

Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial caso Empresa Servicios Ambientales  
Las 3R, Acacias – Meta

Cindy Carolina Buitrago Reinoso

Edison Osbual Buitrago Reinoso

Adilson Ararat Mina

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de ciencias económicas y administrativas  
Programa de Administración de empresas  
Modalidad a Distancia y Virtualidad  
Villavicencio

2017

Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial caso Empresa Servicios Ambientales  
Las 3R, Acacias – Meta

Cindy Carolina Buitrago Reinoso  
Edison Osbual Buitrago Reinoso  
Adilson Ararat Mina

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de  
Empresas

Director Proyecto  
Dra. Ana Cecilia Chumaceiro Hernández

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de ciencias económicas y administrativas  
Programa de Administración de empresas  
Modalidad a Distancia y Virtualidad  
Villavicencio

2017

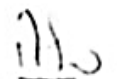
**Nota de Aceptación**

---

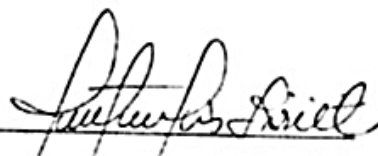
---

---

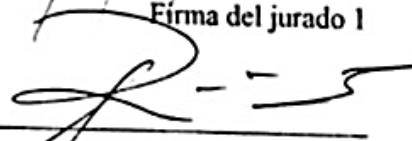
---



Firma del Director



Firma del jurado 1



Firma del jurado 2

Villavicencio, Meta, Junio 30 de 2017.

A Dios que me dio la vida, el cual nunca me soltó de la mano y me formo como administradora de empresas. A mi familia, de quienes recibí todo el apoyo y siempre quisieron verme profesional, ellos con su esfuerzo me sacaron adelante, y han contribuido a ser la persona que ahora soy.

Cindy Carolina Buitrago Reinoso.

Al Todopoderoso por darme la oportunidad, esfuerzo y voluntad hasta alcanzar dicho propósito personal y profesional, a mi familia por su apoyo y colaboración incondicional.

Edinson Osbual Buitrago Reinoso.

Dedico este trabajo a Dios por brindarme la vida, salud y una maravillosa familia, por todo el apoyo moral, estímulo y comprensión que me dieron hasta lograr esta meta tan anhelada. Por siempre gracias, los amo.

Adilson Ararat Mina.

## Agradecimientos

Los autores expresan sus agradecimientos a todos y cada uno de las personas que de una u otra forma contribuyeron a alcanzar los objetivos propuestos en el presente trabajo de grado. Se desea hacer un reconocimiento a las personas e instituciones quienes brindaron su apoyo incondicional, aprendizaje y experiencia, su compañía en todo momento fue indispensable para el grupo.

Dra. Ana Cecilia Chumaceiro Hernández. Director proyecto.

A la Corporación Universitaria del CARIBE “CECAR”, por permitir ser parte de tan importante familia.

A los tutores que con su sapiencia, sabiduría y experiencia compartieron sus conocimientos, engrandeciendo los nuestros.

A los compañeros con quienes se compartió durante la carrera.

A la empresa Servicios ambientales las 3R, ubicada en el municipio de Acacias - departamento del Meta. Gracias por su receptividad y permitir realizar el trabajo de campo. Así mismo, a los 24 clientes de la misma, quienes permitieron conocer su punto de vista frente a la Responsabilidad Social Empresarial de la organización.

Los autores.

## Tabla de Contenido

Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción .....	12
1. Problema .....	14
1.1 Descripción del problema .....	14
1.2 Formulación del problema .....	16
2. Justificación.....	17
3. Objetivos .....	19
3.1 Objetivo general .....	19
3.2 Objetivos específicos .....	19
4. Marco de referencia .....	20
4.1 Antecedentes de investigación .....	20
4.2 Marco teórico .....	27
5. Metodología .....	54
5.1 Tipo de investigación.....	54
5.2 Enfoque de estudio .....	55
5.3 Población y muestra.....	58
5.4 Fuentes de recolección de la información.....	59
5.4.1 Fuentes primarias.....	59
5.4.2 Fuentes secundarias.....	60
5.5 Procedimiento de campo.....	60
5.6 Análisis de datos.....	60
6. Resultados .....	62
6.1 Identificar la normatividad legal vigente en Colombia con relación al uso y manejo de servicios ambientales (Reutilizar, utilizar y reciclar) .....	62
6.2 Indagar los programas de Responsabilidad Social Empresarial usados por la empresa Servicios Ambientales las 3R del municipio de Acacias – Meta.....	65
6.2.1 Análisis y resultados de las encuestas a empresas.....	65
6.2.2 Análisis y resultados de las encuestas a clientes.....	74
6.2.3 Resultados de la entrevista al propietario de la empresa 3R.....	80
6.3 Proponer estrategias de RSE que respondan a la normativa legal vigente en Colombia en cuanto al uso, manejo y comercialización de servicios ambientales .....	83
7. Conclusiones .....	84
8. Recomendaciones .....	87
Referencias bibliográficas.....	88
Apéndices.....	93

