disciplina que se aplique en cada una de las prácticas empieza adecuadamente, es coherente con el perfil corporativo, se estructure un cronograma de programas, proyectos y acciones que llegue a los diversos públicos, además de apropiar el concepto en cada empleado, se obtendrá como resultado final la fluidez de la RSE, como uno de las características positivas de la compañía.

³³Ibid, p. 33

“En realidad, la Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia corporativa que responde a un plan estratégico de que sin duda representa uno de los principales pilares; y constituyen para todas las empresas, tanto grandes como pequeñas, la frontera de su excelencia, de modo similar a lo que ha sido el tema de la calidad, con las certificaciones del caso, durante las últimas décadas”.³⁴

Notifiquemos este tema como una membresía para la empresas que garantiza responsabilidad, compromiso e interés no solo por obtener ganancias sino por progresar y brindar oportunidades de crecimiento personal, académico y social, aprender a usar la RSE, como alternativa de acompañamiento en todos los procesos, áreas y unidades de negocio de una empresa garantiza solidez y reputación frente a los ciudadanos.

Transmeta SAS, consolida proyectos que apoyan algunos de los campos de acción de la responsabilidad social, pero aún la toman como uno de los ítems que evalúa el Consejo Nacional de Seguridad, para obtener y mantener la certificación RUC, no se han fomentado espacios en los que se informe a la población de colaboradores el ¿por qué? de la aplicación de proyectos ambientales, sociales y de mejora en la calidad de vida.

“no solo los fondos de inversionistas exigen informes de rentabilidad transparentes. La opinión publica representada en grupos de activistas, medios de comunicación, ONGS, entre otros, ejercen más presión para que las empresas den a conocer su desempeño ambiental, social y laboral, es decir para que comuniquen sus acciones de RSE”.³⁵

Existen diferentes formas de demostrar que una empresa es socialmente responsable, la participación con fundaciones, ONGS, que realicen labores en pro

³⁴ MONTROYA, J. E. Op. Cit., (2010). P. 34

³⁵ GÓMEZ, C. G. Op. Cit (2005). P.38

de la comunidad, se convierte en un gancho perfecto para consolidar buenas prácticas.

Los medios de comunicación como radio, prensa, TV, pueden transmitir mensajes si estos son de beneficio de los ciudadanos; revistas como la RS un canal perteneciente a empresarios que quieren publicar la contribución que tienen con la sociedad y divulgar como sus objetivos corporativos, están alineados con el desarrollo de la población del país

En la planeación estratégica de Transmeta SAS hay programas para satisfacer las necesidades de la RSE, pero sus iniciativas en gran porcentaje están centradas en los conductores quienes son uno de los públicos más importantes, porque son ellos que ofrecen sustentabilidad a la organización y depende de estas personas el cumplimiento con el cliente externo.

Por tal razón para la empresa es importante que esta población identifique cuales son los criterios que abarca la política, además de satisfacer sus necesidades y ofrecerles oportunidades que fortalezcan la calidad de vida laboral, familiar y con el entorno.

Sin embargo la RSE contempla muchos más ámbitos que son necesarios conocer y apropiar, equilibrio ambiental, desarrollo social con calidad de vida laboral, por eso es necesario el compromiso de todos los empleados de las diferentes áreas, es evidente que el conocimiento empieza al interior para que luego sea exteriorizado.

Pero incluir a todos los colaboradores requiere de un estudio, un bombardeo de mensajes a través de diferentes medios con fines de llegar a cada uno de ellos, luego fijar los objetivos en construir proyectos de mejora en el que se vean inmersos todos los actores internos y externos, para que ellos se transformen en los emisores de información fructuosa, para establecer identidad y una imagen positiva.

“Como es apenas lógico, esta información debe hacerse pública, que es signo de transparencia y base de la confianza requerida en los mercados, y, al ser conocida por los grupos de interés, estos deben evaluarla, para ver hasta qué punto respeta los derechos humanos y labores, no incurre en prácticas corruptas como el soborno y es responsable con ellos, con cada grupo, trátase de clientes o contratistas, de empleados o proveedores.”³⁶

Cualquier actividad o proceso que beneficie a una organización y le permita crecer dentro del sector al que pertenece, debe ser divulgada, a partir de la reputación que genere y los mensajes positivos que emita, crea recordación con aspectos diferenciales en el mercado.

El como comunicar la RSE, es labor de todos los colaboradores de Transmeta para esto es importante que cada uno apropie el tema y reconozca su participación dentro del proceso de consolidación, es un deber de toda organización tener los espacios propicios y adecuados para difundir una información que no solo interviene con el interior de la compañía sino que por otro lado contribuye con la calidad de vida de las personas su entorno y con la sociedad.

Es una ventaja competitiva comunicar oportunamente, pero es pertinente tener en cuenta el contenido de los mensajes, el lenguaje y su estructura, del éxito de informar con coherencia depende la efectividad y el impacto que tengan los temas.

La responsabilidad social empresarial es novedosa para muchos y existen restricciones cuando se busca hablar de ella, no es un concepto nombrado y de fácil entendimiento, abarca diferentes aspectos que exigen conocimientos básicos en el tema laboral, ambiental, social y otros que piden manejarse con experiencia profesional.

³⁶ MONTROYA, J. E. Op. Cit., (2010). P. 38

“La empresa no puede permanecer aislada, al margen de la sociedad y, en particular de dichos grupos con los que está en la obligación de establecer un diálogo permanente para conocer sus necesidades, identificar los problemas que lo afectan (en ocasiones por la misma actividad productiva como cuando causa problemas ambientales) y, sobre todo, ayudar a resolverlos, aún para beneficio de la compañía”.³⁷

Una compañía tiene como obligación informar a todos sus grupos de interés acerca de los procesos que involucren las operaciones de la organización, hacer del diálogo una ventaja para trabajar en equipo, para identificar fortalezas y debilidades, además de ser eficientes en solucionar inconvenientes en las actividades productivas.

Transmeta, fomenta cultura de diálogo para resolver inconformidades entre colaboradores de diferentes áreas y Unidades de negocio, además de establecer canales de comunicación con recursos humanos para llegar a grupos externos, siempre hay voceros que transmiten información autorizadas por la organización, generando confianza y credibilidad.

Las relaciones de Transmeta con los diferentes actores es grande al interior, dejando vacíos de temas que deben llegar al exterior de la compañía, porque es oportuno que se conozca la labor diaria que hacen para estar al nivel de muchas otras organizaciones.

“En un principio la dirección de comunicación se define como el departamento o unidad específica encargada, en el seno de las organizaciones, de la gestión de sus comunicaciones e imagen corporativa”.³⁸

³⁷ Ibíd. p. 30

³⁸ ENRIQUE, A. M. (2008). *Planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

En las organizaciones la figura de un departamento de comunicaciones genera confianza y seguridad en las actividades de divulgación de contenidos, actualización y mantenimiento de la imagen corporativa, trae grandes aportes porque son quienes apoyan a las diferentes áreas.

El departamento de comunicaciones en Transmeta surgió con la necesidad de crear canales de comunicación entre directivos y empleados, físicamente es pequeño pero ha logrado unificar procesos y alinear objetivos.

Para la difusión de mensajes ejerce como ente procesador de información que modifica y evalúa antes de enviar, garantizando que las características con las que va a llegar al actor final son las indicadas, gracias a análisis de medios, perfiles académicos y profesionales.

“La dirección de comunicaciones es una dirección central única. Lleva a cabo una visión y una responsabilidad de conjunto sobre las comunicaciones en y de la empresa, coordinadas con la estrategia general y los objetivos del negocio (...) la dirección de comunicación tiene una misión estratégica general de la empresa y en los asuntos importantes. Y tiene responsabilidad directa sobre la imagen corporativa.”³⁹

Comunicaciones tiene la responsabilidad de ser estratega, el compromiso de llegar a todos los públicos de interés, y la capacidad de crear canales de comunicación acorde a las necesidades de la organización.

En Transmeta el área crea y conduce el mensaje estratégico con miras a lograr la lealtad y el compromiso de nuestros Clientes, Colaboradores, Accionistas y Comunidad en torno a la Misión, la Visión y las Políticas de la compañía.

Además de Identificar necesidades de comunicación de los Departamentos de Transmeta S.A.S. con el fin de implementar y definir los planes de acción para

³⁹COSTA, J. (2004). *Dircom- online*. Bolivia: Grupo Editorial Desig.

cada una de ellas. Son el apoyo encargado del diseño y la ejecución de estrategias y relacionamiento con y entre las diferentes audiencias claves de la organización.

El objetivo de comunicaciones en Transmeta S.A.S es mostrarla como una dependencia que trabaja y asesora a las demás áreas de la compañía en pro de los objetivos corporativos y que está abierto para recibir las sugerencias e inquietudes de todos los colaboradores.

En la labor de la implementación de las prácticas de RSE, el fin ultimo es lograr que los empleados apropien las características y beneficios, empezando por los administrativos para que sean ellos los precursores y difusores de contenidos relacionados con el tema, así mismo adquieran compromiso con la ejecución de planes de acción orientados a favorecer la nueva oportunidad de negocio.

“El mensaje es la unidad básica es la unidad básica de la comunicación. Puede definirse como un conjunto de señales producido y transmitido de un emisor a un receptor a través de un sistema de codificación y decodificación”⁴⁰

El mensaje es el contenido de lo que se quiere informar y de este depende el conocimiento que adquieran las personas, es la clave para generar compromiso, impacto, recordación y participación.

De los mensajes depende la alineación de los empleados para el logro de cualquier objetivo, están presentes en cualquier contexto y sirven para ejecutar acciones, consolidar políticas, normas y procedimientos.

Los mensajes en Transmeta son estructurados gracias al conocimiento del emisor y el apoyo del departamento de comunicaciones, siempre en busca de que sea oportuno, coherente y congruente con los temas de la compañía, son diseñados para el alcance del público objetivo.

⁴⁰ALMENARA, j. R., & Roca, X. op. cit (2005). P 53

“El mensaje emitido debe ser la intencionalidad del emisor en dar a conocer un proceso, actividad u acción, mediante la utilización de herramientas de comunicación, medios masivos adecuados para la canalización del flujo comunicativo”.⁴¹

Un mensaje debe tener una intencionalidad definida, su elaboración tiene que ser evaluada no solo por quien lo realiza sino por una tercera persona que lo califique, el emisor sabe que canal es el indicado para difundir los flujos informativos.

Para Transmeta es necesario realizar mensajes con frecuencia, se presentan en diferentes espacios y contextos, son de carácter operativo, de directivos a empleados, campañas para grupos específicos o generales, actividades de bienestar y gestión humana, información corporativa, normatividad y políticas de estado.

Algunos de los mensajes son pasados por el departamento de comunicaciones para ser procesados, modificados y enviados asertivamente cuando se solicita un cubrimiento masivo, los otros corresponden a formatos personales que son dirigidos a representantes de áreas quienes son los voceros ante los públicos requeridos.

“El desarrollo social es algo más que una cuestión de distribución individual de recursos y reconocimientos de derechos políticos y sociales y comprende también factores psicosociales culturales e institucionales. Aunque sea un tópico señalarlo, el ser humano es un ser social, por lo que en su desarrollo serán

⁴¹ROMERO, Victoria. La lengua española y la comunicación. Ariel s.a. Barcelona. España. 2009.

cruciales la configuración de las instituciones en las que el individuo se desenvuelve y que contribuyen a dar significado de vida”.⁴²

El desarrollo social es una oportunidad de crecimiento personal, está creado con la intención de satisfacer las necesidades culturales, sociales y de bienestar de las personas, los colaboradores en las organizaciones están en el derecho de exigir espacios que aporten a su construcción académica e integridad.

El estilo de vida laboral es un reto que asumen las compañías, en Transmeta las prácticas más altas de responsabilidad social empresarial, son con los empleados, muchos de ellos gozan de beneficios no solo individuales también para la formación de las familias.

Aparte de obtener condiciones favorables de trabajo la compañía procura invertir en la satisfacción de cada uno, promueven seguridad, confianza y garantías de permanencia. Así mismo ofrecen convenios de entretenimiento, recreación, acompañados de programas en motivación para cumplir eficazmente con los objetivos de la organización.

La finalidad no es limitar los beneficios es que ellos identifiquen que la empresa adquirió un compromiso en el que están involucrados y del aporte que realicen depende la consolidación y la expansión de nuevos proyectos.

“Por su parte, la norma internacional ISO 14001 define medio ambiente: el entorno en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, la tierra, los recursos naturales, flora, fauna, los seres humanos y sus interrelaciones.”⁴³

⁴²FOMENTO DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE SOGIOLOGIA APLICADA. (2008). *VI Informe sobre exclusión y desarrollo social en España*. Madrid, España: Caritas Españolas .

⁴³VERITAS, B. *Manual Para la Formación en Medio Ambiente* . Lex Nova, 2008.

El medio ambiente son todos los recursos naturales que hacen parte del planeta y son sostenibles en la medida que el ser humano los preserve.

Con éste concepto se argumenta la relación que tienen las empresas con el medio ambiente, del compromiso ecológico depende la duración del planeta, la salud de las personas y propiciar nuevas oportunidades laborales.

Transmeta dentro de sus planes de acción tiene contemplado participar con campañas de reciclaje, distribución apropiada de residuos peligrosos, para llegar al objetivo se requiere conocer porque se hacen este tipo de proyectos y como estos benefician la comunidad.

“Administración y gestión ambiental es una carrera que permite la formulación de políticas ambientales, nacionales o sectoriales; diseño y formulación de planes y programas referentes a la protección y control ambiental; Dirección de entidades, áreas y dependencias de gestión ambiental; diseño, formulación y ejecución de proyectos; formulación e implementación de sistemas de gestión; evaluaciones, auditorias e interventoras ambientales y asesorías e investigación ambiental.”⁴⁴

Medio ambiente es uno de los pilares de la responsabilidad social en el propósito de contribuir con la comunidad empresarial y el entorno, requiere de conocimiento y apropiación del tema, para crear programas acordes con las posibilidades de trabajo ecológico que pueda aportar la compañía.

El liderar este tipo de actividades habilita espacios profesionales idóneos en las sostenibilidad ambiental.

Para moderar este tema Transmeta SAS, cuanta con un departamento aliado en RSE, denominado HSEQ que garantizan un ambiente de trabajo sin incidentes; controlando los riesgos y minimizando los impacto asociados con las operaciones.

⁴⁴UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA. Todos los derechos reservados © 2010. PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN AMBIENTAL. Recuperado el 02/08/2011, de <http://www.unipiloto.edu.co/?scc=1905&cn=11196>.

El Departamento de comunicaciones contribuye estructurando mensajes para llegar a todos los colaboradores, e nivel interno, construyen mensajes con formatos de lenguaje adecuados, visualmente atractivos; además de generar campañas en para cumplir con los objetivos que el área tiene establecidos.

Actualmente hay profesionales ambientalistas y en seguridad industrial, encargados de mostrar la aplicabilidad de prácticas ecológicas correspondientes con la empresa, ellos implementaron algunos proyectos que están en crecimiento pero tienen como finalidad la comunidad de recicladores y la salud de los empleados, no es claro para las diferentes audiencias porque se deben comprometer. Tarea que debe realizar comunicaciones.

“La empresa u organización dispone de un amplio y variado abanico de canales para la comunicación: algunos de tipo personal, otros impersonales y un tercer tipo de carácter interactivo y de amplio alcance. A través de los canales personales se establece un contacto directo entre el presentador del mensaje y el receptor, ya se a través de entrevista cara a cara, por teléfono, por correo convencional, etc. Como el receptor puede preguntar, plantear objeciones y formular otro comentario que desee, la comunicación se desarrolla con elevadas dosis de interactividad”.⁴⁵

Los canales de comunicación en una empresa son implícitos y explícitos, algunos son visibles para todos los públicos, otros a través del diálogo entre una o dos personas, usualmente información que no requiere dejar registro. Se crean de acuerdo a las necesidades de las audiencias de interés, son de tipo visual, escrito, oral y en algunos casos interactivos.

En Transmeta SAS, existen canales de comunicación internos suficientes para llegar a cada uno de los colaboradores. El personal administrativo diariamente usa

⁴⁵ARDURA, I. R. (2007). *Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing*. Editorial UOC.

el computador como herramienta de trabajo, tienen acceso a internet y por tal razón la empresa creo correos electrónicos para cada uno.

El departamento de comunicaciones elaboró una base de datos, y a través de la cuenta COMUNICADOS INTERNOS, se envía información diaria de todos los procesos de las diferentes áreas y Unidades de negocio, tienen un periódico, buzón de sugerencias, carteleras corporativas, reuniones, capacitaciones y material impreso como folletos, brochures.

Los canales de comunicación externos son pocos, en este momento solo cuentan con la página web que por su diagramación y contenido no capta la atención suficiente de clientes, accionistas y agentes ajenos a la organización.

En el propósito de llegar al área administrativa con el concepto de RSE, las herramientas son suficientes, pero serán eficientes si se usan de manera adecuada; para llegar a otras audiencias de Interés y principalmente a la sociedad en general, Transmeta está en la obligación de promover nuevos medios y espacios propicios para divulgar los progresos y aportes en responsabilidad social empresarial.

“Los canales de comunicación de una empresa pueden ser descendentes, ascendentes u horizontales. La estructura jerárquica de las empresas, es generalmente, adecuada para las comunicaciones descendentes. Ascendente en la estructura jerárquica no funciona satisfactoriamente en la práctica.

Horizontal a medida que las organizaciones se vuelven más grandes y complejas, es necesario que exista un sistema horizontal de información que complemente el sistema vertical formalizado por las estructuras jerárquica clásicas”.⁴⁶

⁴⁶MOYA, J. P. (1996). *Estrategia, gestión y habilidades directivas: Un manual para el nuevo directivo*. Ediciones Díaz de Santos.

Los canales de comunicación en una organización usualmente son descendentes, de acuerdo a las estructuras habituales de las empresas en Colombia, siempre hay un orden jerárquico, donde la información está direccionada desde los directivos hacia los empleados, sin embargo para facilitar procesos se produce horizontal y son los integrantes de las diferentes áreas los que asumen responsabilidades.

