

LOS PROCESOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
INCORPORADA COMO PARTE DE LA PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL EN  
LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y MICROEMPRESAS DE LOS MUNICIPIOS DE  
FACATATIVÁ Y ZIPACÓN

GÓMEZ CASTAÑEDA HUGO HERNÁN  
SOTO GARZÓN JOHANNA PAOLA  
Coinvestigadores

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
FRANCISCO JAVIER ZIPASUCA QUEMBA  
JUAN DE JESÚS ROJAS RAMÍREZ  
DOCENTES

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
EXTENSIÓN FACATATIVÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
FACATATIVÁ  
2017

LOS PROCESOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
INCORPORADA COMO PARTE DE LA PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL EN  
LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y MICROEMPRESAS DE LOS MUNICIPIOS DE  
FACATATIVÁ Y ZIPACÓN

GÓMEZ CASTAÑEDA HUGO HERNÁN  
SOTO GARZÓN JOHANNA PAOLA  
Coinvestigadores

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
FRANCISCO JAVIER ZIPASUCA QUEMBA  
JUAN DE JESÚS ROJAS RAMÍREZ  
DOCENTES

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
EXTENSIÓN FACATATIVÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
FACATATIVÁ  
2017

Nota de aceptación:

-----  
-----  
-----  
-----

-----  
Firma del presidente del jurado

-----  
Firma del jurado

-----  
Firma del jurado

Facatativá, 07 de Junio de 2017

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	2
1.1 Área.....	2
1.2 Línea .....	2
2. DEFINICION DEL PROBLEMA.....	3
2.1 Tema.....	3
2.1.1 Identificación .....	3
2.1.2 Delimitación.....	4
2.1.3 Delimitación geográfica.....	4
2.1.4 Delimitación histórica (temporal).....	4
2.1.5 Delimitación conceptual .....	4
2.1.6 Delimitación del universo .....	4
2.2 Formulación del problema.....	5
2.3 Viabilidad .....	5
2.3.1 Acceso a la información.....	5
2.3.2 Procesamiento de la información.....	5
2.3.3 Recursos .....	5
3. OBJETIVOS .....	6
3.1 Objetivo general.....	6
3.1.1 Objetivos específicos .....	6
4. JUSTIFICACIÓN.....	7
4.1 Razones teóricas .....	7
4.2 Razones institucionales.....	7
4.3 Razones sociales.....	7
4.4 Razones metodológicas.....	7
4.5 Razones personales y/o profesionales.....	8
5. MARCO REFERENCIAL.....	9
5.1 Marco teórico.....	9
5.2 Marco conceptual.....	13

5.3 MARCO LEGAL .....	14
6. PROCESO METODOLOGICO.....	22
6.1 Tipo de investigación.....	22
6.2 Método de investigación .....	22
6.3 Población y muestra .....	22
6.4 Fuentes de información.....	23
6.4.1 Técnicas de investigación.....	23
6.4.2 Convalidación de los instrumentos .....	23
6.4.3 Recolección de información.....	23
6.5 Procesamiento de la información .....	24
6.5.1 Codificación.....	24
6.5.2 Tabulación.....	24
6.5.3Procesamiento estadístico.....	24
6.5.4 Análisis de la información .....	24
7. HALLAZGOS.....	25
7.1 Análisis preliminar de los municipios de Facatativá y Zipacón.....	25
7.2 Análisis general del municipio de Facatativá. ....	50
7.3 Análisis general del municipio de Zipacón. ....	54
8. ANÁLISIS CORRELACIONAL DE LOS MUNICIPIOS DE FACATATIVÁ Y ZIPACÓN.....	56
CONCLUSIONES .....	58
Conclusiones del municipio de Facatativá.....	58
Conclusiones de municipio de Zipacón.....	60
RECOMENDACIONES.....	61
9. BIBLIOGRAFIA .....	63
10. CIBERGRAFIA.....	65
ANEXO 1. ....	67

## LISTA DE TABLAS

TABLA 1. CUATRO PILARES DE LA RSE.....	12
TABLA 2. HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN.....	26
TABLA 3. PLANEACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES.....	27
TABLA 4. PRINCIPIOS Y VALORES DEFINIDOS.....	28
TABLA 5. TENDENCIAS DEL ENTORNO ECONÓMICO .....	29
TABLA 6. ANÁLISIS DE NECESIDADES DE LOS CLIENTES.....	30
TABLA 7. ANÁLISIS DE NECESIDADES DE PROVEEDORES Y ACREEDORES.....	31
TABLA 8. ANÁLISIS DE NECESIDADES DE EMPLEADOS.....	32
TABLA 9. CUENTA CON UNA MISIÓN Y VISIÓN EXPLICITA.....	33
TABLA 10. OBJETIVOS Y PLANES DE ACCIÓN PERIÓDICAMENTE.....	34
TABLA 11. EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	35
TABLA 12. POLÍTICAS QUE SANCIONAN LA DISCRIMINACIÓN.....	36
TABLA 13. ESTRATEGIAS PARA GENERAR CONDICIONES DE PROTECCIÓN.....	37
TABLA 14. EMPLEADOS CUENTAN CON BENEFICIOS ADICIONALES.....	38
TABLA 15. LA RSE DEFINIDA EN LA PLANEACIÓN .....	39
TABLA 16. PUBLICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA RSE .....	40
TABLA 17. DEPENDENCIA PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RSE .....	41
TABLA 18. CAPACITACIONES Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN .....	42
TABLA 19. MECANISMOS PARA ATENDER A LOS CLIENTES.....	43
TABLA 20. CAPACITACIÓN EN TEMAS DE MEDIO AMBIENTE.....	44
TABLA 21. LA COMUNIDAD Y LA RSE.....	45
TABLA 22. PROMUEVE EL TRABAJO VOLUNTARIO .....	46
TABLA 23. CONOCE LA RSE EMPRESARIAL.....	47
TABLA 24. CONCEPTOS IDENTIFICA LA RSE .....	48
TABLA 25. APLICACIÓN DE RSE.....	49

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. FORMULA DE LA MUESTRA.....	23
FIGURA 2. GRAFICA HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN.....	26
FIGURA 3. GRAFICA PLANEACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES.....	27
FIGURA 4. GRAFICA PRINCIPIOS Y VALORES DEFINIDOS.....	28
FIGURA 5. GRAFICA TENDENCIAS DEL ENTORNO ECONÓMICO.....	29
FIGURA 6. GRAFICA ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.....	30
FIGURA 7. GRAFICA ANÁLISIS DE NECESIDADES DE PROVEEDORES Y ACREEDORES.....	31
FIGURA 8. GRAFICA ANÁLISIS DE NECESIDADES DE EMPLEADOS.....	32
FIGURA 9. GRAFICA CUENTA CON UNA MISIÓN Y VISIÓN EXPLICITA.....	33
FIGURA 10. GRAFICA OBJETIVOS Y PLANES DE ACCIÓN PERIÓDICAMENTE.....	34
FIGURA 11. GRAFICA EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	36
FIGURA 12. GRAFICA POLÍTICAS QUE SANCIONAN LA DISCRIMINACIÓN.....	37
FIGURA 13. GRAFICA ESTRATEGIAS PARA GENERAR CONDICIONES DE PROTECCIÓN.....	38
FIGURA 14. GRÁFICA EMPLEADOS CUENTAN CON BENEFICIOS ADICIONALES.....	39
FIGURA 15. GRAFICA LA RSE DEFINIDA EN LA PLANEACIÓN.....	40
FIGURA 16. GRAFICA PUBLICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA RSE.....	41
FIGURA 17. GRAFICA DEPENDENCIA PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RSE.....	42
FIGURA 18. GRAFICA CAPACITACIONES Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN.....	43
FIGURA 19. GRAFICA MECANISMOS PARA ATENDER A LOS CLIENTES.....	44
FIGURA 20. GRAFICA CAPACITACIÓN EN TEMAS DE MEDIO AMBIENTE.....	45
FIGURA 21. GRAFICA LA COMUNIDAD Y LA RSE.....	46
FIGURA 22. GRAFICA PROMUEVE EL TRABAJO VOLUNTARIO.....	47
FIGURA 23. GRAFICA CONOCE LA RSE EMPRESARIAL.....	48
FIGURA 24. GRAFICA CONCEPTOS IDENTIFICA LA RSE.....	49
FIGURA 25. GRAFICA APLICACIÓN DE RSE.....	50

## LISTA DE ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

Se puede entender el concepto de responsabilidad social de una empresa como la suma de las acciones internas y externas a través de las cuales ella se convierte en corresponsable por el desarrollo social. Tales acciones están basadas en principios éticos y centrados en la defensa de los intereses sociales. Una empresa socialmente responsable se preocupa de toda la cadena de producción (stakeholders) visando la excelencia en las relaciones y la sustentabilidad económica, social y del entorno. Así, la práctica de la responsabilidad social no es nueva, pero su concepto es una concepción emergente. Su verdadera discusión se inició en los años 90, creció considerablemente después de 2000, fundamentalmente debido a Internet, a la globalización de la economía y a las políticas cada vez más centradas en los intereses de los stakeholders (Faria y Sauerbronn, 2008).

Con esta investigación se quiere generar una visión más amplia de la práctica de los procesos de la Responsabilidad Social Empresarial incorporada como parte de la planeación organizacional en las medianas empresas establecidas en los municipios de Facatativá y Zipacón Cundinamarca. Conocer como los aplica en la planeación estratégica de las mismas encaminadas a mejorar las prácticas empresariales para fortalecerse en el mercado y ser utilizada como medio de consecución de clientes potenciales por medio de la utilización de estas prácticas que están incursionando en la administración moderna.

## **TITULO**

LOS PROCESOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INCORPORADA COMO PARTE DE LA PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y MICROEMPRESAS DE LOS MUNICIPIOS DE FACATATIVÁ Y ZIPACÓN.

### **1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

#### 1.1 Área

Administración y organizaciones.

#### 1.2 Línea

Desarrollo organizacional y regional.

## 2. DEFINICION DEL PROBLEMA

Desde hace varios años, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, ha ido apareciendo con más frecuencia e interés en el medio corporativo, lo que significa que se ha manejado siempre y en exclusiva como una oportunidad para obtener beneficios, pero al mismo tiempo basado en una dimensión ética y moral, es por esto que los antecedentes que encaminaron esta necesidad a convertirse en una propuesta de investigación, están enmarcados en procesos de investigación acerca del concepto utilizado actualmente.

Por tal motivo se llevó a cabo esta investigación y se precisó cada uno de los conceptos y prácticas de las medianas y microempresas en los municipios de Facatativá y Zipacón, y se entró a comparar la teoría con la realidad que se vive en el contexto en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

La investigación se presentó por el grupo de estudiantes que pertenecen a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables del Programa Administración de Empresas de la UNIVERSIDAD DE CUNDINAMRCA, extensión Facatativá. Esto permitió obtener conocimiento sobre las prácticas de RSE y a la vez conocer cómo se incorporaban en el marco estratégico organizacional. Los resultados obtenidos se socializaron a la Universidad y a la sociedad empresarial.

Con la información obtenida, se analizaron los hallazgos para determinar si la responsabilidad social empresarial estaba incorporada como parte de la planeación organizacional de las medianas y microempresas de los municipios de Facatativá y Zipacón Cundinamarca.

### 2.1 Tema

#### 2.1.1 Identificación

Luego de revisar diferentes documentos se hizo evidente que existe muy poco conocimiento sobre la responsabilidad social empresarial en los municipios de Facatativá y Zipacón Cundinamarca, por tal razón se hizo conveniente realizar esta investigación a fin de determinar los aspectos críticos sobre los conocimientos presentes en las medianas empresas acerca de la RSE para afrontar los cambios sociales, económicos, ambientales y políticos del mundo actual.

### 2.1.2 Delimitación

Para la investigación se tuvo en cuenta toda la estructura económica de los municipios de Facatativá y Zipacón, Cundinamarca. Para lo cual se realizó un trabajo de campo.

### 2.1.3 Delimitación geográfica

Esta investigación se realizó en los municipios de Facatativá y Zipacón departamento de Cundinamarca Colombia.

### 2.1.4 Delimitación histórica (temporal)

El tiempo objeto de estudio es del I semestre de 2015 al II semestre del año 2016.

### 2.1.5 Delimitación conceptual

Esta investigación está dirigida a las empresas que están establecidas en los municipios de Facatativá y Zipacón Cundinamarca. Dentro del marco de la administración de empresas y la planeación estratégica a nivel académico.

### 2.1.6 Delimitación del universo

Para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

Empresas radicadas en los municipios de Facatativá y Zipacón, Cundinamarca, base de datos de la cámara de comercio de Facatativá y Bogotá, base de datos de la Secretaría de Hacienda de los municipios, documentos que proporcionaron información requerida.

## 2.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los conocimientos y prácticas que tienen los empresarios de la región Sabana de occidente y específicamente en los municipios de Facatativá y Zipacón, Cundinamarca, respecto a la responsabilidad social en sus empresas y la incorporación que ellos realizan en su marco estratégico?

## 2.3 Viabilidad

### 2.3.1 Acceso a la información.

Bases de datos de las empresas certificadas ante la Secretaría de Hacienda y de Cámara de Comercio de los diferentes municipios para la aplicación de encuestas individuales a cada una de las empresas segmentadas. Para el municipio de Zipacón esta etapa de la investigación se aplicó por medio de un censo.

### 2.3.2 Procesamiento de la información

Se llevó a cabo la aplicación de la técnica de escala Likert por medio de la encuesta para la posterior tabulación y análisis de los datos por parte del equipo de investigación.

### 2.3.3 Recursos

Los recursos tecnológicos y financieros serán proporcionados por el grupo de investigadores.

Evaluada estas condiciones se puede definir que la investigación es viable.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo general**

Determinar si la responsabilidad social empresarial está integrada como parte de la planeación organizacional en las empresas de los municipios de Facatativá y Zipacón (Cundinamarca) y como incide en su gestión empresarial.

#### **3.1.1 Objetivos específicos**

- Identificar en las empresas Mipymes de los municipios de Facatativá y Zipacón de qué manera tiene estructurada su forma de planeación.
- Analizar la coherencia entre los principios y valores que poseen las empresas Mipymes objeto de estudio a la luz de la RSE.
- Describir las diferentes acciones que desarrollan las empresas Mipymes en RSE de los municipios de Facatativá y Zipacón.
- Identificar en los empresarios de las Mipymes cuál es su posición, respecto a la responsabilidad social empresarial.

## 4. JUSTIFICACIÓN

Los resultados de esta investigación tendrán validez únicamente para las empresas localizadas en sabana de occidente, objeto de estudio, pero podrá haber elementos en su desarrollo que puedan aportar a otros proyectos.

Los motivos que justificaron esta investigación fueron:

### 4.1 Razones teóricas

Identificar conocimientos nuevos acerca de la responsabilidad social empresarial de las empresas que funcionan en la Sabana Occidente.

### 4.2 Razones institucionales

Este proceso investigativo ayudara a un sin número de entidades que podrán adquirir conocimiento de la investigación, entre ellas estarán; todas las asociaciones gremiales, fundaciones, cámara de comercio y establecimientos de educación existentes en la región Sabana de Occidente.

### 4.3 Razones sociales

Esta investigación beneficiara a los empresarios, administradores y entidades públicas, al igual que a la comunidad circunvecina de las empresas investigadas.

### 4.4 Razones metodológicas

La metodología que se aplicó incluye las técnicas para recolectar información y para su procesamiento tales como: La escala de tipo Likert que es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación. Cuando se responde a un elemento de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se hace especificando el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración (elemento, ítem o reactivo). La escala se llama así por Rensis Likert, que publicó un informe describiendo su uso, en el año de 1932.

Esta escala también es denominada Método de Evaluaciones Sumarias.

#### 4.5 Razones personales y/o profesionales

Esta investigación se desarrolló como parte de la formación, perfil profesional, el desarrollo personal, social y del desempeño laboral del grupo de investigadores como administradores de empresas.

## 5. MARCO REFERENCIAL

El enfoque que se da a la presente investigación contempla el estudio de los procesos de la responsabilidad social empresarial incorporada como parte de la planeación organizacional en las empresas de los municipios de Facatativá y Zipacón, Cundinamarca.

### 5.1 Marco teórico

En el marco teórico se hace una aproximación al tema de RSE, desarrollando conceptos concernientes al mismo y ligados a los puntos clave que la caracterizan, como por ejemplo la ética empresarial, los Stakeholders, el capital social, la norma que soporta el enfoque, filantropía y la clasificación de la responsabilidad social empresarial, no sin antes determinar qué significa responsabilidad social empresarial, cuáles fueron sus antecedentes, cómo se ha venido desarrollando el tema de acuerdo con los autores investigados y su importancia frente al conocimiento de las empresas.

Para empezar, es preciso señalar que los antecedentes de la RSE es un concepto que se ha dado en todas las épocas, pero en la forma moderna de las empresas habría que señalar a Robert Owen con su fábrica de New Lanark y los primeros cooperativistas como pioneros en estas prácticas en los siglos XVII y XVIII; continúa en el siglo XIX igualmente en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva; luego, en 1970-1990, con Milton Friedman, quien basó su teoría en el tema de las visiones de responsabilidad social (Valenzuela, 2005).