### Lista de tablas

Tabla 1.	Enfoques de la investigación científica. ....	56
Tabla 2.	Tipo de variables de muestreo. ....	58
Tabla 3.	¿Podría informar un estimado de cuantos productos o servicios tiene al mes? .....	65
Tabla 4.	¿Cuál es el manejo que la empresa le da a los productos o servicios? .....	66
Tabla 5.	¿Ha recibido alguna capacitación por parte del gobierno de cómo debe de ser el manejo que se le debe de dar a los productos o servicios que genera la empresa? .....	67
Tabla 6.	¿En la comercialización de los productos o servicios tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente? .....	68
Tabla 7.	¿Contribuye a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE y ambiental? .....	69
Tabla 8.	¿Establece procesos de comunicación con los grupos de interés (Clientes, comunidad, proveedores, gobierno) para identificar el adecuado uso y manejo de los productos o servicios? .....	70
Tabla 9.	¿La empresa asegura que las condiciones de la comercialización de los productos o servicios cumpla con las leyes y regulaciones establecidas en dicho sentido? .....	71
Tabla 10.	¿La empresa tiene establecidos principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de los productos o servicios? .....	72
Tabla 11.	¿Cuenta la empresa con el uso de tecnologías y prácticas ambientales adecuadas para la comercialización de los productos o servicios? .....	73
Tabla 12.	¿En promedio cada cuánto tiempo realiza inventario de los productos o servicios ambientales? .....	74
Tabla 13.	¿Generalmente en dónde realiza el cambio de llantas de su vehículo? .....	75
Tabla 14.	¿Le realiza usted el proceso de servicios ambientales? .....	76
Tabla 15.	¿Qué hace usted con los productos o servicios ambientales? .....	77
Tabla 16.	¿Estaría usted dispuesto a donar estos productos o servicios, siempre y cuando se garantice un manejo adecuado a estos? .....	78
Tabla 17.	¿Conoce usted una empresa certificada que recicle los productos o servicios ambientales? .....	79
Tabla 18.	Planta de personal .....	105

### Lista de figuras

Figura 1.	Tópicos teóricos.....	40
Figura 2.	Tópicos teóricos continuación.....	41
Figura 3.	Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.....	50
Figura 4.	Metodología Yin.....	54
Figura 5.	Sistema de recolección selectiva y gestión ambiental.....	63
Figura 6.	¿Podría informar un estimado de cuantos productos o servicios tiene al mes?.....	65
Figura 7.	¿Cuál es el manejo que la empresa le da a los productos o servicios? .....	66
Figura 8.	¿Ha recibido alguna capacitación por parte del gobierno de cómo debe de ser el manejo que se le debe de dar a los productos o servicios que genera la empresa?.....	67
Figura 9.	¿En la comercialización de los productos o servicios tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente?.....	68
Figura 10.	¿Contribuye a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE y ambiental?.....	69
Figura 11.	¿Establece procesos de comunicación con los grupos de interés (Clientes, comunidad, proveedores, gobierno) para identificar el adecuado uso y manejo de los productos o servicios?.....	70
Figura 12.	¿La empresa asegura que las condiciones de la comercialización de los productos o servicios cumpla con las leyes y regulaciones establecidas en dicho sentido?.....	71
Figura 13.	¿La empresa tiene establecidos principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de los productos o servicios?.....	72
Figura 14.	¿Cuenta la empresa con el uso de tecnologías y prácticas ambientales adecuadas para la comercialización de los productos o servicios?.....	73
Figura 15.	¿En promedio cada cuánto tiempo realiza inventario de los productos o servicios ambientales?.....	74
Figura 16.	¿Generalmente en dónde realiza las transacciones de los productos o servicios ambientales? .....	75
Figura 17.	¿Le realiza usted el proceso de servicios ambientales? .....	76
Figura 18.	¿Qué hace usted con los productos o servicios ambientales?.....	77
Figura 19.	¿Estaría usted dispuesto a donar estos productos o servicios, siempre y cuando se garantice un manejo adecuado a estos?.....	78
Figura 20.	¿Conoce usted una empresa certificada que recicle los productos o servicios ambientales? .....	79
Figura 21.	Registro fotográfico empresa de Servicios Ambientales Las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar).....	108
Figura 22.	Generalidades y mapa político departamento del Meta.....	109
Figura 23.	Acacias en el departamento del Meta.....	110
Figura 24.	Sitios destacados de Acacias.....	112