Para planear acciones de mejora, solucionar conflictos, ejecutar procesos; con el apoyo de otros colaboradores encargados de divulgar los diferentes temas frente a las actividades que desarrollen.

Transmeta SAS, es una empresa con gran cantidad de empleados que no se encuentran solo en las instalaciones físicas, por ser ésta una empresa de transporte los conductores de las diferentes unidades de negocio (Transmeta Cargo, Transmeta Express, Transmeta Empresariales y Taxtotal) pasan el mayor tiempo laboral fuera, transitando por la ciudad y diferentes lugares del país; el objetivo de la empresa es llegar a cada uno de ellos además de mantener informados a las personas de planta que son operativos y administrativos.

Por esta razón la comunicación también es horizontal ya que se delegan funciones a diferentes colaboradores para actualizar a los empleados en los contenidos coherentes con los acontecimientos de la empresa.

La implementación de herramientas facilita los flujos informativos y garantiza que los temas sean oportunos, manejen un lenguaje claro, puedan estar a disposición del empleado en cualquier momento y estén estructurados como Transmeta quiere sean entendidos.

Los canales ascendentes son pocos, en la actualidad se presenta a través del buzón de sugerencias, donde los colaboradores tienen la oportunidad de depositar sus propuestas de mejora, inquietudes y opiniones.

También se refleja a través de las relaciones interpersonales, cuando los empleados se dirigen a los jefes inmediatos para manifestar inconformidades o preguntas frecuentes que quieren sean solucionadas, si los estos no tienen la información, direccionan a las personas que les pueden colaborar o indagan con los superiores.

El buzón de reporte de acciones y condiciones, se aplicó como requerimiento de la implementación de las prácticas de responsabilidad social, en la que es un requisito que los colaboradores tengan un espacio para que expresen sus inconformidades y sean solucionadas por la dependencia correspondiente y para que los directivos encuentren una retroalimentación.

El objetivo de este trabajo de grado es utilizar adecuadamente los diferentes canales de comunicación presentes en la compañía para informar y apropiar a los colaboradores administrativos de los contenidos y las prácticas de responsabilidad social.

“En lo posible la participación y el involucramiento de las personas puede fomentar el crecimiento y mejorar la calidad de las decisiones, fomentando la integración tanto internamente como con otros equipos con los que se tiene relación.”⁴⁷

En una organización la integración de personas de diferentes áreas, promueve compartir conocimientos respecto a las labores que realizan, intercambiar ideas y proponer actividades que mejoren las relaciones y fomenta el trabajo equipo.

En el propósito de que conozcan un concepto, es muy oportuna la integración e interactividad, porque permite generar mayor recordación y apropiación.

En Transmeta se generan campañas en las que pide la participación de todos, en algunos casos se cumplen los objetivos, sin embargo los empleados no toman

⁴⁷ Ibid., p. 106

esto como un beneficio de crecimiento personal y empresarial, por lo contrario es un compromiso que evaden con frecuencia.

“El término interactividad se utiliza hoy con dos sentidos muy diferentes. Uno como sinónimo de participación en relaciones comunicativas establecidas entre las personas, donde es corriente utilizar la voz interactuar en lugar de conversar, dialogar, colaborar, votar, etc., y otro como la relación que se establece entre los seres humanos y las máquinas, esto es, el método por el cual un usuario se comunica con el ordenador, sea local o remoto”.⁴⁸

Interactuar hace parte de comunicar más que de informar es donde se espera una participación de todos los actores involucrados, una respuesta a los temas expuestos. Se presenta en diferentes contextos y es cotidiano encontrarlo, en encuentros casuales de diálogo, reuniones, capacitaciones, actividades dinámicas y eventos de la empresa.

En Transmeta son frecuentes éste tipo de espacios pero cuándo requieren de tiempo y de dirigirse a algún lugar no son tan efectivos, los casuales si son cotidianos, entre áreas, unidades de negocio, jefe – empleado y compañeros.

La intención de citar este concepto es identificarlo como un elemento significativo en la apropiación de contenidos de la RSE, en los planes de acción pensados para consolidar las prácticas está contemplado el desarrollo de una serie de proyectos que requieren la participación, colaboración y apoyo de cada uno de los empleados, momentos oportunos para integrar, interactuar, aportar y luego transmitir experiencias y conocimientos.

“Los programas de capacitación en la organización se desarrollan en su mayoría con el público interno, los medios y mensajes se pueden canalizar a través de ésta

⁴⁸*Interactividad*. (S.F.). Recuperado el 20 de mayo de 2012, de <http://www.hipertexto.info/documentos/interactiv.htm>

herramienta, con el objetivo de construir acciones conjuntas entre el empleado y la organización.”⁴⁹

Las capacitaciones son herramientas, que tienen como misión comunicar a los colaboradores contenidos novedosos, con el objetivo de prepararlos para los procesos internos y externos de la organización.

Son una oportunidad de interactuar, usualmente entre una persona que conoce, maneja la información y es capaz de responder interrogantes y propiciar conversaciones con los receptores.

“Hay empresas que han hecho de la información directa a sus colaboradores una sana costumbre; en ella se llevan a cabo periódicamente reuniones cuyo objetivo es dar a conocer a su personal, a través de los directivos, tópicos importantes relacionados con la vida de la organización”⁵⁰

Las reuniones son formales e informales, se ocasionan en cualquier contexto y son oportunas para solucionar incidentes, proponer situaciones de mejora y evaluar los movimientos de la organización.

En Transmeta hay una reunión formal una vez por semana, a las que asisten todos los directivos, gerentes de área y representantes de cada unidad de negocio, se debaten temas de productividad, de operaciones y formulan planes de acción.

Otras se propician por acuerdos entre departamentos, y algunas son dispuestas por las necesidades presentes, usualmente son dirigidas convocadas a través del departamento de comunicaciones.

Las reuniones que tienen como objetivo hablar de temas de interés general no tienen tanto éxito, no por falta de información sino porque se requieren mayor compromiso por parte de los empleados, desde directivos hasta conductores,

⁴⁹PIZZOLANTE NEGRÓN, op. cit., p.217.

⁵⁰ANDRADE, Horacio. La comunicación organizacional interna. op. cit., p.100.

además de generar una cultura, en la que ellos las apropien como una ventaja que contribuye al crecimiento individual y colectivo.

“Es comunicar determinadas ideas, hechos y datos, interpretándolos en función del contexto que nos rodea, excluyendo (en la medida de lo posible), la formulación de deducciones y juicios”.⁵¹

Estar informado es un derecho, las empresas tienen el compromiso de comunicar oportuna y coherente los acontecimientos de la organización, por medio de los diferentes canales de apoyo, transmitir mensajes acordes a las necesidades operacionales y de interés general.

Los flujos de información en Transmeta son diarios, la necesidad de transmitir mensajes entre dependencias y públicos externos es vital para el equilibrio y crecimiento de la compañía, sin embargo algunas veces no todas las personas siguen los protocolos establecidos y se produce distorsión en el objetivo del contenido.

“A través de un medio informativo, se pueden alinear: la ejecución de conductas específicas de comunicación individuales o personales, la ejecución de conductas de comunicación sistemáticas de los altos niveles de la organización, un área de ésta o la misma en su conjunto.”⁵²

Informar permite seguir conductos regulares para lograr la alineación en los procesos que desarrollan los departamentos de la compañía, además de proveer una visión general para que todos asuman los mismos criterios en el momento de ejecutar sus funciones.

⁵¹CARBONELL, R. G. (1998). *Nuevas Técnicas de la Comunicación Escrita: Interpersonales, Profesionales y de Negocios*. EDAF.

⁵²ANDRADE, Horacio. La comunicación en las organizaciones. op. cit., p.200.

En Transmeta informan para cumplir con los objetivos corporativos, buscan a través de la comunicación que cada uno de los colaboradores conozca la misión de la organización, lo que la compañía necesita y el compromiso que deben asumir si deciden pertenecer a esta.

Informan a través de distintos canales, utilizan recursos físicos y humanos para no propiciar el olvido de las responsabilidades, pese a esto se quedan cortos en ofrecer contenidos favorables para la imagen y reputación ante los actores externos, (clientes, proveedores y accionistas), la labor que realizan merece divulgación, otorgaría un valor agregado frente al sector de transportadores y la sociedad.

“La forma en la que se lleva a cabo la comunicación, abarcando desde el plano visual define la intencionalidad del mensaje gráfico o de imágenes que logran representar un significado, que posteriormente se convertirá en conocimiento informativo.”⁵³

Los elementos visuales captan con mayor agilidad la atención de las personas, no solo por el contenido gráfico y diagramación, sino por lo útil que puede ser en el momento de entender un mensaje, además de ahorrar tiempo al interesado.

En Transmeta SAS, procuran ofrecer los mensajes atractivos y entendibles para todos los públicos. Con los medios visuales se logra transformare interpretar datos de la operación, de los cuidados que se tienen con el medio ambiente, entre esas la forma adecuada de depositar los residuos según el plan de reciclaje, los consumos de energía y agua, la salida de residuos peligrosos de la base, este tipo de temas contienen un trasfondo estadístico, obtenido por fórmulas que solamente conocen los profesionales encargados y que si son publicados a todos los empleados internos no causarían empatía.

⁵³ROMERO, op. cit., p.7.

Entre los contenidos más frecuentes para divulgar bajo éste formato está los instructivos de uso de algún elemento o proceso y las actividades generales brindadas por la compañía.

“para comunicarse con el personal se utilizan proyectores, transparencias y videos, gráficas tipo flip, tablero con fondos en distintos colores y otros tipos útiles de audiovisuales. Estos sistemas pueden utilizarse individualmente o combinados, con el objetivo de transmitir los mensajes en forma más efectiva”⁵⁴

Dentro de los elementos visuales encontramos diferentes categorías todas útiles para emitir información, en las empresas es habitual combinar texto con gráficos y los colores y el contraste que se dé entre estos garantiza la aceptación.

Las herramientas de Transmeta son:

- Carteleras: son combinadas tienen contenido gráfico y escrito, con colores fuertes y acordes con la imagen corporativa, siempre buscando captar la atención de todos los colaboradores y que comprendan e interpreten los contenidos. Hay cinco en la sede principal para tres unidades de negocio y el área técnica, una en la segunda base que corresponde a Transmeta Express y una por cada regional.
- Pantallas de TV: hay dos en la sede principal, localizadas en la zona administrativa y en la cafetería, por este canal se transmiten videos institucionales, presentaciones corporativas y algunas de las publicaciones de las carteleras o de los comunicados internos.
- Algunos temas visuales solo son enviados por la cuenta Comunicados Internos a los diferentes correos electrónicos y estos llegan a todo el personal administrativo.

⁵⁴BLAND, M., & Peter, J. (1992). *Comunicación Interna Eficiente*. Bogotá D.C.: Fondo Editorial Legis.

“El soporte físico de la escritura consiste esencialmente en la materialidad impresa de las letras, que es recibida visualmente, La materialidad escrita también incluye la sucesión o linealidad de expresiones de carácter impreso o visual.”⁵⁵

La información escrita es tradicional en todos los contextos, porque es un registro para que el emisor certifique la entrega al receptor, hay diversos canales y formatos para plasmar palabras de cualquier tema, pero referente a esto se debe tener muy presente el orden, estilo, la impresión que pueda causar al lector y la cantidad según la necesidad.

No en todos los empleados es un hábito y buena costumbre leer, si los temas son muy extensos puede que no llegue a todas las personas, suelen fijarse en la primera parte o el encabezado y luego archivar el documento. En repetidas ocasiones es forzoso informar textualmente: normas, políticas, leyes, restricciones, circulares o procesos de las operaciones.

El lenguaje escrito es al que más recurren, para comunicar al público externo, principalmente a clientes y proveedores, a través de solicitudes, informes o documentos legales de la empresa.

“En la industria la palabra escrita sigue siendo el método principal de diseminación de información, no solo dentro de la compañía, sino fuera de ella.

Los medios principales para dirigirnos a los empleados son: papeles oficiales, boletines de información, hojas informativas, periódicos y revistas de la empresa, informes sobre empleados, cartas, carteles y folletos”.⁵⁶

La finalidad de un medio escrito es gestionar actividades de trabajo para el buen funcionamiento de la empresa, son oportunos para llegar a todas las audiencias pero deben minimizarse cuándo se trate de contenidos de interés general o si no

⁵⁵ROMERO, op. cit., p.25.

⁵⁶BLAND, M., & Peter, J. op.cit p.37

son requeridos como registro o legalidad al interior y exterior. Se presentan físicos o a través de medios electrónicos.

Para Transmeta son un elemento de acompañamiento:

- Periódico, “TODOS SABEMOS”: una edición bimestral, con información de todas las áreas y unidades de negocio, temas generales, de bienestar y operativos.
- Carteleras: presentes nuevamente en ésta modalidad, porque es inevitable no hace uso del lenguaje escrito en temas corporativos.
- Correos electrónicos: son personales entre dos personas, en equipos de trabajo, comunicados internos para todos los empleados y e-mails para clientes y proveedores.
- Material físico: folletos, brochures, son instrumentos de apoyo ocasionales en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

“El lenguaje oral consta esencialmente de los sonidos vocálicos y los consonánticos producidos por el aparato fonador humano, la evanescencia o transitoriedad de los sonidos desaparecen inmediatamente, de modo que solo son perceptibles durante el tiempo que está en el aire, se incluye dentro de éste proceso los elementos prosódicos (acento, entonación, cantidad y pausa).”⁵⁷

El lenguaje oral es la forma de comunicar con mayor eficiencia pero no la más eficaz, es una la forma más rápida de llegar a cualquier persona, pero no deja proporciona recordación, es posible que se olvide y no cumpla con los objetivos con los que fue informada, es formal si se avisa con antelación o informal si ocurre en el momento.

Transmeta organiza espacios para dialogar frente a temas corporativos y operacionales, son efectivos si se llega a acuerdos por las diferentes partes, si solo se queda en conversaciones no genera beneficios.

⁵⁷ROMERO, Op. cit., p.70.

“Al hablar, con excepción de los casos de discurso formales, el producto final va saliendo espontáneamente, esto es verídico en el proceso de responder preguntas”⁵⁸

Cuando son formales proporcionan garantías, deben establecerse con anterioridad y convocar al target requerido por medio de diferentes canales, en las organizaciones son frecuentes las reuniones, comités y capacitaciones.

Para transmeta propiciar espacios para transmitir información oral es común.

- Comités: con directivos, gerentes de áreas y representantes de unidades de negocio, verificar el buen funcionamiento de la empresa.
- Reuniones informales: tratan temas concernientes a las novedades de la semana.
- Capacitaciones: participación de todas las áreas, exponen sobre los procesos, planes de acción, campañas y procedimientos.

“Existe una discusión – aunque solo en el ámbito académico- sobre la condición de público interno... algunos autores afirman que la condición de público interno es exclusivamente aquél que se relaciona con la dirección de un contrato de trabajo. Otros autores no tan estrictos abren la condición a una relación más amplia como la del socio, accionista o voluntario”.⁵⁹

El público interno es todo aquel que hace parte de una organización luego de firmar un documento legal que lo acredite como miembro, desde ese momento se convierte en un actor participante en los procesos y decisiones que ejecute la empresa, esta en el poder de opinar y manifestar inquietudes, sugerencias o generar aportes.

⁵⁸BLAND, M., & Peter, J. op.cit., p. 81

⁵⁹PALENCIA, M., & Leffer, M. (2011). *Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas- Manual de Comunicación Corporativa*. Barcelona: Editorial Profit

La mayoría de los colaboradores en Transmeta SAS, son contratados bajo los parámetros requeridos por la ley, en el caso de los administrativos hay diferenciales en cuanto a condiciones laborales y privilegios de trabajo.

Frente al trabajo de grado, son el objetivo a apropiarse del concepto de RSE, es en quienes se está aplicando inicialmente las prácticas de cuidado con el medio ambiente y calidad de vida laboral, en el desarrollo social.

“El público interno tiene la responsabilidad del manejo de la información, para una óptima comunicación organizacional se hace necesaria la canalización del flujo comunicativo interno, interpretando correctamente los mensajes y evitando distorsiones.”⁶⁰

La comunicación organizacional está cimentada en las relaciones del público interno, si manipulan la congruente con los acontecimientos de la compañía, pueden transmitir mensajes coherentes a los grupos de interés externos.

El interior de una empresa es la primera instancia a la que se direccionan los contenidos, porque son ellos los que conocen y se comprometen con el fortalecimiento y la sustentabilidad de las operaciones.

La intención con ésta audiencia es proporcionarles los suficientes recursos para que conozcan la responsabilidad social, como aporta a cada uno, cuales son los compromisos que deben adquirir para consolidar una política que exige la participación de los empleados y conocimientos acerca de la nueva forma de negocio, para luego ellos ser precursores de prácticas sociales y ecológicas que beneficien la comunidad y propicien expectativas positivas en los actores externos.

“las posiciones más generosas consideran que una persona es público interno si tiene incidencia estable sobre el resto de públicos internos de la organización, como puede ser el caso de profesionales a cargo de la cafetería, el restaurante o la limpieza que están en contacto diario con todos los públicos aunque quizás

⁶⁰ROMERO, op. cit., p.39.

forman parte de otras organizaciones subcontratadas, en este caso proveedores de servicio”⁶¹

Frente a este concepto se debe argumentar que público interno es todo aquel que tiene un vínculo laboral con la empresa y cumple funciones específicas para el cumplimiento de los objetivos corporativos.

El foco de la sistematización de experiencias se argumenta en contemplar los perfiles de cada una de las personas que integran el área administrativa de Transmeta SAS, con el fin de lograr estructuras mensajes para ser aprovechados y de interés, la necesidad de la empresa está en conocer a quien se direccionan los contenidos y como estos pueden hacer uso de ellos para crear sinergia y obtener resultados prósperos en la consolidación de proyectos.