En el tema de estudio de la presente investigación la RSE es aún un tema desconocido para la mayoría de empresarios generalmente debido a que en la fase de crecimiento las empresas ponen su interés en llegar al punto de equilibrio, ya para la fase de estabilidad lo que desean es adquirir utilidades enfocándose únicamente en producir y vender. Lo que sucede es que como se menciona en el párrafo anterior para el sostenimiento de la empresa no se ha de enfocar únicamente en el área de ventas si bien éste es un aspecto importante en la empresa pues no es el único que la Organización ha de tomar en cuenta.

Los principios sociales como fuente de la eficacia empresarial son también un pilar fundamental y aún sin explorar con la debida disciplina.

Ahora los aportes al tema de responsabilidad social los encontramos en las empresas de economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables, que se dedican a buscar beneficios para sí mismas y para la comunidad que las rodea.

El desarrollo mundial en los últimos años ha sido especialmente acelerado, conformándose economías más sólidas y poderosas, dinámicas, innovadoras y competitivas. Sin embargo, este rápido crecimiento no se ha dado de manera global y generalizada, la importancia del concepto de responsabilidad social se ha ido adquiriendo y fundamentando en ser un acto filantrópico mas no de asistencialismo, del que se aprovechan aquellas empresas para exaltar su nombre. Esa ha sido en el transcurrir de los años la evolución de un concepto que aún es mal entendido y aprovechado por algunas empresas. .<sup>1</sup>

Actualmente se pueden observar casos empresariales en los cuales la Responsabilidad Social Empresarial está presente dentro de la planeación estratégica de la empresa, pero únicamente en el papel porque si se compara el comportamiento de las Organizaciones en realidad se denota que no hay una práctica concienzuda y periódica de la misma. Lo anterior en gran medida debido a que a medida que evoluciona el mundo, también ha de hacerlo sus habitantes. Entonces si las empresas observan que el tema de la RSE les proporcionará mayor aceptación y reconocimiento ante sus grupos de interés, entonces la implantarán de manera teórica en sus políticas empresariales, por ejemplo, pero no la llevarán a la práctica en su totalidad.

Organizaciones como La ONU -Organización de las Naciones Unidas- por medio de la creación del Pacto Global, el cual tiene sus orígenes en el año 1999 tras el Foro Económico Mundial celebrado en Davos, Suiza, hizo que la participación a nivel mundial aumentara por medio de la creación de redes donde agentes de la sociedad como los gobiernos, las empresas, organizaciones laborales, organizaciones de la sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales pueden acudir y hacer parte de la iniciativa, comprometiéndose con la aceptación de los compromisos representados en diez principios implementados por el Pacto Mundial, los cuales se basan en Declaraciones y Convenciones Universales.<sup>2</sup>

Dichos pilares del Pacto Global son un buen inicio para la relación estrecha entre las empresas y la RSE en la medida que brinda a las empresas aquellos principios y valores concatenados con su actividad u objeto social, sin importar si es de producción o Servucción, demuestra que toda empresa por pequeña que sea debe llevarlos a cabo ya que si esto se logra entonces el crecimiento económico y social de una región no se presentará de forma desequilibrada favoreciendo a unos pocos, sino que por el contrario permitirá que entre todos los participantes de la

---

<sup>1</sup> S.A. La Responsabilidad Social Empresarial en las Grandes Superficies del Área Metropolitana Centro - Occidente. [en línea]. 2014. en internet:  
<http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/66/completo.pdf?sequence=1;pag:19>

<sup>2</sup>S.A. La Responsabilidad Social Empresarial en las Grandes Superficies del Área Metropolitana Centro - Occidente. [en línea]. 2014. en internet:  
<http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/66/completo.pdf?sequence=1;pag:19>

sociedad como el Estado y las Empresas cooperen entre sí para buscar no solo el bienestar individual sino también el bienestar de todos los involucrados.

Tabla 1. Cuatro Pilares de la RSE.

N°	PILARES DE LA RSE	PRINCIPIOS Y VALORES	DEFINICIONES
1	DDHH	1.1 Apoyar y respetar derechos humanos fundamentales reconocidos mundialmente	1) libertad e igualdad . 2) Derechos y libertad sin distinción alguna de condición. 3) derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona. 4) Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre. 5) Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes. 6) Todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica. 7) Igualdad ante la ley. 8) Derecho a un recurso efectivo, ante los tribunales. 9) Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado. 10) Toda persona tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída públicamente y con justicia por un tribunal independiente e imparcial. 11) a) Toda persona acusada de un delito tiene derecho a que se presuma su inocencia mientras no se pruebe su culpabilidad. b) Nadie se considerará culpable por ningún delito a causa de algún acto u omisión que en el momento de cometerse no constituyera un delito. 12) Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra y su reputación. 13) Circular libremente salaair e ingresar del propio país. 14) Derecho a obtener asilo. 15) derecho a nacionaludad. 16) mayores de edad tienen derecho a fundar familia, hay libertad a partir del consentimiento. 17) Derecho a la propiedad individual y colectiva. 18) Libertad de pensamienot de conciencia y religión. 19) Libertad de opinión y de expresión. 20) Derecho a la asociación libremente. 21) Participación en el gobierno. La voluntad del pueblo es la base de la autoidad del poder público. 22) Derecho a la seguridad social, derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad. 23) Derecho al trabajo. 24) Derecho al descanso. 25) Derecho a un nivel de vida digno. 26) Derecho a la ducación. 27) Derecho a la cultura y a la ciencia. 28) Derecho a que se hagan efectivos los DDHH. 29) Deberes frente a la comunidad. 30) nadie ni ningún estado puede suprimir los DDHH.
		1.2 No debe ser complice de la vulneracion de los derechos humanos	FIDH= Federación internacional de derechos humanos. ONU= Organización de Naciones Unidas. CEJIL= El centro por la justicia y el derecho internacional OEA= Organización de Estados Americanos. Colombia cuenta con entidades de carácter gubernamental que protegen y promueven los DDHH. Uno de los órganos de control es Corte suprema De Justicia. La Procuraduría General de la Nación.
2	RELACIONES LABORALES	2.1 Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva	Reconoce el derecho de empresarios y trabajadores a constituir asociaciones y sindicatos en función de sus necesidades. Reconocer los sindicatos.
		2.2 Eliminación de trabajo forzoso o bajo coacción	Ley 23 de 1967. Convenio de 1930 Númeral 29. Abolición del trabajo forzoso 1957, numeral 105.
		2.3 Erradicación del trabajo infantil	Normas: Ley 98 de 1920, 79 de 1926, 129 de 1931, 83 de 1946, 7 de 1979, 679 de 2001, 724 de 2001. El código de infancia y adolescencia establece la edad mínima para emplearse em 15 años.
		2.4 Abolir todo tipo de discriminación en el empleo y la ocupación	Es la distinción o diferenciación que se hace en favor o en contra de una persona o cosa en comparación con otras. Acoso Laboral , ley 1010 de 2006. Modalidades de acoso son 6: maltrato laboral. Érsdecución laboral. Discriminación laboral. Entorpecimiento laboral. Inequidad laboral. Desprotección laboral.
3	MEDIOAMBIENTE	3.1 Enfoque preventivo y de cuidado al medio ambiente	Compañías verdes. Cambio climático, escasez de agua. Estrategias de gestión ambiental. ISO 14000. ISO 26000,
		3.2 Iniciativas en Responsabilidad Ambiental	Cumbre de la Tierra 1992. 7 Elementos fundamnetales para contribuir con la RS: 1) Aplicar métodos preventivos. 2) Adoptar las mismas regulaciones operativas en todas las locaciones. 3) Garantizar el manejo de cadenas de abastecimiento. 4) Facilitar la transferencia de tecnología. 5) Contribuir para crear una conciencia ambiental dentro de la compañía. 6) Dialogar con la comunidad local. 7) Compartir los beneficios equitativamente. La agestion ética de Iso productos y los procesos de fabricación desde la salud, la seguridad y ele medioambiente.
		3.3 Desarrollo y difusión de tecnologías responsables con el medio ambiente	Adoptar medidas prácticas energéticas. Fomentar la implicación del cambio climático. Cooperar von los gobiernos- Colaborar con otras empresas en la medida de valor. Transformar medida rápidas y amplias al cambio climático.
4	ANTICORRUPCION	4.1 Luchar contra la corrupción en todo sentido. Incluidas extorsión y sobrono	Se evitará por medio de la adopción de políticas, programas, mecanismos de control al interior de las organizaciones. Estatato Anticorrupción que es guía para las empresas. Cylktura de la legalidad. Transparencia por Colombia. Políticas de tolerancia, cero con respecto al cohecho. Desarrollo de programas efectivos internos para la implantación de las políticas.

Fuente: Fuente: Documento PDF El Pacto Mundial. La Responsabilidad Cívica de las Empresas en La Economía Mundial. Organización de las Naciones Unidas (ONU).

## 5.2 Marco conceptual

Es importante hacer énfasis de lo que se debe entender como RSE. Por tanto, a continuación, se hace un análisis de ésta:

Sus bases conceptuales se remontan a las antiguas Grecia y Roma, donde se identifican indicios de ciertos principios fundamentales, como son la filantropía y la caridad, que rigen el actuar de las personas que viven en comunidad para hacer el bien social. Preocupaciones por el rol del hombre en el desarrollo de la sociedad, las posibles mejoras para sostener el crecimiento económico, la avaricia humana y sus efectos, entre otros, son ejemplos de cuestionamientos de cada época para fomentar el desarrollo económico y social de cada comunidad.<sup>3</sup>

Son muy variados los factores que conforman el tema de RSE, dentro de los positivos se encuentra el bien social y el empoderamiento que debe hacer la empresa para lograr la práctica del mismo al comprender que al beneficiarse económicamente la empresa de su objeto social también ha de hacer un reintegro a la comunidad que hace esto posible mediante actividades que permitan una relación de mutuo beneficio al establecer que el crecimiento de la empresa sea proporcional al desarrollo de la sociedad.

Pero también se encuentran factores negativos que inhiben el desarrollo de actividades propias de la RSE como lo es la corrupción presente desde niveles tan altos como los Estatales y Corporativos. Representados en grupos de mucho poder que no manejan ni el más mínimo concepto de crecimiento social y cooperado, por el contrario, unen sus capacidades para concentrar los beneficios en unos pocos sin importar que la sociedad a su alrededor requiera de sus recursos para desarrollarse plenamente. Es un gran reto el que se presenta al tener que luchar contra prácticas indebidas que no contribuyen al bienestar de la sociedad sino por el contrario la desequilibran aún más.

El concepto de “responsabilidad social” fue empleado con anterioridad a la década de 1960; pero después de esos años, ha recibido una enorme atención porque en ellos emergieron asuntos sustanciales como lo fueron: los derechos civiles de las minorías, la equidad de las mujeres, la seguridad en los lugares de trabajo, los derechos de los consumidores, el impacto de estos asuntos cambio las reglas de juego para las empresas. El termino se ha usado para decir que la empresa tiene responsabilidades que van más allá de la producción de bienes y servicios y de rendir utilidades, se emplea para señalar que la empresa tiene un campo de responsabilidades más amplio que servir a sus dueños o accionistas, también se usa para decir que la empresa se relaciona con la sociedad no

---

<sup>3</sup>Del Castillo, C. C., & Parragué, M. M. (2008). Responsabilidad social empresarial. *Santiago*. PDF pag. 9

solo a través de las transacciones de mercado, sino que sirve a un amplio conjunto de valores sociales.<sup>4</sup>

Es muy enriquecedor para los empresarios el hecho de saber que no sólo están comprometidos con satisfacer las necesidades de sus clientes para que éstos sean fieles consumidores de sus productos/servicios, sino que también tienen en sus manos el poder de efectuar cambios positivos en la sociedad siendo reconocidos por la colaboración que le brindan en la medida que contribuyen a mantener prácticas amigables con el ambiente, ayudar a las poblaciones menos favorecidas, mejorar la infraestructura de los municipios o las ciudades en las cuales se localizan e incluso ser para sus colaboradores orgulloso ejemplo de prácticas correctas de administración de personal. Ser empresario no es solo crear empresa para buscar el lucro personal, es tener la capacidad para que a través del éxito de las actividades llevadas a cabo en la actividad mercantil se busque siempre la ayuda mutua entre los grupos de interés y la empresa, trascendiendo la frontera de la estricta relación comercial.

### 5.3 MARCO LEGAL

#### **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

La discusión sobre lo que debe implicar para las compañías ser socialmente responsable es aún punto de confusión generada a raíz de los acentuados casos de cuestionables prácticas corporativas lo cual conduce la necesidad de controlar las actividades de las empresas orientadas a disciplinar el ejercicio empresarial.

En el marco internacional se encuentran manifiestos cada uno diseñado para ser aplicados de forma libre por las compañías en cualquier parte del mundo:

#### **1. 1976, LINEAS DIRECTRICES PARA EMPRESA MULTINACIONALES**

Adoptadas por vez primera en 1976 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)<sup>5</sup>, las Líneas Directrices para empresas

---

<sup>4</sup>LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES: situación y perspectivas, Roberto Solarte Rodríguez. Pag. 1.

[http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios\\_formacion\\_int\\_univ/ecoteo1/pret-01b.pdf](http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/ecoteo1/pret-01b.pdf)[citado 12-Agosto-2014]

multinacionales articulan principios y reglas voluntarias para una conducta empresarial de carácter responsable; dichas directrices han sido objeto de cuatro grandes revisiones (la más reciente data del año 2011) y actualmente hacen parte de la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales (2000) de la misma institución.

Acogidas por el gobierno colombiano el 8 de diciembre de 2011<sup>6</sup>, las Líneas Directrices son principalmente *recomendaciones* dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales con el fin de armonizar las actividades económicas con las políticas públicas, robustecer la confianza mutua (en la ecuación empresa-sociedad), mejorar el clima para la inversión extranjera y optimizar el aporte de las empresas al desarrollo sostenible.

Entre sus contornos contiene preceptos sobre publicación de información, empleo y relaciones laborales, medioambiente, lucha contra la corrupción, las peticiones de soborno y otras formas de extorsión, interés de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia, tributación y, por supuesto, derechos humanos.

Por último, puesto que su acogida desde la empresa es eminentemente voluntaria, no ocurre así en el caso del Estado que decide su adopción ya que adquiere frente a la organización y ante cada uno de los países miembros el deber de divulgar y promocionar la Declaración y sus directrices, más la fijación de un punto de contacto como instancia encargada de su implementación.

## **2. 1977, DECLARACIÓN TRIPARTITA DE PRINCIPIOS SOBRE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES Y LA POLÍTICA SOCIAL**

En 1977 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) adopta la Declaración Tripartita<sup>7</sup> de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social

---

<sup>5</sup>Foro internacional fundado en 1960 con sede en Château de la Muette, Francia. Reúne a un número determinado de gobiernos que comparten experiencias y buscan soluciones a sus problemas comunes con el objetivo de promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo, en <http://www.oecd.org/centrodemexico/>, fecha de consulta: 22 de Mayo 2016.

<sup>6</sup>Ello en cumplimiento del objetivo de pertenecer a la OCDE, trazado en el Plan Nacional de Desarrollo "Prosperidad para todos" (2010-2014). Potestad ejecutada de conformidad con los principios y las facultades que sobre regulación del comercio internacional concede al Gobierno la Constitución Política (arts. 76.22 y 120.22) y la Ley 7ª de 1991.

<sup>7</sup>Se dice "tripartita" puesto que la OIT es la única agencia de las Naciones Unidas que alberga en su seno representantes de los gobiernos, empleadores y trabajadores, quienes participan de consuno en el proceso de creación de políticas y programas, así como en la promoción del trabajo en condiciones dignas.

como un instrumento que exhorta en primer lugar a las EMN a respetar la soberanía de los Estados, la normativa de diverso orden y los usos y las políticas locales. Y en segundo lugar, a los gobiernos a ratificar o aplicar con prontitud, si todavía no lo han hecho, los postulados dispuestos en las diversas Recomendaciones y Convenios emanados de la OIT, apelando de forma conjunta a la observancia de una serie de principios que abarcan asuntos relacionados con la promoción, protección y realización del empleo.

### **3. 2000, THE GLOBAL COMPACT**

Surge de la discusión del impacto de la Globalización en la edición anual del Foro Económico Mundial, se presenta como una invitación extendida con el interés de promover la cultura de la RSE en el planeta, como un llamado que más tarde se consolidaría alrededor de diez principios universalmente aceptados, que acogidos por más de 6000 empresas distribuidas en algo más de 130 países, abarcan la defensa y promoción de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio-ambiente y la lucha contra la corrupción.<sup>8</sup>

Los principios declarados son:

- Las empresas deben respetar y apoyar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.
- Debe asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.
- Debe apoyar la libertad de asociación y de reconocimiento efectivo del derecho de la negociación colectiva.
- Deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

---

<sup>8</sup>BAN KI-MOON, "The Global Compact: Creating Sustainable Markets", ONU, 2009, en [http://www.unglobalcompact.org/docs/news\\_events/9.1\\_news\\_archives/2009\\_01\\_29b/unsg\\_davos2009.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.1_news_archives/2009_01_29b/unsg_davos2009.pdf). Fecha de consulta: 22 de Mayo de 2016.

- Deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- Deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- Deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- Deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluida la extorsión y el soborno.

#### **4. 2000, PRINCIPIOS VOLUNTARIOS EN SEGURIDAD Y DERECHOS HUMANOS**

Suscritos originalmente entre grandes compañías del sector energético y de extracción (British Petroleum, BHP Billiton, Anglo American, Occidental Petroleum, Chevron-Texaco, Shell y Rio Tinto), con los gobiernos de Estados Unidos, Reino Unido, Noruega y Holanda y las ONG Human RightsWatch, International Alert y Amnistía Internacional, los Principios Voluntarios en Seguridad y Derechos Humanos son un referente que vale la pena destacar, más si se tiene en cuenta que Colombia fue aceptada como país miembro de la Plenaria Mundial en octubre de 2009.

