

LOS PROCESOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
INCORPORADA COMO PARTE DE LA PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL EN
LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y MICROEMPRESAS DE LOS MUNICIPIOS DE
EL ROSAL Y MADRID CUNDINAMARCA.

DOCENTES
FRANCISCO JAVIER ZIPASUCA
JUAN DE JESÚS ROJAS

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES.
PROGRAMA 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
EL ROSAL Y MADRID CUNDINAMARCA.

CO INVESTIGADORES
JULY PAOLA HERRERA
YENY MARCELA PALOMINO CAMARGO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

DOCENTES
FRANCISCO JAVIER ZIPASUCA
JUAN DE JESÚS ROJAS

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

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Facatativá 30 de Mayo de 2017

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	11
1. TITULO	12
2. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION	12
2.1. ÁREA.....	12
2.2. LÍNEA.....	12
3. DEFINICION DEL PROBLEMA	12
3.1. TEMA	13
3.1.1. Identificación.....	13
3.1.2. Delimitación	13
3.1.3. Delimitación geográfica.....	13
3.1.4. Delimitación histórica (temporal)	13
3.1.5. Delimitación conceptual	13
3.1.6. Delimitación del universo.....	13
3.2. FORMULACIÓN	14
3.3. VIABILIDAD.....	14
3.3.1. Acceso a la información.....	14
3.3.2. Procesamiento de la información	14
3.3.3. Recursos.....	14
4. OBJETIVOS	15
4.1. OBJETIVO GENERAL	15
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
5. JUSTIFICACIÓN	16
5.1. RAZONES TEÓRICAS	16
5.2. RAZONES INSTITUCIONALES	16
5.3. RAZONES SOCIALES.....	16

5.4.	RAZONES METODOLÓGICAS.....	16
5.5.	RAZONES PERSONALES Y/O PROFESIONALES	17
6.	MARCO REFERENCIAL	18
6.1.	MARCO TEÓRICO.....	18
6.2.	MARCO CONCEPTUAL.....	21
6.3.	MARCO LEGAL.....	23
7.	PROCESO METODOLOGICO.....	30
7.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	30
7.2.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	30
7.3.	POBLACIÓN MUESTRA	30
7.4.	FUENTES DE INFORMACIÓN	32
7.4.1.	Técnicas de investigación	32
7.4.2.	Convalidación de los instrumentos.....	32
7.4.3.	Recolección de información	32
7.5.	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	33
7.5.1.	Codificación.....	33
7.5.2.	Tabulación	33
7.5.3.	Procesamiento estadístico	33
7.5.4.	Análisis de la información	33
8.	HALLAZGOS.....	34
8.1.	ANÁLISIS CONSOLIDADO DE LOS MUNICIPIOS EL ROSAL Y MADRID CUNDINAMARCA.....	34
	CONCLUSIONES	67
	RECOMENDACIONES	69
9.	BIBLIOGRAFIA.....	71
10.	CIBERGRAFIA.....	72
11.	ANEXOS.....	74

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Cuatro Pilares de la RSE	20
Tabla 2. Planeación en las actividades de las empresas.	34
Tabla 3. Influencia de la planeación en toma de decisiones.	35
Tabla 4. Principios y valores Empresas.	36
Tabla 5. Tendencias del entorno.....	38
Tabla 6. Necesidades de los clientes.	39
Tabla 7. Necesidades de proveedores, distribuidores y acreedores.	40
Tabla 8. Necesidades de los empleados.	42
Tabla 9. Misión y visión Empresas.	45
Tabla 10. Objetivos, o planes de acción.....	46
Tabla 11. Evaluación de resultados.....	48
Tabla 12. Políticas que prohíben la discriminación.	50
Tabla 13. Condiciones de salud, seguridad y protección.	51
Tabla 14. Beneficios Adicionales.	52
Tabla 15. RSE Definida en la planeación.	54
Tabla 16. Publicación de Objetivos de RSE.....	55
Tabla 17. Dependencia de Responsabilidad Social.	56
Tabla 18. Capacitaciones y campañas de promoción.	57
Tabla 19. Mecanismos de Atención a los clientes.	58
Tabla 20. Capacitación Temas Ambientales.	59
Tabla 21. Involucran a la comunidad para identificar problemas de RSE.....	61

Tabla 22. Trabajo Voluntario.	62
Tabla 23. Responsabilidad social.	64
Tabla 24. Conceptos de responsabilidad social.	65
Tabla 25. Aplicación de RSE.	66

LISTA DE FIGURAS

	pág.
<i>Figura 1 Fórmula para hallar la muestra utilizada</i>	31
<i>Figura 2 resultado muestra El Rosal</i>	31
<i>Figura 3 resultado muestra Madrid</i>	32
Figura 4. Planeación en las actividades de las empresas.....	35
Figura 5. Influencia de la planeación en toma de decisiones.	36
Figura 6. Principios y valores Empresas.....	37
Figura 7. Tendencias del entorno.	38
Figura 8. Necesidades de los clientes.....	39
Figura 9. Necesidades de proveedores, distribuidores y acreedores.....	41
Figura 10. Necesidades de los empleados.....	43
Figura 11. Misión y visión Empresas.....	45
Figura 12. Objetivos, o planes de acción.....	47
Figura 13. . Evaluación de resultados.	49
Figura 14. Políticas que prohíben la discriminación.....	50
Figura 15. Condiciones de salud, seguridad y protección.....	52
Figura 16. Beneficios Adicionales.....	53
Figura 17. RSE Definida en la planeación.....	54
Figura 18. Publicación de Objetivos de RSE.	55
Figura 19. Dependencia de Responsabilidad Social.....	56
Figura 20. Capacitaciones y campañas de promoción.	57
Figura 21. Mecanismos de Atención a los clientes.	58
Figura 22. Capacitación Temas Ambientales.....	60

Figura 23. Involucran a la comunidad para identificar problemas de RSE.61

Figura 24. Trabajo Voluntario.63

Figura 25. Responsabilidad social.64

Figura 26. Conceptos de responsabilidad social.65

Figura 27. Aplicación de RSE.....66

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Encuesta.....74

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 quiso 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 micro, pequeñas y medianas empresas establecidas en los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca. Conociendo 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.

1. TITULO

Los procesos de la Responsabilidad social empresarial incorporada como parte de la planeación organizacional en las micro, pequeñas y medianas empresas de los municipios El Rosal y Madrid Cundinamarca.

2. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION

2.1. ÁREA

Administración y organizaciones.

2.2. LÍNEA

Desarrollo organizacional y regional.

3. 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 llevo a cabo esta investigación y se precisó cada uno de los conceptos y prácticas que las micro, pequeñas y medianas empresas en Sabana de Occidente y específicamente en las que están radicadas en el municipio de El Rosal y Madrid Cundinamarca, y se entró a comparar la teoría con la realidad que se vive en el contexto en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La investigación se presentó por el grupo de estudiantes que pertenece a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables del programa Administración de Empresas de la UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, 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 está incorporada como parte de la planeación organizacional de las micro, pequeñas y medianas empresas de los municipios El Rosal y Madrid Cundinamarca.

3.1. TEMA

3.1.1. Identificación

Luego de haber revisado diferentes documentos se hizo evidente que no existe un conocimiento sobre la Responsabilidad Social empresarial en los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca, por tal razón se hizo conveniente realizar esta investigación a fin de determinar los aspectos críticos sobre los conocimientos presentes en las micro, pequeñas y medianas empresas acerca de RSE para afrontar los cambios sociales, económicos, ambientales y políticos del mundo actual.

3.1.2. Delimitación

Para la investigación se tuvieron en cuenta las micro, pequeñas y medianas empresas de los municipios El Rosal y Madrid Cundinamarca. Para lo cual se realizó un trabajo de campo.

3.1.3. Delimitación geográfica

Esta investigación se realizó en los municipios El Rosal y Madrid, departamento de Cundinamarca Colombia.

3.1.4. Delimitación histórica (temporal)

El tiempo objeto de estudio es del primer semestre de 2015 al segundo semestre del año 2016.

3.1.5. Delimitación conceptual

Esta investigación se dirigió a las empresas establecidas en los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca. Dentro del marco de la administración de empresas y la planeación estratégica a nivel académico.

3.1.6. Delimitación del universo

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

Compañías Radicadas en los municipios del Rosal y Madrid Cundinamarca, Base de datos de la Cámara de comercio de Facatativá y Bogotá, base de datos de la

secretaría de hacienda del municipio y documentos que proporcionaron información requerida.

3.2. FORMULACIÓN

¿Cuáles son los conocimientos y prácticas que tienen los empresarios de la región sabana de occidente y específicamente en los municipios del El Rosal y Madrid Cundinamarca respecto a la responsabilidad social en sus empresas y la incorporación que ellos realizan en su marco estratégico?

3.3. VIABILIDAD

3.3.1. Acceso a la información

Bases de datos de las empresas certificadas ante la secretaría de hacienda y de cámara de comercio de Facatativá para la aplicación de encuestas individuales a cada una de las empresas segmentadas en esta etapa de la investigación por medio de una muestra

3.3.2. 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.

3.3.3. Recursos

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

Evaluada estas condiciones se pudo definir la investigación como viable.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar si la responsabilidad social empresarial está integrada como parte de la planeación organizacional en las micro, pequeñas y medianas empresas de los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca y como incide en su gestión empresarial en sabana de occidente.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar en las empresas de los municipios de El Rosal y de Madrid de qué manera tiene estructurada su forma de planeación.
- Analizar la coherencia entre los principios y valores que poseen las empresas objeto de estudio a la luz de la RSE.
- Describir las diferentes acciones que desarrollan las micro, pequeñas y medianas empresas en RSE de los municipios de El Rosal y Madrid.
- Identificar en los empresarios de las Mipymes cuál es su posición, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

5. JUSTIFICACIÓN

Los resultados de esta investigación tienen validez únicamente para las micro, pequeñas y medianas empresas Localizadas en sabana de occidente en el Municipio de El Rosal y Madrid Cundinamarca, Objeto de estudio, pero podrá haber elementos en su desarrollo que puedan aportar a otros proyectos.

Los motivos que justificaron esta investigación son:

5.1. RAZONES TEÓRICAS

Identificar conocimientos nuevos acerca de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas que funcionan en los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca.

5.2. 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.

5.3. RAZONES SOCIALES

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

5.4. 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.