“La principal responsabilidad que le cabe a esta área o departamento es funcionar como receptora, coordinadora y procesadora de informaciones provenientes de producción, de los hechos comerciales y de los eventos financieros de la empresa, entre sus funciones están:

- Procesar datos (ordenar, clasificar, registrar) para uso presentación y utilización por parte de la dirección de la empresa.
- Controlar todas las operaciones contables (compra, venta , pagos, cobros);
- Resumir datos o informaciones de forma apropiada para que sean útiles y de compresible a la dirección de la empresa.”⁶²

El área administrativa es el núcleo de una organización son los encargados de coordinar y guiar las diferentes dependencias en los tareas laborales que establecen para la sustentabilidad de la misma, lidera el funcionamiento adecuado de los procesos de acuerdo con los parámetros establecidos.

⁶¹PALENCIA, M., op. Cit, pag 40

⁶²CATIE, B. (2003). *La administración de la empresa asociativa*. Paraguay: Inst. interamericano de cooperación para la agricultura.

El cumplimiento de la focalización estratégica, es en un gran porcentaje su responsabilidad, evalúan a través de diferentes indicadores, la calidad con la que se ejercen los proyectos y el beneficio que traen en la productividad de la empresa.

Transmeta define políticas de trabajo delegadas para cada uno de los colaboradores de este grupo, ellos a su vez integran equipos de trabajo con los conocimientos útiles para desarrollar planes de acción en todas las unidades de negocio.

El principal objetivo es cubrir las necesidades de los conductores quienes son el actor que mueve las operaciones de transporte, para facilitar estos procedimientos nombran un representante que vela por direccionar a los empleados a la misión y visión de Transmeta SAS.

Todos los departamentos son una soporte para la consolidación de acciones comprometidas con el crecimiento de la misma, actualmente el área está integrada por: la vicepresidencia, quien es la cabeza presencial en las instalaciones de la base; la dependencia Comercial, Financiera, Seguridad, Gestión humana y la unidad de tecnología.

A partir de éste esquema plantean normas y procedimientos a seguir para efectuar los requerimientos que exigen las operaciones.

El trabajo de grado centra los esfuerzos en apropiar a cada uno de los empleados de ésta área del concepto de equilibrio ambiental y sustentabilidad social empresarial.

“El apelativo de recursos humanos se refiere al conjunto de personas disponibles que permiten cumplir a una organización empresarial las funciones estipuladas.

- Organización del personal
- Planificación

- Reclutamiento y selección
- Formación
- Administración de recursos humanos
- Relaciones laborales
- Control de gestión”⁶³

Gestión humana es la dependencia encargada de seleccionar el perfil que cumpla con los requerimientos de los diversos cargos en toda la organización, son quienes conocen cada una de las funciones de las diferentes áreas y se encargan de mantener el personal óptimo para la estructura organizacional.

Velan por el bienestar y las necesidades de los colaboradores, cumpliendo con las exigencias de ley, ofreciendo oportunidades de crecimiento laboral, personal, familiar y con el entorno.

Gestión Humana está conformada por un coordinador que lidera ante las diferentes un gerente que lidera ante las diferentes unidades de negocio, un coordinador que apoya a las dependencias, personal para capacitar, selección y bienestar.

En la calidad de vida laboral uno de los pilares en las prácticas de responsabilidad social empresarial, son los ejecutores de actividades orientadas a la consolidación de la política, con la misión de amenizar y hacer atractivos lo proyectos.

“Los comerciales son los encargados de presentar y vender a un público objetivo el bien o servicio fabricado por la empresa.

Existen numerosos sistemas de comercialización, dependiendo del sector económico de la empresa (venta directa, circuito largo, circuito corto, red, etc.)”.⁶⁴

⁶³PINO, M. (2008). *Recursos Humanos - Ciclos formativos*. Madrid- España: Editorial Editex.

⁶⁴KRATIROFF, H. (2003). *Manual de Product Manager*. Barcelona: España: Gestión 2000.

Son los encargados de ofrecer a los públicos externos, en éste caso clientes los productos y servicios del sector al que pertenece una organización, venden soluciones a requerimientos y necesidades de clientes, argumentan los beneficios y diferenciales frente a otras empresas del mercado.

El Departamento Comercial está integrado por un gerente, y dos auxiliares, profesionales en el campo, actualizados sobre temas de vanguardia en el transporte de líquidos, carga seca, paquetero y pasajeros.

Tiene los recursos y contactos para formular objetivos que fortalezcan la producción al interior de la organización, venden la imagen corporativa a posibles acreedores, con datos representativos en la industria.

Ellos necesitan el apoyo logístico de algunas unidades de trabajo como seguridad, para verificar la rectitud y legalidad de quienes se convertirán en uno de los grupos de interés. De comunicaciones para manejar un formato uniforme de presentación corporativa, ante el target, y el control de nuevos recursos visuales y escritos que atraigan a los mismos.

"Conjunto de procedimientos y recursos técnicos aplicados a la eficaz prevención y protección de los accidentes. Técnica no medica de actuación sobre los riesgos específicos derivados del trabajo, cuyo objetivo se centra en la prevención de accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales.

En su aplicación puede precisar el aporte de otras técnicas de protección de la salud que, como la medicina del trabajo, la psicología, la ergonomía, las técnicas educativas, la política social u otras permitan abordar el estudio de determinadas situaciones de riesgo". ⁶⁵

El departamento de seguridad ofrece garantías a todas las áreas y operaciones que constituyen una empresa, establecen normas y políticas de favorabilidad. A

⁶⁵CORTÉS,Díaz, J. M. (2007). *Seguridad E Higiene Del Trabajo*. Madrid-España: Editorial Tebar.

través de diferentes tecnologías y medios de análisis determinan la viabilidad de procesos y adquisiciones.

El equipo de trabajo de seguridad en Transmeta es altamente calificado en el tema, cuenta con recursos y tecnologías de punta para alcanzar los objetivos de avalar todos los vínculos de personal interno y externo, además de identificar lo conveniente para la organización de acuerdo a políticas públicas, del sector transportador y certificaciones obtenidas.

Son encargados de generar progreso, con la confianza hacia los grupos de interés, el compromiso está en evaluar cada una de las actividades que tiene la organización y como éstas aportan positivamente.

En la consolidación de la responsabilidad social, tiene la labor de generar asertividad en las operaciones, para que sea la sociedad quien identifique a Transmeta SAS, como líder en su campo de acción y promotor de buenas prácticas.

“Proporciona a la empresa los fondos necesarios, en el momento necesario y al mínimo coste posible, y por otro lado de invertir los fondos excedentes de la empresa de forma que se obtenga la máxima rentabilidad. En muchas empresas la función financiera va ligada a la realización de actividades contables”.⁶⁶

La unidad financiera provee el control de los recursos económicos, garantiza la utilización adecuada y procura que las inversiones sean oportunas con proveedores comprometidos con los requerimientos de la organización.

Para Transmeta son quienes velan por la sustentabilidad económica, verifican la importancia de las solicitudes de toda la compañía, y ejercen diariamente la tarea de medir a través de indicadores de gestión, los ingresos y egresos, la estabilidad de cada una de las unidades de negocio además de gestionar planes de acción para la sostenibilidad y el crecimiento de la misma.

⁶⁶VENTURA, B. E. (2006). *Gestión Administrativa personal*. . Editorial Paraninfo.

“Un departamento como cualquier otro, con unos recursos, que está a disposición de la organización. Conjunto de servidores, redes y estaciones de trabajo para realizar una actividad. Uno de los objetivos del departamento de informática es la planificación y gestión para dar un buen servicio a los usuarios”⁶⁷

El departamento de tecnología vela porque el buen funcionamiento de los equipos de una compañía, a su vez es el encargado de suministrar programas de vanguardia para las diferentes necesidades de los departamentos y operaciones.

En Transmeta sistemas está consolidado por un equipo de jóvenes que diariamente realizan mantenimiento a las herramientas tecnológicas, además de guiar en temas de programación y manejo de los equipos, por ser una empresa de transporte cuentan con equipos como GPS para la ubicación de los vehículos, además de controles de monitores al interior y exterior de la empresa, dentro de sus labores les corresponde capacitar acerca de la funcionalidad y los beneficios que trae a la compañía.

“El concepto de apropiación es particularmente útil para abordar esta relación. Se refiere a la concentración de capital simbólico por parte de los grupos sociales dominantes. El término sitúa claramente la acción de las personas que toman posesión de los recursos culturales disponibles para aplicarlos y utilizarlos en el contexto oportuno”.⁶⁸

Es la capacidad para conocer un concepto, tema o contenido, poder identificarlo en cualquier contexto y relacionarlo coherentemente con las prácticas que frente a este se desarrollen.

Apropiar es el objetivo general de la sistematización de experiencias y fue escogido porque no solo indica conocer, sino aplicar de forma práctica en las

⁶⁷COLOBRAN, M. *Administración de sistemas operativos en red*. Editorial UOC, 2008.

⁶⁸AGUILÓ, M. (2005). *Memoria, conocimiento y utopía: Anuario de la Sociedad Mexicana de Historia de la Educación, Número 1*. UCOL .

labores diarias de cualquier colaborador de la organización, en éste caso llegar al público objetivo con las herramientas suficientes garantiza que los empleados reconozcan la responsabilidad social como una oportunidad de crecimiento individual y colectivo.

Las normas ISO 14000 ofrecen a las empresas una base homogénea de directrices sobre procedimientos de gestión ambiental, que les permita anticipar externalidades medioambientales negativas de sus procesos negativos. En síntesis, la serie de normas ISO 14000 es un conjunto de procedimientos que proporciona a la dirección de la empresa, las reglas y las pautas para elaborar un sistema de gestión ambiental que permita una mejora ambiental continua en sus procesos productivos. Estas normas son de adopción voluntaria y de reconocimiento internacional.⁶⁹

Nos dan una serie de normas, que se aplican para lograr la conservación y una protección del medio ambiente que conlleva al bienestar de la sociedad. La norma se perfila siempre a conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible obtener ambos objetivos.

ISO 14000 requieren que las compañías participantes lleven una de las materias primas que usan y también de la generación, el tratamiento y la disposición de sus residuos peligrosos. Aunque las normas no especifican las normas permisibles para cada compañía, exigen que estas preparen un plan para el mejoramiento continuo de su desempeño en el aspecto ambiental.⁷⁰

⁶⁹ Cordero Salas Paula, S. S. (2002). *Sistemas de gestión medio ambiental: Las normas ISO 14000*. No. 21. IICA.

⁷⁰ LEE J AUTOR KRAJEWSKI, L. P. (2010). *Administración de las operaciones: estrategia y análisis*. Pearson Educación, 2000.

Las normas ISO 14000 pretenden un método normalizado de sistemas de gestión ambiental para las empresas con el fin cuidar el medio ambiente. La norma que se certifica es la ISO 14000, esta es la que se refiere a los requisitos para tener un sistema de gestión ambiental, el cumplimiento de las demás normas sirven como apoyo en el desarrollo del sistema y como requisito fundamental.

Metodología

Ficha Técnica

Nombre de la investigación

Apropiación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial en los empleados de Transmeta S.A.S (Área administrativa) como mecanismo de desarrollo social y equilibrio ambiental.

Universo a investigar

Empleados del Área Administrativa, (80 personas de Vicepresidencia, Comercial, Financiera, Tecnología, Seguridad y Gestión humana).

Muestra a la que se aplicará la investigación

La recolección de la información se realizará a 27 personas, mujeres y hombres entre las edades de 20 a 60 años.

Margen de error estimado

Tamaño de la muestra (n):	27
Probabilidad de éxito/fracaso (p/q):	3
Nivel de confianza:	80%
Error »	6.6%

Herramientas de investigación que se utilizarán

Como parte de la investigación, es importante reconocer la apropiación del concepto de responsabilidad social empresarial en los empleados del Área

Administrativa de Transmeta S.A.S, a partir de esto se realizará la elección de dos métodos de recolección de datos, la encuesta y la entrevista serán las herramientas que nos permitirán tener una visualización sobre el interés y conocimiento que tiene este público en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Como parte del análisis del trabajo de grado, se iniciará un estudio previo de los públicos de interés, luego se implementará las herramientas de recolección de información, después se realizará un análisis cuantitativo y cualitativo para definir las necesidades y oportunidades que permitan desarrollar las conclusiones y propuestas de valor que determinaran el aporte comunicativo de la práctica.

Cronograma para el desarrollo de la investigación

TIEMPO DE EJECUCIÓN (Mes)	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección del Público objetivo																				
Aplicación de las Herramientas																				
Recolección de datos																				
Análisis cualitativo y cuantitativo																				
Recopilación de la información																				
Análisis de la información obtenida																				
Conclusiones																				
Propuestas																				
Revisión																				
Corrección																				
Entrega de documento de final																				

Elección de las herramientas

Encuesta # 1

Objetivo: Efectividad de los canales.

El objetivo de esta encuesta radica en conocer la efectividad de los medios y canales de comunicación que tiene la organización para informar sobre los procesos acciones y actividades en materia de Responsabilidad Social Empresarial, definiendo si esas herramientas de comunicación son adecuadas u obsoletas.

Para la formulación de la primera encuesta se expondrán preguntas de opción múltiple, directa y parcial que permitan tener un análisis cuantitativo y cualitativo de la información brindada por nuestros públicos.

La encuesta será aplicada al siguiente público:

Encuesta interna: 80 personas (Área administrativa)

Preparación de la herramienta

Para la elaboración de la primera encuesta se expondrán preguntas que permitan tener un análisis cuantitativo y cualitativo de la información brindada por nuestros públicos.

Formato:

ENCUESTA EFECTIVIDAD DE CANALES

TRANSMETA S.A.S.

Cargo _____

Área a la que pertenece _____

Por favor marca con una x la casilla correspondiente.

PREGUNTAS	RESPUESTAS												
1. ¿Consideras que la Compañía te informa oportunamente de los hechos que ocurren al interior de la misma?	<table border="1"> <tr><td>Siempre</td><td></td></tr> <tr><td>Casi siempre</td><td></td></tr> <tr><td>Pocas veces</td><td></td></tr> <tr><td>Nunca</td><td></td></tr> </table>	Siempre		Casi siempre		Pocas veces		Nunca					
Siempre													
Casi siempre													
Pocas veces													
Nunca													
2. Enumere de uno 1 a 5 (siendo 1 el mayor y 5 el menor). Por cuál de los siguientes medios de comunicación usted recibe mayor información. Si su respuesta es otro indique ¿Cuál?	<table border="1"> <tr><th>Medio</th><th></th></tr> <tr><td>Periódico TODOS SABEMOS</td><td></td></tr> <tr><td>Carteleras</td><td></td></tr> <tr><td>Comité semanal</td><td></td></tr> <tr><td>Correo electrónico</td><td></td></tr> <tr><td>Otro</td><td></td></tr> </table> Otro medio de comunicación. _____	Medio		Periódico TODOS SABEMOS		Carteleras		Comité semanal		Correo electrónico		Otro	
Medio													
Periódico TODOS SABEMOS													
Carteleras													
Comité semanal													
Correo electrónico													
Otro													
3. ¿Los contenidos desarrollados en los medios de comunicación internos son coherentes con los acontecimientos de la Organización?	<table border="1"> <tr><th>Si</th><th>No</th></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>	Si	No										
Si	No												
4. ¿Con qué frecuencia está en contacto con los medios de comunicación internos?	<table border="1"> <tr><td>Siempre</td><td></td></tr> <tr><td>Casi siempre</td><td></td></tr> <tr><td>Pocas veces</td><td></td></tr> <tr><td>Nunca</td><td></td></tr> </table>	Siempre		Casi siempre		Pocas veces		Nunca					
Siempre													
Casi siempre													
Pocas veces													
Nunca													
5. ¿Cómo calificas el diseño y la presentación gráfica de los medios de comunicación interna? (Colores, fotografías y diagramación)	<table border="1"> <tr><th>Excelente</th><th>Bueno</th><th>Puede Mejorar</th></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Excelente	Bueno	Puede Mejorar									
Excelente	Bueno	Puede Mejorar											

6. ¿Cómo calificas el lenguaje utilizado en los mensajes internos?	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="917 218 1068 275">Adecuado</td> <td data-bbox="1068 218 1380 275">De difícil comprensión</td> </tr> <tr> <td data-bbox="917 275 1068 310"></td> <td data-bbox="1068 275 1380 310"></td> </tr> </table>	Adecuado	De difícil comprensión		
Adecuado	De difícil comprensión				
7. ¿A través de que otros canales de comunicación, le gustaría recibir información?	<table border="1"> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> </table>				
8. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en las carteleras?	<table border="1"> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> </table>				
9. ¿Sabe usted que existe un buzón de comportamiento y condiciones, sugerencia de mejora, en el que usted puede depositar, inquietudes, quejas, reclamos y sugerencias?	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1084 695 1141 730">Si</td> <td data-bbox="1141 695 1214 730">No</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1084 730 1141 766"></td> <td data-bbox="1141 730 1214 766"></td> </tr> </table>	Si	No		
Si	No				
10. Si su respuesta anterior fue SI, continúe con esta pregunta, ¿Conoce el reporte de respuestas que es publicado en las carteleras, brindando una solución a cada uno de sus requerimientos?	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1084 879 1141 915">Si</td> <td data-bbox="1141 879 1214 915">No</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1084 915 1141 951"></td> <td data-bbox="1141 915 1214 951"></td> </tr> </table>	Si	No		
Si	No				

Encuesta # 2

Objetivo: Definición de los perfiles del público interno.

La segunda encuesta está construida para conocer los perfiles del público interno, con el objetivo de definir su grado de comprensión e interpretación de los contenidos que se dan sobre Responsabilidad Social, de ese modo se podrá reconocer cuales son las necesidades y/o déficit's comunicativos y de percepción, además de brindar una idea que permita definir la construcción del mensaje y su direccionamiento.

La elección de esta herramienta se basa en una construcción clara y directa, bajo un vocabulario estandarizado con variaciones en las respuestas pero aplicando el

mismo modo de selección múltiple, lo que asegura más uniformidad, sistematización, posibilidad de comparación y de generalización, brindando control sobre la extensa información a recolectar, como a su vez mas precisión en la respuestas, logrando una mayor agilidad en la tabulación de la información.