El nombre refleja su naturaleza jurídica y su núcleo tiene como destino aquellas industrias que adelantan actividades en sectores permeados con problemas de gobernabilidad o de conflicto, para que las empresas corroboren y exijan el respeto de los derechos humanos por parte de las fuerzas de seguridad que cuidan sus operaciones. En consecuencia, el contenido de los Principios Voluntarios en Seguridad y Derechos Humanos se centra primordialmente en los riesgos del ambiente operativo, que son clasificados en tres categorías; la primera de ellas se reduce a la evaluación del riesgo.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup><http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

## **5. 2001, Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility**

Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas es el propósito que persigue uno de los Libros Verdes de la Unión Europea (UE)<sup>10</sup>. Aunque su perímetro de influencia es regional, esta comunicación permite avizorar la trascendencia que en el ámbito europeo tiene el debate sobre la RSE.

Publicado el 18 de julio de 2001, tres meses después de la acogida favorable que de la iniciativa hiciera el Consejo Europeo de Estocolmo, el Libro Verde considera la esencia eminentemente voluntarista de la RSE y examina cada una de sus esferas tanto en su dimensión interna (gestión del talento humano, salud y seguridad laboral, adaptación al cambio, manejo del impacto ambiental y de recursos naturales durante el proceso de producción, etc.), como externa (integración de la compañía con las comunidades locales, relación con socios, comerciantes, proveedores y consumidores, respeto por los derechos humanos, problemas ecológicos, etc.). Todo con el *ánimo de extender recomendaciones a las empresas en aras de conseguir un medioambiente más limpio y mejorar la sociedad*.

## **6. 2002, EITI: Iniciativa de Transparencia para el sector extractivo**

Lanzada en el año 2002 por el gobierno inglés en la Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible (Johannesburgo) por el entonces primer ministro Tony Blair, y complementada a raíz de la adopción de sus criterios y principios en la Primera Conferencia Internacional celebrada en Lancaster, Inglaterra (2003), la Extractive Industries Transparency Initiative (EITI) congrega un conjunto de acciones y preceptos que persiguen la transparencia, tanto en los pagos, como en los ingresos que se obtienen de la extracción de recursos naturales no renovables.

Los principios reconocen que el uso prudente de los recursos naturales es y debe ser un motor de crecimiento, impulsor del desarrollo sostenible y reductor de la pobreza.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Los Libros Verdes (*Green Papers*) son documentos trazados por la COMISIÓN EUROPEA (ente que encarna la rama ejecutiva en el orden constitucional de la UE), con destino a partes, organizaciones y particulares. Versan sobre una política en particular y tienen como fin reunir a los interesados en medio de un proceso de deliberación y concertación; de ser el caso pueden servir para la adopción de normativa posterior.

<sup>11</sup>SECRETARÍA DE LA EITI, "Manual de la Iniciativa para la transparencia de las industrias extractivas", 315 Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido (DFID), 2005,

## 7. NORMA ISO 26000

Publicada en el 2010 por la International Standard Organization (ISO), guía a las compañías en la construcción del desarrollo sostenible y en la adopción de un comportamiento socialmente responsable.<sup>12</sup>

Su estructura comprende la delimitación de sus objetivos y campo de aplicación, la determinación de términos y definiciones, la comprensión de la responsabilidad social, la enunciación de sus principios (rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de los *stakeholders*, al principio de legalidad, a la norma internacional de comportamiento y a los derechos humanos), la orientación sobre sus materias fundamentales (gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente, prácticas justas de operación, asuntos de los consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad) y la integración en toda la unidad económica, así como el reconocimiento, la incorporación y la vinculación de las partes interesadas. Está protegida por derechos de autor y no tiene como finalidad certificar, regular o incluir su contenido en ningún clausulado contractual.

## 8. GTC 180

Aunque de índole local, finalmente se subraya la Guía Técnica Colombiana (GTC) 180 de Responsabilidad Social que es resultado de un proceso de normalización adelantado por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec).

La GTC 180 es una herramienta cuyo andamiaje busca establecer, implementar, mantener, evidenciar y mejorar de forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión, aplicable a cualquier tipo de empresa. Se predica el respeto a la dignidad humana, la responsabilidad legal, la autorregulación ética, la participación, la solidaridad y el desarrollo humano integral como principios que la orientan, en medio de un modelo simplificado en cuatro etapas con una alineación

---

p. 2, en <http://eiti.org/files/sourcebookspanishapril06.pdf>. Fecha de consulta: 22 de Mayo de 2016.

<sup>12</sup>[http://www.iso.org/iso/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf)

ética subyacente que en conjunto suma doce estadios que llevan a una circularidad eterna.<sup>13</sup>

En primer lugar tomando tan solo el Pacto Global se observa que ante el deber de respetar y proteger los derechos humanos fundamentales existen múltiples disposiciones vinculantes, obligatorias y, en consecuencia, exigibles tanto en el orden interno como internacional. En Colombia, por ejemplo, el catálogo parte desde el título primero de nuestra norma de normas y se amplía con los mecanismos que integran el Bloque de Constitucionalidad (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Convención Americana de Derechos Humanos, Convención sobre los Derechos del Niño, etc.), incluso, descendiendo en la pirámide normativa y hablando exclusivamente del derecho al trabajo (art. 25 CP) es innegable que en el país las empresas deben observar las garantías contenidas en el Código Sustantivo del Trabajo así como en todas aquellas normas que le sean concordantes.<sup>14</sup>

En segundo lugar, del otro lado se tiene la superinflación normativa: en Colombia se cuenta con un principio constitucional que reconoce en la empresa una función social, lo que supone ciertamente una serie de obligaciones y responsabilidades que, a su turno, se encuentran distribuidas a lo largo y ancho de nuestra geografía legal, que es tanto extensa como dispersa, haciéndose imposible el conocimiento pleno y con ello cualquier esperanza de cabal cumplimiento, más para un sector que de por sí se mueve y tiene sus ojos puestos en la dinámica del complejo y exigente terreno de las relaciones económicas del mundo hoy globalizado.

Desde 1991 se cuenta con una norma de rango constitucional que se nos muestra como fundamento plausible para incorporar aquellas perspectivas de la RSE que todavía no están regladas por nuestro ordenamiento (respetándose durante el proceso aquellas situaciones jurídicas en las que ya existen derechos reconocidos y exigibles, en la medida en que el orden jurídico y el interés general lo permitan), especialmente cuando la realidad llama a dar un paso adelante (realidad cuyo ejemplo claro es la llamada "maldición de los recursos"). Norma que, además, se comporta como derrotero en la definición del alcance de lo que significa ser

---

<sup>13</sup><http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

<sup>14</sup><http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

socialmente responsable," *no se traduce en cumplir únicamente las obligaciones jurídicas, sino que es deseable, dentro de un Estado social y democrático de derecho, que la iniciativa privada vaya más allá del mero cumplimiento de la obligación legal, buscando la retribución al medio o entorno del cual deriva la riqueza económica, es decir, el desarrollo de las comunidades en que se trabaja y mitigar el impacto negativo en las mismas*".<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>CORTE CONSTITUCIONAL COLOMBIANA, sentencia T-129 de 2011, M. P. Jorge Iván Palacio Palacio.

## 6. PROCESO METODOLOGICO

Para la recolección de la información de las empresas se realizó un trabajo de campo el cual contiene cuatro elementos básicos:

- Técnicas
- Instrumentos
- Actividades
- Procedimientos

### 6.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se llevó a cabo fue una investigación descriptiva teniendo en cuenta que su propósito es mostrar los procesos de la responsabilidad social empresarial incorporada como parte de la planeación organizacional en las empresas de los municipios de Facatativá y Zipacón, Cundinamarca. Su enfoque es cuantitativo y su carácter es sincrónico (en un solo momento) transversal (en un tiempo determinado).

### 6.2 Método de investigación

El método que se aplicó fue el método descriptivo que parte de la recolección y descripción de datos y características de una población, para generalizar a través de la estadística y generar visiones panorámicas acerca de las empresas.

### 6.3 Población y muestra

La población estuvo constituida por todas las medianas y microempresas de los municipios de Facatativá y Zipacón Cundinamarca que fueron objeto de observación o consulta, para obtener información colectiva.

Debido a que la cantidad de empresas que se encuentran en el rango de medianas para el municipio de Facatativá no es representativa, se utilizó la metodología de censo.

De igual manera para las microempresas en el municipio de Zipacón se empleó la metodología de censo, mientras que para el municipio de Facatativá la fórmula que se utilizó para identificar la muestra fue la siguiente:

Figura 1. Formula de la Muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Fuente: netquest.com

$$n = \frac{484 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.03^2) * (484 - 1) + (1.96^2) * 0.05 * 0.95}$$

n= 434.85 = 435 empresas a encuestar.

#### 6.4 Fuentes de información.

Las fuentes de información que se utilizaron para desarrollar esta investigación fueron primarias.

##### 6.4.1 Técnicas de investigación

Para obtener información acerca de las empresas radicadas en los municipios de Facatativá y Zipacón (Cundinamarca) se realizó una encuesta para el administrador o persona a cargo de la empresa.

##### 6.4.2 Convalidación de los instrumentos

Para el desarrollo de esta investigación el instrumento se validó con el grupo de investigadores.

##### 6.4.3 Recolección de información

El instrumento de recolección de información se aplicó a las empresas de los municipios mediante entrevistas telefónicas, correo electrónico y en forma presencial durante las tres últimas semanas del mes de Abril 2016 para las

medianas empresas y las tres últimas semanas del mes de Septiembre 2016 para las microempresas.

## 6.5 Procesamiento de la información

### 6.5.1 Codificación

Los instrumentos elaborados se redactaron con preguntas de tipo cerrado, estas ya incluyen la codificación.

### 6.5.2 Tabulación

Es el proceso posterior a la recolección consistió en la creación de tablas y figuras que representan los datos recolectados.

### 6.5.3 Procesamiento estadístico

Consistió en correlacionar los datos numéricos obtenidos con los fundamentos teóricos en que se basa el trabajo de investigación.

### 6.5.4 Análisis de la información

Se discrimino la información por municipio, se comparó y evaluó para determinar si esta es coherente y suficiente para el desarrollo de la investigación.

## 7. HALLAZGOS

En el presente capítulo se presentan los datos obtenidos en las empresas encuestadas luego de la aplicación del instrumento de investigación, estos datos fueron graficados a fin de realizar una comparación entre las 24 variables de estudio y las empresas encuestadas, la información recopilada en el trabajo de campo se realizó mediante encuestas a las empresas de los municipios de Facatativá y Zipacón (Cundinamarca), en el desarrollo de la segunda y tercera fase de la presente investigación, teniendo en cuenta la muestra que se tomó para la aplicación del instrumento y cuya investigación se dividió en dos bloques: el primero fue la recopilación de información por medio de libros, artículos y trabajos de investigación acordes con la que se llevó a cabo, la segunda parte de la investigación se ejecutó en la aplicación del instrumento.

### 7.1 Análisis preliminar de los municipios de Facatativá y Zipacón.

La siguiente información fue resultado de la aplicación del instrumento de encuesta a las medianas y microempresas del municipio de Facatativá, teniendo en cuenta los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño de acuerdo al (artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004). Según el Memorando Oj 1568 del 25 de mayo de 2012 de la Oficina Jurídica del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Disposición que exige el cumplimiento de las dos condiciones para las empresas en Colombia:

Para las medianas empresas:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5001) y menos de treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Para las microempresas:

- a) Una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
- b) Activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Para la segunda y tercera fase de la investigación en Facatativá, se tomó como fuente de información de las empresas, la base de datos de empresas facilitada por la Cámara de Comercio de Facatativá, y se efectuó el filtro para recolectar datos basándose en el valor que refleja el Activo Total de cada una de dichas entidades, dando como resultado una población total de once (11) empresas para la segunda fase, de las cuales se aplicó la encuesta al 72.7% (8 empresas) de la muestra total, y para la tercera fase una población total de cuatrocientas ochenta y cuatro (484) empresas, de las cuales se aplicó la encuesta al 62% (300 empresas) de la muestra total. En el caso del municipio de Zipacón durante la realización de la segunda fase no se tomó referencia debido a que no se encuentran medianas

empresas en esta parte de la sabana; En cuanto a la fase de investigación de las microempresas se tomó como referencia una población total de cinco (5) empresas, de las cuales se aplicó la encuesta al 80% (4 empresas) de la muestra total.

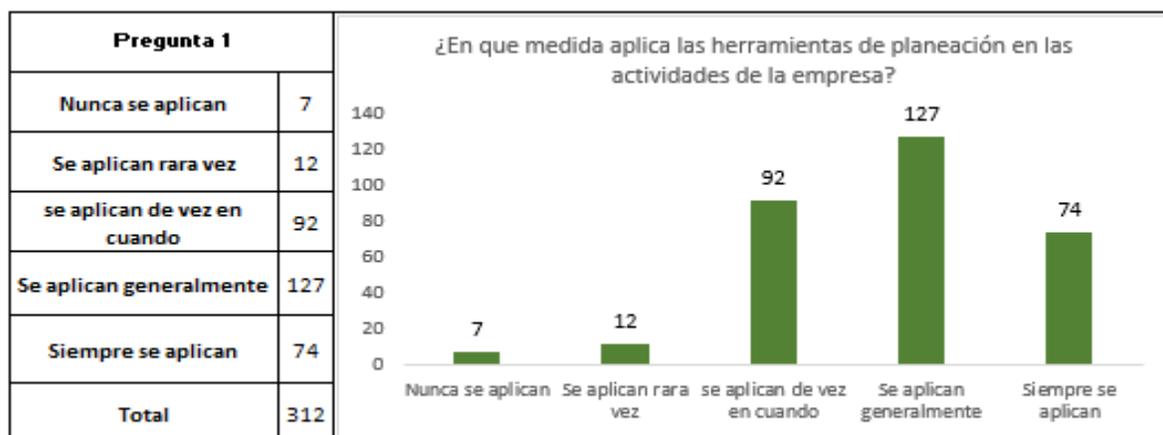
Pregunta 1. ¿En qué medida aplica las herramientas de la planeación en las actividades de la empresa?

Tabla 2. Herramientas de planeación.

1. ¿En qué medida aplica las herramientas de la planeación en las actividades de la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Nunca Se Aplican	7
Se Aplican Rara Vez	12
Se Aplican De Vez en Cuando	92
Se Aplican Generalmente	127
Siempre Se Aplican	74
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Figura 2 Grafica Herramientas de planeación.



Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Las medianas empresas del municipio de Facatativá ponen en práctica las herramientas de la planeación para el desarrollo de su objeto social, ya sea de manera continua o periódica lo cual indica que la planeación es un aspecto inherente a las actividades de las empresas debido a que es con base en ella que se pueden efectuar proyecciones, y efectuar evaluación del retorno de la inversión y rentabilidad de la Organización.

Los microempresarios encuestados en el municipio de Facatativá, si bien aducen que aplican la planeación dentro de las actividades de su empresa, estas son utilizadas de una manera demasiado empírica, El ciclo de Deming se establece de una manera poco ortodoxa comparado con las medianas y grandes empresas, ya que los microempresarios no establecen parámetros para la ejecución de estas etapas.

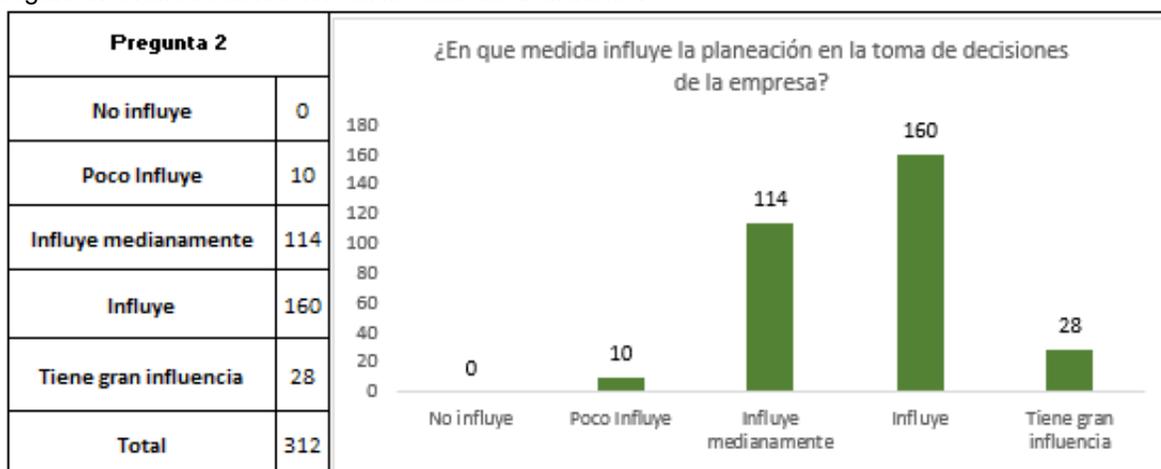
Pregunta 2. ¿En qué medida influye la planeación en la toma de decisiones en la empresa?

Tabla 3. Planeación en la toma de decisiones.