5.5. RAZONES PERSONALES Y/O PROFESIONALES

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

6. MARCO REFERENCIAL

El enfoque que se dio a la presente investigación contempló el estudio de los procesos de la Responsabilidad Social Empresarial incorporada como parte de la planeación organizacional en las micro, pequeñas y medianas empresas del municipio de El Rosal y Madrid Cundinamarca.

6.1. 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.¹

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.²

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

¹ 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>

² 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>

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 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 nacionalidad. 16) mayores de edad tienen derecho a fundar familia, hay libertad a partir del concentimiento. 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 volunttat del puebli es la base de la autodidad 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 ducción.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 Numeral 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 gestion 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 cambo climático. Cooperar von los gobiernos- Colaborar con otras empresas en la medida de valor. Transformar medidad rápidas y amplias al cambio climático.
4	ANTICORRUPCION	4.1 Luchar contra la corrupción en todo sentido. Incluidas extorción 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).

6.2. 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.³

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

³ SOLARTE RODRIGUEZ, Roberto. la responsabilidad social de las organizaciones, situación y perspectivas. [en línea]. 2014. en internet:
http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/ecoteo1/pre-01b.pdf.
[citado 12-Agosto-2014]

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 empresas 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 solo a través de las transacciones de mercado, sino que sirve a un amplio conjunto de valores sociales.⁴

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.

⁴LA 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/pre-01b.pdf[citado 12-Agosto-2014]

6.3. 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) ⁵, las Líneas Directrices para empresas 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 2011⁶, 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

⁵Foro 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.

⁶Ello 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.

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 POLITICA SOCIAL

En 1977 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) adopta la Declaración Tripartita⁷ de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social 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.⁸

⁷Se 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.

⁸BAN 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. Fecha de consulta: 22 de Mayo de 2016.

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.
- 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.⁹

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)¹⁰. 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.*

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

¹⁰Los 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.

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.¹¹

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.¹²

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

¹¹SECRETARÍA 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, p. 2, en <http://eiti.org/files/sourcebookspanishapril06.pdf>. Fecha de consulta: 22 de Mayo de 2016.

¹²http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf

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 ética subyacente que en conjunto suma doce estadios que llevan a una circularidad eterna.¹³

En primer lugar tomando tan solo el Pacto Global observamos 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.¹⁴

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

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

En segundo lugar, del otro lado tenemos la superinflación normativa: en Colombia contamos 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 contamos 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 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"*.¹⁵

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

7. 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

7.1. 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 micro, pequeñas y medianas empresas de los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca. Su enfoque es cuantitativo y su carácter es sincrónico (en un solo momento) transversal (en un tiempo determinado).

7.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que se aplicó es 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.

7.3. POBLACIÓN MUESTRA

La población estuvo constituida por todas las micro, pequeñas y medianas empresas de los municipios de El Rosal y Madrid Cundinamarca que fueron objeto de observación o consulta, para obtener información colectiva.

Cabe aclarar que se hizo una compilación de la información obtenida en cada una de las tres fases. Las cuales se dividieron por el tamaño de las empresas

encuestadas para dar conclusiones generales, y que en la suma de las etapas dos y tres se obtuvo para el Rosal y Madrid un total de 43 y 141 empresas respectivamente y teniendo en cuenta que la fase uno se aplicó con datos relativos, para efectos de este informe se obtienen las tendencias generales que esta haya arrojado.

Para la fase dos de la investigación y debido a que la cantidad de empresas que se encontraron en el rango cumpliendo con las características para cumplir con el tamaño de medianas empresa no fue un número representativo se utilizó la metodología de censo. (Municipios de El Rosal Cundinamarca 03 encuestados, Madrid (21 encuestados).

En la fase tres; se halló una muestra de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N-1) e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

Figura 1 Fórmula para hallar la muestra utilizada

Elaboración propia

EL ROSAL

DATOS		^2
N=	53	
Z=	1,96	3,84
δ=	0,5	0,25
e=	0,04	0,0016

$$n = \frac{50,9012}{1,280021} \quad \mathbf{40}$$

Figura 2 resultado muestra El Rosal

Elaboración propia

MADRID

DATOS	χ^2
N= 515	
Z= 1,96	3,84
δ = 0,5	0,25
e= 0,04	0,0016

$$n = \frac{494,606}{4,119732} \mathbf{120}$$

Figura 3 resultado muestra Madrid

Elaboración propia

7.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

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

7.4.1. Técnicas de investigación

Para obtener información acerca de las micro, pequeñas y medianas empresas radicadas en los municipios de El Rosal Y Madrid Cundinamarca se realizó una encuesta para el administrador o persona a cargo de la empresa.

7.4.2. Convalidación de los instrumentos

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

7.4.3. 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 el transcurso de tres semestres consecutivos a partir del primero del año 2015.

7.5. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

7.5.1. Codificación

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

Adicionalmente para la mayoría de las encuestas realizadas presencialmente se implemento una matriz de respuestas con el ánimo de contribuir a una responsabilidad ambiental de tal manera minimizar el uso de papel.

7.5.2. Tabulación

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

7.5.3. Procesamiento estadístico

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

7.5.4. Análisis de la información

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

8. HALLAZGOS

En este 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.

A continuación se describen los hallazgos obtenidos luego de la aplicación del instrumento de recolección de información para los municipios de El Rosal Cundinamarca (43 encuestados) Y Madrid Cundinamarca (141 encuestados) en fases dos y tres. Añadiendo también las tendencias significativas de la investigación en resultados relativos par la primera fase.

8.1. ANÁLISIS CONSOLIDADO DE LOS MUNICIPIOS EL ROSAL Y MADRID CUNDINAMARCA

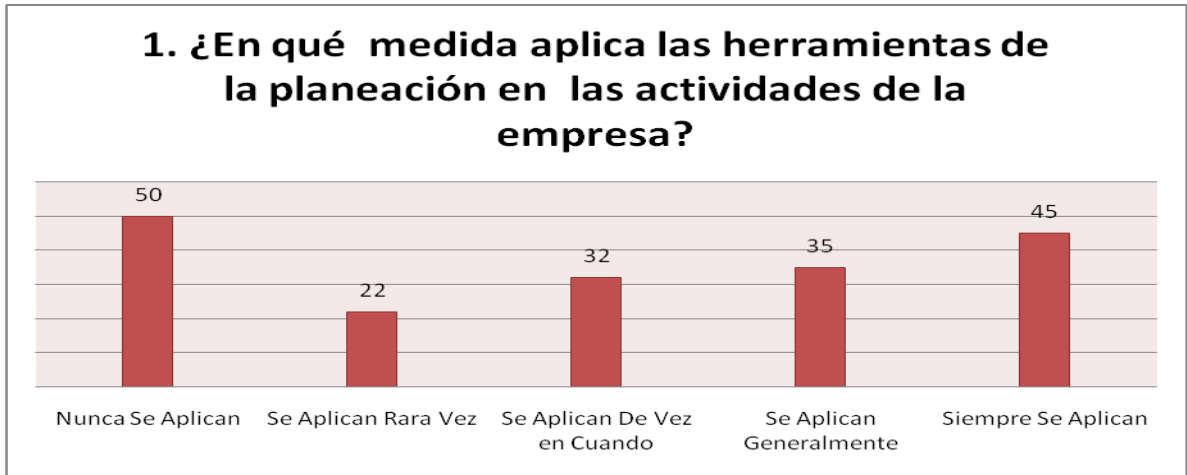
A la pregunta ¿En qué medida aplica las herramientas de la planeación en las actividades de la empresa? Las respuestas de los empresarios fueron las siguientes:

Tabla 2. Planeación en las actividades de las empresas.

1. ¿En qué medida aplica las herramientas de la planeación en las actividades de la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Nunca Se Aplican	50
Se Aplican Rara Vez	22
Se Aplican De Vez en Cuando	32
Se Aplican Generalmente	35
Siempre Se Aplican	45
Total	184

Fuente: Grupo investigador

Figura 4. Planeación en las actividades de las empresas.



Fuente: Grupo investigador

ANALISIS: Hay una alta tendencia de los empresarios por no considerar de gran importancia la aplicación de herramientas de planeación en sus empresas, lo cual evidencia que hace falta capacitación para reforzar en los líderes el conocimiento de los beneficios para la organización al tener en cuenta estos factores ya que permite evaluar el esfuerzo, costos e implicaciones relacionadas con el logro de los objetivos propuestos de la organización, la planeación brinda a las organizaciones la posibilidad de adaptarse a mercados cambiantes prestando atención a cualquier contingencia que pueda llegar a presentarse.

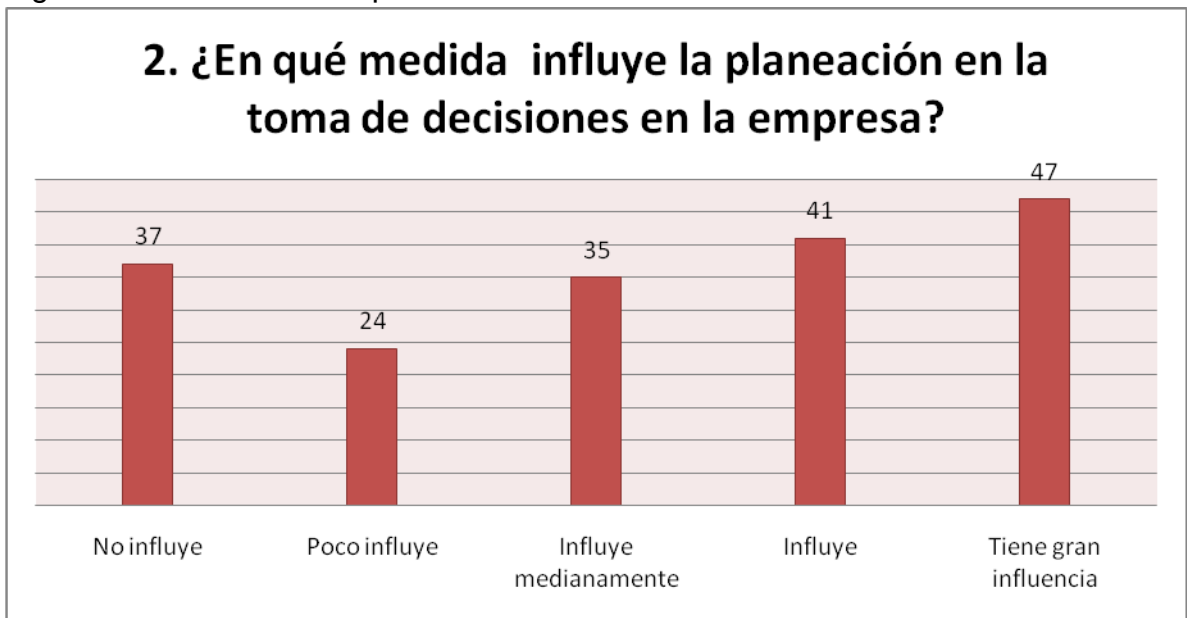
A la pregunta ¿En qué medida influye la planeación en la toma de decisiones en la empresa? Los empresarios respondieron lo siguiente:

Tabla 3. Influencia de la planeación en toma de decisiones.