### Lista de apéndices

Apéndice A.	Cámara de Comercio.....	94
Apéndice B.	Formato de entrevista.....	97
Apéndice C.	Encuesta a empresas. ....	99
Apéndice D.	Formato de encuesta a clientes. ....	101
Apéndice E.	Naturaleza de la empresa. ....	103

## Resumen

Hoy día la responsabilidad social empresarial (RSE) debe ser asumida por las organizaciones de forma ontológica y axiológica, ya que ésta se ha convertido en una demanda social, en tal sentido las empresas prestadoras de servicios ambientales deben (con mayor razón) acoger en su seno esta filosofía. En la presente investigación, se hace un estudio de caso en la empresa de Servicios ambientales las 3R en el municipio de Acacias – Meta, dónde se trazó como objetivo general: Analizar la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Servicios Ambientales las 3R del municipio de Acacias – Meta. Y como específicos: (1) Identificar la normatividad legal vigente en Colombia con relación al uso y manejo de servicios ambientales (Reutilizar, utilizar y reciclar), (2) Indagar los programas de Responsabilidad Social Empresarial usados por la empresa Servicios Ambientales las 3R del municipio de Acacias – Meta, y (3) Proponer estrategias de RSE que respondan a la normativa legal vigente en Colombia en cuanto al uso, manejo y comercialización de servicios ambientales. La metodología aplicada correspondió al tipo de estudio de caso y los instrumentos para la recolección de datos utilizados fueron entrevista y encuesta. Así mismo, se acudió a fuentes de información documental, revistas, libros e internet. Se concluye que debe existir una relación entre ética y RSE, crear un código ético para reducir, reutilizar y reciclar los servicios ambientales.

*Palabras clave:* Responsabilidad social empresarial, servicios ambientales, fabricación, productos.

### **Abstract**

Today corporate social responsibility (CSR) must be assumed by the organizations in an ontological and axiological form, since it has become a social demand, in that sense the companies that provide environmental services must (with greater reason) this philosophy. In the present investigation, a case study is made in the company of Environmental Services 3R in the municipality of Acacias - Meta, where it was designed as a general objective: To analyze the Corporate Social Responsibility of the company Environmental Services the 3R of the municipality of Acacias - Meta. And as specific: (1) To identify the legal regulations in force in Colombia regarding the use and management of environmental services (Reuse, use and recycle), (2) Investigate the Corporate Social Responsibility programs used by the company Municipality of Acacias - Meta, and (3) To propose strategies of CSR that respond to the legal regulations in force in Colombia regarding the use, management and commercialization of environmental services. The applied methodology corresponded to the type of case study and the instruments for the Data collection used were interview and survey. Likewise, sources of documentary information, magazines, books and internet were used. It concludes that there must be a relationship between ethics and CSR, creating an ethical code to reduce, reuse and recycle environmental services.

*Keywords:* Corporate social responsibility, environmental services, manufacturing, products.

## **Introducción**

Abordar la temática que relaciona “el análisis de Responsabilidad Social Empresarial, caso empresa Servicios ambientales las 3R, en el municipio de acacias, departamento del Meta”, pretendió identificar si la empresa aplica programas de RSE a sus grupos de interés que responda a las necesidades sociales y ambientales; establecer la normatividad legal vigente en relación al uso y manejo de servicios ambientales y ofrecer estrategias RSE que respondan a las necesidades sociales y ambientales en su comercialización.