2. ¿En qué medida influye la planeación en la toma de decisiones en la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
No influye	0
Poco influye	10
Influye medianamente	114
Influye	160
Tiene gran influencia	28
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Figura 3. Grafica Planeación en la toma de decisiones.



Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

La planeación es una herramienta fundamental dentro de la toma de decisiones ya que basados en esta, los microempresarios, aunque de una manera rudimentaria, determinan por ejemplo la cantidad de productos que se necesitan para abastecer su local con el fin de satisfacer la venta por periodos determinados más por la

experticia de su labor diaria, que por herramientas de planificación como tales empleadas.

En su gran mayoría los encuestados consideran que la planeación al momento de tomar decisiones en la empresa toma una gran influencia específicamente desde la perspectiva que permite, basándose en análisis previos, que los empresarios cuenten con herramientas clave preponderantes para fijación de metas, evaluación de resultados y seguimiento continuo.

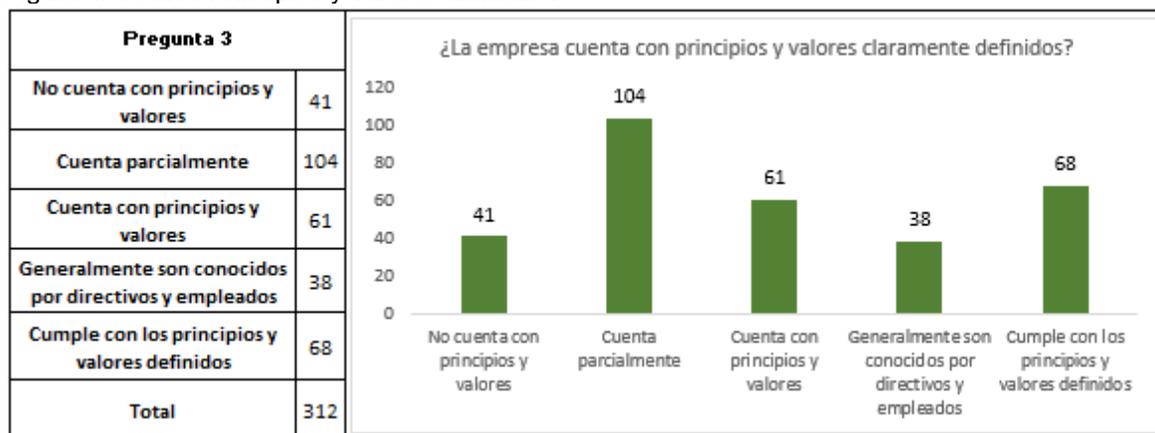
Pregunta 3. ¿La empresa cuenta con principios y valores claramente definidos?

Tabla 4. Principios y valores definidos.

3. ¿La empresa cuenta con principios y valores claramente definidos?	FRECUENCIA ABSOLUTA
No cuenta con principios y valores definidos	41
Cuenta parcialmente	104
Cuenta con los principios y valores	61
Generalmente son conocidos por los directivos y empleados	38
Cumple con los principios y valores definidos	68
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Figura 4. Grafica Principios y valores definidos.



Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Dentro de las premisas del direccionamiento estratégico, los principios y valores definen claramente los comportamientos y la cultura organizacional de una compañía, definiendo unos rasgos únicos en comparación con sus similares.

Desde este punto de vista, se evidencia en las mediciones realizadas que los microempresarios encuestados, de una manera superficial más basados en la forma de interactuar que previamente planeados y establecidos por la alta dirección aplican estos principios y valores.

En su mayoría las empresas cumplen con principios y valores que son conocidos por los directivos y los empleados, es un indicador de una forma de administración participativa en la cual desde la parte ejecutiva hasta la operativa conocen y cumplen aquellas pautas definidas en consenso para el diario transcurrir de las actividades, lo cual demuestra que hay trabajo en equipo, responsabilidad y compromiso para que la empresa crezca de la mano de todos sus integrantes.

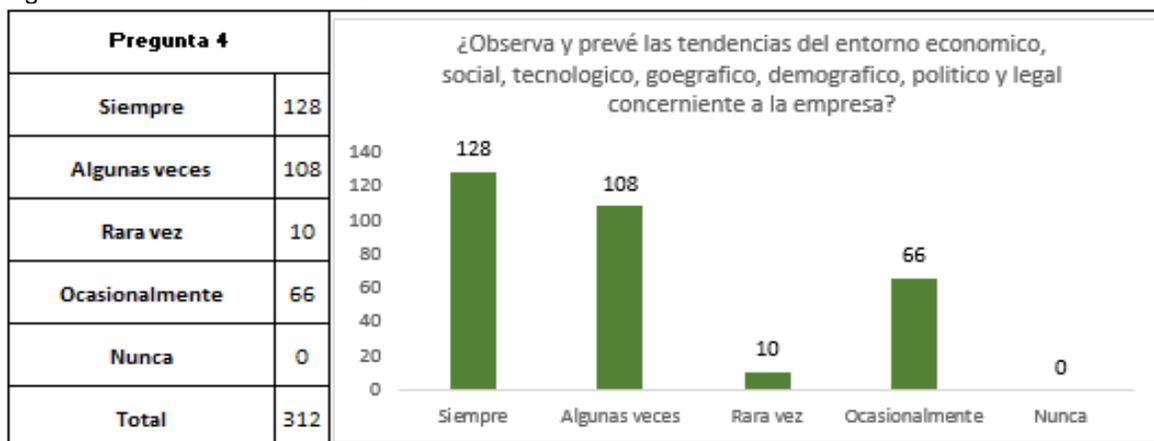
Pregunta 4. ¿Observa y prevé las tendencias del entorno económico, social, tecnológico, geográfico, demográfico, político y legal concerniente a su empresa?

Tabla 5. Tendencias del entorno económico

4. ¿Observa y prevé las tendencias del entorno económico, social, tecnológico, geográfico, demográfico, político y legal concerniente a su empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	128
Algunas veces	108
Rara vez	10
Ocasionalmente	66
Nunca	0
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Figura 5. Grafica Tendencias del entorno económico.



Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

La mayoría de los microempresarios dice prever el entorno económico que rodea su negocio ya que generalmente en este tipo de empresas los propietarios en su mayoría realizan las funciones tanto administrativas como operacionales, teniendo la ventaja de conocer completamente el flujo de la operación desde la atención de proveedores hasta el pos despacho y de este modo conocer cómo podría a reaccionar a los cambios de su negocio.

Acorde a lo reflejado en la tabulación de datos las medianas empresas tienen en cuenta su entorno y le atribuyen la importancia merecida al percibirlo como aquel que por ser variable incide de manera directa en el logro de las metas de crecimiento de las empresas por lo cual es deber mantener información actualizada de las tendencias del entorno y así poder en cierta medida preparar a la Organización para cambios futuros que no son controlables por ésta.

Pregunta 5. ¿La empresa analiza y prevé las necesidades de sus clientes?

Tabla 6. Análisis de necesidades de los clientes

5. ¿La empresa analiza y prevé las necesidades de sus clientes?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	183
Algunas veces	127
Rara vez	1
Ocasionalmente	1
Nunca	0
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 6. Gráfica Análisis de las necesidades de los clientes



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Se evidencia la preocupación de los empresarios de este tipo de organizaciones, por satisfacer las necesidades que el cliente presenta lo que denota un afán por agregar valor a sus procesos y hacer que el cliente se sienta identificado con su negocio.

En este aspecto relacionado con el ahondamiento que las medianas empresas hacen de los clientes y sus respectivas necesidades, se establece que en mayor número lo toman en cuenta para su análisis continuo, sin embargo hay aún porciones de la muestra en donde no se halló la misma asignación de importancia hacia las necesidades del cliente, normalmente esto sucede porque las empresas no poseen la capacitación plena de cómo poder prever lo que el cliente necesitará más adelante y lo que es aún más importante cómo hacer que el cliente vea su empresa como la solución para dicha necesidad.

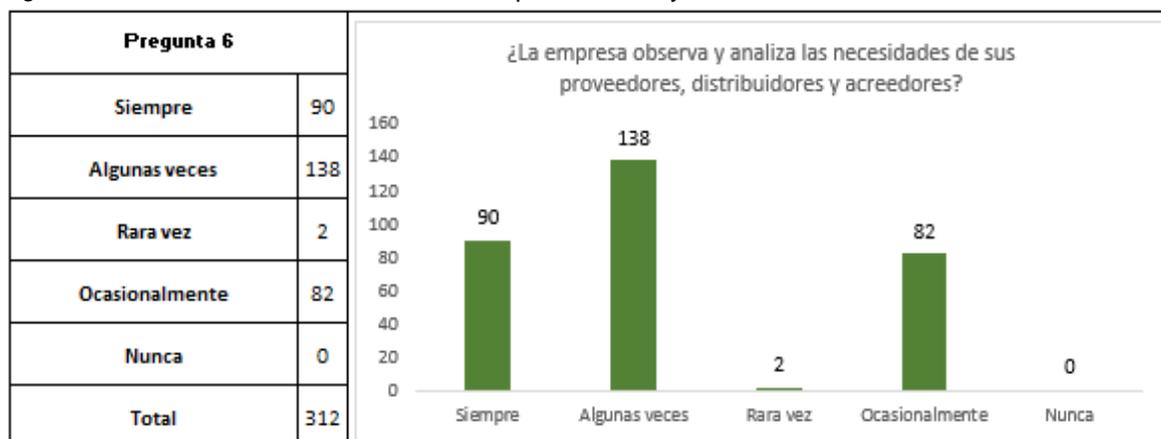
Pregunta 6. ¿La empresa observa y analiza las necesidades de sus proveedores, distribuidores y acreedores?

Tabla 7. Análisis de necesidades de proveedores y acreedores.

6. ¿La empresa observa y analiza las necesidades de sus proveedores?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	90
Algunas veces	138
Rara vez	2
Ocasionalmente	82
Nunca	0
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Figura 7. Grafica Análisis de necesidades de proveedores y acreedores.



Fuente: Coinvestigadores del proyecto.

Dentro de la cadena de valor que sugiere Michael Porter, se encuentra que las relaciones con los clientes y proveedores juegan un papel importante en la capacidad de reacción que la compañía tiene frente a las fuerzas externas que afectan un negocio, con respecto a estas variables se evidencia la preocupación de los empresarios por mantener unas relaciones fuertes con los proveedores a fin de poder atender la demanda que se presenta en cada uno de ellos.

Las medianas empresas tienen muy en cuenta éste aspecto por cuanto un incremento en el costo de la materia prima, o en los costos de logística para transportar la mercancía al cliente e incluso un aumento en las tasas de interés en los créditos perjudicarían directamente a la empresa por cuanto si sus costos de operación se incrementan, ocurre lo mismo con el precio de venta al público.

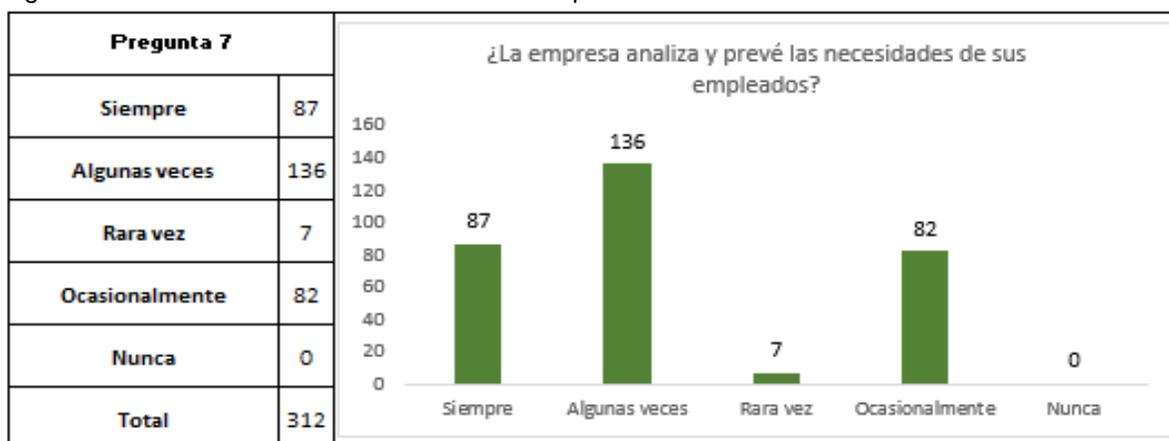
Pregunta 7. La empresa analiza y prevé las necesidades de sus empleados.

Tabla 8. Análisis de necesidades de empleados

7. ¿La empresa analiza y prevé las necesidades de sus empleados?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	87
Algunas veces	136
Rara vez	7
Ocasionalmente	82
Nunca	0
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 8. Grafica Análisis de necesidades de empleados



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Factor fundamental para el éxito de la empresa corresponde al capital humano ya que es en éste donde recae gran parte de responsabilidad para el cumplimiento de las metas empresariales, las medianas empresas, acorde a los resultados obtenidos, tienen en cuenta las necesidades de sus empleados constantemente lo cual fomenta la relación empleador - empleado.

En su mayoría los microempresarios del municipio se preocupan por mantener buenas relaciones con sus subalternos, lo que indica que el fortalecimiento en las relaciones interpersonales y el ambiente laboral en un espacio de trabajo, son esenciales para que el empleado puede explotar todo su potencial al momento de realizar las labores que el microempresario le plantea.

Pregunta 8. Su empresa cuenta con una misión y visión explícita (en forma escrita, oral y socializada a todo el personal).

Tabla 9. Cuenta con una misión y visión explícita

8. ¿Su empresa cuenta con una misión y visión explícita (en forma escrita, oral y socializada a todo el personal)?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	12
Algunas veces	110
Rara vez	88
Ocasionalmente	87
Nunca	15
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 9. Grafica cuenta con una misión y visión explícita



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Al igual que los principios y valores, se observa que los microempresarios del municipio de manera muy arcaica y no tan clara, tienen definido el objeto social al que refiere su negocio, y lo que les gustaría que su microempresa llegase a ser en un imaginario, lo que denota la falta de estructuración de sus organizaciones a nivel estratégico a fin de poder mantenerse a futuro dentro del circuito económico.

Analizando la planeación estratégica de las medianas empresas en lo que hace referencia a su Misión y Visión se evidencia que la mitad de la muestra cuenta siempre con una misión y visión socializada a todo el personal pero la otra mitad respondió que sólo algunas veces, esto sucede porque si bien se hace un planteamiento claro y conciso de estos aspectos se tiene la errónea creencia que es información que únicamente la parte directiva debe tener presente, entonces se encuentra a empleados que no tienen claro éstas dos partes fundamentales que son la hoja de ruta no solo para los dueños de la empresa sino para todos sus empleados.

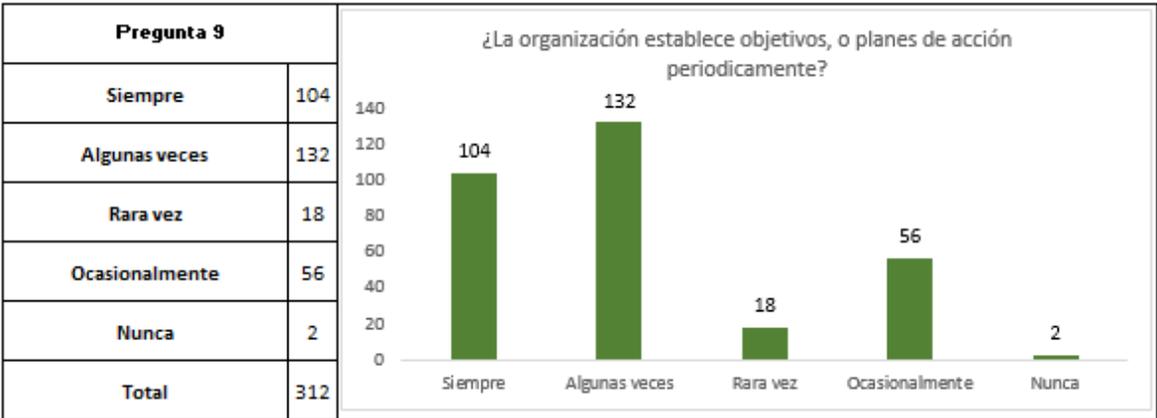
Pregunta 9. ¿La organización establece objetivos, o planes de acción periódicamente?

Tabla 10. Objetivos y planes de acción periódicamente

9. ¿La organización establece objetivos, o planes de acción periódicamente?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	104
Algunas veces	132
Rara vez	18
Ocasionalmente	56
Nunca	2
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 10. Grafica Objetivos y planes de acción periódicamente



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

El establecimiento de objetivos periódicos permite evaluar la efectividad en las tareas asignadas, así mismo, estos objetivos van de la mano con planes de acción que conllevan al logro de los mismos, esta característica se ve presente a nivel de las medianas y microempresas, aunque son establecidos de manera oral e interiorizados por los empresarios, lo que indica la necesidad de fortalecer las metas tanto a largo como a corto plazo dentro de este tipo de organizaciones.

Se presenta un resultado similar al de la cuestión anterior ya que el establecimiento de objetivos o planes de acción hacen parte de esa cultura estratégica de la empresa. Entonces se puede afirmar que pese a que las empresas conocen las partes de la planeación estratégica no todas efectúan de manera intensiva la práctica de dichas partes como eje vital para el crecimiento de la empresa.