2. ¿En qué medida influye la planeación en la toma de decisiones en la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
No influye	37
Poco influye	24
Influye medianamente	35
Influye	41
Tiene gran influencia	47
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 5. Influencia de la planeación en toma de decisiones.



Fuente: Grupo investigador

ANALISIS: la respuesta a esta pregunta fue bastante dispersa, sin embargo la cuarta parte de la muestra afirma que la planeación tiene incidencia en la toma de las decisiones, factor de alta importancia para garantizar que la empresa esté preparada en un valioso número de eventualidades, pues permite reunir los recursos y realizar las tareas de forma eficiente, evitando el desperdicio y logrando el alcance de beneficios tanto económicos como intangibles a largo plazo para la organización.

A la pregunta ¿La empresa cuenta con principios y valores claramente definidos? Los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

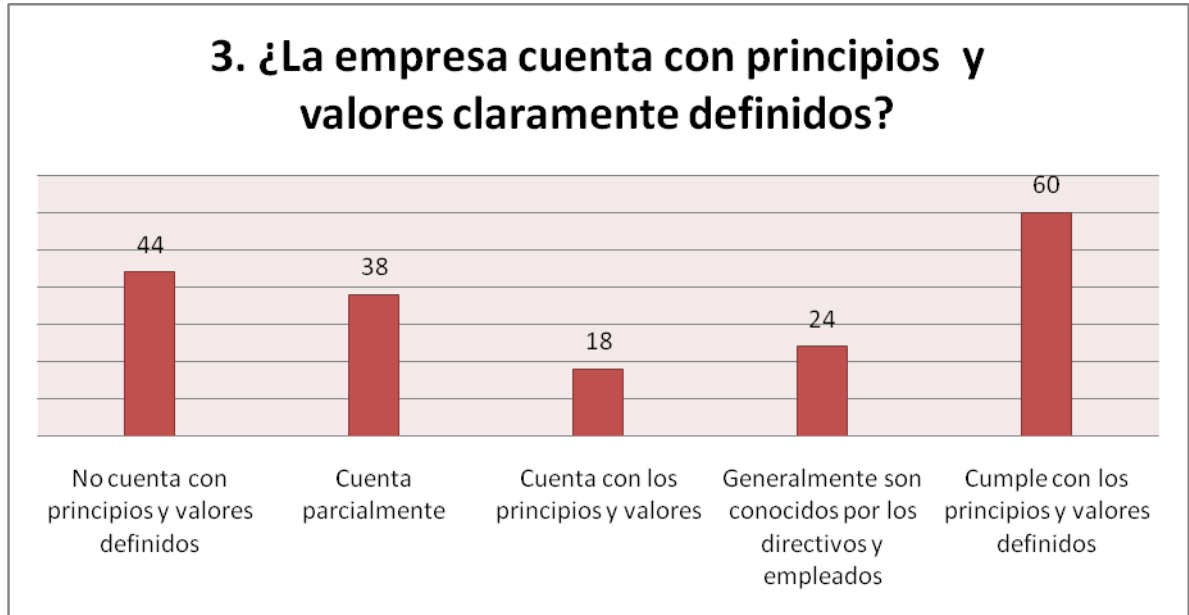
Tabla 4. Principios y valores Empresas.

3. ¿La empresa cuenta con principios y valores claramente definidos?	FRECUENCIA ABSOLUTA
No cuenta con principios y valores definidos	44
Cuenta parcialmente	38
Cuenta con los principios y valores	18
Generalmente son conocidos por los directivos y empleados	24
Cumple con los principios y valores definidos	60

Total	184
--------------	------------

Fuente: Grupo Investigador

Figura 6. Principios y valores Empresas.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: un alto número de los empresarios afirman tener claros los principios y valores que rigen su organización, sin embargo lo que se pudo observar es que en muchos casos simplemente se tienen como un formalismo, pero no son divulgados a todos los miembros de la organización ni se tienen en cuenta como la base cultural de la misma; lo cual trae consecuencias desfavorables al clima laboral, rendimiento en las actividades y sentido de pertenencia.

A la pregunta ¿Observa y prevé las tendencias del entorno económico, social, tecnológico, geográfico, demográfico, político y legal concerniente a su empresa? Los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

Tabla 5. Tendencias del entorno.

4. ¿Observa y prevé las tendencias del entorno económico, social, tecnológico, geográfico, demográfico, político y legal concerniente a su empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	39
Algunas veces	46
Rara vez	45
Ocasionalmente	33
Nunca	21
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 7. Tendencias del entorno.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: mas que prever los posibles cambios, lo que prevalece analizando a los encuestados es estar atentos a los cambios para ceñirse a ellos sobretodo en el aspecto legal de tal manera que sus actividades económicas no se vean afectadas.

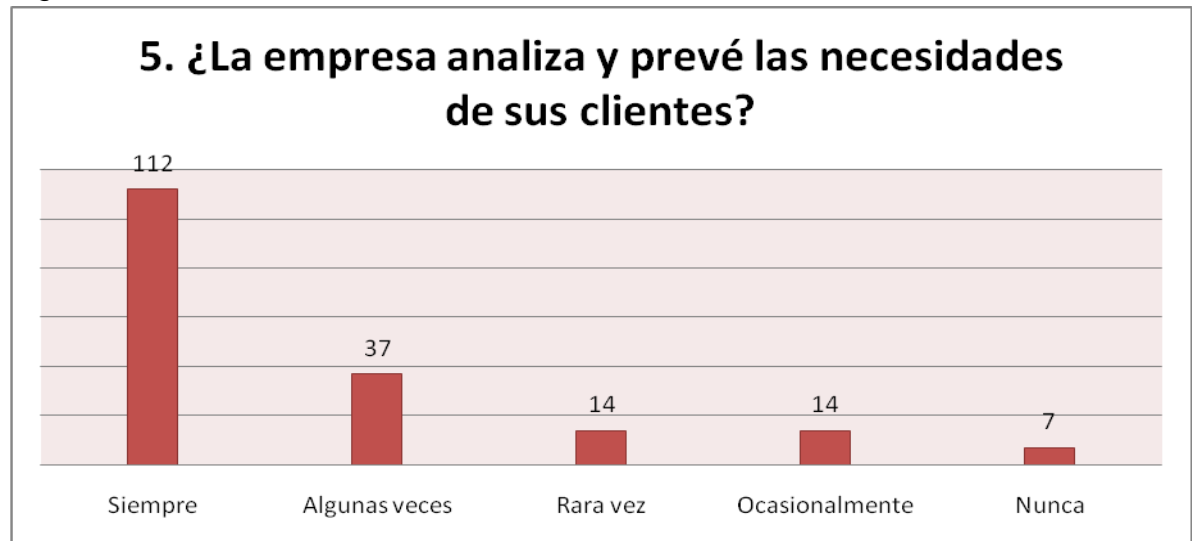
A la pregunta La empresa analiza y prevé las necesidades de sus clientes, los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

Tabla 6. Necesidades de los clientes.

5. ¿La empresa analiza y prevé las necesidades de sus clientes?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	112
Algunas veces	37
Rara vez	14
Ocasionalmente	14
Nunca	7
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 8. Necesidades de los clientes.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: para los empresarios encuestados es bastante claro que el futuro y permanencia de su organización en el mercado depende de la satisfacción completa de las necesidades que tiene el consumidor por lo cual intentan siempre cubrirlas y estar al tanto de sus quejas, reclamos u observaciones con el propósito de mantener un ciclo de mejora continua con base a la retroalimentación con sus clientes.

Sin embargo hay aun líderes empresariales que se rehúsan a entender que hoy en día no es el cliente quien debe adaptarse a nuestra oferta, si no viceversa, de tal forma que sea una organización competitiva.

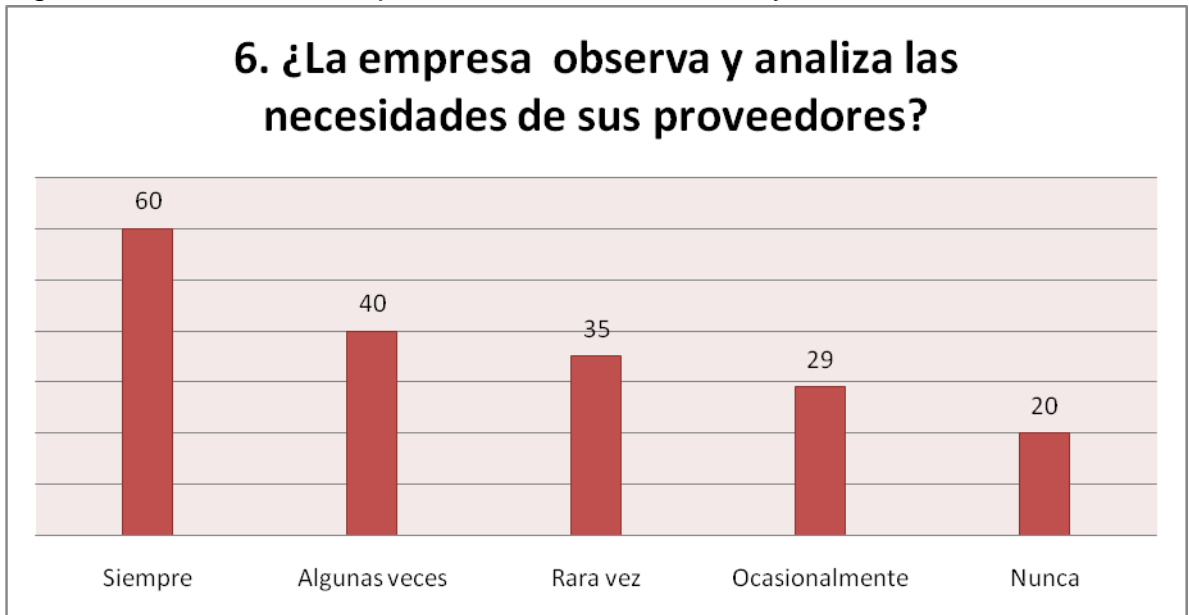
A la pregunta ¿La empresa observa y analiza las necesidades de sus proveedores, distribuidores y acreedores? Los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

Tabla 7. Necesidades de proveedores, distribuidores y acreedores.