La encuesta será aplicada al siguiente público:

Encuesta interna: 80 personas (Área administrativa)

Preparación de la herramienta

DEFINICIÓN DE LOS PERFILES DEL PÚBLICO INTERNO.

TRANSMETA S.A.S.

Cargo _____

Área a la que pertenece _____

Por favor marca con una x la casilla correspondiente.

Género:	Femenino
	Masculino
Su rango de edad está en:	20-25
	25-30
	30-45
	45-50
	Más de 50
¿Cuál es su nivel educativo?	Bachillerato
	Universitario
	Técnico

	Profesional
	Posgrado
	Especialización
¿Cuál deporte practica?	
¿Conoce usted conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial?	Alto
	Medio
	Bajo
¿Tiene usted compañero y / o compañera?	Si
	No
Su rango de edad está en:	20-25
	25-30
	30-45
	45-50
	Más de 50
¿Cuál es su nivel educativo?	Bachillerato
	Universitario
	Técnico
	Profesional
	Posgrado
	Especialización
¿Ocupación?	

¿Tiene usted hijos? ¿Cuántos?	Si
	No
Edad:	
¿Cuál es su nivel educativo?	Bachillerato
	Universitario
	Técnico
	Profesional
	Posgrado
	Especialización
¿Ocupación?	

Lista de chequeo, para determinar el conocimiento de cada uno de los programas de Responsabilidad Social Empresarial.

					
Para nuestra labor es importante conocer, el conocimiento que usted tiene frente a los programas de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa. A continuación lo invitamos a responder las siguientes preguntas.					
MARQUE CON UNA X LA CASILLA CORRESPONDIENTE.					
Item	¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES PROGRAMAS, QUE TRANSMETA REALIZA ACTUALMENTE, USTED CONOCE?	SI	NO	¿SABE QUÉ ÉSTE ES UN PROGRAMA DE RSE?	
				SI	NO
1	Certificación ISO 14001				
2	Programa de Gestión Integral de Residuos PGIR:				
3	Programa de Ahorro y Uso Eficiente de Agua y Energía:				
4	Programa de Orden y Aseo				
5	Control de emisión de gases de flota propia				
6	Capacitación a conductores en transporte seguro				
7	Verificación de estructura organizacional y escala salarial				
8	Plan empresarial de movilidad sostenible				
9	Programa piloto de Teletrabajo				
10	Divulgación identidad corporativa y política de RSE				
11	Capacitación a colaboradores en finanzas personales				
12	Visita hijos de empleados a TM				
13	Formación en seguridad vial a hijos de empleados en Maloka.				
14	Campaña de lectura "Que buen plan", Biblioteca Transmeta Empresariales				
15	Georeferenciación familias colaboradores.				
	NOMBRE: _____	¡Gracias por su colaboración!			
	CARGO: _____				

Entrevista

Objetivo: Apropiación y conocimiento del mensaje de Responsabilidad Social Empresarial.

Mediante esta herramienta se buscará reconocer el nivel de impacto del mensaje de Responsabilidad Social Empresarial, enfatizado en el equilibrio ambiental y el desarrollo social empresarial, esto, con el interés de reconocer el nivel de cobertura que tiene en los jefes de área, dado que ellos son los voceros de equipo y promotores de opinión.

La encuesta será aplicada al siguiente público:

Encuesta interna: 6 personas (Jefes de Área: Vicepresidencia, Comercial, Financiera, Tecnología, Seguridad y Gestión humana)

Preparación de la herramienta

Para la formulación de la entrevista se expondrán preguntas directas y abiertas que permitirán tener un análisis cualitativo, el cual será fundamental para reconocer los grados de entendimiento del mensaje.

Formato:

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN DEL MENSAJE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL.

TRANSMETA S.A.S.

Cargo_____

Área a la que pertenece_____

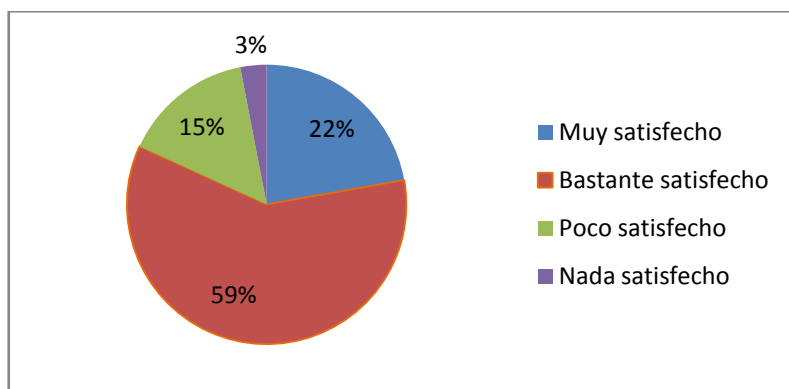
PREGUNTAS:

1. ¿Para usted que es la Responsabilidad Social Empresarial?
2. ¿Conoce usted los pilares sobre los que se fundamenta la Responsabilidad Social Empresarial?
3. ¿Conoce usted los conceptos de equilibrio ambiental y desarrollo social en las empresas?
4. ¿Sabe usted que grupos de interés se involucran en el tema de Responsabilidad Social Empresarial?
5. ¿Conoce usted las políticas y certificaciones que apoyan a los programas de Responsabilidad Social Empresarial?
6. ¿Para usted y su equipo de trabajo, cuáles serían los aportes en la consolidación de la política de Responsabilidad Social Empresarial?
7. ¿Para usted, es importante la difusión y el mensaje de Responsabilidad Social Empresarial en los empleados del Área Administrativa?
8. ¿Cree usted que Transmeta está en la capacidad de aplicar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

1. ¿Considera que la Compañía le informa oportunamente de los hechos que ocurren al interior de la misma?

El 81% eligieron bastante satisfecho y muy satisfecho, eso indica que el porcentaje más grande de los empleados administrativos se encuentran de acuerdo con que la compañía les informa oportunamente de los hechos de la misma. El 18% indican no estar totalmente conformes con la información recibida.



El "81,63%"
eligieron:
Bastante satisfecho
Muy satisfecho

2. Enumere de 1 a 5 (siendo 1 el mayor y 5 el menor). ¿Por qué medios de comunicación usted recibe mayor información?

De acuerdo con la muestra poblacional encuestada de administrativos se identificó que el medio de comunicación por el cuál reciben mayor información es el correo electrónico, seguido de las carteleras, manifestando que hay otro canal que ocupa el tercer lugar y es el verbal (Jefe- empleado, compañeros de trabajo, y otras personas), en cuarto lugar se encuentran las ediciones del periódico Todos Sabemos y finalmente como opción de poco uso para transmitir información está los comités semanales.

opciones,"1","2","3","4","5",	
Periódico TODOS SABEMOS	4
Carteleras	2
Comité semanal	5
Correo electrónico	1
Otro	3
Respuestas recogidas	27

3. ¿Por cuál otro medio recibe información?

Esta pregunta fue realizada de forma abierta y arrojó diferentes resultados entre los más destacados se encuentran; en primer lugar y con un alto número de respuestas: comunicación verbal, entre compañeros y jefes; en segundo lugar: está el celular y en tercero el avantel.

De 27 opiniones:

NÚMERO DE VECES	MÁS DESTACADAS
--------------------	----------------

NOMBRADAS	
24	comunicación verbal, compañeros y jefes
2	Celular
1	Avantel

4. ¿Los contenidos desarrollados en los medios de comunicación internos son coherentes con los acontecimientos de la Organización?

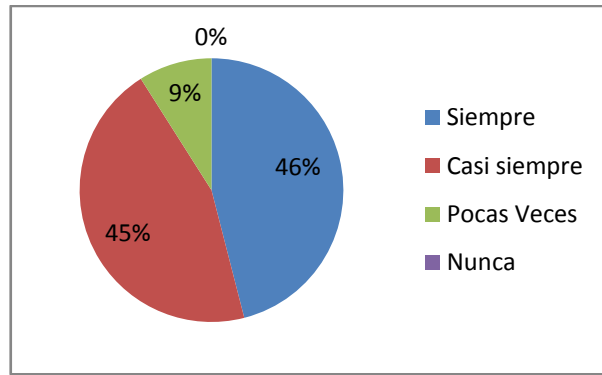
Un 95% de los encuestados opinaron que los temas desarrollados en los medios de comunicación si son coherentes con los acontecimientos de la organización, indicando que son efectivos los mensajes transmitidos a través de los canales internos, de acuerdo a la opinión de la población administrativa. Un 5% manifestó no estar de acuerdo con esto, esto equivale a 4 personas de 81 que respondieron No.

Si	25	95%
No	2	5%

Respuestas recogidas	27
----------------------	----

5. ¿Con qué frecuencia está en contacto con los medios de comunicación internos?

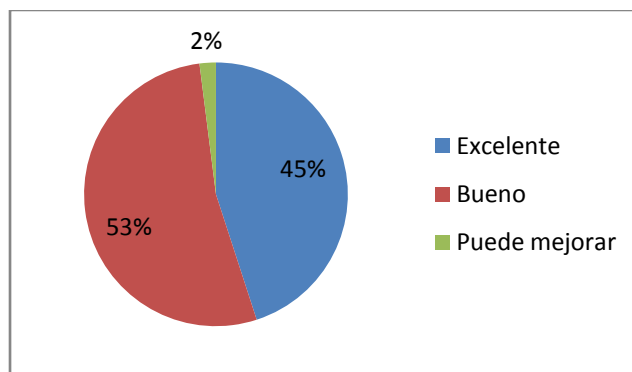
El 91% de la población encuestada eligieron siempre y casi siempre, indicando la importancia de los medios de comunicación internos y evidenciando constancia en el contacto de los colaboradores con la información transmitida por la organización, el 9% manifiesta pocas veces. Descartando alguna persona que indique no tener contacto.



El "91,45%" eligieron:
Siempre
Casi siempre

6. ¿Cómo califica el diseño y la presentación gráfica de los medios de comunicación interna? (Colores, fotografías y diagramación)

El 93% de los encuestados están satisfechos con la presentación de los medios de comunicación (Colores, fotografías y diagramación), el 2% de las 27 personas que respondieron, indican que puede mejorar. Esto muestra que es mínimo el porcentaje de las personas que no se encuentran totalmente satisfechas y por lo contrario hay un alto grado de aceptación.



El "98 %" eligieron:

Bueno
Excelente

7. ¿Cómo califica el lenguaje utilizado en los mensajes internos?

Según los resultados obtenidos, el lenguaje utilizado es el adecuado para los mensajes de comunicación interna.

Adecuado	25
De difícil comprensión	2
Respuestas recogidas	27

8. ¿A través de que otros canales de comunicación, le gustaría recibir información?

De 27 respuestas las más destacadas son las siguientes:

NÚMERO DE VECES NOMBRADAS	MÁS DESTACADAS
8	Los medios actuales están bien
7	correo personal
7	volantes, folletos, material físico
4	Medios audiovisuales y sonoros

La mayoría de respuestas están encaminadas a que los medios de comunicación actuales son suficientes y están cumpliendo la función de informar oportuna y eficazmente.

El segundo medio que sugieren sea utilizado para recibir información son los correos electrónicos personales.

Por la misma cantidad de opiniones recibidas el material físico esta ocupando el segundo lugar en el que se encuentran (volantes, folletos, etc....).

Finalmente una de las opiniones que tienen un gran valor diferencial en los medios habituales, son los audiovisuales y sonoros.

En este punto identificamos diferentes perspectivas para tener en cuenta, opiniones personales:

- Me parece que los canales son adecuados, pero sugiero tener más en cuenta a la operación de paqueteo, pues la mayoría de información se basa solamente en las demás operaciones de Transmeta y pienso que no nos incluyen como se debe.
- Comunicación interpersonal, mucho cultura fría del mail, a veces se observa q cada uno en lo suyo, la Compañía es de todos, en algunas áreas hay posiciones muy fuertes de sus responsables, quizás falta de dominio de carácter, y madurez.
- Las herramientas graficas hoy en día se trasladan a medios de comunicación masiva como televisión, radio, mail entre otros (menos papel) generando un impacto ambiental positivo.

9. ¿Sabe usted que existe un buzón de comportamiento y condiciones, sugerencia de mejora, en el que usted puede depositar, inquietudes y sugerencias?

EL 79% de 27 personas que respondieron indican conocer el buzón de sugerencias, pero existe un 21% que aun desconocen este canal de comunicación que actualmente es una herramienta utilizada como canal de retroalimentación por parte de los colaboradores hacia los directivos. Sin embargo es evidente que más del 10% de éste pequeño grupo, no lo conocen.

Si	21	79%
NO	6	21%

Respuestas recogidas	27
----------------------	----

10. Si su respuesta anterior fue SI, continúe con esta pregunta, ¿Conoce el reporte de respuestas que es publicado en las carteleras, brindando una solución a cada uno de sus requerimientos?

Como consecuencia de la anterior respuesta, disminuyo el número de personas que contestaron, solo 20, conocen el reporte de respuestas que se publican en las carteleras, indicando que un porcentaje del 53% no conocen, ni saben del Buzón de acciones y condiciones.

Si	14	53%
No	6	47%

Respuestas recogidas	20
----------------------	----



PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

“Gobierno Corporativo

Promovemos una cultura de transparencia, respetamos la ley y generamos relaciones de confianza para garantizar el respeto y la credibilidad de nuestros grupos de interés.

Grupo de interés

Accionistas

Objetivos

- Informar con transparencia y congruencia acerca de los diferentes procesos de la organización.
- Facilitar la maximización del valor de la acción y el dividendo.

Clientes

Objetivos

- Garantizamos calidad
- Cumplimiento de garantías

- Información y transparencia
- Atención y servicio pos-venta

SOSTENIBILIDAD

Invertimos en el desarrollo de programas y tecnologías amigables con el medio ambiente para minimizar los impactos de nuestra operación en el entorno.

Grupo de interés

Comunidad y Gobierno

Objetivos

- Promover el consumo moderado y adecuado de los recursos.
- Lograr la reducción de residuos, emisiones de gases y vertimientos

Buenas prácticas

Certificación ISO 14001

Evidenciar el compromiso ambiental de la empresa y sus empleados a través de la implementación y certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001 Versión 2004 iniciando este año con la operación de cargo que por la actividades propias del proceso es donde se genera la más alta significancia de impacto ambiental, y extender los programas a las demás unidades de negocio durante el 2012, generando un compromiso con el bienestar de la humanidad a largo plazo.

- **Programa de Gestión Integral de Residuos PGIR:** busca realizar una adecuada gestión de los residuos generados en Transmeta S.A.S., por

medio de la separación en la fuente, con los Ecopuntos ubicados estratégicamente y su adecuada disposición final con empresas avaladas por el ente ambiental pertinente. Desde su implementación ha permitido clasificar los residuos, tener un seguimiento y control de las cantidades y formular medidas de control para lograr disminuirlas.

- **Programa de Ahorro y Uso Eficiente de Agua y Energía:** busca generar una conciencia ambiental en los colaboradores de la compañía, no solo dentro de las instalaciones sino que sean multiplicadores en sus hogares y otros espacios, ya que esta problemática trasciende los límites de una organización. Para lograr éste objetivo se desarrollan estrategias de educación ambiental y consumo responsable. Una de ellas es divulgar periódicamente los consumos, y motivar a la disminución a través de las reglas y los mensajes ubicados estratégicamente.

- **Programa de Orden y Aseo:** busca mantener y mejorar las condiciones de organización y limpieza en todas las áreas y puesto de trabajo incluyendo las cabinas y el interior de los vehículos, intenta fomentar las buenas prácticas laborales y los hábitos saludables, interviniendo los riesgos asociados al desorden. Esto permite optimizar el tiempo y disminuir los incidentes por desorganización además de mantener el puesto de trabajo en condiciones óptimas para desarrollar un ambiente laboral agradable.

Control de emisión de gases de flota propia

Definir e implementar el Programa de monitoreo de gases efecto invernadero en fuentes móviles como son los vehículos de la empresa como parte del sistema de gestión ambiental, y participando en los objetivos del milenio de incrementar el interés colectivo de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para mantener el aumento medio de la temperatura mundial.

Capacitación a conductores en transporte seguro

Programa de capacitación a conductores de flota propia y terceros para promover el transporte seguro: Continuar con el proceso de sensibilización, y capacitación continua de los Conductores de la flota propia, los terceros, y demás asociados a la actividad de transporte de hidrocarburos siendo participes en la creación de una cultura en seguridad vial en los corredores por donde principalmente transitamos en la operación de cargo.

CALIDAD DE VIDA LABORAL

Estamos comprometidos con la implementación de programas que beneficien a nuestros colaboradores y sus familias, garantizándoles un entorno de trabajo equitativo, estable sano y seguro.

Grupo de interés

Colaboradores

Objetivos

- Ofrecer a nuestros colaboradores condiciones laborales justas.
- Garantizar un Salario adecuado de acuerdo a las funciones y el esfuerzo realizado.
- Promover el crecimiento profesional, intelectual y socio-cultural.
- Informar oportuna y veraz, acerca de los procesos de la organización.
- Promulgar el trato equitativo entre todos los integrantes de la compañía.
- Brindar garantías laborales y de seguridad.

Buenas Prácticas

Verificación de estructura organizacional y escala salarial

Diseñar la estructura organizacional y escala salarial de tal modo que permita a la compañía definir cargos y salarios garantizando equidad interna, y del mismo modo permitiendo la alineación con los objetivos corporativos de la organización.

Plan empresarial de movilidad sostenible

Participar en el proyecto PEMS (Plan Empresarial de Movilidad sostenible) de la Fundación Chevrolet y la Universidad de Los Andes con el propósito de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y aportar a la movilidad de Bogotá.

Programa piloto de Teletrabajo

Generamos un plan piloto, de Teletrabajo, dónde diferentes colaboradores que cumplan con las características requeridas por la compañía pueden, realizar sus funciones habituales desde casa, con el compromiso de cumplir con las obligaciones asignadas, generando un menor impacto ambiental y aportar a mejorar la movilidad en la ciudad.