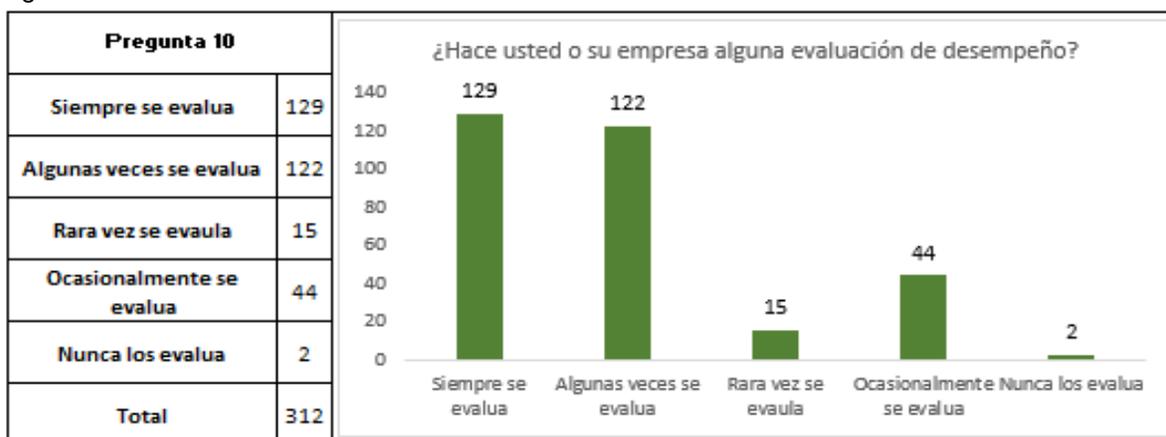
Pregunta 10. ¿Hace usted o su empresa alguna evaluación de resultados?

Tabla 11. Evaluación de resultados

10. ¿Hace usted o su empresa alguna evaluación de resultados?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre evalúa	129
Algunas veces evalúa	122
Rara vez evalúa	15
Ocasionalmente los evalúa	44
Nunca los evalúa	2
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 11. Grafica evaluación de resultados



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Como sugiere la encuesta, gran parte de las empresas realizan constantemente evaluación de resultados, pero esta evaluación está más encaminada a revisar las utilidades que genera la empresa, y no existen parámetros determinados para aplicar una evaluación más profunda a fin de encontrar los problemas y evaluar posibles alternativas que le puedan dar una ventaja competitiva a su negocio.

Si bien la mayoría de las empresas encuestadas sostiene que en efecto realiza evaluación de resultados siempre, hay un 50% que lo realiza algunas veces o rara vez, lo cual es un panorama de alerta que debe concientizar a los empresarios en que el hecho de mantener una evaluación continua permite que aquellas falencias que se presentan puedan detectarse y perfeccionarse a tiempo.

Pregunta 11. ¿Cuenta con políticas que prohíben y sancionan actitudes prácticas de discriminación?

Tabla 12. Políticas que sancionan la discriminación

11. ¿Cuenta con políticas que prohíben y sancionan actitudes prácticas de discriminación?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	37
Algunas veces	138
Rara vez	53
Ocasionalmente	84
Nunca	0
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 12. Grafica Políticas que sancionan la discriminación



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

En cuanto a esta pregunta se puede evidenciar que claramente no están definidas plenamente políticas para este tipo practicas ya que estos temas se tratan más de manera casual, puesto que los direccionamientos estratégicos de estas empresas en su mayoría son de naturaleza informal, es decir no hay parámetros establecidos por la alta gerencia.

La mayoría de las empresas cultivan la cultura de respeto, tolerancia y empatía entre sus grupos de interés, así que en una sociedad tan golpeada por la violencia y la desigualdad es importante que las empresas pongan el ejemplo de convivencia sana y amistosa con sus prójimos.

Pregunta 12. ¿Garantiza y establece estrategias para generar condiciones de protección para la excelencia de la salud y brinda seguridad a todas las personas que trabajan en la empresa?

Tabla 13. Estrategias para generar condiciones de protección

12. ¿Garantiza y establece estrategias para generar condiciones de protección para la excelencia de la salud y brinda seguridad a todas las personas que trabajan en la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	126
Algunas veces	130
Rara vez	6
Ocasionalmente	50
Nunca	0

Total	312
-------	-----

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 13. Grafica Estrategias para generar condiciones de protección



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Al indagar sobre esta serie de estrategias los microempresarios respondieron acertadamente al indicar que el establecimiento de estas políticas ayuda a la preservación de la calidad de vida del colaborador y en su mayoría buscan la manera de hacer que el personal actualmente contratado se sienta seguro al realizar sus labores matutinas.

La gran mayoría de las empresas cumple con los requisitos legales y reglamentarios estipulados por los diferentes entes estatales para que el desarrollo de las tareas encargadas a los colaboradores de la organización sea en la medida de lo posible seguras y saludables aplicando algunas de las estrategias diseñadas en el SISO.

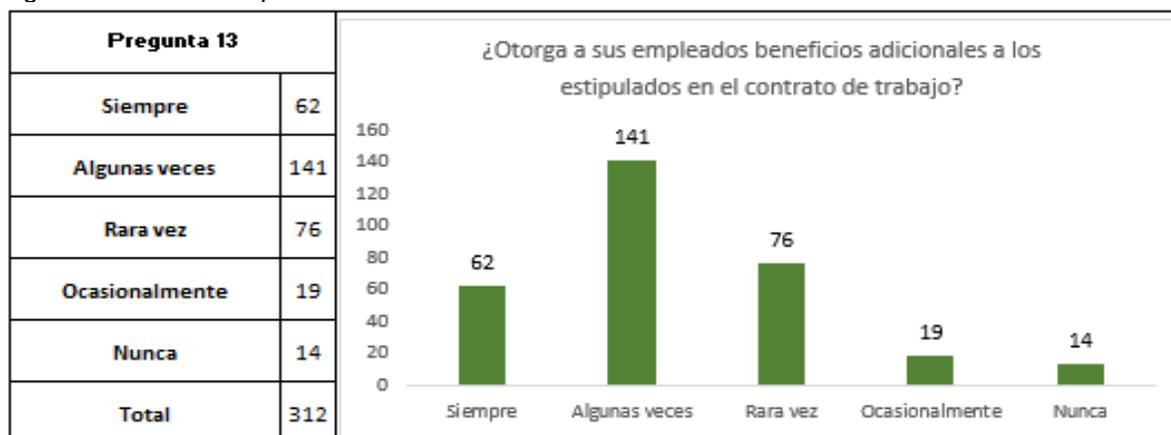
Pregunta 13. ¿Otorga a sus empleados beneficios adicionales a los estipulados en el contrato de trabajo?

Tabla 14. Empleados cuentan con beneficios adicionales

13. ¿Otorga a sus empleados beneficios adicionales a los estipulados en el contrato de trabajo?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	62
Algunas veces	141
Rara vez	76
Ocasionalmente	19
Nunca	14
Total	312

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 14. Gráfica Empleados cuentan con beneficios adicionales



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Dado a que la mayoría de estas empresas cuentan con recursos limitados debido a la naturaleza de donde surgen, no les es posible mantener una política de incentivos estable, debido a este fenómeno en su mayoría los microempresarios aducen que los únicos incentivos que les brindan a sus colaboradores son dados esporádicamente y son netamente monetarios en un porcentaje de sus ventas, en otros casos porque no se encuentran estas estrategias inmersas dentro de las políticas de incentivos de las mismas, en su mayoría las empresas no otorgan beneficios adicionales a los estipulados por ley.

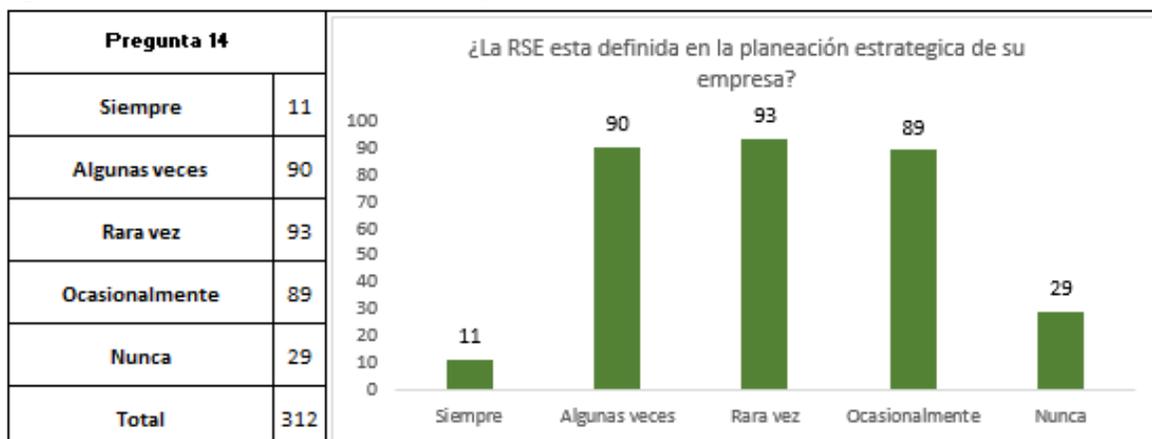
Pregunta 14. ¿La RSE está definida en la planeación estratégica de su empresa?

Tabla 15. La RSE definida en la planeación

14. ¿la RSE está definida en la planeación estratégica de la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	11
Algunas veces	90
Rara vez	93
Ocasionalmente	89
Nunca	29
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 15. Grafica La RSE definida en la planeación



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Aunque este tema no está implícito dentro su direccionamiento estratégico, los microempresarios encuestados tienen una idea superficial acerca de lo que se entiende como responsabilidad empresarial asociándolo a las prácticas empresariales que buscan la interacción entre la comunidad, el medio que los rodea y la empresa, sobre este ítem se observa que en la declaración del objeto social, principios y valores de las empresas de este grupo, está el incluir políticas para mejorar el bienestar de la comunidad donde se desarrolla la labor de la organización, en el día a día la comunidad no es participativa en estas políticas.

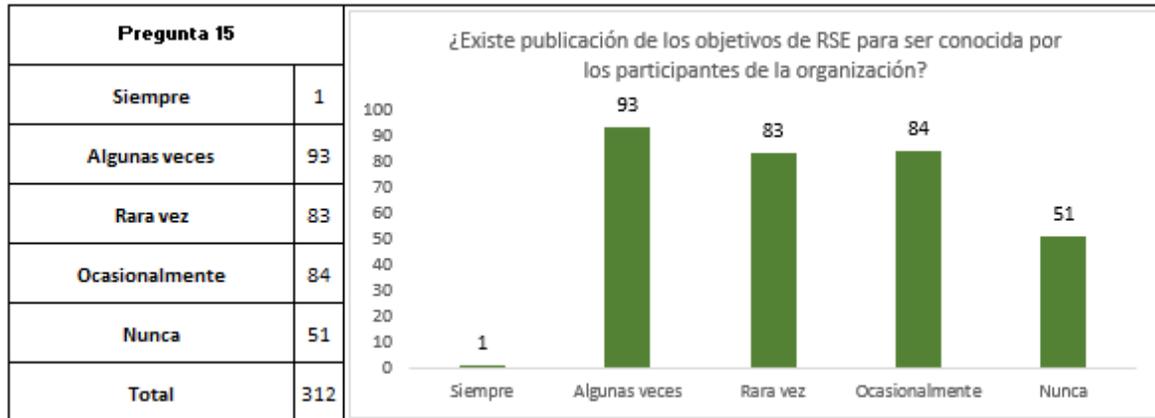
Pregunta 15. ¿Existe publicación de los objetivos de la RSE para ser conocida por los participantes de la organización?

Tabla 16. Publicación de los objetivos de la RSE

15. ¿Existe publicación de los objetivos de la RSE para ser conocida por los participantes de la organización?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	1
Algunas veces	93
Rara vez	83
Ocasionalmente	84
Nunca	51
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 16. Grafica Publicación de los objetivos de la RSE



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Se observa que la práctica empresarial de la responsabilidad social empresarial no juega un papel aun relevante dentro de estas organizaciones, ya que al indagarse sobre estos cuestionamientos se evidencia que en su mayoría los integrantes de la organización no son tenidos en cuenta para este tipo de toma de decisiones y prácticas de una manera más intensiva.

Pregunta 16. ¿Cuenta su organización con una dependencia para el desarrollo de las actividades de RSE?

Tabla 17. Dependencia para el desarrollo de actividades RSE

16. ¿Cuenta su organización con una dependencia para el desarrollo de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	4
Algunas veces	84
Rara vez	79
Ocasionalmente	73
Nunca	72
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 17. Grafica Dependencia para el desarrollo de actividades RSE



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Aunque al cuestionarlos sobre las dependencias creadas para el desarrollo de actividades de RSE La gran parte de las empresas afirma tenerlas, se evidencia que se delegan en el área de talento humano; Las actividades encaminadas al desarrollo de habilidades y estrategias gerenciales para este tipo de programas no son parte primordial dentro de las estratégicas gerenciales de las organizaciones.

Se observa que la mayoría de las medianas y microempresas no cuenta con un área establecida para este fin, esto se debe principalmente a que las demás dependencias tampoco están establecidas concretamente dentro de estas organizaciones ya que como tal no tienen una estructura organizacional plenamente definida.

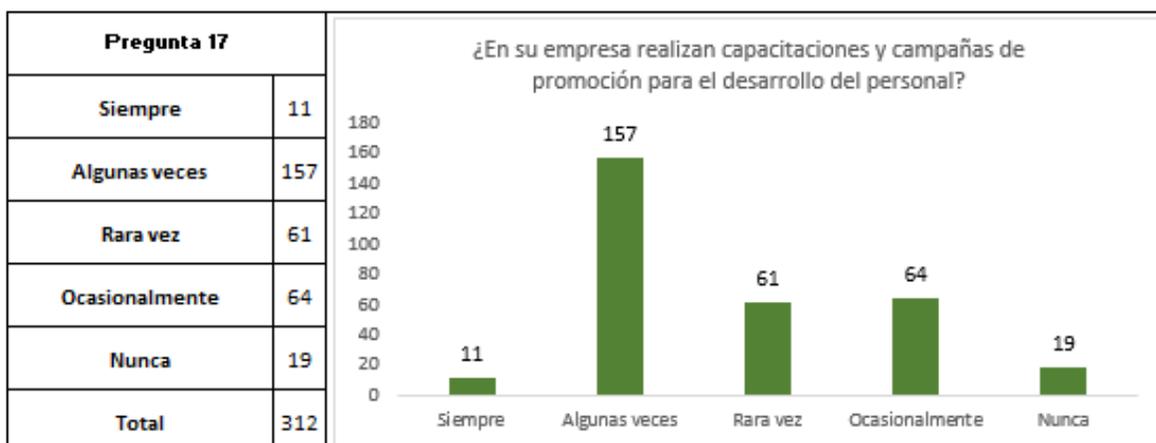
Pregunta 17. ¿En su empresa realizan capacitaciones y campañas de promoción para el desarrollo del personal?

Tabla 18. Capacitaciones y campañas de promoción

17. ¿En su empresa realizan capacitaciones y campañas de promoción para el desarrollo del personal?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	11
Algunas veces	157
Rara vez	61
Ocasionalmente	64
Nunca	19
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 18. Grafica Capacitaciones y campañas de promoción



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

En su mayoría se observa que los programas de capacitación están presentes en el desarrollo de la compañía, pero estas, en su gran mayoría son exclusivamente asignadas para enriquecer la labor desarrollada por los colaboradores en algunos casos debido al presupuesto limitado no se amplía el portafolio de capacitaciones en otros aspectos para el desarrollo de talento humano.

Aunque la participación de las empresas que realizan capacitaciones no es muy baja, a su vez no es muy representativa, y es importante que las medianas y microempresas lo tengan en cuenta pues el desarrollo del talento humano es fundamental para que ese desarrollo y crecimiento de conocimiento lo orienten a la mejora de la organización continuamente, posiblemente al desarrollar una área que se encargue de estos temas se podrán implementar este tipo de estrategias.

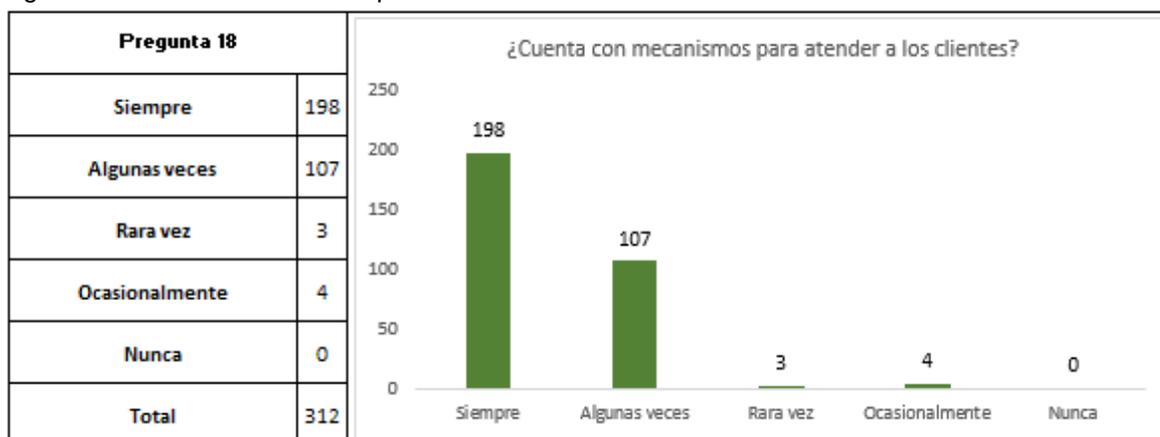
Pregunta 18. ¿Cuenta con mecanismos para atender a los clientes?