6. ¿La empresa observa y analiza las necesidades de sus proveedores?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	60
Algunas veces	40
Rara vez	35
Ocasionalmente	29
Nunca	20
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 9. Necesidades de proveedores, distribuidores y acreedores.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: Los directivos consideran de gran importancia mantener relaciones favorables con sus proveedores, ya que ello recae directamente en la calidad del producto o servicio que se ofrece, aportando de esta forma al reconocimiento de la marca y del producto, conllevando a la fidelización del cliente y obteniendo un beneficio mutuo ante la posibilidad de creación de alianzas estratégicas que proporcionan exclusividad en materia prima y ofertas, lo cual, es consecuente con la teoría de cadena de valor que sugiere Michael Porter en la cual encontramos 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.

Lo anterior respondiendo a una estrategia de integración y enfoque funcionalista centrado en la relación empresa – proveedor, un enfoque sociopolítico que expone las relaciones de fuerza y poder entre organización y proveedor, un enfoque culturalista que destaca el compartir valores y normas entre la organización y el proveedor, un enfoque constructivista que tiene por objetivo la construcción recíproca de la empresa hacia el proveedor y del proveedor hacia la organización convirtiendo todo lo anterior en una ventaja competitiva compartida.

Un artículo publicado en Harvard Business Review en 2006, Michael Porter y Mark Kramer muestra cómo la RSE permite construir una ventaja competitiva, estos autores distinguen las formas de RSE que generan un impacto social genérico, pero no beneficia a la empresa que las coloca en práctica de aquellas que contribuyen no sólo al bienestar social, sino también a la transformación de la Cadena de Valor, lo que refuerza la capacidad de la empresa de crear valor. Esta estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) permite explotar oportunidades de negocio al mismo tiempo que beneficia a la sociedad.

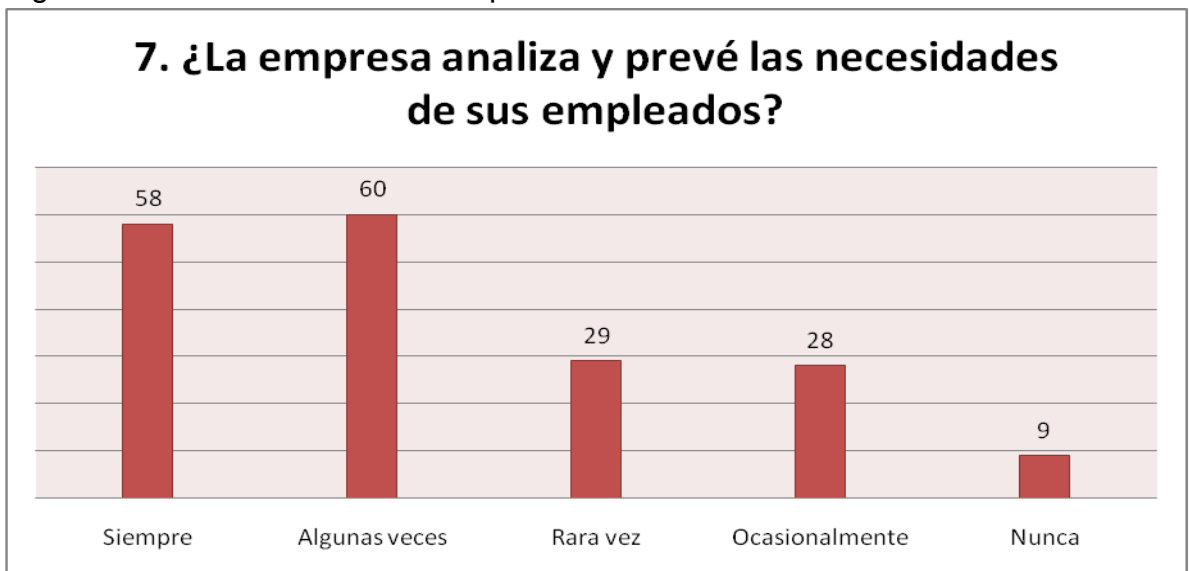
A la pregunta La empresa analiza y prevé las necesidades de sus empleados, los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

Tabla 8. Necesidades de los empleados.

7. ¿La empresa analiza y prevé las necesidades de sus empleados?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	58
Algunas veces	60
Rara vez	29
Ocasionalmente	28
Nunca	9
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 10. Necesidades de los empleados.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: En la práctica son pocas las empresas que tienen un enfoque familiar y en pro de las necesidades de sus colaboradores integrando la Responsabilidad Social Empresarial con pilares como de mejorar la calidad de vida de los mismos, los directivos tienen plena conciencia del factor humano como parte fundamental de la actividad, la Responsabilidad Social Empresarial hacia los empleados es una oportunidad de mejorar la calidad de vida de los mismos y por ende en su productividad; reforzando la estructura de la organización con un valor intangible que ofrece competitividad, sin embargo, se preocupan por mantener buenas relaciones con sus colaboradores, lo que indica que el fortalecimiento en las relaciones interpersonales y el ambiente laboral en un espacio de trabajo si es un factor importante.

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 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 empresarios 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 pueda explotar todo su potencial al momento de realizar las labores que el empresario le plantea.

Lo anterior referencia una de las directrices que hacen parte de la Declaración de la Organización de Inversión Internacional y Empresas Multinacionales OCDE, estas directrices establecer que se deben respetar los derechos humanos y cooperar con la comunidad, así como cumplir con el marco legal establecido en material ambiental, física, de salud y seguridad, proporcionando relaciones de confianza entre la organización y el personal (comunidad). Referencia el respeto a los trabajadores, evitar la discriminación y explotación infantil, contar con instalaciones seguras para los trabajadores, así como proporcionar información a los empleados y a sus representantes para apoyar el desarrollo colectivo de sus empleados.

Una empresa responsable no puede simplemente evitar colaborar en la violación de los derechos humanos, sino que debe colaborar sino que debe reflexionar y actuar decididamente en favor de un desarrollo humano sustentable. El desarrollo así entendido se relaciona íntimamente no sólo con el ingreso y empleo, sino con las oportunidades educativas, la atención médica, la cobertura de necesidades básicas, el medio ambiente o las libertades políticas o civiles. Por lo tanto se trata de un desarrollo multidimensional y plural, lo cual se apoya en principios como la equidad, la eficiencia y la participación, requiere contemplar al personal no como simples “beneficiarios” cuyo bienestar necesita ayuda sino como agentes que pueden transformar la sociedad.

El desarrollo ya no puede entenderse solo como un crecimiento económico sino que hay que ir más allá y conocer las capacidades de las personas de vivir en forma digna.

A la pregunta Su empresa cuenta con una misión y visión explicita (en forma escrita, oral y socializada a todo el personal), los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

Tabla 9. Misión y visión Empresas.

8. ¿Su empresa cuenta con una misión y visión explicita (en forma escrita, oral y socializada a todo el personal)?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	59
Algunas veces	23
Rara vez	22
Ocasionalmente	16
Nunca	64
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 11. Misión y visión Empresas.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: Al igual que con los principios y valores los empresarios tienden a dar por entendido o por obvio estos factores y omiten la importancia de ellos; lo cual claramente imposibilita ante oportunidades de crecimiento a la organización, pues son testigo de la falta de estructura a nivel estratégico, el reconocimiento y empoderamiento de toda la filosofía organizacional bien direccionada transporta

los empleados hacia el logro de los objetivos, obteniendo como resultado la competitividad y permanencia en el mercado del ente económico.

Analizando la planeación estratégica de las 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.

A la pregunta ¿La organización establece objetivos, o planes de acción periódicamente? Los resultados fueron:

Tabla 10. Objetivos, o planes de acción.

9. ¿La organización establece objetivos, o planes de acción periódicamente?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	37
Algunas veces	56
Rara vez	19
Ocasionalmente	39
Nunca	33
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 12. Objetivos, o planes de acción.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: Las herramientas de planificación estratégica para las organizaciones deben caracterizarse, entre otras cuestiones, por ser un instrumento que facilite que las empresas miren al exterior; por ser una pieza clave para desarrollar un proceso de dirección estratégica; por ser el punto de partida de un proceso de dirección participativo y un medio que facilite la toma de decisiones estratégicas a los gerentes; por proporcionar un enfoque holístico de la organización, fundamentado en una misión, metas, propósitos, valores y visión amplia de la institución; o por ser el fundamento y soporte de un proceso de dirección que permita a la organización un constante aprendizaje. Una de las mayores innovaciones que proporciona la planificación estratégica es la de establecer los cauces, a través de un proceso estructurado, para que los decisores y directores de los diferentes niveles organizativos y áreas funcionales conozcan y actúen en pro de lo que realmente es importante para el futuro de la organización.

No en todas las ocasiones los directivos emplean objetivos y planes para dar un rumbo más estable a la organización. A tal hecho sería adecuado utilizar campañas de concientización a los empresarios que demuestren la importancia de constituir objetivos periódicos que permitan demarcar las metas que cada área operativa debe aportar para conseguir la efectividad, así mismo, establecer planes de acción que conlleven al logro de los mismos.

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 empresas 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.

Son numerosos los estudios que justifican que la responsabilidad social es un factor clave para la competitividad y la consecución de ventajas competitivas, en la medida que su incorporación en la estrategia organizativa puede concebirse como un elemento de diferenciación y mejora de la reputación y la legitimidad social (Porter y Klamer, 2006).

A la pregunta; Hace usted o su empresa alguna evaluación de resultados, los empresarios encuestados respondieron lo siguiente:

Tabla 11. Evaluación de resultados.

10. ¿Hace usted o su empresa alguna evaluación de resultados?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre evalúa	49
Algunas veces evalúa	43
Rara vez evalúa	23
Ocasionalmente los evalúa	44
Nunca los evalúa	25
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 13. . Evaluación de resultados.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: Gran parte de las empresas realizan constantemente evaluación de resultados, sin embargo, 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. La evaluación arroja información específica de lo que se hace bien y de lo que se hace mal permitiendo diseñar estrategias que permita aprovechar y corregir los problemas encontrados.