Divulgación identidad corporativa y política de RSE

Promover el sentido de pertenencia de los colaboradores y la aplicación práctica de la misión, visión y valores corporativos, y socializarlos externamente con los grupos de interés.

Capacitación a colaboradores en finanzas personales

Utilizar la planeación financiera personal como una herramienta eficaz para alcanzar metas y lograr estabilidad económica sin afectar su ingreso salarial. Al final cada empleado podrá establecer su propio plan financiero para mejorar su calidad de vida y la de su familia.

Visita hijos de empleados a Transmeta SAS

Involucrar a las familias de los colaboradores con la empresa, fomentando el sentido de pertenencia y el compromiso.

A través de visitas periódicas, a las instalaciones de la compañía, donde se realiza un recorrido por los vehículos de cada unidad de negocio, presentación corporativa, capacitación en valores Transmeta, actividades lúdicas y recreativas, para los niños, además de charlas para padres sobre pautas de crianza y orientación familiar.

Formación en seguridad vial a hijos de empleados en Maloka.

Formar futuros conductores y peatones responsables, lograr que los colaboradores y sus familias interioricen y refuercen los valores de seguridad, a través de capacitaciones realizadas en las instalaciones de Maloka, con el fin de lograr una mayor interacción entre los niños y padres con la realidad de las vías.

Campaña de lectura "Que buen plan", Biblioteca Transmeta Empresariales

Generar el hábito de lectura en los colaboradores, para contribuir a la buena disposición del tiempo libre de los conductores, el desarrollo sociocultural e intelectual, con la construcción de una biblioteca, a la cual pueden acceder todos los colaboradores.

Georeferenciación familias colaboradores.

Conocer las habilidades e intereses de los familiares de los colaboradores para identificar proyectos productivos a desarrollar con ellos”.⁷¹

Análisis

Los anteriores son los programas de Responsabilidad Social Empresarial que está implementando Transmeta SAS, en la actualidad, la gran mayoría de estos son ejecutados al interior de la empresa; solo con los colaboradores y las familias. La empresa tiene como objetivo para el primer año de inicio de estas prácticas, llegar en un 80% a los empleados y luego de esto dar paso al público externo.

Para lograr el cumplimiento de las actividades de Responsabilidad Social de acuerdo al cronograma establecido por el comité, se asignaron diferentes tareas que son cumplidas por cada una de las áreas involucradas, fueron delimitadas de la siguiente forma:

HSEQ, (Salud ocupacional y Seguridad Industrial) y Departamento de Calidad:

1. Certificación ISO 14001
 - Programa de Gestión Integral de Residuos PGIR
 - Programa de ahorro y uso eficiente de agua y energía
 - Programa de Orden y aseo
2. Control de emisión de gases de flota propia

⁷¹ Cronograma de actividades de RSE, 2012. (enero de 2012). *Actividades de RSE en Transmeta SAS*. Bogotá, Colombia: Transmeta SAS.

3. Capacitación a conductores en transporte seguro

Departamento de Recursos Humanos:

1. Verificación de la estructura organizacional y escala salarial
2. Capacitación a colaboradores en finanzas personales
3. Visita hijos de empleados a Transmeta SAS.
4. Georeferenciación familias colaboradores.
5. Formación en seguridad vial a hijos de empleados en Maloka.

Departamento de Servicio al Cliente

1. Plan Empresarial de Movilidad Sostenible, (PEMS)

Departamento de Comunicaciones

1. Programa Piloto de Teletrabajo
2. Divulgación identidad corporativa y política de RSE
3. Campaña de lectura "Que buen plan", Biblioteca Transmeta Empresariales

El Departamento de comunicaciones también tiene como labor apoyar a las diferentes áreas en el proceso de divulgación de las tareas y actividades que se desarrollan continuamente, para el logro de los programas con los que Transmeta decide incursionar en el gremio de las empresas socialmente responsables.

De acuerdo a preguntas abiertas y una lista de chequeo realizada a los colaboradores administrativos, se determinó que ellos saben de algunos programas, porque han participado en ellos, pero esta información no significa que conozcan el objetivo de desarrollo de cada una de esas actividades, que para este caso es lograr consolidar una política de Responsabilidad Social, con el fin de convertir a Transmeta en un negocio competitivo frente a grandes, medianas y pequeñas empresas.

El grupo de Administrativos involucrados en éste estudio identifico los siguientes programas:

- ✓ Programa de ahorro y uso eficiente de agua y energía
- ✓ Programa de Orden y aseo
- ✓ Visita hijos de empleados a Transmeta SAS.
- ✓ Formación en seguridad vial a hijos de empleados en Maloka.
- ✓ Programa Piloto de Teletrabajo
- ✓ Divulgación identidad corporativa y política de RSE

De los anteriores programas solo tres son reconocidos como prácticas de Responsabilidad social.

- ✓ Visita hijos de empleados a Transmeta SAS.
- ✓ Formación en seguridad vial a hijos de empleados en Maloka.
- ✓ Programa Piloto de Teletrabajo
- ✓ Divulgación identidad corporativa y política de RSE

En conclusión solo 4 de 12 programas son conocidos por parte de los colaboradores, evidenciando dos factores importantes dos factores:

1. Los empleados de Transmeta aún no reconocen el concepto de Responsabilidad social y los pilares sobre los cuales se fundamenta. Así surge la primera propuesta y es fortalecer la continuidad de los mensajes por medio de los diferentes canales de comunicación, de forma más concreta y entendible, con el fin de llegar y generar recordación en los empleados.
2. Las prácticas que reconocen, es gracias a la interacción que tienen con cada una de las actividades que se realizan. Evidenciando que es necesario hacer partícipes a los colaboradores en todos los procesos que

involucren a Transmeta en la consolidación de la política de Responsabilidad Social.

El siguiente es un análisis del nivel de conocimiento, específico de acuerdo al análisis del perfil de cada uno de los empleados:

Análisis de los perfiles de los colaboradores delimitados por edad, nivel de escolaridad, y profesión, se encontró lo siguiente:

Nivel

Conocimiento

Alto	#	Medio	#	Bajo	#
ESPECIALISTA	4	BACHILLER	3	BACHILLER	5
PROFESIONAL	7	PROFESIONAL	1	UNIVERSITARIA	1
UNIVERSIDAD	2	TECNICA	2		
		UNIVERSIDAD	2		
Total general	13	Total general	8	Total general	6

Escolaridad:

Los Colaboradores que en la actualidad han culminado un estudio de posgrado o especialización en su área profesional, conocen en un alto nivel todo lo relacionado con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Gracias por la formación académica, en diversos campos y contextos profesionales. Estas personas apropiaron conceptos generales y específicos de la RSE porque la exigencia laboral de la empresa, los invita a participar e interesarse por conocer todo lo que sucede en el entorno, para convertirse en multiplicadores de buenas competencias con el público interno y externo. De esa forma lograr desde su campo de acción, hacer de Transmeta un negocio sostenible y sustentable, a través de una nueva versión de negocio.

Los Profesionales en su gran mayoría conocen muy bien las prácticas de RSE, ya que como previamente hemos enunciado, han adquirido el conocimiento del tema durante los procesos de formación profesional. Y lo han reforzado con las diferentes campañas aplicadas en la empresa.

Los Universitarios por el contrario tienen una leve noción del tema ya que están en proceso y obtención del conocimiento en sus estudios profesionales. Pero por las campañas aplicadas en la empresa se han visto involucrados en las prácticas y por tal motivo han algunos conocido a profundidad las prácticas de RSE, y como otros tienen un nivel medio o nulo del tema.

Los Técnicos al igual que los universitarios obtienen el conocimiento en sus procesos de formación académica, y reforzándolo en la empresa.

Y por otro lado los Bachilleres en su mayoría no tienen una idea tan profunda acerca del tema ya que en su formación académica no han contado con la oportunidad de adquirir el conocimiento de RSE. Las personas que han tenido algún contacto respecto al tema han sido por medio de las prácticas realizadas en la empresa.

De acuerdo a lo anterior la mitad de los colaboradores que son Profesionales y Especialistas conocen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, como consecuencia de esto tiene claro cuales son los programas que la empresa está ejecutando en la actualidad, para cumplir con la política que se implementó en el presente año.

Para este grupo de colaboradores es fácil reconocer cuando una actividad, es una práctica socialmente responsable, sin necesidad de tener un medio escrito que especifique la información pertinente al programa, gracias que a su nivel de comprensión frente a los temas de actualidad en las empresas y el refuerzo que la compañía ha otorgado para el entendimiento a estos temas, desde el momento en que Transmeta decide ser parte de esta nueva forma de negocio.

Por el contrario la otra mitad de los colaboradores que son los Tecnólogos, Universitarios y Bachilleres tiene un conocimiento superficial o nulo de RSE, porque de las personas que dieron razón del tema, lo hicieron gracias a la información que es divulgada en los diferentes medios de comunicación utilizados por la empresa. En los cuales se les ha contado de manera general el significado del concepto y lo que esto beneficia a la evolución de la empresa.

Edad

#Personas	Alto	#	Medio	#	Bajo	#
13	19-30 Años	5	19-30 Años	6	19-30 Años	2
8	31-40 Años	5	31-40 Años	2	31-40 Años	1
6	41-60 Años	3	41-60 Años	0	41-60 Años	3
Total general		13	Total general	8	Total general	6

Las personas entre 19-30 años siendo la gran mayoría en la empresa, casi todos tienen un conocimiento general de lo que involucra el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Algunos por su inexperiencia laboral demuestran desinterés frente a temas que no concierne con sus labores diarias.

Las personas del rango de 34-40 Años en general tienen noción de del concepto. Sobresale el nivel alto de conocimiento, por consecuencia de los estudios culminados de los colaboradores de estas edades, además por el interés mutuo o individual de progreso en la empresa.

Finalmente las de 41-60 Años se dividen siendo la mitad conocedores del concepto frente a la otra mitad que se encuentra en un nivel bajo de conocimiento. En este caso se ve el nivel de diferencia por el nivel de escolaridad que tienen los integrantes de este rango de edad.

Nivel Profesional					
ALTO	#	Medio	#	Bajo	#
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	3	ECONOMIA	1	SECRETARIADO	1
COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA	2	FINANZAS Y ECONOMÍA	1	TECNICO EN SISTEMAS	2
INGENIERIA Y ECONOMIA	1	INGENIERO DE SISTEMAS	1	TECNOLOGA EN MERCADEO	1
MERCADEO	1	TECNICO EN ADMINISTRACION DE TALENTO HUMANO	1	N/A	2
PSICOLOGO	4	TECNICO EN ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO	1		
TECNOLOGA MECATRONICA	1	TECNOLOGA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS	1		
		N/A	2		
Total general	12	Total general	8	Total general	6

La Profesión que resalta a la vista de su conocimiento del tema son los de Psicología, Administradores de Empresas seguido por los Comunicadores Sociales. Estas 3 tres profesiones abordan a profundidad el concepto de Responsabilidad Social ya que hacen parte del funcionamiento global de la compañía, y de los procesos en general que se realizan en ella.

Por otro lado las tecnologías y demás carreras enfocadas a una sola unidad de la estructura empresarial, tiene un nivel medio de conocimiento del concepto, como también bajo, como lo podemos ver en el cuadro. Esta tendencia se da a causa de la poca participación de los colaboradores de estas profesiones a otras unidades de trabajo, además de la poca educación experta en su área de profesión o trabajo.

Conclusiones

La comunicación organizacional es necesaria dentro la gestión que tenga una empresa, entidad u asociación, dado que partir del desarrollo de esta subdisciplina se pueden lograr articular y direccionar las acciones, en función de cumplir los propósitos con los públicos de interés.

El impacto que tenga el análisis de procesos a partir del concepto de comunicación sirve como herramienta para mejorar las actividades que ejecute la organización y a su vez pueda ser útil para alinear los objetivos de una empresa, con el interés de contribuir en el bienestar y crecimiento de la misma.

Los sistemas de gestión de calidad que utiliza Transmeta SAS en la actualidad, sirven como instrumento para garantizar la formación de la Responsabilidad Social Empresarial al interior y exterior de la organización, pero estos procesos no han sido medidos de forma oportuna, es por esto que se evidencia un elevado índice de desinformación por parte de los colaboradores.

La composición lingüística que tienen los mensajes que envía Transmeta SAS, no es la correcta para dar a conocer e involucrar a los colaboradores en un nuevo proceso de la organización. del que hace parte la organización, los canales por los que fluye la información son efectivos pero no han sido utilizados de forma adecuada, no se ha logrado el impacto que se pretende.

Los canales de comunicación implementados en Transmeta SAS, son oportunos para transmitir información, pero no son tan eficientes, cuando se trata de recibir una retroalimentación por parte de los empleados.

Tan solo cuatro de doce programas, que tuvo como objetivo la organización para el año 2012, fueron apropiados por el publico de interés, son los administrativos los que en su mayoría hacen parte de estas practicas, pero desconocen el

propósito de las acciones que se ejecutan en para convertir a la empresa en una compañía socialmente responsable.

Hay que mejorar el enfoque de las acciones que se van a desarrollar con los públicos de interés, porque, aunque Transmeta SAS quiere establecer planes de acción con el soporte de sistemas de gestión de calidad, los programas deben motivar y promover el buen desempeño y la participación de los colaboradores de la organización, y que se vea reflejado en el crecimiento y al alcance de las buenas practicas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que se ha conseguido hasta ahora es generar una leve idea del concepto general y un mínimo conocimiento de los pilares que trabaja éste tema.

La presencia de procesos de calidad es fuerte, pero es limitada en el paso de comunicar e integrar a los empleados en los temas que con seguridad los involucran, existen parámetros bajo los cuales se dimensionan los programas de Responsabilidad Social, pero la evaluación que se da estos no es constante y congruente con los acontecimientos en los que se encuentra inmersa la organización.

INTERNAS	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Cuenta con los sistemas de gestión de calidad adecuados, para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. -El personal a cargo de los procesos que garantizan la aplicación de la Responsabilidad Social en la empresa, están capacitados para la	-Es una empresa reconocida en su gremio, por trabajar en la ejecución adecuada de sus labores. -Transmeta SAS, hace parte de programas globales de mejoramiento sostenible y calidad de vida laboral, que se pretenden aplicar en diferentes

implementación de los programas. -Existen suficientes canales de comunicación para garantizar la divulgación de la información. - La empresa ya cuenta con diferentes certificaciones de calidad, que garantizan la efectividad y excelencia en muchos de los procesos de la compañía.	organizaciones del país. -Transmeta SAS, trabaja para una empresa como Ecopetrol y Pacific Rubiales que supervisan con rigurosidad la aplicación de procesos de calidad y la implementación de prácticas socialmente responsables.
DEBILIDADES - Falta desarrollar herramientas de evaluación que permitan evidenciar el nivel de conocimiento de los empleados, frente al tema de RSE. - No existe retroalimentación por parte de los colaboradores frente a los programas de Responsabilidad Social de los que hacen parte.	AMENAZAS -Falta la integración de todos los grupos de interés que hacen parte de los procesos de RSE en una compañía. -La empresa hace parte de un gremio que está inmerso en los procesos más grandes de Responsabilidad Social, presentes en el país. - Falta desarrollar un plan estratégico de comunicación que involucre e integre a los públicos objetivos.

Propuestas

Implementar diferentes herramientas de evaluación oportunas, para evidenciar la integración de los colaboradores en los programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Garantizar la ejecución de los indicadores de gestión en cada uno de los procesos que hacen parte de la implementación de la Responsabilidad Social, para determinar el grado de efectividad y compromiso que tiene los empleados frente a las acciones y actividades propuestas por la organización.

Hacer de un canal de comunicación el medio por el cual fluya la información, que retroalimente al comité encargado de la elaboración de los programas encaminados a cumplir con los pilares de Responsabilidad Social, con el fin de identificar falencias en los procesos y generar interés por parte de los empleados.

Generar planes estratégicos de comunicación para divulgar la información que es elaborada por los sistemas de gestión de calidad, con el fin de llegar con precisión a cada uno de los públicos objetivos, además de motivar e integrar a los mismos en la apropiación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Dentro de los planes de acción elaborados por el comité de responsabilidad Social se debe plantear la oportunidad de formar a los colaboradores en las nuevas formas de negocio, que hacen de una empresa una compañía rentable, sostenible y sustentable, es así como se puede garantizar que los procesos de gestión de calidad cumplan con los objetivos y estos a su vez se alineen con la focalización estratégica.

Conclusiones

La comunicación organizacional es necesaria dentro la gestión que tenga una empresa, entidad u asociación, en la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial, dado que a partir del desarrollo de esta subdisciplina se pueden lograr articular y direccionar las acciones, en función de cumplir los propósitos con los públicos de interés.

La composición lingüística que tienen los mensajes que envía Transmeta SAS, no es la correcta para dar a conocer e involucrar a los colaboradores en un nuevo proceso de la organización.

Los canales de comunicación analizados en mi sistematización de experiencia en Transmeta SAS, son oportunos para transmitir información, pero no son eficientes, cuando se trata de recibir una retroalimentación por parte de los empleados.

Tan solo cuatro de doce programas, que tuvo como objetivo la organización para el año 2012, fueron apropiados por el público de interés.

Existen parámetros bajo los cuales se dimensionan los programas de Responsabilidad Social, pero la evaluación que se da estos no es constante y congruente con los acontecimientos en los que se encuentra inmersa la organización.