Tabla 19. Mecanismos para atender a los clientes

18. ¿Cuenta con mecanismos para atender a los clientes?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	198
Algunas veces	107
Rara vez	3
Ocasionalmente	4
Nunca	0
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 19. Grafica Mecanismos para atender a los clientes



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Se observa que al cuestionar sobre mecanismos de atención, todas las empresas pertenecientes a este grupo aseveran tener las herramientas para realizarlo, pero son aun algo rudimentarias en algunas de ellas, en su mayoría estas, se les comunican a los empleados para que las apliquen al momento de realizar una venta.

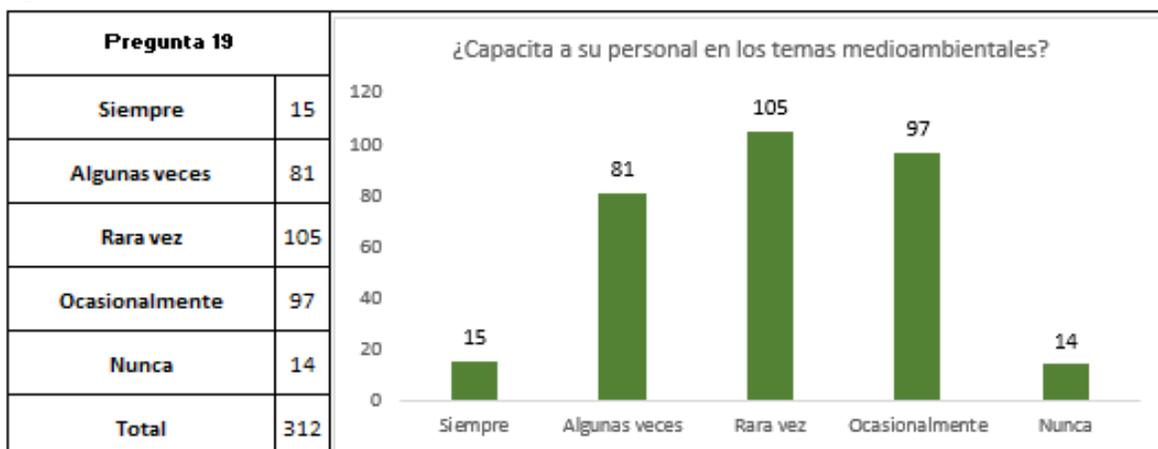
Pregunta 19. ¿Capacita a su personal en los temas medioambientales?

Tabla 20. Capacitación en temas de medio ambiente

19. ¿Capacita a su personal en los temas medioambientales?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	15
Algunas veces	81
Rara vez	105
Ocasionalmente	97
Nunca	14
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 20. Grafica Capacitación en temas de medio ambiente



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

La falta de capacitación medioambiental es evidente, al indagar sobre estos temas ellos argumentan que la razón de ser de la compañía en algunos casos no afecta el desarrollo de políticas y normas medioambientales debido a que el nivel de industrialización de las mismas no impacta directamente con estos temas.

Esta falta de capacitación va de la mano con el desconocimiento y la poca preocupación de los microempresarios, por este tipo de temas ya que se encuentran más focalizados en sobrevivir dentro del mercado donde interactúan y dejan de lado las prácticas medioambientales aludiendo a que no son relevantes en el ámbito donde se desenvuelven.

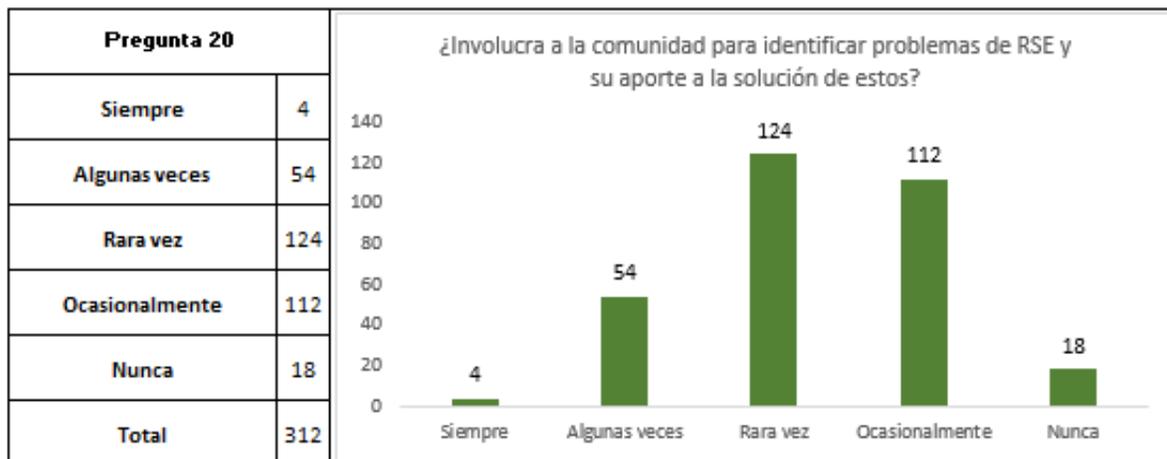
Pregunta 20. ¿Involucra a la comunidad para identificar problemas de RSE y su aporte en la solución de estos?

Tabla 21. La comunidad y la RSE

20. ¿Involucra a la comunidad para identificar problemas de RSE y su aporte en la solución de estos?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	4
Algunas veces	54
Rara vez	124
Ocasionalmente	112
Nunca	18
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 21. Grafica La comunidad y la RSE



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Se evidencia que la RSE no tiene fuerte presencia en las empresas de este grupo, ya que se observa la desconexión de la empresa con los factores ambientales y sociales que afectan a la comunidad sea por desconocimiento de las mismas estrategias u otros factores diferentes.

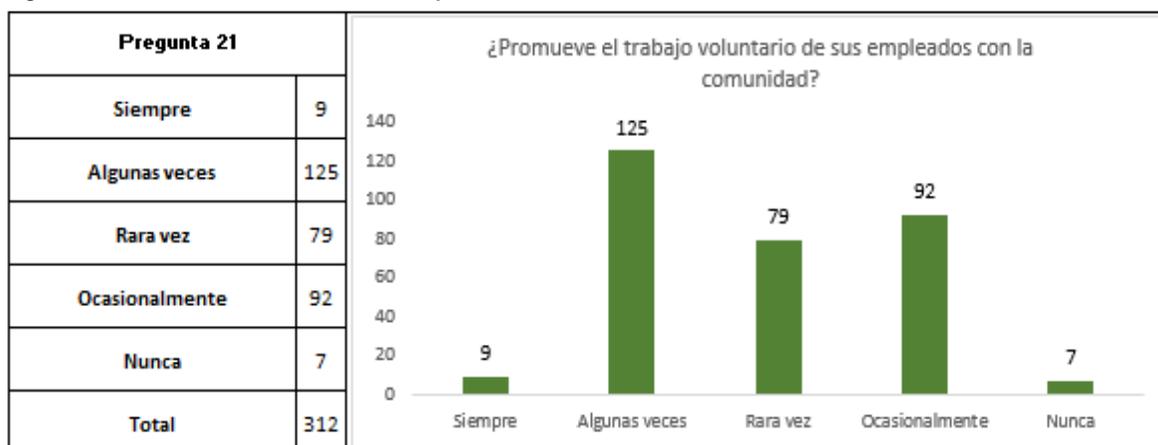
Pregunta 21. ¿Promueve el trabajo voluntario de sus empleados con la comunidad?

Tabla 22. Promueve el trabajo voluntario

21. ¿Promueve el trabajo voluntario de sus empleados con la comunidad?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	9
Algunas veces	125
Rara vez	79
Ocasionalmente	92
Nunca	7
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 22. Grafica Promueve el trabajo voluntario



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Al cuestionarlos sobre el trabajo voluntario de sus empleados con la comunidad algunas empresas dijeron que colaboran con fundaciones u otras instituciones a través de donaciones en donde sus trabajadores ayudan en la parte logística; como lo son, entrega de regalos visitas, etc... Por otra parte, algunas empresas afirman que cumplen con todas las políticas laborales.

Por su parte los microempresarios indican que no se realiza trabajo con la comunidad. Pues los recursos son tan limitados que no se alcanza a dar un apoyo para este tipo de temas, el foco principal de este grupo organizaciones se centra en el fortalecimiento de las ventas para maximizar las utilidades.

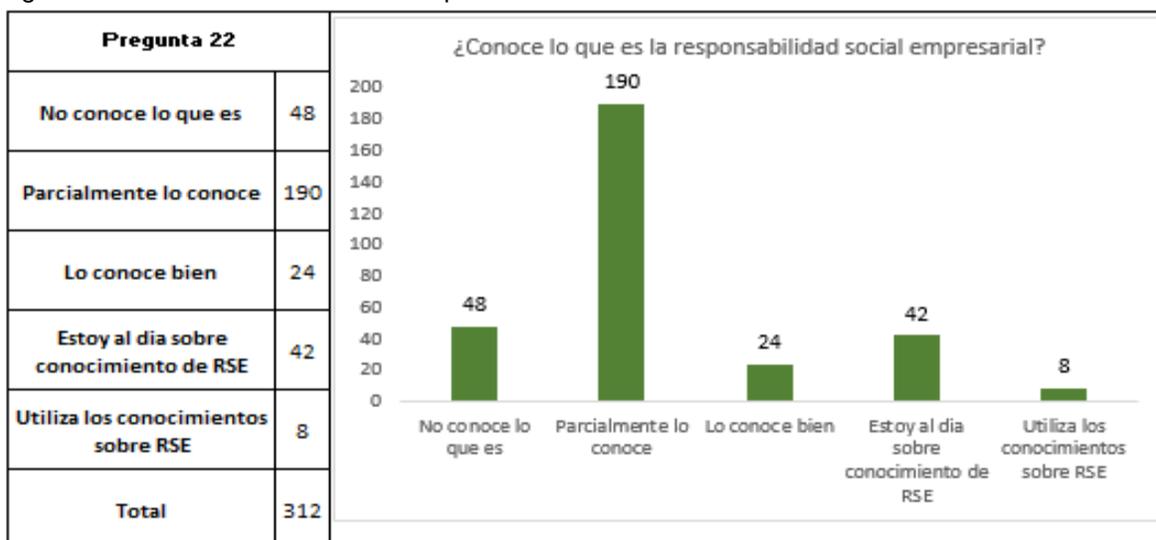
Pregunta 22. ¿Conoce lo que es la responsabilidad social empresarial?

Tabla 23. Conoce la RSE empresarial

22. ¿En su empresa Conocen lo que es la responsabilidad social empresarial?	FRECUENCIA ABSOLUTA
No la conoce	48
parcialmente	190
bien	24
estoy al día en conocimiento	42
utiliza los conocimientos	8
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 23. Grafica Conoce la RSE empresarial



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Las prácticas que competen a la responsabilidad social empresarial, no son muy comunes en el país, por los menos en las medianas y microempresas, si bien es cierto que la tendencia mundial está enfocada a preservar los recursos, los microempresarios aún no están alineados con las políticas y estrategias referidas a la RSE, lo que ayudaría al fortalecimiento de su marca con el fin de atraer más clientes.

Se observa que la gran mayoría de los empresarios no saben a ciencia cierta que es la RSE, todo lo que se tiene son conceptos superficiales del tema.

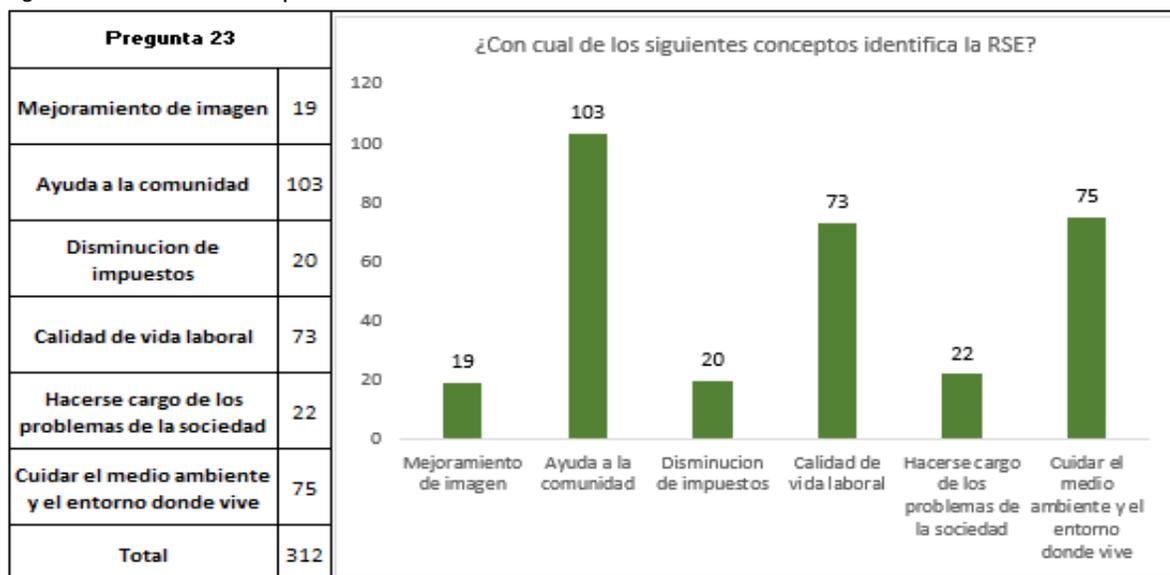
Pregunta 23. ¿Con cuál de los siguientes conceptos identifica la RSE?

Tabla 24. Conceptos identifica la RSE

23. ¿Con cuál de los siguientes conceptos identifica la RSE?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Mejoramiento de la imagen	19
ayuda a la comunidad	103
disminución de impuestos	20
calidad de vida laboral	73
hacerse cargo de los problemas de la sociedad	22
cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive	75
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 24. Grafica Conceptos identifica la RSE



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Como se evidencia en el gráfico, si bien es cierto que las empresas desconocen las estrategias que conlleva la puesta en práctica de la RSE, por lo menos conocen la esencia de la misma y el fin para el cual fueron creadas.

Lo cual sugiere que si bien, no se tiene la capacidad económica para poder llevar a cabo estas prácticas empresariales modernas, por lo menos se conoce el fin de las mismas y llegado el caso, tener la capacidad en un futuro para implementar las estrategias de la RSE será mucho más sencillo.

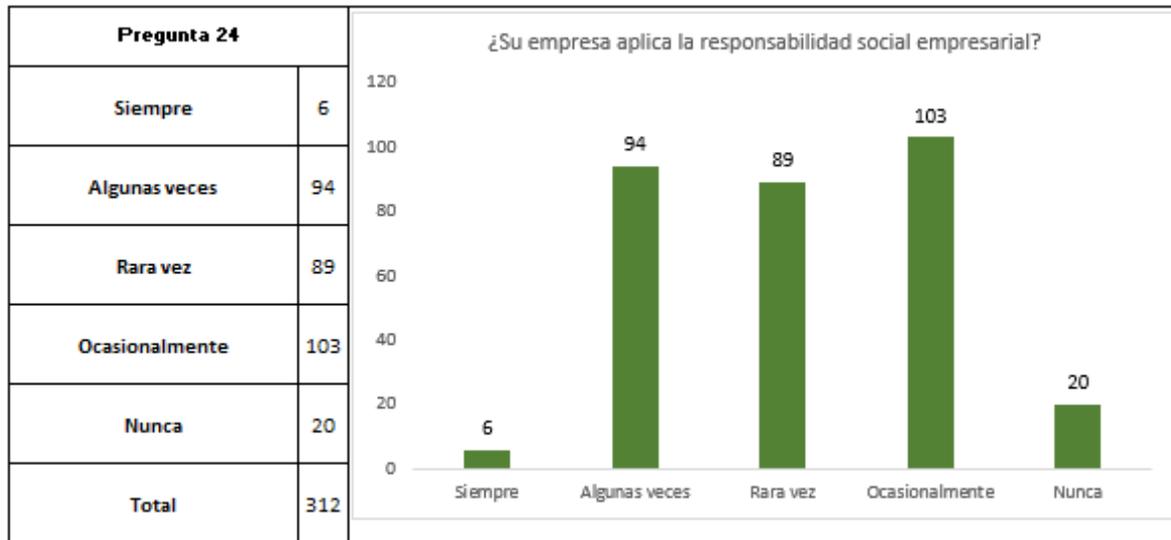
Pregunta 24. ¿Su empresa aplica la responsabilidad social empresarial?

Tabla 25. Aplicación de RSE

24. ¿Su empresa aplica la responsabilidad social empresarial?	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	6
Algunas veces	94
Rara vez	89
Ocasionalmente	103
Nunca	20
<b>Total</b>	<b>312</b>

Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Figura 25. Grafica Aplicación de RSE



Fuente: Coinvestigadores del proyecto

Se deduce la falta de cultura en la aplicación de prácticas de RSE en las compañías de este grupo ya sea por motivos de desconocimiento de las estrategias o por su razón de ser ya que en las empresas que prestan determinados servicios no se relaciona la RSE con ellos directamente.