Frente a la pregunta; ¿Cuenta con políticas que prohíben y sancionan actitudes prácticas de discriminación? los empresarios encuestados manifestaron lo siguiente:

Tabla 12. Políticas que prohíben la discriminación.

11. ¿Cuenta con políticas que prohíben y sancionan actitudes prácticas de discriminación?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	66
Algunas veces	29
Rara vez	18
Ocasionalmente	20
Nunca	51
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 14. Políticas que prohíben la discriminación.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: en este factor evaluado se evidencia que prácticamente existe una polarización del término, lo cual demuestra debilidades a nivel organizacional, Teniendo en cuenta que este tipo de políticas se deben contemplar como mínimas reglas de la cultura nacional colombiana e internacional de los derechos humanos en aplicación a la cultura propia, de tal forma que se propicie un clima laboral favorable y una comunicación asertiva internamente.

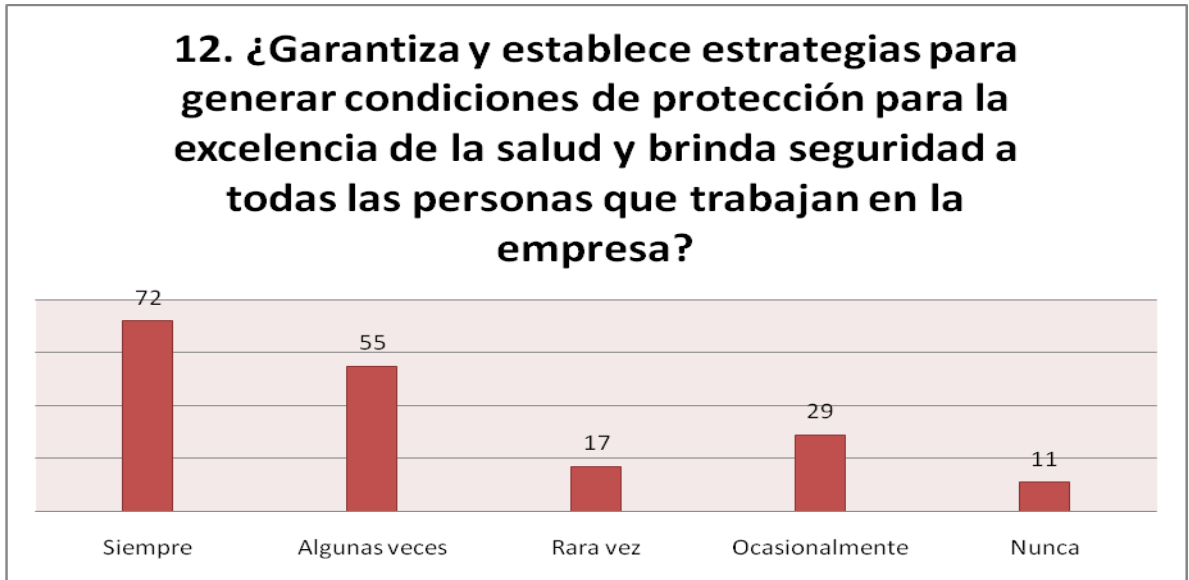
Frente a la pregunta Garantiza y establece estrategias para generar condiciones de protección para la excelencia de la salud y brinda seguridad a todas las personas que trabajan en la empresa las respuestas arrojan el siguiente resultado;

Tabla 13. Condiciones de salud, seguridad y 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	72
Algunas veces	55
Rara vez	17
Ocasionalmente	29
Nunca	11
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 15. Condiciones de salud, seguridad y protección.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: frente a esta pregunta los líderes empresariales responden en su mayoría que siempre garantizan estrategias de protección al empleado, sin embargo analizando las explicaciones acompañadas de la respuesta se observo que mas que generar estrategias y condiciones de proteccionismo lo único que se hace es garantizar los mínimos requisitos de ley para los empleados como lo es la seguridad industrial en el trabajo.

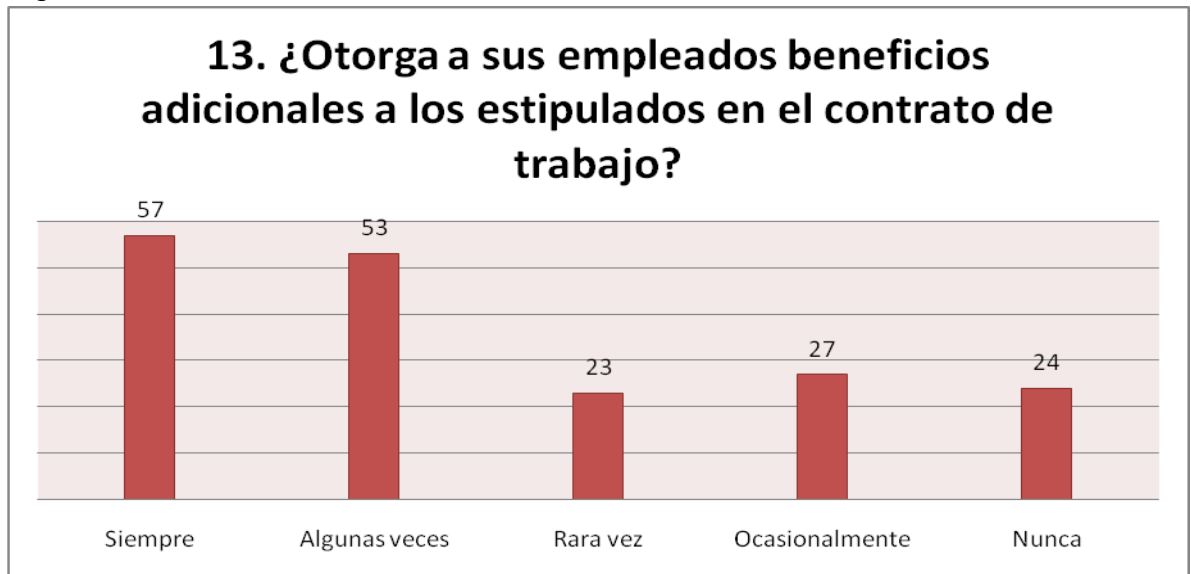
Frente a la pregunta Otorga a sus empleados beneficios adicionales a los estipulados en el contrato de trabajo los empresarios encuestados en el municipio del Rosal suministran la siguiente información;

Tabla 14. Beneficios Adicionales.

13. ¿Otorga a sus empleados beneficios adicionales a los estipulados en el contrato de trabajo?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	57
Algunas veces	53
Rara vez	23
Ocasionalmente	27
Nunca	24
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 16. Beneficios Adicionales.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: la mayoría de las organizaciones tienen clara la importancia de RSE en los empleados dando por entendido que el bienestar de los empleados crea compromiso ante sus actividades y responsabilidad en los procesos productivos, fomentando así la realización de las labores con mayor calidad y la satisfacción completa del cliente, creando un consumidor fidelizado y una publicidad directa entre consumidores finales que aumenta los beneficios para toda la organización y sus integrantes.

Frente a la pregunta la RSE está definida en la planeación estratégica de la empresa los resultados fueron los siguientes;

Tabla 15. RSE Definida en la planeación.

14. ¿la RSE está definida en la planeación estratégica de la empresa?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	20
Algunas veces	12
Rara vez	16
Ocasionalmente	30
Nunca	106
Total	184

Fuente: Grupo de Investigación

Figura 17. RSE Definida en la planeación.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: prácticamente no existen empresas en que tengan implantada la planeación estratégica de responsabilidad social, ello es, por consiguiente un limitante gigantesco ante la globalización y las oportunidades que la tecnología y los acuerdos de libre comercio han traído consigo por tanto que deja en descubierto la falta de competitividad de las empresas nacionales y sus debilidades se engrandecen frente a grandes competidores.

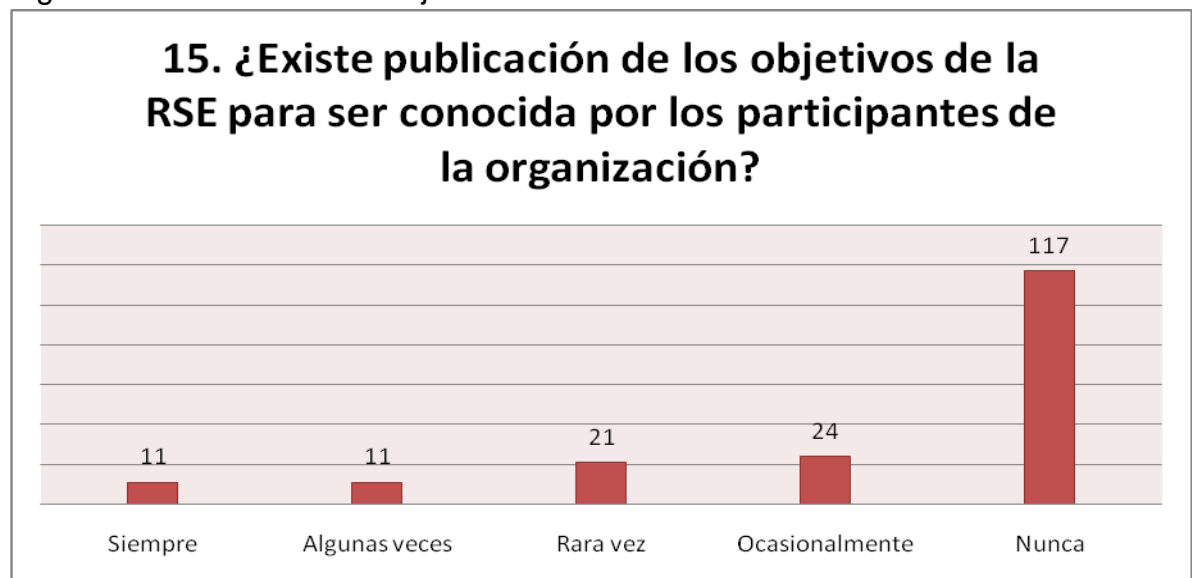
A la pregunta Existe publicación de los objetivos de la RSE para ser conocida por los participantes de la organización, las empresas de los municipios encuestados afirman lo siguiente;

Tabla 16. Publicación de Objetivos de RSE.