Bibliografía

- AGUILÓ, M. (2005). *Memoria, conocimiento y utopía: Anuario de la Sociedad Mexicana de Historia de la Educación, Número 1*. UCOL .
- ALMENARA, j. R., & Roca, X. (2005). *Comunicación interna en la empresa*. Barcelona: Editorial UOC.
- ARDURA, I. (2007). *Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing*. Editorial OUC.
- BENÍTEZ, J. (2009). Comunicación Responsable- caso: Empresa Minera Agroindustrial El corazón . En F. d. Palermo, *Escritos en la Facultad*. Buenos Aires, Argentina.: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- BLAND, M., & Peter, J. (1992). *Comunicación Interna Eficiente*. Bogotá D.C.: Fondo Editorial Legis.
- BOCAREJO, J., Ortiz, M., Alonso, F., & Cucchi, S. (2012). *Guía para el desarrollo de Planes Empresariales de Movilidad Sostenible - PEMS*. Bogotá D.C.: Universidad de los Andes.
- COLOBRAN, M. *Administración de sistemas operativos en red*. Editorial UOC, 2008.
- CARBONELL, R. (1998). *Nuevas técnicas de la comunicación escrita*. EDAF.
- CATIE, B. (2003). *La administración de la empresa asociativa*. Paraguay: Inst. interamericano de cooperación para la agricultura.
- COMITÉ DE RSE, Transmeta SAS. (Enero de 2012). Política de RSE. *Documento gerencial* . Bogotá, Colombia.
- CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD. (marzo de 2011). *Guía del sistema de seguridad, salud ocupacional y ambiente para contratistas del sector de transporte*. Recuperado el 20 de mayo de 2012, de http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/ruc/novedades/transportes/guia.pdf
- CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD. (2012). Preguntas Frecuentes del RUC. *Protección y Seguridad*, 59.

- CORTÉS DÍAZ, J. M. (2007). *Seguridad E Higiene Del Trabajo*. Madrid-España: Editorial Tebar.
- COSTA, J. (2004). *Dircom- online*. Bolivia: Grupo Editorial Desig.
- DELGADO, M. (2005). *Comunicación interna en la empresa*. Barcelona: Eureka Media.
- DURÁN, C. (2012). Percibir la comunidad como un foco de desarrollo. *RS, Responsabilidad Sostenibilidad*, 33.
- ENRIQUE, A. M. (2008). *Planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- GÓMEZ, C. G. (2005). Cómo Comunicar la Responsabilidad SOCIAL EMPRESARIAL. *Gerente*, 38.
- KRATIROFF, H. (2003). *Manual de Product Manager*. Barcelona: España: Gestión 2000.
- MONTOYA, j. E. (2010). *Principios de RSE Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá D.C. Colombia: Montoya Sierra Jorge Emilio.
- MOYA, J. (1996). *Estrategia, gestión y habilidades directivas: Un manual para el nuevo directivo*. Ediciones díaz Santos.
- PALENCIA, M., & Leffer, M. (2011). *Técnicas de Comunicación y Relaciones Publicas- Manual de Comunicación Corporativa*. Barcelona: Editorial Profit.
- PINO, M. (2008). *Recursos Humanos - Ciclos formativos*. Madrid- España: Editorial Editex.
- PIZZOLANTE NEGRÓN, I. (2007). *El poder de la comunicación estratégica*. Colombia: Intermedio del circulo de lectores.
- RECIO, I. (2012). 2012: un año de metas concretas. *RS, Responsabilidad Sostenibilidad*, 10.
- ROMERO, V. (2009). *La lengua española y la comunicación*. España: Ariel s.a. Barcelona.
- INTERACTIVIDAD. (S.F.). Recuperado el 20 de mayo de 2012, de <http://www.hipertexto.info/documentos/interactiv.htm>

- TRANSMETA SAS. (2011). *Informe de actividades de Responsabilidad Social*. Bogotá D.C.: Sostenible Consultores.
- TRANSMETA SAS. (2012). *Perfil corporativo Transmeta SAS*. Bogotá: Sostenible Consultores.
- TRANSMETA SAS. (S.F). *Acerca de Transmeta SAS*. Recuperado el 22 de marzo de 2012, de <http://www.transmeta.com.co/Qui%C3%A9nessomos/tabid/61/language/es-CO/Default.aspx>
- TRANSMETA SAS. (S.F). *Acerca de Transmeta SAS*. Recuperado el 2012 de marzo de 2012, de www.transmeta.com.co
- VENTURA, B. E. (2006). *Gestión Administrativa personal*. . Editorial Paraninfo.
- VERITAS, B. *Manual Para la Formación en Medio Ambiente* . Lex Nova, 2008.
- YEPES, G., Peña, W., & Sanchez, I. (2007). *Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- FOMETO DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE SOGIOLOGIA APLICADA. (2008). *VI Informe sobre exclusión y desarrollo social en España*. Madris, España: Caritas Españolas.
- Cordero Salas Paula, S. S. (2002). *Sistemas de gestión medio ambiental: Las normas ISO 14000*. No. 21. IICA.
- LEE J AUTOR KRAJEWSKI, L. P. (2010). *Administración de las operaciones: estrategia y análisis*. Pearson Educación, 2000.
- Cronograma de actividades de RSE, 2012. (enero de 2012). *Actividades de RSE en Transmeta SAS*. Bogotá, Colombia: Transmeta SAS.

Anexos

Los anexos son un complemento que comprueba muchos de los temas nombrado con anterioridad durante la construcción y elaboración de la sistematización de experiencias, en este caso fue pertinente incluir los siguientes documentos:

1. Diagnóstico e informe de actividades en Responsabilidad Social Empresarial-2011.
2. Política de HSEQ, en Transmeta SAS.

INFORME DE ACTIVIDADES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL 2011

Tabla de contenido

Introducción	129
Actividades desarrolladas durante 2011	129
1. Programa de seguridad vial.....	129
2. Campaña de sensibilización a conductores de tracto camión en alianza con Cormacarena..	130
3. Revisión y actualización del perfil corporativo.....	130
Misión	130
Visión	130
Valores Corporativos	130
4. Diagnóstico de Responsabilidad Social.	131
4.1 Reporte de hallazgos por categoría	132
5. Mapeo de grupos de interés.	134
6. Definición de la Política de Responsabilidad Social.....	135
7. Creación del Comité de Responsabilidad Social.....	135
8. Definición de actividades en Responsabilidad Social para 2012.....	135
8.1. Certificación ISO 14001.	135
8.2. Capacitación a conductores en transporte seguro.	136
8.3. Control de emisión de gases de flota propia.	136
8.4. Verificación de estructura organizacional y escala salarial.....	136
8.5. Campaña de uso de instrumentos de reporte y sugerencias.	136
8.6. Definición de una política de relacionamiento con grupos de interés.	137
8.7. Elaboración de informes anuales a los grupos de interés.	137
8.8. Campaña de divulgación de identidad corporativa y política de responsabilidad social.	137
8.9. Participación en Plan empresarial de movilidad sostenible de la Fundación Chevrolet.	137
ANEXO 1.....	137

Introducción

El 2011 fue un año crucial para Transmeta SAS en materia de responsabilidad social, ya que fue el año en el que se decidió afianzar el compromiso con la sostenibilidad y los grupos de interés.

En este sentido, se adelantaron diversos proyectos y actividades, todos con el propósito de seguir mejorando como empresa, e impactar positivamente el entorno en el cual se desarrollan las operaciones.

En Transmeta entendemos la responsabilidad social, como la directriz integral que orienta a las empresas a alcanzar sus objetivos de negocio en las dimensiones económica, laboral, social y ambiental; y en los contextos interno y externo.

Por lo anterior, identificamos tres áreas de trabajo en esta materia: gobierno corporativo, calidad de vida en la empresa y promoción del desarrollo sostenible. Desde esta perspectiva trabajamos e implementamos la responsabilidad social.

Actividades desarrolladas durante 2011

1. Programa de seguridad vial.

Desde el 2007 venimos desarrollando el “Programa de Seguridad Vial” con el objetivo de reducir la tasa de incidentalidad vial de la operación, y lograr mantener la integridad física de nuestros Conductores y demás usuarios de la vía, para ello se desarrollan permanentemente actividades para lograr el mejor equipo de Conductores, pero conscientes de que el proceso no solamente se debe adelantar con nuestro grupo de colaboradores, si no también con los otros usuarios de la vía por donde transitamos habitualmente, se incluyó dentro del proceso de sensibilización, y formación permanente a los Conductores de Tractocamion, indistintamente si son de nuestra operación, con el fin de generar una cultura en seguridad vial. Con esta iniciativa se ha logrado reducir a cero (0) los incidentes de tránsito con alto potencial, en la Vía Puerto Gaitán – Campo Rubiales, y los efectos colaterales que tenían estos eventos sobre las comunidades en la zona de influencia de Campo Rubiales, operado por nuestro principal cliente Pacific.

2. Campaña de sensibilización a conductores de tracto camión en alianza con Cormacarena.

Después de un análisis de varias compañías de transporte, Transmeta fue la elegida para ser la protagonista de un documental llamado “Contingencias en el transporte de Hidrocarburos por Tractocamión” realizado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y Cormacarena, teniendo como principal criterio, la Seguridad. El documental principalmente enseña los cuidados que deben tener los conductores y el riesgo que tienen al transportar hidrocarburos. También, contaron con la participación de entrevistas de nuestro Presidente y el conductor del año 2010.

La divulgación se realizó a los conductores de Transmeta Cargo y a los directivos de la compañía.

3. Revisión y actualización del perfil corporativo.

Tras 8 años de operaciones, se realizó un ejercicio de evaluación y actualización para entender la realidad de la compañía y proyectarla adecuadamente a los grupos de interés. Como resultado de este ejercicio, Transmeta SAS cuenta con un nuevo perfil corporativo el cual se relaciona a continuación:

Misión

Transportar de manera segura, responsable y a valores justos los pasajeros y mercancías que nos confían nuestros clientes, para garantizar la calidad y rentabilidad del servicio que ofrecemos.

Visión

Buscamos ser la empresa líder en las diferentes modalidades de transporte terrestre automotor en Colombia.

- Implementar los más altos estándares de seguridad.
- Contar con el mejor talento humano del sector.
 - Incrementar la cobertura a nivel nacional.
- Ser el referente nacional en logística especializada.

Valores Corporativos

Honestidad. Promovemos una cultura de transparencia y la proyectamos en todas nuestras unidades de negocio. Respetamos la ley y generamos relaciones de confianza para garantizar el respaldo y la credibilidad de nuestros grupos de interés.

Respeto. Lo practicamos con nuestros clientes, empleados, proveedores, compañeros de trabajo, la comunidad y el medio ambiente en todas nuestras relaciones y operaciones.

Trabajo en Equipo. Todos desde nuestras funciones cotidianas operativas, técnicas y administrativas, aportamos y colaboramos para alcanzar de manera integral el éxito y la excelencia.

Responsabilidad. Somos conscientes y valoramos la confianza que los inversionistas y clientes depositan en nosotros, por lo tanto garantizamos una operación eficiente en términos económicos, sociales y ambientales.

Seguridad. Invertimos en los más altos estándares de seguridad para nuestros colaboradores, instalaciones, equipos y el desarrollo de nuestra operación; somos conscientes del impacto que generamos en nuestro entorno.

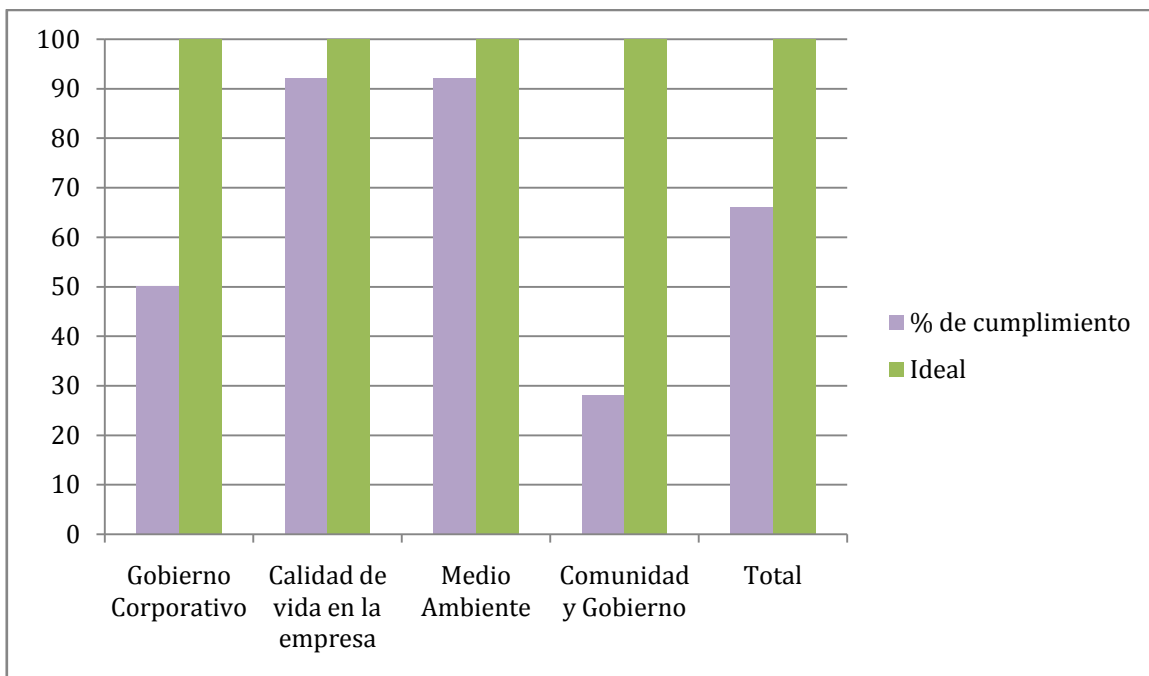
Talento Humano. Contamos con conductores, técnicos, profesionales y colaboradores especializados en nuestras áreas de servicio, quienes están comprometidos con la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. Conocemos a profundidad los negocios, la infraestructura vial del país y las condiciones de movilidad en nuestras áreas de operación.

Liderazgo. Somos un referente nacional de la industria del transporte en términos de calidad, servicio y tecnología.

4. Diagnóstico de Responsabilidad Social.

Como parte de la actualización del perfil corporativo, y conscientes de la necesidad de generar un impacto positivo en la operación y materializar la misión, visión y valores, se realizó un diagnóstico de prácticas en materia de responsabilidad social. A continuación se relacionan los resultados.

Tabla Diagnóstico Transmeta



Porcentaje de cumplimiento total: 66%

Nivel: mejoramiento



La empresa ha incorporado en su gestión algunas prácticas de RSE, sin embargo estas se encuentran en etapa de implementación. En otras de sus áreas la empresa no ha gestionado prácticas de RSE pero tiene un gran interés en considerarlas.

4.1 Reporte de hallazgos por categoría

b. Categoría gobierno corporativo

Porcentaje de cumplimiento: 50%

Nivel: Mejoramiento



La empresa ha incorporado en su gestión algunas prácticas de RSE, sin embargo algunas se encuentran en etapa de implementación. En otras áreas la empresa no ha gestionado prácticas de RSE pero no desestima la posibilidad de considerarlas. Es el momento de definir que prácticas adicionales se incorporarán a la organización con el propósito de alcanzar una posición competitiva y asegurar el liderazgo en materia de responsabilidad social dentro de la industria del transporte.

Aspectos que están en proceso de implementación:

- Creación de un área encargada de Responsabilidad Social.

Aspectos que se deben incorporar:

- Certificación en ISO 14001(Sistema de Gestión Ambiental) para todas las unidades de negocio.

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Definición de un plan estratégico general y por cada unidad de negocio.
- Elaboración de informes anuales a los grupos de interés.
- Elaboración de un código de Ética.

c. Categoría calidad de vida en la empresa

Porcentaje de cumplimiento: 92%

Nivel: Fortalecimiento



La empresa presenta un alto compromiso con la implementación de prácticas de RSE en esta categoría, con acciones encaminadas a mejorar el clima organizacional, la fidelización de los empleados y así, su nivel de competitividad y diferenciación con respecto a otras organizaciones del sector. Se recomienda mantener y continuar con la implementación de prácticas que ayuden a mantener el liderazgo en esta materia.

Aspectos que se deben incorporar:

- Aplicación de criterios objetivos de ascenso y evaluación

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Fomentar espacios para que los empleados expresen sus reclamos y/o sugerencias.

d. Categoría promoción del desarrollo sostenible- Medio Ambiente.

Porcentaje de cumplimiento: 92%

Nivel: Fortalecimiento



La empresa presenta un alto compromiso con la implementación de prácticas de RSE en esta categoría, con acciones encaminadas a promover el respeto y el cuidado por el medio ambiente, y la conciencia de los impactos que genera en el entorno. Se debe mantener y

continuar la implementación de prácticas que ayuden a mantener el liderazgo en esta materia.

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Investigar sobre programas de reducción de gases de efecto invernadero.

e. Categoría promoción del desarrollo sostenible -Comunidad y Gobierno-.

Porcentaje de cumplimiento: 28%

Nivel: Alerta



La empresa implementa prácticas mínimas en esta categoría y evidencia hasta el momento poco conocimiento y/o interés en el desarrollo de un proceso estructurado de buenas prácticas con los grupos de interés. Lo anterior podría poner en riesgo la competitividad sostenible de la empresa en el mediano y largo plazo.

Aspectos que están en proceso de implementación:

- Definición de una política de relacionamiento con grupos de interés.

Aspectos que se deben incorporar:

- Participación en proyectos con entidades gubernamentales.
- Desarrollo de iniciativas para mejorar el bienestar de la comunidad.

Aspectos que se recomienda incorporar en el mediano plazo:

- Involucrar a la comunidad.
- Capacitar a la comunidad.

En este punto se descubrió que la baja puntuación resultó porque no se tuvieron en cuenta en el diagnóstico actividades que se desarrollan en alianza con otras instituciones y organizaciones y que generan beneficio a la comunidad tales como los programas de seguridad vial y las capacitaciones a conductores de tracto camión que se mencionaron anteriormente.

5. Mapeo de grupos de interés.

Como parte del compromiso en materia de responsabilidad social, realizamos el mapeo de grupos de interés.

Ver documento Anexo.

6. Definición de la Política de Responsabilidad Social.

A partir del diagnóstico, se procedió a definir la Política de Responsabilidad Social Empresarial:

En TRANSMETA S.A.S. estamos comprometidos con el cumplimiento de todos los procesos, normas y reglamentos que regulan nuestra operación en los aspectos laborales, tributarios y operacionales, entre otros. Promovemos la competencia responsable, ética y respetuosa en la industria del Transporte. Manejamos nuestros recursos económicos con transparencia y garantizamos la licitud de los mismos.