## 7.2 Análisis general del municipio de Facatativá.

- La planeación estratégica es aplicada en la mayoría de las empresas y esta implementada pero no es claramente comprendida por los empleados en la medida que las metas organizacionales no han sido definidas con claridad ni socializadas en su totalidad.
- El análisis que de los factores del ambiente externo de la empresa se realizan no es muy exhaustivo por lo que las empresas pueden estar expuestas a cambios bruscos que afectaran sus actividades y por ende sus ingresos.
- Las empresas ven a los clientes como su fuente de ingresos, pero se enfocan más en solo vender que en buscar fidelizar al cliente, se obvia el hecho que es más costoso buscar clientes nuevos que fidelizar los que ya se tienen.
- Con respecto a las estrategias que se ofrecen en materia de salud y seguridad, la mayoría de las empresas afirma generar estrategias para aplicación de mecanismos de control con respecto a estos temas, es decir el personal

encargado de la parte de gestión de talento humano de estas compañías ayuda en parte a la implantación de políticas de autocuidado tanto adentro como afuera de la organización, además de cumplir con los requisitos legales y reglamentarios que en la actualidad están establecidos por el gobierno nacional.

- En cuanto a los temas que tienen que ver con la RSE, la mayoría de las compañías no se ha familiarizado con el termino ya que en el país es una estrategia que se lleva implementando no hace más de 15 años; estos temas no se conocen a profundidad por las personas encargadas de gerenciar las compañías de estos municipios, además que esto implicaría realizar cambios de fondo dentro de la misión la visión y los principios y valores de la organización, ellos comentan que este tipo de estudios son bastante costosos y que los ingresos que se perciben se podrían ver afectados por la nueva implementación de este tipo de estrategias de innovación de mercados, si bien es cierto que conocen algo relativo sobre el tema, no es una de las prioridades de estas compañías.
- Dentro de los procesos misionales de las compañías no se estipulan políticas para la implementación de la RSE, pues son empresas que hasta ahora están en su fase de crecimiento y este tipo de políticas y estrategias son más empleadas a su vez por compañías que en su mayoría están en su fase de sostenimiento y que cuentan ya con los recursos necesarios para poder realizar este tipo de estudios e implantaciones dentro de las mismas.
- El desarrollo de personal es bastante limitado por lo que la mayoría de personal que trabaja en este tipo de empresas forma parte de la nómina operativa lo que no necesariamente las fuerza a estar en capacitación constante y en su mayoría estas realizan labores específicas que no necesitan de mayor conocimiento para desempeñar el rol que se les asigna, en estas primeras etapas de creación de las empresas las capacitaciones se centran en las personas que gerencian.
- Los temas medio ambientales no generan mayor valor para estas compañías ya que en su mayoría son prestadoras de servicio y solo algunas se dedican a la producción es por esta razón que el tema medioambiental que en un segundo plano al momento de entregar capacitación.
- El análisis de las fuerzas externas que podrían afectar el funcionamiento de la empresa, no se realiza; En su mayoría este tipo de organizaciones nace de la necesidad de generar ingresos o invertir cierto capital, mas no por conocer el entorno en el que se van a adentrar, en ese orden de ideas la mayoría de los

microempresarios del municipio crean empresa únicamente observando los factores que se refieren a las utilidades, dejando de lado las tendencias del mercado y sin realizar un estudio de mercadeo adecuado.

- Las empresas ven a los clientes como su fuente de ingresos pero se enfocan más en solo vender que en buscar fidelizar al cliente, es un proceso netamente mecánico que busca únicamente vender las existencias que se tienen para poder abastecerse nuevamente, se obvia el hecho que es más costoso buscar clientes nuevos que fidelizar los que ya se tienen.
- Con respecto a las estrategias que se ofrecen en materia de salud y seguridad, en la mayoría de las empresas no se generan estrategias para aplicación de mecanismos de control con respecto a estos temas, es decir el personal encargado de la parte de gestión de talento humano de estas compañías no existe, pues la cantidad de personas que componen la fuerza laboral son pocas y las dependencias no se encuentran plenamente establecidas debido a la capacidad económica con la que cuentan las organizaciones de este tipo, solamente se busca cumplir mínimamente con los requisitos legales y reglamentarios que en la actualidad están establecidos por el gobierno nacional para poder funcionar.
- La mayoría de pequeñas empresas encuestadas del municipio de Facatativá aplican herramientas de planeación en cada una de las actividades de la empresa, por otra parte la totalidad de las empresas encuestadas afirman que cuentan con principios y valores empresariales, que estos son conocidos por la parte directiva y por los empleados, además que cumplen con estos principios y valores, algunos de los principios que se mencionaron durante la aplicación del instrumento son: Responsabilidad, honestidad, Trabajo en equipo, comunicación entre otros.
- Aunque la mayoría de las empresas a las cuales se aplicó el instrumento de encuesta afirma que analiza y prevé las tendencias que se presentan en su entorno, también se puede analizar que estas no realizan planes de contingencia para prever posibles cambios en el mercado.
- La falta de mayor investigación a las necesidades de los clientes, los proveedores, distribuidores, acreedores y empleados puede causar que se pierdan clientes potenciales, además los mecanismos que se utilizan para atender a los clientes son básicos como el teléfono y la comunicación directa, la tecnología es poco utilizada. La escasa investigación puede ocasionar que no se seleccionen los proveedores adecuados para así poder disminuir costos en materias primas o en servicios, que no se seleccionen distribuidores que

puedan ofrecer un mejor precio en la parte de comercialización, que los canales de distribución no sean los adecuados para aumentar el flujo de mercancías y además que se puedan presentar ciertos retrasos en la entrega del producto o en la prestación del servicio al consumidor final, también que se desconozcan las necesidades que tienen los trabajadores lo que llevaría a tener un clima organizacional negativo.

- Muchas de las empresas encuestadas afirman que la misión y visión se encuentra en forma escrita y que se ha socializado con los trabajadores, algunas empresas expresaron que la socialización se realiza mediante charlas y se mide a través de las evaluaciones de desempeño de la empresa.
- Las empresas en su mayoría establecen objetivos de manera periódica, por lo general hablan de un año, 6 meses para establecer las actividades que se aplicaran en la organización, además la mayoría de empresas encuestadas realiza alguna evaluación de resultados, aunque algunas empresas no cuentan con información sistematizada, los datos los llevan de manera escrita y de esta manera conocen sus datos financieros, inventarios entre otros.
- A pesar que la mayoría de las empresas encuestadas afirma que cuenta con políticas que sancionan las prácticas de discriminación, aún hay algunas que no las aplica en su mayoría o desconoce cómo aplicar estas políticas; por otra parte, la totalidad de las empresas afirma que cumple con todas las condiciones de protección en salud y seguridad para sus trabajadores.
- Además se analiza que a las pequeñas empresas encuestadas del municipio de Facatativá les falta mayor conocimiento en cuanto a RSE y la aplicación de esta, tanto en los Stakeholders internos (trabajadores y directivos) como en los Stakeholders externos (consumidores, proveedores,...), adicional a esto se puede decir que no hay una planeación concreta en cuanto a RSE, por lo cual no hay una publicación de la RSE en su totalidad o no se publica en las empresas.
- De otro lado la mayoría de empresas encuestadas afirmaron no tener un departamento de RSE, aunque algunas de las empresas afirmaron no tener un departamento como tal, si desarrollan actividades de RSE en las organizaciones y la mayoría están a cargo del gerente de talento humano. Pero tales actividades se realizan de manera esporádica.
- Por otra parte, muchas de las empresas encuestadas realizan capacitaciones para el desarrollo del personal, de lo cual se puede deducir que la mayoría de empresas mantiene a sus trabajadores en constante aprendizaje en los

procesos de la organización, sin embargo, en cuanto a capacitaciones relacionadas con el medio ambiente el porcentaje es bajo.

- La mayoría de empresas encuestadas no involucran a la comunidad para identificar problemas de RSE y su aporte en la solución de estos, algunas empresas aplican la RSE a través de convenios con planteles educativos, fundaciones y otras instituciones, a través de donaciones, los colaboradores de estas empresas ayudan en la parte logística pero estas actividades se realizan de manera eventual.
- Asimismo el 55% de las empresas parcialmente conocen lo que significa RSE y dentro de las empresas que afirman conocerla el 45%, existe un 15% que utilizan el conocimiento de RSE de manera interna por medio del cumplimiento de las políticas laborales; por otra parte la mayoría de organizaciones identifican la RSE con calidad de vida laboral, seguido de cuidado del medio ambiente y el entorno donde vive. A partir de lo anterior se puede observar que en las pequeñas empresas encuestadas en el municipio de Facatativá deben implementarse planes y estrategias para mejorar y aumentar la RSE en sus organizaciones.

### 7.3 Análisis general del municipio de Zipacón.

- La planeación estratégica es aplicada de forma superficial por la mayoría de las empresas, en algunos casos está implementada pero no es claramente comprendida por los empleados.
- Los elementos externos que rodean a las empresas pueden ser dañinos para las mismas por cuanto la previsión que de ellos se hace no es lo suficientemente exhaustiva para contemplar fallas y opciones de mejora.
- El cliente para las empresas representa el más valioso activo, pero, a su vez, en el afán por fidelizarlo, las empresas descuidan aspectos importantes en la planeación que repercuten también en su desempeño con los clientes.
- En lo referente al capital humano de las empresas encuestadas, sus incentivos, capacitaciones y análisis de sus necesidades no son un aspecto que sea representativo para los empresarios, más bien son vistos como imposiciones de la legislación nacional que incrementan sus costes de producción.

- El tema de la RSE es relativamente nuevo para estas organizaciones de tamaño micro, por cuanto sus objetivos están inmersos en el nivel de ventas más que en la implementación de nuevos temas organizacionales.
- Los microempresarios cumplen a cabalidad con aquellos requisitos mínimos exigidos para que su negocio permanezca en marcha, pero con aquellos aspectos que no atañen mayor obligatoriedad, como la elaboración de una concienzuda planeación estratégica, son descuidados.
- La relación más relevante entre comunidad y empresa es la conformada por clientes que adquieren los productos/servicios ofertados, pero la ayuda como tal a los demás participantes de la comunidad no se lleva a cabo por cuanto no está enmarcado por una relación comercial.
- La mayoría de las organizaciones encuestadas aplican en cierta medida la planificación de actividades como herramienta para la toma de decisiones, esto surte un efecto a nivel de desarrollo organizacional en el tema de cumplimiento de objetivos, ya que esta participación influye medianamente para lograr ciertas metas y esto también influye a que se ejerza de manera ocasional la utilización de medios tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones, llevándolos así a un entorno de tendencias progresistas viendo con gran facilidad el estado de la incorporación y compromiso del uso de estos recursos tecnológicos para el afianzamiento de la organización entrando en el mundo de la competitividad.
- El seguimiento a los aliados estratégicos en los últimos años también se ha convertido en un medio para el sostenimiento de una organización por tal motivo su seguimiento conlleva a una gran responsabilidad y seguimiento de aquí se derivan estrategias de marketing, reducción de costos entre otros; en el municipio de Zipacón esta ayuda parece poco aplicada, debido a que en la mayoría de los casos se ejerce de manera esporádica, uno de los puntos a rescatar de esta encuesta es el enfoque que le han dado a las necesidades de los empleados que siempre tiene un gran porcentaje de participación.
- Las organizaciones en este municipio cuentan con un marco estratégico medianamente consolidado, se debe trabajar fuertemente en la planificación de objetivos a corto plazo, mediano y largo plazo y sobre este margen se deben evaluar seguidamente para el aseguramiento y la verificación de su cumplimiento ya que si se hace de esta manera, el seguimiento conllevará al

efectivo desempeño de estas metas al igual se debe trabajar bastante en el tema de los valores corporativos por que de aquí se derivan los primeros principios de la responsabilidad social incorporada, que en nuestra actualidad está tomando un gran auge y sensibilización en el municipio de Zipacón se está viendo reflejado en pequeña medida, algunas organizaciones aplican conceptos, otras ejercen ciertas actividades a simple vista se ve el escalamiento de los primeros peldaños para un buen pronóstico en un futuro a un mediano plazo pero con muy buenas promesas y para llegar a este punto se debe fomentar esta disciplina a través de planes estratégico y planes de acción que encaminen dichos resultados a la promulgación y desarrollo de este proceso.

- Se puede destacar que esta labor de generar conciencia y afianzar estos programas podría ser dirigida por los altos mandos y cerebros de las organizaciones implementando estrategias a través de asesorías consultando expertos en temas de planeación estratégica y responsabilidad social.

## **8. ANÁLISIS CORRELACIONAL DE LOS MUNICIPIOS DE FACATATIVÁ Y ZIPACÓN.**

Las organizaciones de ambos municipios están orientadas hacia un objetivo general que se resume en mantener el nivel de ingresos percibidos. El mantenerse en operación es un reto constante para los empresarios, cada día surgen más organizaciones con nuevos o mejorados productos e incluso de compañías más grandes que puede arrasarles en un parpadeo.

Pese a que el municipio de Facatativá posee una densidad comercial mayor que la del municipio de Zipacón, el establecimiento de negocios informales es un factor que va en detrimento del crecimiento de aquellos empresarios que operan de forma legal.

Los empresarios buscan suplir la mayor cantidad de funciones que se pueda para reducir los gastos de personal, lo cual es un arma de doble filo en la medida que muchas veces el estar al frente de todo no permite que se cumpla a cabalidad con todas las funciones a cargo. Se está sacrificando eficiencia por reducción de costes.

Las organizaciones de ambos municipios tienen manejos similares y razón sociales similares, en este tipo de empresas el área de talento humano, contabilidad y área administrativa son las áreas más fuertes y sobre las cuales recae la responsabilidad de sacar a flote el negocio.

Es por eso que el área de talento humano es convertida en aquella que maneja además de los temas de selección de personal capacitación del personal y desarrollo del talento humano, en aquellas donde la seguridad industrial y los temas de gestión de seguridad, RSE y demás no concernientes a la misma en su manejo y en algunos casos el poco conocimiento en estas áreas que no son de su rol directo influye para que los programas medioambientales y similares no sean un factor relevante dentro de su funcionamiento.

Además, el nivel promedio de capital de las empresas de ambos municipios y la capacitación del personal que en ellas laboran es bastante limitado por lo que en la planeación estratégica se ciñen a lo que necesariamente se necesita por ley para poder funcionar, dejando claro no obstante que no se encuentre dentro de las metas a mediano y largo plazo la implementación de este tipo de políticas que les ayudarían a posicionarse mejor el nombre de sus marcas en el mercado y frente a la competencia.

Otra similitud que se evidencia entre las empresas de estos municipios es que al tener recursos tan limitados no tienen influencia sobre la comunidad en lo que tiene que ver con los temas de responsabilidad social empresarial y los temas medioambientales, la única influencia que ejercen es lo que por ley cumplen para con el tema del SENA, que es ese caso si utilizan los servicios de los estudiantes que necesitan realizar sus pasantías.

Por otra parte, estas pequeñas empresas en ambos municipios cuentan con principios y valores definidos, algunos de los principios que se mencionaron durante la aplicación del instrumento fueron: Responsabilidad, honestidad, Trabajo en equipo, comunicación entre otros.

Las pequeñas organizaciones de estos municipios cuentan con un marco estratégico medianamente consolidado en el que la misión y visión se encuentran de manera explícita; otra semejanza encontrada es que en ambos municipios las pequeñas empresas encuestadas no tienen un departamento de Responsabilidad Social como tal, sin embargo, algunas de las actividades de responsabilidad social se realizan en su mayoría desde el área de gestión humana. Por otra parte, se evidencia que existe una carencia en el uso de tecnologías, puesto que la mayoría de información se lleva de manera escrita y no hay sistematización en los datos de estas empresas.

En cuanto a la aplicación de la Responsabilidad Social de estas empresas con respecto a la comunidad es muy poca, sin embargo, se pueden observar algunas

actividades que las empresas encuestadas realizan para generar bienestar en la comunidad a través de convenios con planteles educativos, fundaciones y otras instituciones; la mayoría de pequeñas empresa trabajan la Responsabilidad Social al interior de las organizaciones, mediante capacitaciones y calidad de vida laboral a sus colaboradores.

## **CONCLUSIONES**

### Conclusiones del municipio de Facatativá

La investigación sobre Responsabilidad Social Empresarial que se realizó a las medianas y microempresas del municipio de Facatativá, dejó como conclusiones destacadas las siguientes:

En la definición empírica de la planeación estratégica de este tipo de empresas se manejan ciertos factores que la componen como la visión, misión, principios y valores aún bastante superficiales; sin embargo, lo que concierne a Responsabilidad Social Empresarial se tiene un concepto muy somero de lo que en realidad este tema representa para las empresas y las ventajas empresariales que este podría traer.

Este tipo de organizaciones son uno de los principales motores de la economía nacional ya que el comercio es el foco de la mayoría de las empresas que se

pueden ubicar dentro de este grupo, pero sin un debido establecimiento de estrategias de planeación, y una estructura fuertemente concebida, no se podrá avanzar hacia el desarrollo de los cambios organizacionales que se manejan a nivel mundial como los son aquellos que conciernen a los temas de responsabilidad social empresarial.

La aplicación de la planeación de la Responsabilidad Social Empresarial al igual que la influencia que esta ejerce está presente en la mayoría de las pequeñas empresas encuestadas en el municipio de Facatativá.

Asimismo la mayoría de las pequeñas empresas encuestadas de Facatativá conocen parcialmente lo que significa RSE y dentro de las empresas que afirman conocerla, existe un 15% que utilizan el conocimiento de RSE de manera interna por medio del cumplimiento de las políticas laborales.

Además, la mayoría de organizaciones identifican la RSE con calidad de vida laboral, seguido de cuidado del medio ambiente y el entorno donde vive.

La totalidad de encuestados afirma que posee y aplica principios y valores en las organizaciones.