La problemática evidenciada estableció la falta de planificación y programación por parte del sector con respecto a la capacitación y socialización sobre la importancia que posee la Responsabilidad Social Empresarial, frente a los grupos de interés (colaboradores, clientes y sociedad en general), garantizando de esta manera procesos de atención, preservación y conservación del medio ambiente.

La metodología aplicada fue de tipo estudio de caso relacionando el diseño del estudio, conducción del mismo, construcción, análisis y elaboración del reporte de caso de estudio. El enfoque fue de carácter cuantitativo. Se acudió a fuentes primarias y secundarias teniendo en cuenta el diseño y aplicación de entrevista al representante legal y encuesta a 24 clientes internos y externos de la empresa selecciona.

Las empresas de Servicios Ambientales en el municipio de Acacias, presentan falencias en la capacitación sobre problemas de salud, debido a la contaminación ambiental. Al igual que escasa contratación para que el medio ambiente sea sano, mediante la práctica de RSE (ambiental). La CPC de 1991, artículo 49-80. Contempla la conservación y planificación del medio ambiente, saneamiento ambiental y desarrollo sostenible.

El sistema de recolección selectiva y gestión ambiental de residuos, su almacenamiento se lleva a cabo en depósitos clandestinos, casas, patios y espacios públicos. Poco interés por el

---

conocimiento de la normatividad legal vigente en materia ambiental y desarrollo sostenible. Existe carencias de habilidades en el uso y manejo adecuado de residuos o productos reciclables.

El contenido y estructura del trabajo, cumplió con los requerimientos exigidos por la Corporación Universitaria del Caribe (CECAR) y la aplicación de las normas APA para su presentación.

## **1. Problema**

### **1.1 Descripción del problema**

Llevar a cabo el diseño de un programa de Responsabilidad Social Empresarial correspondiente a la empresa Servicios Ambientales Las 3R en el municipio de Acacias, Meta, que conlleve responder a necesidades sociales y ambientales, que sirva como herramienta para analizar la evolución de su gestión e interpretar un examen del mismo logrando tomar las decisiones más pertinentes para mantenerse y avanzar en el mercado cada vez más competitivo.

El autor Contreras (2005), muestra algunas características establecidas por dicho sector: espíritu de independencia, sentido empresarial, dominio de consideraciones personales o familiares, espíritu emprendedor, versatilidad, mayor confianza a sus propias ideas que en la de los demás, desconfianza y persistencia.

Para el caso específico de estudio se enfocará los problemas con respecto a la carencia de un programa de Responsabilidad Social Empresarial; teniendo en cuenta que en muchos de los casos los gestores, propietarios o gerentes tienen una formación que es totalmente empírica, razón por la cual su gestión se traduce en acciones ingeniosas, dada su variada iniciativa individual; el empirismo y celo administrativo se ve reflejado en el proceso de dirección empresarial, lo que impide la búsqueda y aceptación de mandos medios con una función técnica, y donde el empresario quiere abordar el manejo de todas las áreas funcionales dentro de la empresa. Los anteriores aspectos se fundamentan en la experiencia laboral con el sector; donde se evidencia la falta de sensibilización en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Vives (2014), establece la diferencia entre la responsabilidad social de la empresa y ante la sociedad, el concepto no significa hacer buenas cosas para quedar bien sino gestionar todos los impactos que genera en la sociedad, la operación de una organización, esta pequeña variante de nombre permite comprender mucho mejor la idea y su gestión por parte de la empresa. Cabe

preguntar ¿Cuál es la responsabilidad de la empresa ante la sociedad? La respuesta es: depende del momento en el tiempo, del contexto y el entorno en que opera la empresa.

Para Vives (2014), la idea de que la empresa tiene una responsabilidad ante la sociedad es más antigua que la idea de la empresa misma. No es una idea nueva de las últimas décadas como muchos creen, en el antiguo testamento ya se habla de que el (terrateniente – empresa) deja algunos frutos en los árboles para que los necesitados puedan comer de ellos. A medida que ha ido evolucionado la empresa y la sociedad, lo que puede considerar responsabilidad de la empresa también ha ido evolucionando.

De igual forma Vives (2014), afirma que la responsabilidad de una empresa no se implementa para una que opera en un país desarrollado con leyes e instituciones más avanzadas que una que opera en zonas de pobreza con deficiencias legales e institucionales, no es la misma para una multinacional que para una Pyme local, no es la misma que fue en 1920, que lo que es en 2014, que lo será en el 2050, pero la responsabilidad se mantiene.