15. ¿Existe publicación de los objetivos de la RSE para ser conocida por los participantes de la organización?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	11
Algunas veces	11
Rara vez	21
Ocasionalmente	24
Nunca	117
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 18. Publicación de Objetivos de RSE.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: Dado que en gran cantidad de las empresas encuestadas ni siquiera está definida la RSE, no es posible de igual manera divulgar objetivos de la misma ni pretender una participación activa. No es positiva la apatía frente al termino concluyendo que al crear objetivos que aclaren el camino de la organización tanto empleados como proveedores se apropian de las metas y aúnan esfuerzos en pro de todos para aumentar participación y reconocimiento en el mercado.

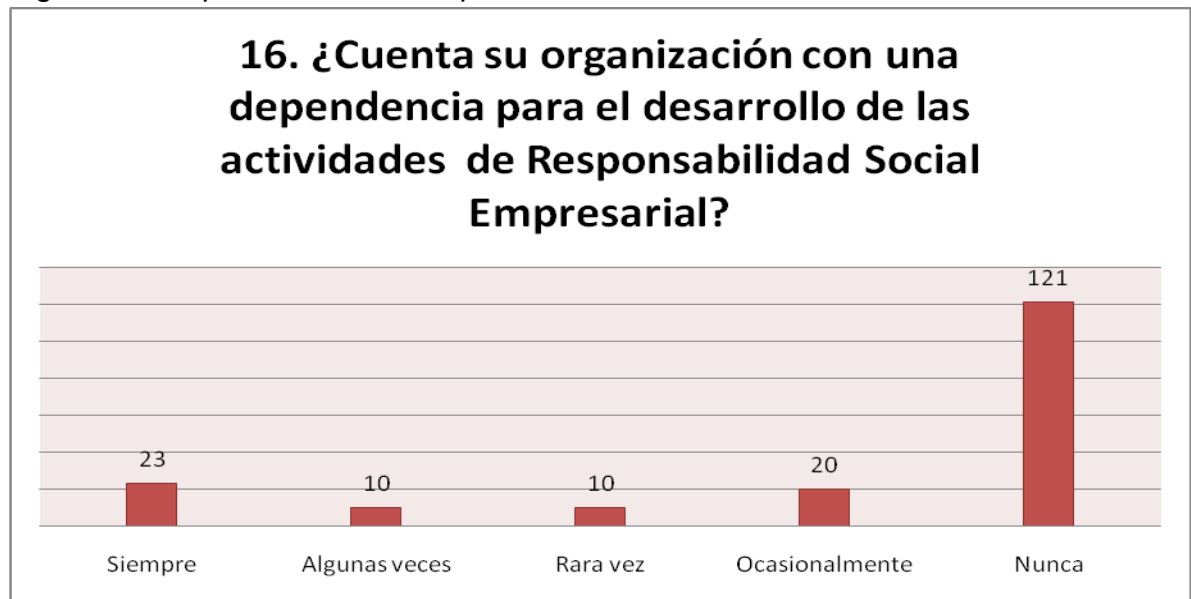
Respecto a la pregunta Cuenta su organización con una dependencia para el desarrollo de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, las empresas de los municipios encuestadas respondieron lo siguiente;

Tabla 17. Dependencia de Responsabilidad Social.

16. ¿Cuenta su organización con una dependencia para el desarrollo de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	23
Algunas veces	10
Rara vez	10
Ocasionalmente	20
Nunca	121
Total	184

Fuente: Grupo de Investigador

Figura 19. Dependencia de Responsabilidad Social.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: las empresas no cuentan con dicha dependencia, en general se debe a que no existe una clara estructura por procesos o áreas que dé la vitalidad a la razón social de las organizaciones y un entendido orden jerárquico a las actividades.

Frente a la pregunta En su empresa realizan capacitaciones y campañas de promoción para el desarrollo del personal, las empresas encuestadas respondieron lo siguiente;

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	14
Algunas veces	26
Rara vez	19
Ocasionalmente	37
Nunca	88
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 20. Capacitaciones y campañas de promoción.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: muy pocas empresas realizan capacitaciones a sus empleados, sigue prevaleciendo la ausencia de nuevos conceptos administrativos en las empresas nacionales resaltando el desinterés por un crecimiento profesional en los colaboradores para que aporten sus ideas y la compañía crezca en capital humano y activos intangibles.

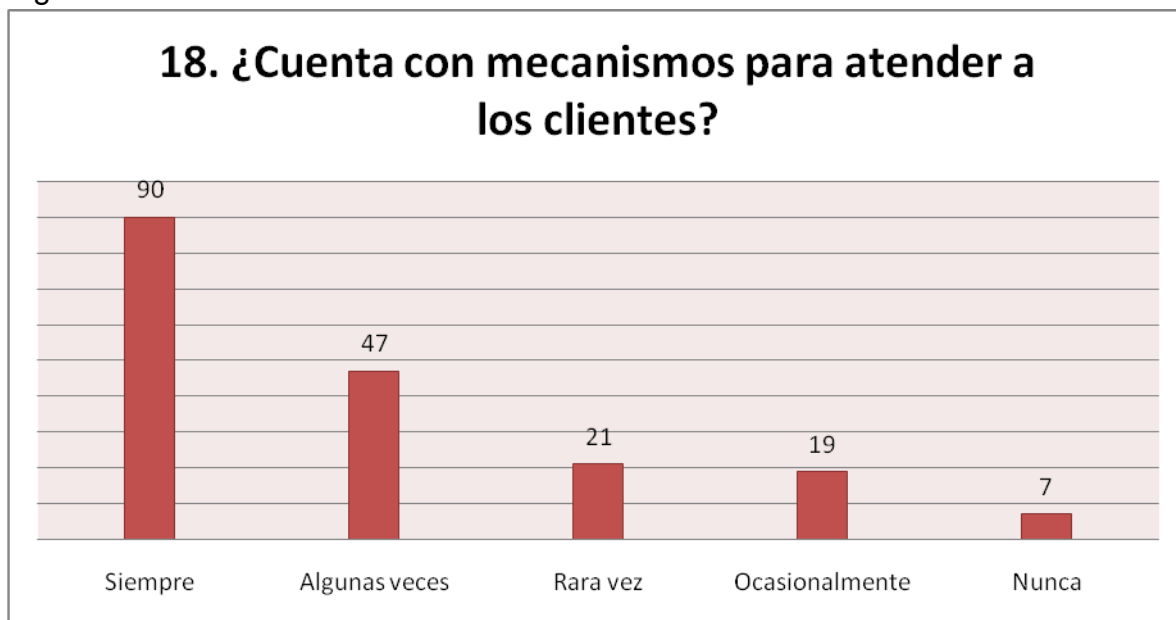
Frente a la pregunta Cuenta con mecanismos para atender a los clientes los empresarios encuestados manifestaron lo siguiente;

Tabla 19. Mecanismos de Atención a los clientes.

18. ¿Cuenta con mecanismos para atender a los clientes?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	90
Algunas veces	47
Rara vez	21
Ocasionalmente	19
Nunca	7
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 21. Mecanismos de Atención a los clientes.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: El servicio post venta se ha convertido en tendencia y parte fundamental del monitoreo y seguimiento que se debe realizar a los clientes en busca de la excelencia y mejora continua tanto de producto final como de los procesos y procedimientos, sin embargo hace falta aumentar en la mentalidad de los empresarios la importancia de ejercer procesos de integración hacia adelante como pieza clave del crecimiento y desarrollo de la compañía.

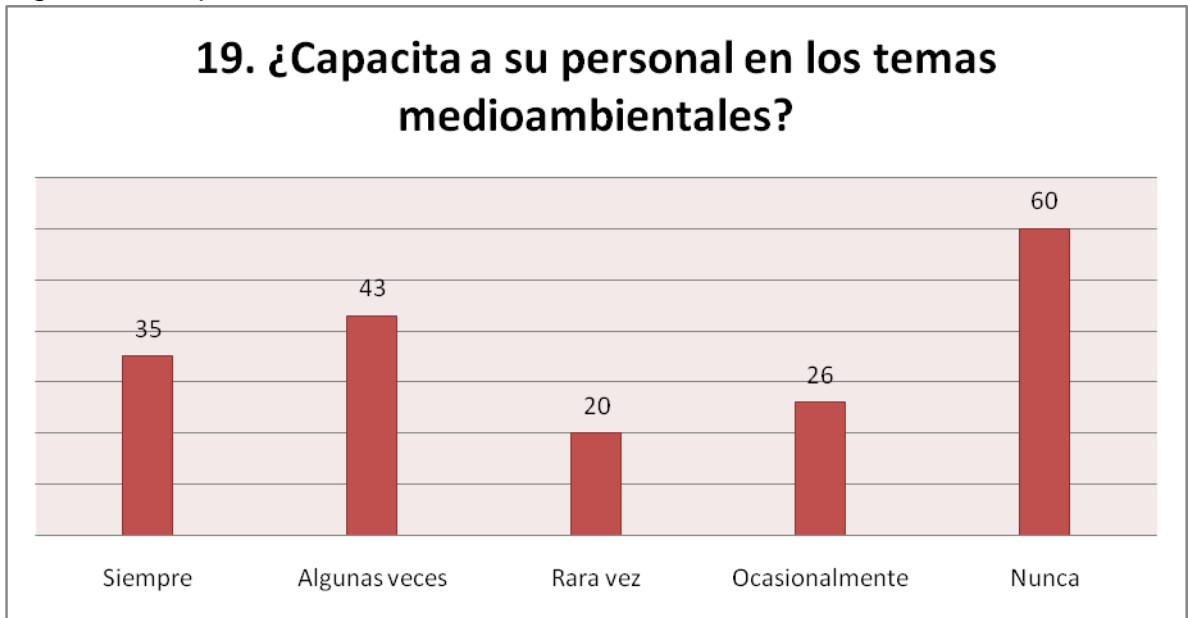
Frente a la pregunta Capacita a su personal en los temas medioambientales, los empresarios encuestados manifestaron lo siguiente;

Tabla 20. Capacitación Temas Ambientales.

19. ¿Capacita a su personal en los temas medioambientales?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	35
Algunas veces	43
Rara vez	20
Ocasionalmente	26
Nunca	60
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 22. Capacitación Temas Ambientales.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: evidentemente las organizaciones o no son conscientes del daño ambiental que derivan de ejercer sus procesos productivos o simplemente no dan importancia de ello. Es pertinente trabajar en que las organizaciones presten más atención al tema ambiental, pues es lo que mantendrá los recursos no renovables en relativo equilibrio y sostenimiento y todo ello debe extenderse a la totalidad de los miembros de la organización.