Todas las pequeñas empresas encuestadas en el municipio de Facatativá carecen de un departamento de RSE.

No se involucra a la comunidad en su totalidad tanto para identificar problemas de RSE como para dar una solución a estos.

A partir de esta información se puede continuar desarrollando la siguiente actividad descrita en el cronograma, la cual es el inicio en la elaboración del manual para cada municipio, el cual una vez este desarrollado se realizará una segunda visita a las empresas para presentarlo.

El Estado no tiene una presencia fuerte en este tipo de empresas, ya que por medio de las entidades gubernamentales y locales se debería prestar la debida capacitación a las empresas para la aplicación de estas nuevas políticas y lograr que estas vayan a la vanguardia con lo que se ve en el ámbito internacional.

Si todas las empresas independientemente al sector que pertenezcan, se preocuparan más por adquirir las competencias que se requieren en cuanto a la RSE, manejo de los recursos naturales y demás estrategias empresariales, ayudarían al que crecimiento económico del país fluyera a un ritmo más acelerado, y la industrialización atraería más inversión extranjera para apoyar la economía nacional pues la aplicación de estrategias empresarial hace que se fortalezca la marca y el buen nombre, lo cual es un factor de valor agregado en las compañías modernas para fidelizar clientes.

## Conclusiones de municipio de Zipacón

Para el desarrollo de la segunda fase se encuentra que en el municipio de Zipacón no se tienen empresas que pertenezcan al grupo de medianas empresas, posiblemente por su densidad poblacional, el grado de ocupación es mayormente agrícola y no hay como tal una conformación de empresas de este grupo porque los productos que allí se fabrican son comercializados en su mayoría de manera informal o se llevan a centros de acopio (abastos) para ser negociado con mayoristas. Con respecto a las microempresas si se hallaron presentes unas cuantas en el municipio.

Es muy loable la labor de los empresarios en cuanto a su mentalidad emprendedora por medio de la cual hacen parte activa del sistema económico y del desarrollo de todo un país. Cada vez son más las personas inmersas en el arte de crear empresa. Es importante hacerlo de la forma más correcta que se pueda.

Se hallan falencias en el conocimiento de temas plenamente relacionados con la actividad empresarial tales como la elaboración de un planeación estratégica asertiva, la definición de políticas en pro del desarrollo de la Organización, la publicación de misión, visión, valores de la empresa, el interés en el desarrollo del personal como fuente de ingresos para las empresas y por último, pero no menos importante, la aplicación de prácticas de RSE que pueden ser un factor determinante al momento de crear Valor Corporativo para la comunidad.

El aletargado desarrollo del municipio perjudica al empresario por cuanto no cuenta con el pleno respaldo de entidades públicas que funcionan allí para fomentar su crecimiento y expansión. Los empresarios laboran con sus propios recursos, lo cual influye de gran manera en que no desarrollen plenamente su papel de generadores de sostenimiento y crecimiento no solo propio sino para la comunidad.

Al relacionar la aplicación de la RSE únicamente a erogaciones de dinero, se coarta su campo de acción. Si bien el factor dinero se ha de tener en cuenta dentro de la RSE no es el único incentivo que ésta tiene para llevarse a cabo.

Esta investigación refleja las fortalezas y debilidades de cada una de las organizaciones del municipio de Zipacón, sobre las cuales se está trabajando para encaminar la RSE hacia resultados positivos, es muy evidente la falta de planeación de objetivos en las organizaciones del municipio de Zipacón; al igual que la falta de un departamento dedicado a la RSE, el cual debe ser el encargado en promover y dirigir las actividades concernientes al tema.

Una de las principales características es la implementación y el desarrollo de los valores corporativos haciéndolos participes en cada uno de los procesos de la organización y también se deben tener en cuenta para el desarrollo de sus actividades

El uso de los medios tecnológicos en la actualidad es indispensable en nuestros tiempos ya que esto es un generador de valor en las compañías puesto que facilita muchos procesos en comunicaciones, producción, marketing, relaciones humanas entre otros.

Las mejoras se pueden obtener a través de la sensibilización y la puesta en práctica de planes estratégicos.

## **RECOMENDACIONES**

En definitiva, se hace necesario que los empresarios conozcan a mayor profundidad todos los elementos integrantes de su papel como creadores de empresa y generadores de crecimiento para toda una comunidad, así como para todo un país, para lo cual se podría plantear la posibilidad de programar una serie de reuniones entre los empresarios y profesionales de la Universidad de Cundinamarca en las cuales se les informe, se les instruya y se les comprometa con el desarrollo de la planeación estratégica de sus empresas teniendo en cuenta lo que esperan de ellos sus grupos de interés.

Mediante campañas llevadas a cabo por entidades como la Cámara de Comercio de Facatativá implantar en el empresario las estrategias necesarias para que tanto él como su personal implementen de manera óptima todas las herramientas que conforman la planeación organizacional y así puedan llevar a cabo todos los pasos del proceso administrativo: Planear, Organizar, Dirigir y Controlar.

La capacitación del personal de las empresas para concientizarlos del compromiso de las mismas con el entorno en el cual llevan a cabo su objeto social es vital al momento de iniciar la implementación de un Programa de RSE al interior de las mismas. En esta instancia se podrían ofertar conferencias conjuntas con entidades

públicas como la Alcaldía Municipal respectiva en pro de establecer una relación de ayuda mutua en la alianza público privada.

Desde la Alta Gerencia se deben diseñar políticas encaminadas al desarrollo de los procesos misionales de las empresas, concatenados con prácticas responsables que vayan de la mano con el cuidado de la comunidad, del ambiente y del entorno en general, verbigracia siendo parte activa dentro de programas de sostenibilidad social en los municipios donde se ubican.

Las alianzas estratégicas hacia atrás (con proveedores) permitirán una relación de beneficio mutuo mediante el intercambio de publicidad voz a voz que les hagan las empresas recomendándolos a otros miembros de su sector industrial mientras que los proveedores pueden ofertar precios más bajos en sus productos, lo cual reduce costos en la empresa y parte del ahorro puede ser destinado a la puesta en marcha de los planes relacionados con RSE.

Hacer inversión en habilidades para fomentar la fidelización del cliente, conociéndolo plenamente e incluso lograr que las empresas se anticipen a sus necesidades, en la actualidad el cliente ya no es un grupo de interés al margen de la empresa, sino que es participante activo y fundamental en el desarrollo de sus procesos internos.

Por medio de acuerdos buscar programas municipales que permitan la capacitación de las compañías de este grupo sobre la importancia de la responsabilidad social empresarial y del como las estrategias de RSE que realizan las empresas ejercen un factor de valor agregado para incentivar la intención de compra.

En las compañías que pertenecen a este grupo y que en la actualidad están empezando formalizarse exigir por parte de los entes reguladores (CAR, MIN ambiente, etc...) de las acciones de las mismas, la inclusión de la RSE en sus cartas de navegación (misión, valores, visión).

Ampliar la investigación de las evidencias expuestas en este ejercicio académico para conocer más a fondo las distintas falencias que presentan las organizaciones pertenecientes a este grupo para desarrollar una matriz DOFA general en base a la cual se puedan determinar acciones estratégicas para que las empresas se formalicen en toda su estructura y cumplan a cabalidad su papel ante sus colaboradores, sus clientes, sus proveedores y la sociedad.

Por medio de las instituciones educativas que hoy en día tienen injerencia en las empresas (Pasantes), formar programas de capacitación sobre estos temas de RSE en las aulas, esto con el fin de que en determinado momento del desarrollo de sus prácticas estudiantiles pueden ayudar a las empresas en la inclusión de estas estrategias.

## 9. BIBLIOGRAFIA

Libro

COLOMBIA.MINISTERIO DE HACIENDA. Código de comercio. Bogotá D.C 2011. 960 p.

Libro

DEL CASTILLO, C. C., & PARRAGUÉ, M. M. (2008). Responsabilidad social empresarial. Santiago, 2008. 46 p.

Libro

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS. Normas colombianas para la presentación de trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486. Bogotá D.C.: El Instituto, 2008. 41 p.

Libro

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS. Referencias bibliográficas. Contenido, forma y estructura NTC 5613. Bogotá D.C.: El Instituto, 2008. 38 p.

Libro

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS. Referencias Documentales para Fuentes de Información Electrónica NTC 4490. Bogotá D.C.: El Instituto, 1998. 27 p.

Libro

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA DE LAS EMPRESAS Marta Curto Grau; cátedra “la Caixa” de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo; cuadernos de la cátedra “la Caixa” de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo: nº 16 septiembre de 2012

Libro

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS; Manuel De Jesús Moguel Liévano, Hilario Laguna Caballero, Julio Ismael Camacho Solís, José Roberto Trejo Longoria y Roger Irán Gordillo Rodas; isbn-13: 978-84-15774-05-1; editado por la fundación universitaria andaluza inca Garcilaso para eumed.net.

Libro

DEFINICIÓN DE LAS MICRO PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, EN APLICACIÓN DEL PARÁGRAFO 20 DEL ARTÍCULO 43 DE LA LEY 1450 DE 2011

Libro

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA. RETOS DESDE LA COMPLEJIDAD Y LA BÚSQUEDA DE NO EXCLUSIÓN; Roberto Solarte Rodríguez. Director del equipo rethos de la pontificia universidad javeriana.

## 10.CIBERGRAFIA

REVISTAGRUPOCIEG.ORG/ARCHIVOS\_REVISTA.PDF

REVISTA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA REGIÓN SABANA DE OCCIDENTE DE CUNDINAMARCA PAG. 167  
[http://www.grupocieg.org/archivos\\_revista.pdf](http://www.grupocieg.org/archivos_revista.pdf)

Del Castillo, C. C., & Parragué, M. M. (2008). Responsabilidad social empresarial. *Santiago*. PDF

CONCEPTOS DE ESTRATEGIA EMPRESARIAL ENERO 2012 ALFREDO FERNÁNDEZ LORENZO

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES: situación y perspectivas, Roberto Solarte Rodríguez. Pag. 1.  
[http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios\\_formacion\\_int\\_univ/eco\\_teo1/pret-01b.pdf](http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/eco_teo1/pret-01b.pdf)

CONCEPTOS BASICOS E INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Pag.10-11 <http://www.sumarse.org.pa/site/wp-content/uploads/2013/06/0-A.pdf>

MARCO CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, documento AECA nº 1 pag. 8

EL MODELO DE UN EMPRESARIO SOCIALMENTE RESPONSABLE. Pág.56<http://www.cepal.org/argentina/noticias/noticias/4/26044/presentBKRSE.pdf>

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y PROYECTOS DE LA SECRETARIA DE INTEGRACION SOCIAL EN LA LOCALIDAD DE PUENTEARANDA. Pag.1718<http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos.pdf>

DEFINICION.DE. Empresa. [En línea] 2015. [Citado 07-Marzo-2015].en Internet: <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>

DEFINICION.DE.Valores. [En línea] 2015. [Citado 08-Marzo-2015].en Internet: <http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>

MANRIQUE, D. Z. *BREVIARIO HISTÓRICO DE FACATATIVÁ: DE LA ALDEA ABORIGEN A LA CIUDAD COSMOPOLITA*; INFORMACIÓN GENERAL DE FACATATIVÁ. ALCALDÍA DEL MUNICIPIO. CONSULTADO EL 1 DE MAYO DE 2015.

CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ. Servicios en línea [En línea].Disponible en internet: <http://www.ccfacatativa.org.co/>

COLOMBIA. ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE CUNDINAMARCA. Estatuto de rentas del departamento. [En línea]Disponible en internet: <http://juriscundi.cundinamarca.gov.co/v2/index.php?action=viewDocument&docid=1108>

COLOMBIA.ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución política 1991. [En línea]Disponible en internet: [http://web.presidencia.gov.co/constitucion/index\\_06102009.pdf](http://web.presidencia.gov.co/constitucion/index_06102009.pdf)

COLOMBIA. ASOFONDOS. Que son los fondos de pensiones. [En línea]Disponible en internet: <http://www.asofondos.org.co/que-son-los-fondos-de-pensiones>

COLOMBIA.CONGRESO DE LA REPUBLICA. Código civil. Ley 57 de 1887. P.1. [En línea] Disponible en internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39535>

## ANEXO 1.

### FORMATO DE ENCUESTA APLICADO A LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y MICROEMPRESAS DE LOS MUNICIPIOS DE FACATATIVÁ Y ZIPACÓN.

Cuestionario N° \_\_\_\_\_

**EMPRESA:**

**FECHA:**

El Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca Extensión Facatativá, adelanta una investigación para determinar la forma en que está integrada la Responsabilidad Social Empresarial en la planeación estratégica de las micro, medianas y medianas empresas de Sabana Occidente de Cundinamarca.

<b>1. ¿En qué medida aplica las herramientas de la planeación en las actividades de la empresa?</b>
1= Nunca se aplican _____ 2= Se aplican rara vez _____ 3= Se aplican de vez en cuando, _____ 4= Se aplican generalmente, _____ 5= Siempre se aplican _____
<b>2. ¿En qué medida influye la planeación en la toma de decisiones en la empresa?</b>
1= No influye, _____ 2= Poco influye, _____ 3= Influye medianamente, _____ 4= Influye, _____ 5= Tiene gran influencia, _____
<b>3. ¿La empresa cuenta con principios y valores claramente definidos?</b>
1= No cuenta con principios y valores definidos, _____ 2= Cuenta parcialmente, _____ 3= Cuenta con los principios y valores, _____ 4= Generalmente son conocidos por los directivos y empleados, _____ 5= Cumple con los principios y valores definidos, _____
<b>4. Observa y prevé las tendencias del entorno económico, social, tecnológico, geográfico, demográfico, político y legal concerniente a su empresa?</b>
1= Siempre, _____ 2= Algunas veces, _____ 3= Rara vez, _____ 4= Ocasionalmente, _____ 5= Nunca, _____
<b>5. La empresa analiza y prevé las necesidades de sus clientes</b>
1= Siempre, _____ 2= Algunas veces, _____ 3= Rara vez, _____ 4= Ocasionalmente, _____ 5= Nunca, _____

**6. ¿La empresa observa y analiza las necesidades de sus proveedores, distribuidores y acreedores?**

- 1= Siempre, \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces, \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez, \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente, \_\_\_\_\_
- 5= Nunca, \_\_\_\_\_

**7. La empresa analiza y prevé las necesidades de sus empleados.**

- 1= Siempre, \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces, \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez, \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente, \_\_\_\_\_
- 5= Nunca, \_\_\_\_\_

**8. Su empresa cuenta con una misión y visión explícita ( en forma escrita, oral y socializada a todo el personal)**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca, \_\_\_\_\_

**9. ¿La organización establece objetivos, o planes de acción periódicamente?**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca \_\_\_\_\_

**10. Hace usted o su empresa alguna evaluación de resultados?**

- 1= Siempre evalúa \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces evalúa, \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez los evalúa, \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente los evalúa, \_\_\_\_\_
- 5= Nunca los evalúa, \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuenta con políticas que prohíben y sancionan actitudes prácticas de discriminación?**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca \_\_\_\_\_

**12. ¿Garantiza y establece estrategias para generar condiciones de protección para la excelencia de la salud y brinda seguridad a todas las personas que trabajan en la empresa?**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca \_\_\_\_\_

<b>13. ¿Otorga a sus empleados beneficios adicionales a los estipulados en el contrato de trabajo?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas veces _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____
<b>14. ¿La RSE está definida en la planeación estratégica de su empresa?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas veces _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____
<b>15. ¿Existe publicación de los objetivos de la RSE para ser conocida por los participantes de la organización?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____
<b>16. ¿Cuenta su organización con una dependencia para el desarrollo de las actividades de RSE?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____
<b>17. ¿En su empresa realizan capacitaciones y campañas de promoción para el desarrollo del personal?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____
<b>18. ¿Cuenta con mecanismos para atender a los clientes?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____
<b>19. ¿Capacita a su personal en los temas medioambientales?</b>
1= Siempre _____ 2= Algunas veces _____ 3= Rara vez _____ 4= Ocasionalmente _____ 5= Nunca _____

**20. ¿Involucra a la comunidad para identificar problemas de RSE y su aporte en la solución de estos?**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca \_\_\_\_\_

**21. ¿Promueve el trabajo voluntario de sus empleados con la comunidad?**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca \_\_\_\_\_

**22. ¿Conoce lo que es la responsabilidad social empresarial?**

- 1= No conoce lo que es, \_\_\_\_\_
- 2= Parcialmente lo conoce, \_\_\_\_\_
- 3= La conoce bien, \_\_\_\_\_
- 4= Estoy al día en el conocimiento sobre RSE, \_\_\_\_\_
- 5= Utiliza los conocimientos sobre RSE, \_\_\_\_\_

**23. ¿Con cuál de los siguientes conceptos identifica la RSE?**

- Mejoramiento de la imagen
- Ayuda a la comunidad
- Disminución de impuestos
- Calidad de vida laboral
- Hacerse cargo de los problemas de la sociedad
- Cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive

**24. ¿Su empresa aplica la responsabilidad social empresarial?**

- 1= Siempre \_\_\_\_\_
- 2= Algunas veces \_\_\_\_\_
- 3= Rara vez \_\_\_\_\_
- 4= Ocasionalmente \_\_\_\_\_
- 5= Nunca \_\_\_\_\_

**DATOS**

**Nombres y apellidos:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Cantidad de empleados en la empresa:** \_\_\_\_\_

Gracias por su colaboración.