Según Vives (2014), la versión más popularizada es que la empresa debe hacer cosas en beneficio de la sociedad, voluntariamente, más allá del cumplimiento de la legislación vigente, esto ha inducido a las empresas a buscar cosas que hacer, es una visión fragmentada, miope de su papel ante la sociedad, de no hacer el mal y realizar algunas cosas para mejorar su imagen.

En este escenario, la problemática conllevó a la falta de planificación y programación por parte del sector con respecto a capacitación y socialización sobre la importancia que posee la Responsabilidad Social Empresarial frente a los grupos de interés (colaboradores, clientes y sociedad en general), garantizando de esta manera procesos de atención, preservación y conservación del medio ambiente y la naturaleza, de ahí, la importancia de que el sector adopte una filosofía de RSE, orientada a acciones relacionadas a fomentar la calidad laboral, la mercadotecnia social y por ende el medio ambiente. Si esos eventos se cumplen se estaría generando un liderazgo empresarial responsable, contribuyendo de esta forma a los problemas sociales.

Frente a la problemática evidenciada, se detectan graves consecuencias; si se tiene en cuenta que se está contaminando la ciudad y no se tiene una valiosa disposición final para evitarlo.

Sin embargo, dicho proceso o evento sólo se está llevando a cabo de manera temporal; cuando las autoridades que tienen injerencia en la temática observan que la problemática se hace compleja, pero no existen políticas severas, claras y precisas para solucionar, por ejemplo: la problemática de llantas usadas en la ciudad. Para la cual es necesario buscar soluciones a problemas de contaminación visual y proliferación de insectos entre otros. Secretaría de Medio Ambiente Municipal (2016).

## **1.2 Formulación del problema**

¿Qué programas de Responsabilidad Social Empresarial practica la empresa de Servicios Ambientales las 3 R en el municipio de Acacias- Meta?



## 2. Justificación

La presente propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de RSE, ¿Cómo se aplica?, ¿para qué sirve? diseño e implementación de planes estratégicos, entre otros, así mismo encontrar explicaciones a situaciones internas y del entorno que afectan a la ciudad de Acacias con la actitud del sector comercial esto permitirá a la sociedad verificar diferentes conceptos en materia de RSE dentro de la realidad ambiental en tan importante sector económico.

Su utilidad o beneficio conllevó a fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos que la empresa, propietarios y talento humano que la conforma en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (colaboradores, clientes y sociedad en general).

La responsabilidad social empresarial ha tenido cambios significativos a nivel empresarial; de actividad táctica se convirtió en estratégica, ubicando precisamente al responsable (gerente o administrador) de la temática a la cabeza de la organización, que es quién, ejerce un liderazgo proactivo y asertivo sobre toda la empresa.

El presente trabajo fue importante si se tiene en cuenta que conlleva a responder necesidades sociales y ambientales aplicando los programas de responsabilidad social empresarial, la cual se puede llevar a cabo a través de: cumplimiento de la normatividad legal vigente, necesidades sociales como oportunidad, búsqueda de orientación, diálogo con los grupos de interés dándole cumplimiento a los objetivos de la organización, identificando proyectos viables, revisando indicadores sociales, definiendo proyectos, estableciendo una comunicación asertiva y por ende preservar y conservar el medio ambiente.

El aporte de los autores en calidad de futuros Administradores de Empresas tanto para la empresa y la sociedad; para lo cual se contará con una visión integral de los problemas sociales y económicos, siendo agentes de promoción y ejecución en pro de establecer una mayor y mejor Responsabilidad Social Empresarial, basada en la solidaridad y ayuda mutua, donde las decisiones

---

se adoptan dentro de criterios de atención, preservación y conservación del medio ambiente, bienestar y calidad de vida.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Analizar la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Servicios Ambientales las 3R del municipio de Acacias – Meta.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- a) Identificar la normatividad legal vigente en Colombia con relación al uso y manejo de servicios ambientales (Reutilizar, utilizar y reciclar).
- b) Indagar los programas de Responsabilidad Social Empresarial usados por la empresa Servicios Ambientales las 3R del municipio de Acacias – Meta.
- c) Proponer estrategias de RSE que respondan a la normativa legal vigente en Colombia en cuanto al uso, manejo y comercialización de servicios ambientales.