Frente a la pregunta Involucra a la comunidad para identificar problemas de RSE y su aporte en la solución de estos, las empresas encuestadas manifestaron lo siguiente;

Tabla 21. Involucran a la comunidad para identificar problemas de RSE.

20. ¿Involucra a la comunidad para identificar problemas de RSE y su aporte en la solución de estos?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	10
Algunas veces	16
Rara vez	18
Ocasionalmente	36
Nunca	104
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 23. Involucran a la comunidad para identificar problemas de RSE.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: El concepto de RSE hace referencia al trabajo que se realiza con la comunidad en pro de buscar el beneficio mutuo para los integrantes, es preocupante que las empresas quieran ser responsable socialmente sino involucran su entorno en los planes de la misma, las organizaciones deben jugar a favor del desarrollo sostenible, equilibrio entre el crecimiento económico, bienestar social, aprovechamiento de recursos y medio ambiente y lograr un mejor posicionamiento a la empresa y mayores posibilidades de aprovechar oportunidades de expansión nacional e internacional.

Frente a la pregunta Promueve el trabajo voluntario de sus empleados con la comunidad los empresarios encuestados manifestaron lo siguiente;

Tabla 22. Trabajo Voluntario.

21. ¿Promueve el trabajo voluntario de sus empleados con la comunidad?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	9
Algunas veces	21
Rara vez	18
Ocasionalmente	34
Nunca	102
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 24. Trabajo Voluntario.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: El indicador es negativo para esta respuesta y pone nuevamente en evidencia el poco interés y aplicación de la RSE de las empresas hacia su entorno, o quizá la falta de conocimiento de las nuevas tendencias de administración empresarial.

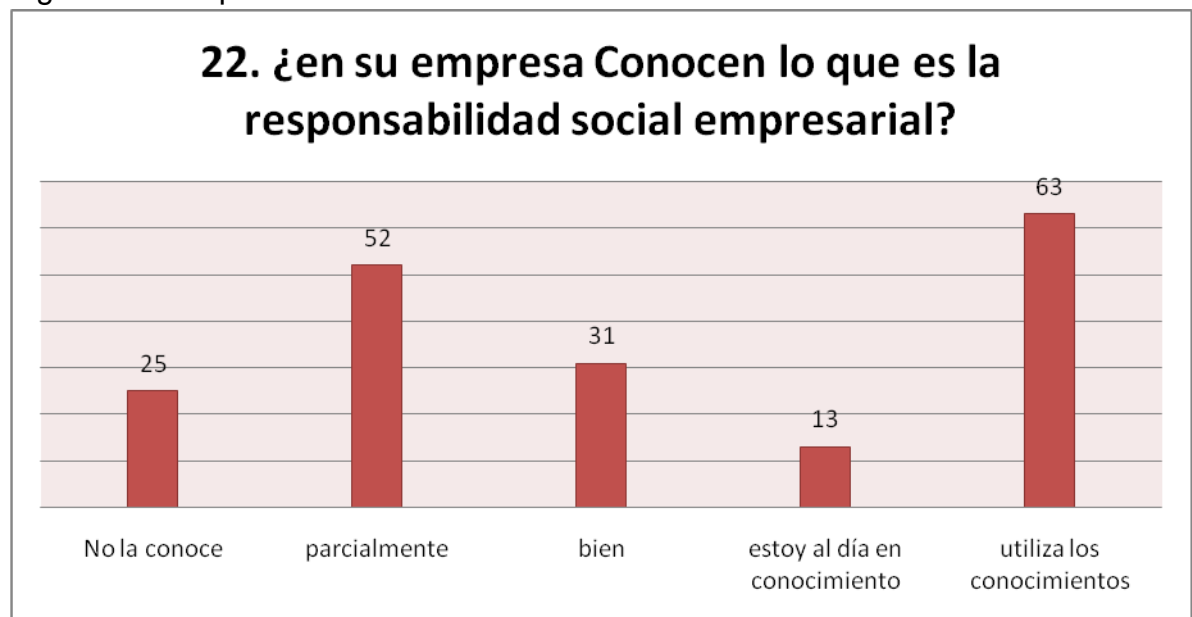
Frente a la pregunta en su empresa Conocen lo que es la responsabilidad social empresarial, los empresarios encuestados respondieron lo siguiente;

Tabla 23. Responsabilidad social.

22. ¿En su empresa Conocen lo que es la responsabilidad social empresarial?	FRECUENCIA ABSOLUTA
No la conoce	25
parcialmente	52
bien	31
estoy al día en conocimiento	13
utiliza los conocimientos	63
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 25. Responsabilidad social.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: si bien existe un alto número de empresarios que afirma conocer los conceptos ligados al uso y aplicación de la RSE no se logra ni la mitad de ellos que use estos conocimientos en el desarrollo de las actividades productivas para el ejercicio social de su empresa.

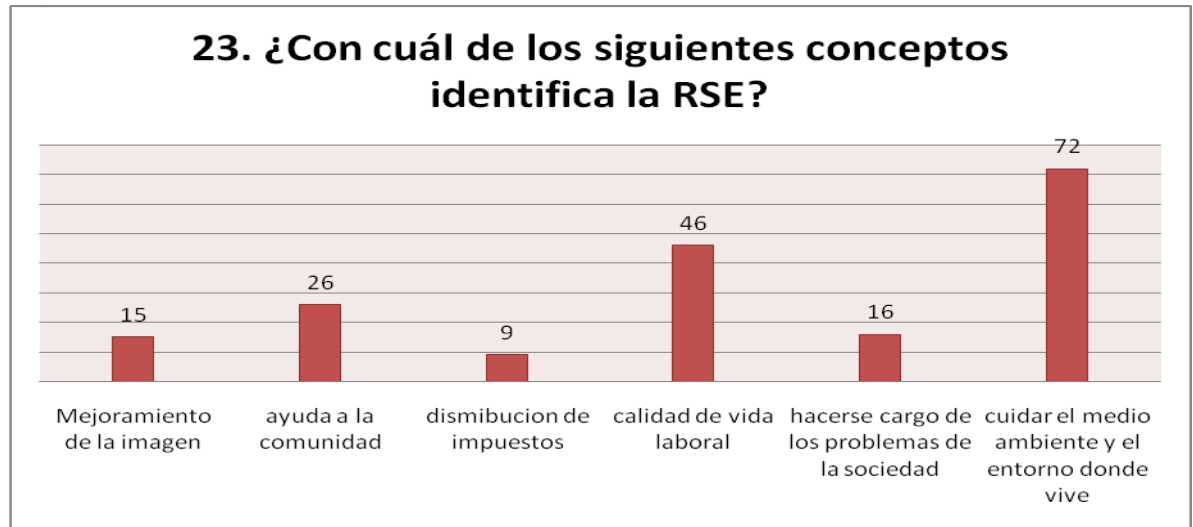
Frente a la pregunta Con cuál de los siguientes conceptos identifica la RSE, las respuestas fueron las siguientes;

Tabla 24. Conceptos de responsabilidad social.

23. ¿Con cuál de los siguientes conceptos identifica la RSE?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Mejoramiento de la imagen	15
ayuda a la comunidad	26
disminución de impuestos	9
calidad de vida laboral	46
hacerse cargo de los problemas de la sociedad	16
cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive	72
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 26. Conceptos de responsabilidad social.



Fuente: Grupo Investigador

ANÁLISIS: Las empresas encuestadas asocian RSE con cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive, sin embargo, la Responsabilidad Social Empresarial es más que ello, es trabajar de la mano con la comunidad y gobierno, es mejorar la calidad de vida de los colaboradores y familia, la RSE apoya el crecimiento y competitividad de la organización por tal motivo está relacionado con la imagen de la compañía y la disminución de impuestos al aportar al entorno en que se desenvuelve, la Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de actividades sociales, de crecimiento económico, bienestar, ambiental y sostenibilidad.

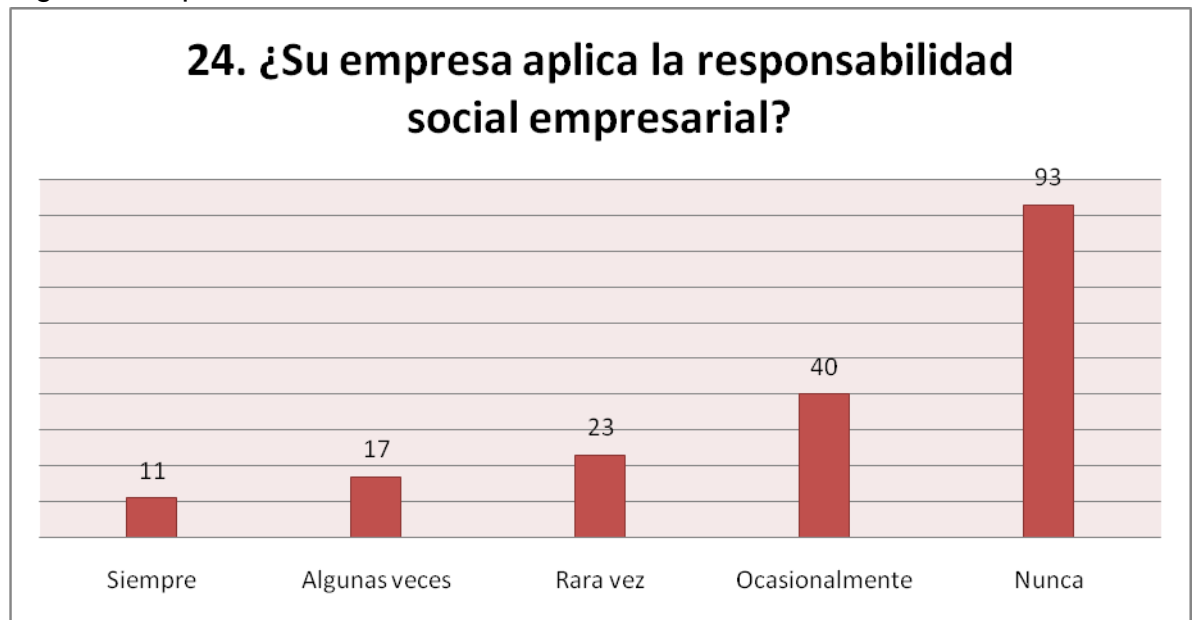
Frente a la pregunta Su empresa aplica la responsabilidad social empresarial las respuestas fueron las siguientes;

Tabla 25. Aplicación de RSE.