Reconocemos la confianza que depositan en nosotros los grupos de interés (Accionistas, Colaboradores, Clientes, Proveedores, Comunidad y Gobierno) donde respondemos a ellos atendiendo a sus solicitudes, proporcionándoles información veraz. Nos apropiamos del respeto y aplicación de los Derechos Humanos, la no discriminación de las personas, y todos los principios fundamentales en el trabajo.

7. Creación del Comité de Responsabilidad Social.

Para demostrar el compromiso de Transmeta con la Responsabilidad Social, se tomó la decisión de crear un grupo de trabajo en la empresa para implementar y hacer seguimiento a los temas escogidos. El Comité está conformado por representantes de las áreas de HSE, Calidad, Gestión Humana y Comunicaciones.

8. Definición de actividades en Responsabilidad Social para 2012.

El Comité de Responsabilidad Social, tras un ejercicio de priorización y tomando como punto de partida el diagnóstico en responsabilidad social, definió las siguientes actividades en Responsabilidad Social Empresarial para 2012:

8.1. Certificación ISO 14001.

Objetivo: Evidenciar el compromiso ambiental de la empresa y sus empleados a través de la implementación y certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001 Versión 2004 iniciando este año con la operación de cargo que por la actividades propias del proceso es donde se genera la más alta significancia de impacto ambiental, y extender los programas a las demás unidades de negocio durante el 2012, generando un compromiso con el bienestar de la humanidad a largo plazo.

8.2. Capacitación a conductores en transporte seguro.

Objetivo: Programa de capacitación a conductores de flota propia y terceros para promover el transporte seguro: Continuar con el proceso de sensibilización, y capacitación continua de los Conductores de la flota propia, los terceros, y demás asociados a la actividad de transporte de hidrocarburos siendo partícipes en la creación de una cultura en seguridad vial en los corredores por donde principalmente transitamos en la operación de cargo.

8.3. Control de emisión de gases de flota propia.

Objetivo: Definir e implementar el Programa de monitoreo de gases efecto invernadero en fuentes móviles como son los vehículos de la empresa como parte del sistema de gestión ambiental, y participando en los objetivos del milenio de incrementar el interés colectivo de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para mantener el aumento medio de la temperatura mundial.

8.4. Verificación de estructura organizacional y escala salarial.

Objetivo: Diseñar la estructura organizacional y escala salarial de tal modo que permita a la compañía definir cargos y salarios garantizando equidad interna, y del mismo modo permitiendo la alineación con los objetivos corporativos de la organización

8.5. Campaña de uso de instrumentos de reporte y sugerencias.

Objetivo: Continuar con la promoción de un mecanismo de comunicación y retroalimentación con los colaboradores para promover la participación, la libertad de expresión, y la solución respetuosa de las controversias.

8.6. Definición de una política de relacionamiento con grupos de interés.

Objetivo: Gestionar de manera efectiva las comunicaciones con los grupos de interés con el fin de establecer relaciones de beneficio mutuo.

8.7. Elaboración de informes anuales a los grupos de interés.

Objetivo: Hacer conocer a los grupos de interés, y a todas las personas del sector transporte, el trabajo realizado en RSE, la ejecución de cada programa y el balance que se tiene respecto a la Política de RSE.

8.8. Campaña de divulgación de identidad corporativa y política de responsabilidad social.

Objetivo: Promover el sentido de pertenencia de los colaboradores y la aplicación práctica de la misión, visión y valores corporativos, y socializarlos externamente con los grupos de interés.

8.9. Participación en Plan empresarial de movilidad sostenible de la Fundación Chevrolet.

Objetivo: Participar en el proyecto PEMS de la Fundación Chevrolet y la Universidad de Los Andes con el propósito de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y aportar a la movilidad de Bogotá.

ANEXO 1.

GRUPOS DE INTERÉS

TRANSMETA CARGO

Los actores y grupos de interés son todos aquellos individuos o grupos que afectan o se ven afectados por TRANSMETA y sus actividades.

I. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN

1. DUEÑOS

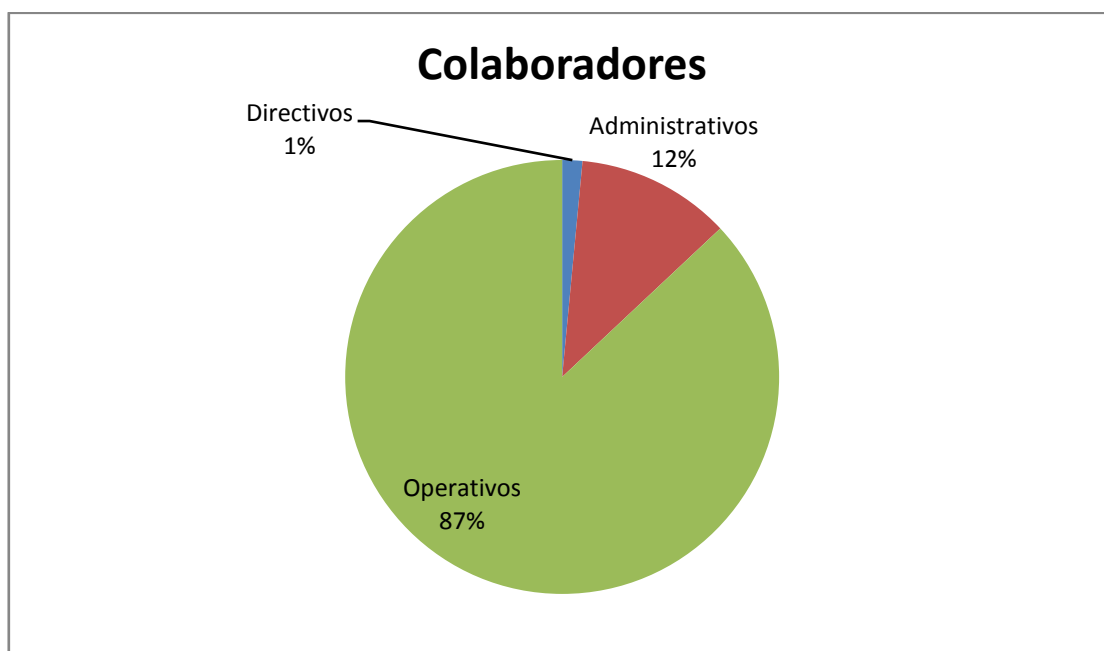
Grupo Synergy

Synergy Group Corp., es un conglomerado económico suramericano de propiedad del empresario colombo brasilero Germán Efromovich, y su hermano José Efromovich. Cuenta con inversiones en exploración de petróleo en Colombia, Brasil y Ecuador; el grupo participa como accionista y operador de varias aerolíneas, y astilleros en la región. HJDK, es el holding de propiedad única de la familia de Germán Efromovich, con inversiones en hotelería, agricultura e industria.

2. EMPLEADOS

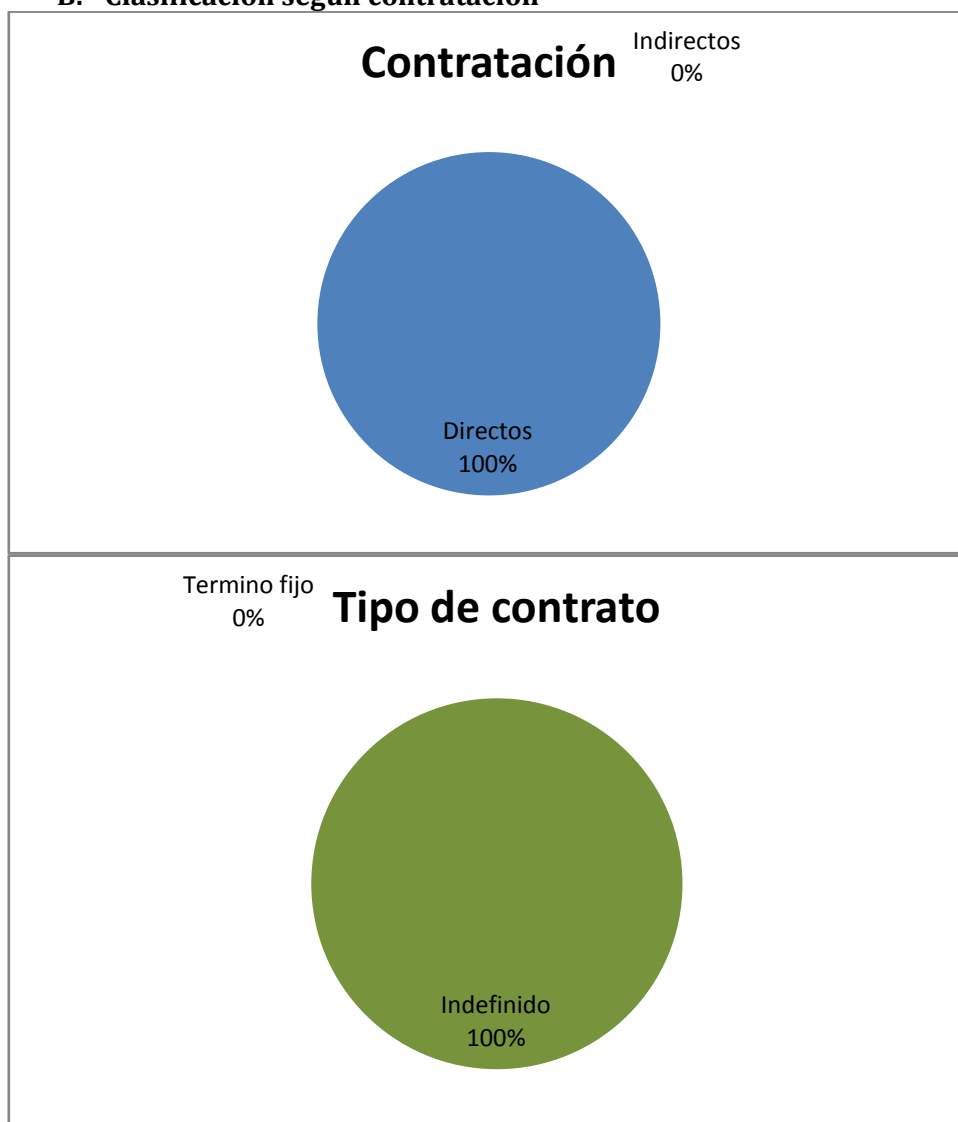
Número total de empleados: 200

A. Clasificación por grado de especialización



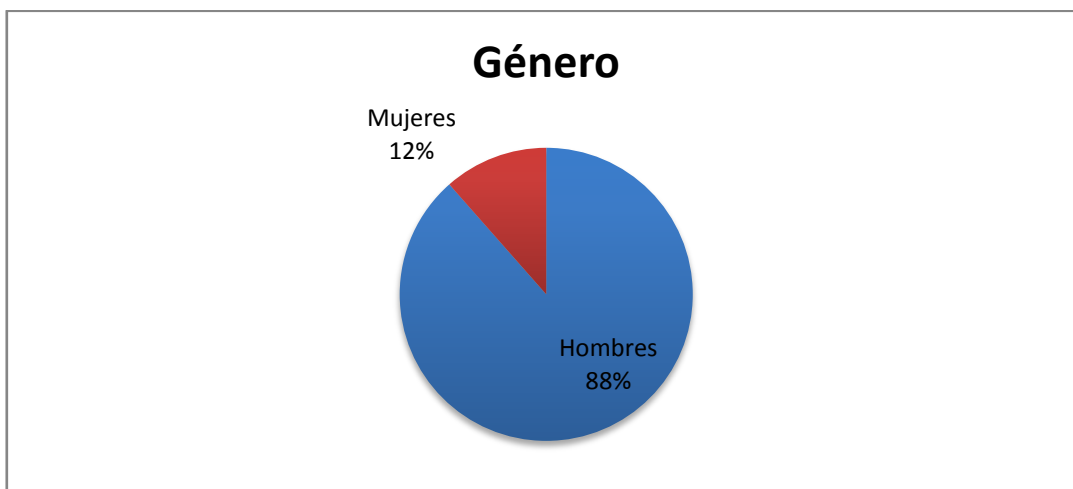
Directivos	3
Administrativo	23
Operativos	174

B. Clasificación según contratación



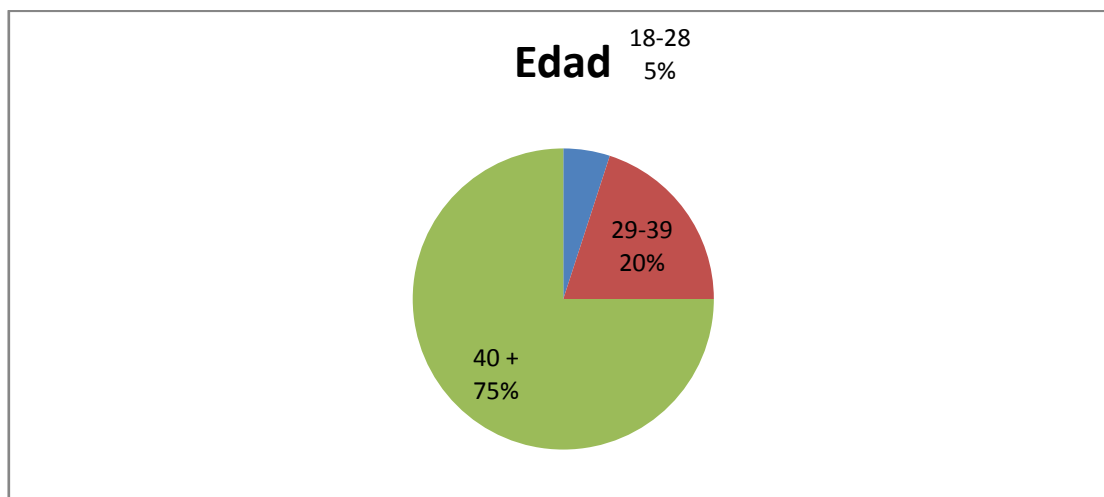
TIPO DE CONTRATO	No de Personas por Transmeta
Directos	Todo el personal
Por empresas administradoras de personal	No contamos con personal suministrado
Termino fijo	No contamos con personal a termino fijo
Termino indefinido	Todo el personal está contratado a termino indefinido

C. Clasificación por género



GENERO	CARGO
Mujeres	23
Hombres	177
Mujeres cabeza de familia	3

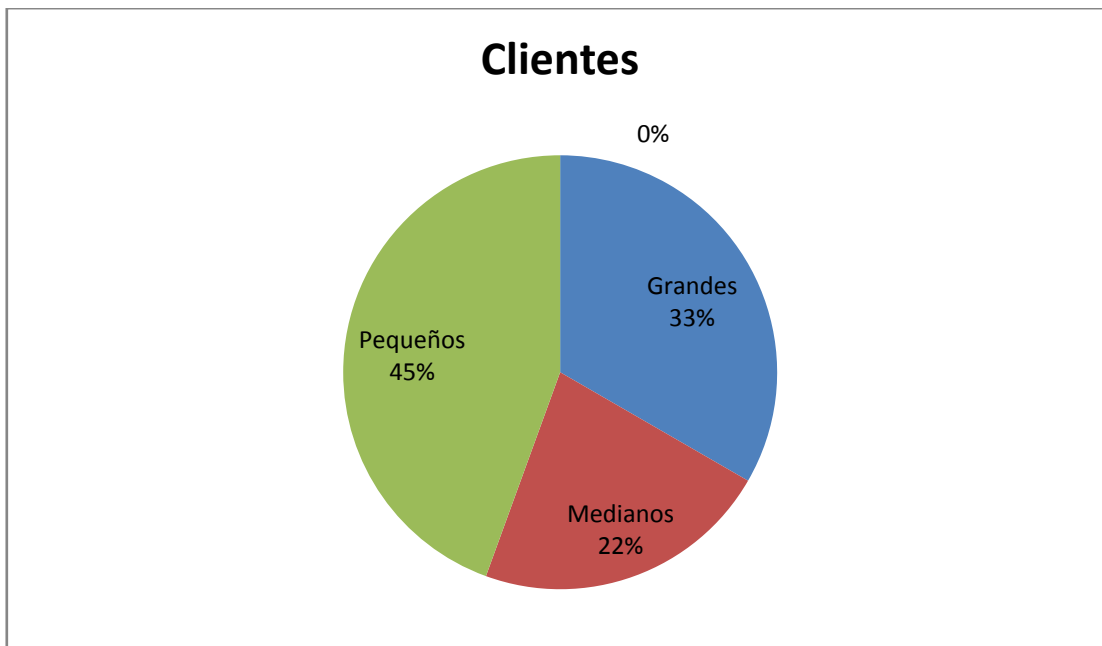
D. Clasificación por edad



EDAD	CARGO
18 – 28	10
29 – 39	40
40 en adelante	150

3. CLIENTES

A. Clasificación por volumen de ventas:



1. Grandes:

Numero: 3

- Pacific Rubiales Energy
- Cepcolsa S.A
- Ecopetrol

2. Medianos:

Numero: 2

- Petrobras
- Yara Colombia

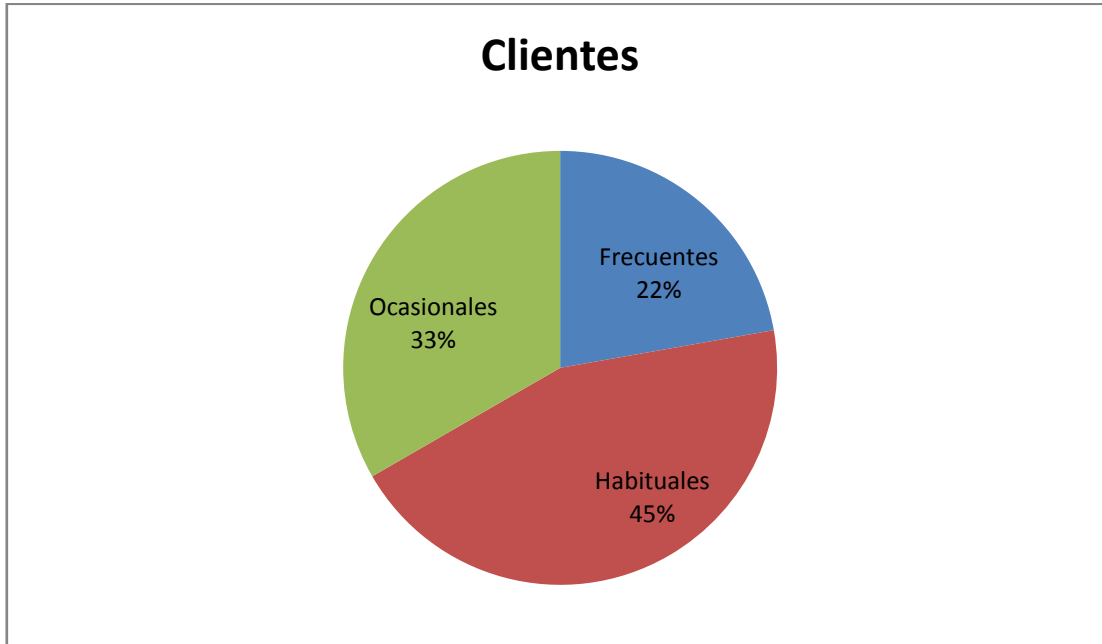
3. Pequeños:

Numero: 4

- Tractocarga
- Smarth Logistics
- Transportar

- Inantral (pequeño, habitual)

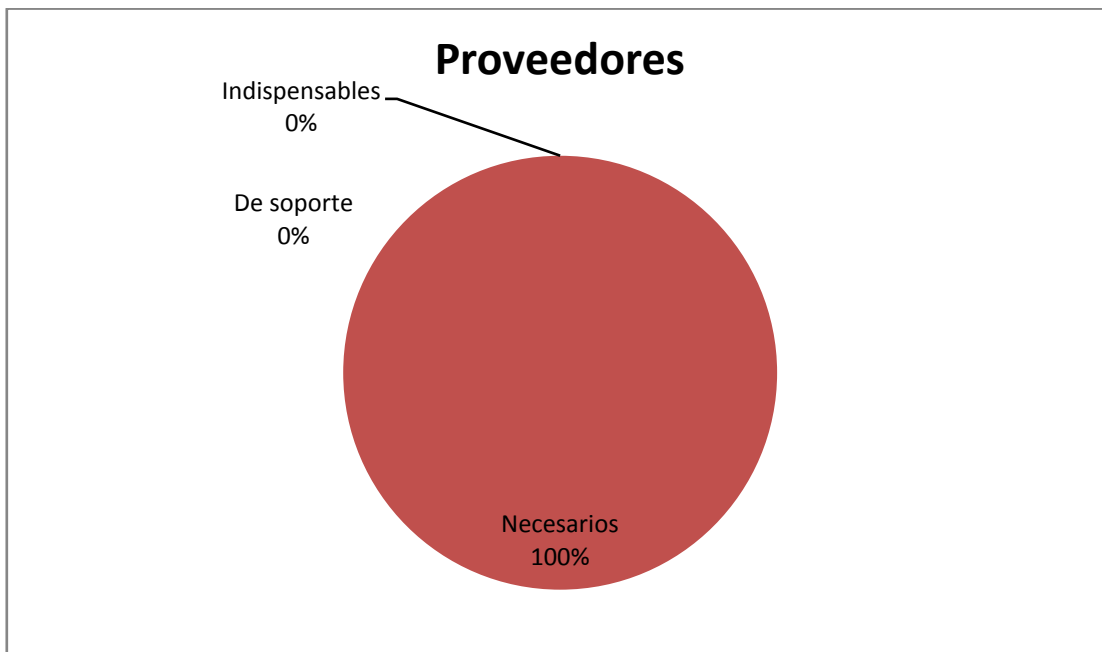
B. Clasificación en términos de la relación:



1. Frecuentes(clientes que han realizado más de 5 compras)
 - Pacific Rubiales Energy
 - Cepcolsa S.A
2. Habituales(cuando el cliente ha realizado de 3 a 5 compras)
 - Petrobras (mediano, habitual)
 - Yara Colombia (mediano, habitual)
 - Tractocarga
 - Inantral
3. Ocasionales(cuando el cliente ha realizado 1 o 2 compras)
 - Smarth Logistics
 - Transportar
 - Ecopetrol

4. PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

A. Clasificación en términos de la importancia de los productos que suministran:



1. Indispensables (sin ese bien o servicio el negocio se ve afectado)

Numero: 0

1. Necesarios (son muy importantes pero pueden ser reemplazados fácilmente)

Numero: 9

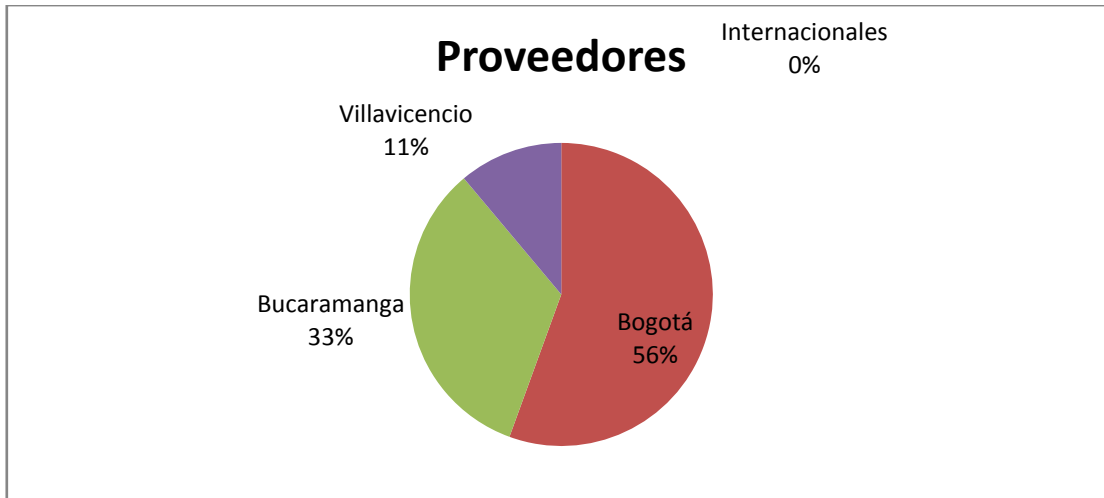
Nombres:

- Alitrans (necesario, Villavicencio, grande)
- Copetran (necesario, Bucaramanga, grande)
- Cotrasur (necesario, Bucaramanga, grande)
- Covolco (necesario, Bucaramanga, grande)
- Transinvel (necesario, grande)
- Transportes Trial (necesario, Bogotá, grande)
- Transportes Alvarez (necesario, Bogotá, grande)
- RS (necesario, Bogotá, grande)
- Andina Intern (necesario, Bogotá, grande)
- Hidrospill (necesario, nacional, grande)

2. De Soporte (no son primordiales para el desarrollo del negocio pero apoyan algunas actividades)

Numero: 0

B. Clasificación por lugar de procedencia:



1. Internacionales:

Numero: 0

3. Nacionales:

Numero: 4

- Cotrasur- Bucaramanga
- Covolco – Bucaramanga
- Copetrán – Bucaramanga
- Alitrans – Villavicencio

4. Locales (Bogotá):

Numero: 5

- Transnivel
- Transportes Trial
- Transportes Álvarez
- Andina Intern
- RS

C. Clasificación por volumen de compras:

1. Grandes:

Numero: 9 (todos

2. Medianos:
Numero: 0

3. Pequeños:
Numero: 0

5. GOBIERNO Y COMUNIDAD

Entidades Gubernamentales

- Ministerio de Transporte
- Cormacarena
- Corporinoquia
- Policía de carreteras
- Fondo de Prevención Vial

Gremios

- Colfecar

Comunidad y entorno

BOGOTA

Organizaciones y/o asociaciones comunitarias

Organización	Representante	Dirección	Teléfono
Puerta de Teja	N/A	Cra. 96 # 47 - 16	2675324
Fundación Pacto de Belén	Yanika Hernández	Calle 25 # 107 - 15	4134497
Diócesis de Fontibón	Enrique Agudelo	Cra. 98 No 17ª - 81	5649300

Autoridades locales (Alcaldía local, Policía; Juntas)

Autoridad	Dirección	Teléfono
Novena Estación	Cra. 98 # 16b-50	2676757

de Policía		
Inspección de Policía	Cra. 18 # 99-38	4185199
CAI Macarena	Calle 17 con Cra. 114	4156061
CAI Versailles	Cra. 109 # 23-33	2987957

Hospitales y centros de salud

Hospital	Clasificación	Dirección	Teléfono
Hospital Fontibón	Nivel III	Cra. 99 # 161-41	4184445
Hospital Engativá	Nivel I	Transv. 100ª # 80ª -50	2913300
CAMI	Nivel I	Cra. 104 # 20c-21	5425232

Instituciones de educación

Institución	Nivel	Dirección	Teléfono
Colegio Agustiniiano	Privado	Calle 34 # 69b-01	4279365
Colegio Van Uben	Público	Calle 17b # 123-26	5476875
Colegio Atahualpa	Público Distrital	Cra. 115 # 33-34	4189819
Colegio Costa Rica	Público Distrital	Cra. 101 # 23-42	2678559

Otras instituciones públicas y privadas (Cámara de Comercio, SENA, Organizaciones No Gubernamentales)

Institución	Representante	Dirección	Teléfono
Alcaldía local	Betty Afanador	Calle 25 #99-02	2671899
Personería de Bogotá	N/A	Cra. 18 # 99-02	2674023
Dian Aduana Bogotá	N/A	Av. Cra 68 # 22-81	5462200
Comisaría de Familia	N/A	Cra. 104b # 22-15	2672250
SENA	Ramito Torrado		3002128497
Coviandes	Susanne Davila		3105851742

CARTAGENA

Organizaciones y/o asociaciones comunitarias

Organización	Representante	Dirección	Teléfono
Asilo San Pedro Claver	Edna Margarita Ramos	Bosque Cl 21 N° 47 - 74	6627600 - 6625943

Autoridades locales (Alcaldía local, Policía; Juntas)

Autoridad	Representante	Dirección	Teléfono
Alcaldía	Campo Elías Terán	Plaza de la Aduana palacio Distrital	(5) 6501095
Inspección de Policía	Armando Gómez Castillo	Bosque Diag 21 ^a	6694694

Hospitales y centros de salud

Hospital	Clasificación	Dirección	Teléfono
Puesto de Salud	Media	Bosque Sector Manzanillo	

Instituciones de educación

Institución	Nivel	Dirección	Teléfono
Institución Educativa Alberto Elías Fernández Baena	Académico y Técnico	Bosque Diag. 21 ^a N°47-97	6623890 - 6628362

Otras instituciones públicas y privadas (Cámara de Comercio, SENA, Organizaciones No Gubernamentales)

Institución	Nivel	Dirección	Teléfono
Escuela Naval De Cadetes "ALMIRANTE PADILLA"	Profesional	Bosque Isla de Manzanillo	6724610

MONTERREY (CASANARE)

Organizaciones y/o asociaciones comunitarias

Organización	representante	teléfono
Comité de Desarrollo y Control Social de los Servicios Públicos	Raúl Otto Santos	(8) 6249890

Autoridades locales (Alcaldía local, Policía; Juntas)

Alcaldía Municipal	José Eduardo Ballesteros Jaimes	6249890
Estación de Policía	Comisario William Troncoso	6249927
SECRETARIA GENERAL - GOBERNACION DEL CASANARE	Gabriel Barreto	(578)6324701
SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA Y MEDIO AMBIENTE - GOBERNACION DEL CASANARE	Edna Angélica Linares	(578)6324698
SECRETARIA DE OBRAS PUBLICAS Y TRANSPORTE - GOBERNACION DEL CASANARE	Nelson Nadya Nieto	(578)6324701
DIRECCION DE TRANSITO DEPARTAMENTAL		(578)6392282
SECRETARIA DE GOBERNO - ALCALDIA MUNICIPAL DE MPONTERREY - CASANARE	Miguel Zárate Parada	6249927

Hospitales y centros de salud

Institución	nivel	teléfono
Clínica Nuestra Señora de Manare	Baja complejidad	6356874
Centro Medico 24 Horas	Baja complejidad	6249228/3103115569
Consultorio Medico Luis Alberto Requillo	Baja complejidad	6249126/3103037722

Instituciones de educación

INSTITUCIONES EDUCATIVAS	nivel	dirección	teléfono
Escuela Normal Superior de Monterrey Sede Central	básica - secundaria	MONTERREY	6249231/6249887

Otras instituciones públicas y privadas (Cámara de Comercio, SENA, Organizaciones No Gubernamentales)

Institución	representante	dirección	teléfono
Empresas Publicas de Monterrey		MONTERREY	86249127
Corporinoquia			(577)8852026
Cámara de Comercio Casanare	Álvaro Hernando Perilla Velandia	YOPAL	6358602/6349386
SENA Casanare	Nubia Esperanza Blanco Angarita	YOPAL	6356017

GUADUAS (CUNDINAMARCA)

Organizaciones y/o asociaciones comunitarias

Organización	Representante	Dirección	Teléfono
COMISARIA DE FAMILIA MUNICIPAL		CARRERA 3 CALLE 4 ESQUINA	3168659274

Autoridades locales (Alcaldía local, Policía; Juntas)

Autoridad	Representante	Telefono
ALCALDIA GUADUAS PLANEACIÓN MUNICIPAL	ALCALDIA GUADUAS	8466119
POLICIA GUADUAS	GUADUAS	3112096010 8466063 AVANTEL- NUMERO- 1631*20
Batallón infantería Miguel Antonio Caro		3106781019

Hospitales y centros de salud

Hospital	Clasificación	Teléfono
HOSPITAL GUADUAS	B	8466163 8466026

Instituciones de educación

Institución	Nivel	Dirección	Teléfono
COLEGIO MIGUE SAMPER	SECUNDARIA	CARRERA 9 N 3-15 SUR	3203217807
COLEGIO PARROQUIAL	SECUNDARIA	BARRIO CENTRO	8466094

Otras instituciones públicas y privadas (Cámara de Comercio, SENA, Organizaciones No Gubernamentales)

Institución	Dirección	Teléfono
FISCALIA LOCAL GUADUAS	Calle 3 N 136	8466337
OFICINA CULTURA Y TURISMO	GUADUAS	8466052
DEFENSA CIVIL		3134704288
CTI	CARRERA 3 N 136	8466024
CAR	BAJO MAGDALENA EN GUADUAS	8466194

VILLAVICENCIO (META)

Organizaciones y/o asociaciones comunitarias

Organización	Representante	Dirección	Teléfono
TERMINAL DE TRANSPORTE	HUMBERTO RANGEL ESCOBAR	CRA 1 No 15-02	6 65 55 05 / 02

Autoridades locales (Alcaldía local, Policía; Juntas)

Autoridad	Representante	Dirección	Teléfono
ALCALDIA	JUAN GUILLERMO ZULUAGA	CLLE 40 No 33 - 64	6 71 58 02
GOBERNACION	ALAN JARA URZOLA	CRA 33 NO 38 - 45 CENTRO	6 71 31 33
Gerencia Ambiental		CRA 33 NO 38 - 45 CENTRO	
Secretaría de Tránsito y Transporte		CRA 33 NO 38 - 45 CENTRO	
SEPTIMA BRIGADA DEL	GRAL DIEGO SANCHEZ	KM 1 VIA PTO LOPEZ	6 70 60 41

EJERCITO			
POLICIA	CORONEL JOSE JAVIER VIVAS	clle 44 No 35 - 96 EL TRIUNFO	6 64 41 44

Hospitales y centros de salud

Hospital	Clasificación	Dirección	Teléfono
HOSPITAL DEPARTAMENTAL	NIVEL 2	CLLE 37A No 28-53 BARZAL ALTO	6 61 41 44
PTO DE SALUD DEL ESTERO		AV 1 BARRIO EL ESTERO	

Instituciones de educación

Institución	Nivel	Dirección	Teléfono
UNIVERSIDAD COOPERATIVA(PVADA)	SUPERIOR	CLLE 23 No 33 -42 VIA PTO LOPEZ	6 70 56 50
UNILLANOS(PUBLICA)	SUPERIOR	KM 12 VIA PTO LOPEZ VDA BARCELONA	6 61 68 00
UNIMETA(PVADA)	SUPERIOR	CRA 32 No 34b 26 SAN FERNANDO	6 72 78 72

Otras instituciones públicas y privadas (Cámara de Comercio, SENA, Organizaciones No Gubernamentales)

Institución	Representante	Dirección	Teléfono
SENA	CIELO USME ANDRADE		6 63 57 29
CAMARA DE COMERCIO	JUAN MANUEL TORO MARVELT	AV 40 No 24a 17	6 81 77 77
CORMACARENA			

6. ANÁLISIS Y MENSAJES CLAVE

- Transmeta se debe a sus dueños y en esa medida debe garantizar la rentabilidad del negocio, ese es el principal objetivo del negocio.
- Genera empleo estable y de calidad en seis departamentos del país.
- Se recomienda desarrollar estrategias para incrementar la fidelización de los clientes para elevar el porcentaje de clientes frecuentes (que realizan más de 5 compras a la compañía).
- Así mismo, se debe promover el mercadeo para reducir la dependencia en los dos principales clientes.
- Es de resaltar que Transmeta no dependa de ningún proveedor, se recomienda tener un “banco de proveedores”.
- Es una empresa comprometida con el país.
- Mensaje a los proveedores: somos un cliente que compra grandes volúmenes
- Transmeta es una empresa con presencia nacional, eso hace que deba establecer y mantener contacto con los actores locales para promover relaciones adecuadas y de beneficio mutuo.
- Es una empresa que promueve el desarrollo del país al comprar productos nacionales, generar empleo y hacer presencia en cuatro departamentos del país.
- Tiene una gran responsabilidad con las comunidades y el entorno ya que la probabilidad de que ocurran accidentes no sólo es alta, sino de impactos tangibles en la población y el medio ambiente.

II. MAPEO

Grupos de interés TRANSMETA:

- Dueños
- Empleados
- Clientes
- Proveedores
- Gobierno
- Comunidad