24. ¿Su empresa aplica la responsabilidad social empresarial?	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	11
Algunas veces	17
Rara vez	23
Ocasionalmente	40
Nunca	93
Total	184

Fuente: Grupo Investigador

Figura 27. Aplicación de RSE.



Fuente: Grupo Investigador

ANALISIS: está claro que de los encuestados muy pocos conocen los beneficios y no ejercen este concepto en el direccionamiento de la organizaciones, por eso es conveniente sugerir la realización de diagnósticos empresariales que permitan el re-direccionamiento a la organización para continuar en el mercado y no estancarse por los nuevos requerimientos que exige el sistema.

CONCLUSIONES

La planeación en la gran mayoría de las empresas de los Municipios El Rosal y Madrid Cundinamarca no es relevante, si bien, algunos encuestados ostentan planear, esta planeación va encaminada más a un control de producción y los insumos requeridos para la misma en el transcurso de los procesos, sin embargo no se aplica para generación de estrategias que permitan el desarrollo de la empresa y de métodos para el mejoramiento continuo e implementación de valor agregado.

Debido a la poca participación de la investigación y planeación de acuerdo a los nuevos conceptos empresariales no se está dando la debida intervención e importancia a la cadena productiva de las organizaciones evaluadas en este caso, es decir no se hacen estudio de mercadeo ni planeamiento de estrategias que permitan un desenvolvimiento adecuado de las empresas frente a los cambios del entorno.

En general, la investigación aplicada a los municipios El Rosal y Madrid, revela que la toma de decisiones con base a el estudio del comportamiento del entorno no existe como tal en las empresas, lo que existe, es el proceso de reacción inmediata a las situaciones internas y/o externas que comprometen de una u otra forma el funcionamiento regular de la organización y que por ende afectan el flujo de caja y las utilidades del ente privado, trayendo consigo la ejecución de acciones en su conservación.

Las empresas objeto de investigación manifiestan en su mayoría poseer valores y principios como estrategia de cumplimiento a la formalización legal de una organización, pese a ello dichos formalismos carecen de identidad, pertenencia y consecución por parte del personal adscrito; y en mínima medida puede hallarse convergencia entre estas características culturales de la organización y la RSE.

La mayor parte de las empresas encuestadas no cuentan con la filosofía organizacional establecida, escrita o publicada, este es un impedimento del crecimiento y desarrollo de la empresa y puede llegar a ser una razón de la liquidación de la misma debido a la no utilización de nuevos conceptos administrativos.

Las empresas no están actualizadas en las nuevas herramientas y formas de administración, como tampoco de los cambios que la globalización y el interés por la conservación del ambiente afectan al planteamiento de estrategias para dar respuestas efectivas tanto en la selección de proveedores como en la fidealización al consumidor.

En el área interna, estas prácticas están enfocadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, e inciden directamente en los actores internos (colaboradores). Las prácticas externas están vinculadas a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores / clientes) Además, abarcan temas como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al Estado.

La concepción de muchos empresarios hacia tener en cuenta las necesidades de los empleados es inexacta; no basta con cumplir legalmente con lo mínimo establecido por el Código sustantivo del trabajo (respetar los horarios de trabajo, pagar las horas extras laboradas, entregar dotación o EPP's), la tarea de los gerentes en la actualidad va mucho más allá del cumplimiento de la ley laboral y pasa a un plano en el que valorar y motivar el talento humano de la organización es clave para propender por un lugar agradable para trabajar agregando valor a los procesos y productos atrayendo de esa manera clientes fieles y socios estratégicos.

Es desconsoladora la etapa en la que los empresarios de sabana occidente se ubican en cuanto a la RSE, muchos de ellos desconocen por completo lo que significa y los beneficios que aplicarla puede traer a su organización.

Dando respuesta al problema original de la inclusión de la Responsabilidad Social Empresarial en la planeación de las empresas objeto de estudio, cabe resaltar que la investigación toma otro rumbo puesto que el concepto no se reconoce ni se exalta en las organizaciones y no existen estrategias alrededor de este tema, exponiendo un desafortunado estado actual de los entes económicos de la sabana occidente, en especial las MYPIMES y trayendo consigo el planteamiento de estrategias que permitan desde lo académico aportar en la práctica empresarial mejora continua y beneficiosa a nivel nacional.

RECOMENDACIONES

La capacitación tanto a nivel operativo como direccional de la organización es un aspecto ineludible para las organizaciones que deseen continuar competitivas en el mercado pues, es la manera de dar un valor agregado tanto a los procesos como a la calidad de atención y del producto que ofrezca.

Se recomienda el uso y aplicación de exámenes diagnósticos de la organización tanto a nivel interno como externo para estar preparados a un alto porcentaje de consecuencias en los cambios y sobrevivir a estos sin arriesgar la estructura de la organización.

Se debe tener en cuenta que la filosofía como todo aquello que rodea la organización es completamente cambiante, por lo cual se deben evaluar e implementar cambio en pro de la organización y a la vez involucrar a todas y cada una de las personas que hacen posible la realización del objeto social de la empresa para que estas apropien de las metas y las cumplan en común unión para el beneficio mutuo y satisfactorio de todos.

Más integración de la comunidad y los demás grupos de interés dentro de las actividades de la empresa y las relacionadas a la mejora del entorno. Desarrollar planes que ayuden a cambiar la calidad de vida de los involucrados, que se genere un impacto en cuanto a temas medio ambientales y sobre los beneficios que se tienen al momento de practicar la RSE.

Tener más en cuenta a sus empleados, sus necesidades, sus inquietudes y sugerencias para así lograr tener una mejora en el proceso y alcanzar mayores resultados.

Capacitar al personal para que puedan crecer individualmente y que a su vez retribuyan a la empresa con buenas ideas y hallazgos todo en pro de mejora de los procesos.

Generar políticas aplicables a cada organización que permitan minimizar el impacto ambiental y creen conciencia a nivel organizacional sobre las actividades que ejercen para desarrollar su objeto social, las cuales producen desgaste de recursos no renovables conllevando a graves problemas ambientales y de supervivencia.

Las organizaciones con enfoque al desarrollo sostenible, equilibrio entre el crecimiento económico, bienestar social, aprovechamiento de recursos y medio ambiente presentan ventaja competitiva en el mercado, de allí, la importancia de generar programas de RSE y su implementación en la organización.

Crear y fortalecer alianzas entre gobierno local y empresarios que permitan beneficios mutuos y a la comunidad dejando de lado aquellas ayudas superficiales, inmediatas y sin posibilidades de crecimiento para los municipios y su comunidad.

Hacer de la Responsabilidad Social Empresarial un hábito dentro de la organización para de esta forma proyectar esta ideología a la comunidad reduciendo la brecha entre la planeación estratégica a largo plazo de la organización y los intereses inmediatos de la comunidad.

Es adecuado utilizar campañas de concientización a los empresarios que demuestren la importancia de constituir objetivos periódicos que permitan demarcar las metas que cada área operativa debe aportar para conseguir la efectividad, así mismo, establecer planes de acción que conllevan al logro de los objetivos y planes de la compañía.

BIBLIOGRAFIA

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

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

EL ROSAL.CONCEJO MUNICIPAL.SECRETARIA DE HACIENDA Acuerdo No. 16 Diciembre 03 de 2013. 188 p.

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.

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

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

SERNA GOMEZ, Humberto. Gerencia Estratégica – Teoría – Metodología, implementación, y mapas estratégicos. Índices de gestión / Humberto Serna Gómez 10ª edición. Bogotá D.C.: 3R Editores, 2008. ISBN 978-958-30-2183-1.

CIBERGRAFIA

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

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>

COLOMBIA. GENERALIDADES MUNICIPIO DEL ROSAL [En línea] Disponible en internet: <http://www.elrosal-cundinamarca.gov.co>

COLOMBIA. MINISTERIO DE HACIENDA. Estatuto tributario nacional. [En línea] Disponible en internet: <http://estatuto.co/>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de lengua española. [En línea]. Disponible en Internet: <http://lema.rae.es/drae/?val=tecnologia>.

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

SOLARTE RODRIGUEZ, Roberto. La responsabilidad social de las organizaciones, situación y perspectivas. [En línea]. Disponible en internet:

http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/eco_teo1/pret-01b.pdf.

S.A. Madrid Cundinamarca [En línea] Disponible en internet: <http://madrid-cundinamarca.gov.co/indicadores.shtml#poblacion/>

9. ANEXOS

ANEXO A.

Encuesta realizada a las Micro, pequeñas y Medianas empresas de los municipios del Rosal y Madrid Cundinamarca.

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, pequeñas y medianas empresas de Sabana Occidente de Cundinamarca.

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

- 1= Nunca se aplican _____
- 2= Se aplican rara vez _____
- 3= Se aplican de vez en cuando, _____
- 4= Se aplican generalmente, _____
- 5= Siempre se aplican _____

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

- 1= No influye, _____
- 2= Poco influye, _____
- 3= Influye medianamente, _____
- 4= Influye, _____
- 5= Tiene gran influencia, _____

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

- 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, _____

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

- 1= Siempre, _____
- 2= Algunas veces, _____
- 3= Rara vez, _____

4= Ocasionalmente, _____
5= Nunca, _____

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

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 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 _____

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

1= Siempre _____

2= Algunas veces _____

3= Rara vez _____

4= Ocasionalmente _____

5= Nunca _____

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

1= Siempre _____

2= Algunas veces _____

3= Rara vez _____

4= Ocasionalmente _____

5= Nunca _____

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

- 1= Siempre _____
- 2= Algunas _____
- 3= Rara vez _____
- 4= Ocasionalmente _____
- 5= Nunca _____

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

- 1= Siempre _____
- 2= Algunas _____
- 3= Rara vez _____
- 4= Ocasionalmente _____
- 5= Nunca _____

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

- 1= Siempre _____
- 2= Algunas _____
- 3= Rara vez _____
- 4= Ocasionalmente _____
- 5= Nunca _____

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

- 1= Siempre _____
- 2= Algunas _____
- 3= Rara vez _____
- 4= Ocasionalmente _____
- 5= Nunca _____

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

- 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.