## **4. Marco de referencia**

### **4.1 Antecedentes de investigación**

El aporte de Reino (2006), establece que el análisis del concepto de responsabilidad social empresarial incorporado a la gestión empresarial, incluye procesos que incorporan valores éticos, políticas y programas diseñados para sustentar la toma de decisiones ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico y la preocupación para el impacto de estas en su entorno social y natural.

De igual manera establece que la responsabilidad social empresarial aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso de globalización, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio que vienen a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a las empresas, procesos que incorpora una serie de reglas en forma voluntaria, bajo los cuales se crea un compromiso con la comunidad y el entorno, traduciéndolas en paradigmas que inducido a la gestión empresarial se presenta como una fuente de ventaja competitiva por sobre las empresas que operan en el mercado. Reino (2006).

Se explica la ventaja que representa la Responsabilidad Social Empresarial, mediante el análisis de su competitividad en tres partes: los conceptos básico de esta nueva herramienta de gestión enfoca a las motivaciones que mueve la empresa a incorporar este concepto, terminando como se introduce a la gestión empresarial y análisis con los resultados de la incorporación de responsabilidad social empresarial a la agrícola Manquillahue como sociedad anónima cerrada, y empresa familiar, con 4 socios, creada en 1988 y dedicado a la producción de fruta fresca, especialmente aguacates. Reino (2006).

El anterior antecedente, permite aportar valores éticos, políticas, programa para la toma de decisiones, logrando con ello ser más competitiva en su objeto social.

Por otra parte, se tiene el trabajo de grado denominado “la RSE, con enfoque ambiental a las medianas y grandes empresas del municipio de Villavicencio” elaborado por los estudiantes Leidy Susana Ramírez y Diana Milena Rivera Rozo como requisito para optar al título de administrador de empresas correspondiente a la Unillanos 2010. Tuvo como objetivo conocer las acciones y actividades que adelantan las medianas y grandes empresas para ser catalogadas socialmente responsables en Villavicencio.

La conclusión conllevó a establecer el nivel de conocimiento y aplicación de la RSE con enfoque ambiental es nulo en las medianas y larga empresas del contexto, hipótesis que se rechaza de acuerdo a las pruebas realizadas a la misma y en los que se evidencia estadísticamente que el nivel de conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial es bajo. Reino (2006).

Su aporte al presente trabajo conlleva a conocer acciones y actividades socialmente responsables, con la participación de todos los colaboradores que la integran.

Tomando como referencia la Revista de “Agendas Ambientales” de la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Villavicencio (E.S.P. CAAR, 2016), establece que generar una cultura de servicios ambientales es una tarea fundamental para garantizar la disponibilidad de los mismos en el futuro. La mejor forma de hacerlo es capacitando y educando no sólo a los empresarios, sino también a la población y comprometiendo a todos los grupos de interés o actores sociales en dicho objetivo; generando de esta forma espacios de sensibilización y compromiso de la población objetivo con respecto a la situación actual de: reducir, reutilizar y reciclar. De ahí que para lograr lo anterior se debe realizar charlas, talleres, dar a conocer su normatividad, sensibilizar en la atención, preservación y conservación del medio ambiente (el agua, las cuencas hidrográficas, la deforestación, el medio ambiente, el uso y ahorro eficiente de agua y material reciclable; así mismo es relevante capacitar y educar a la comunidad en general para generar en ellos una cultura de conservación, cuidado del medio ambiente y reconocimiento de ecosistemas vulnerables presentes en el entorno.

Es relevante que a nivel de “Agendas Ambientales”, se utilice como una herramienta educativa para promover el aprendizaje significativo, analizando y socializando el contenido y se logre generar el diálogo, el debate y la comparación de ideas con la finalidad de fomentar un pensamiento y comportamiento ecológico, que conlleve al mejoramiento de la calidad de vida.

Su aporte genera cultura de servicios ambientales, para garantizar la disponibilidad de los mismos en el futuro y mejoramiento de la calidad de vida.

En este orden de ideas, el Banco Mundial (2015), estableció un análisis ambiental del país. Donde las instituciones (Embajada de Holanda, el Foro Ambiental Nacional y el Gobierno Nacional), resaltan el compromiso común para implementar políticas de medio ambiente que permitan enfrentar de mejor manera el reto medio ambiental que vivir el país.

El objetivo principal del análisis ambiental del país es proveer información sobre el estado del medio ambiente y su efecto económico, y alimentar la discusión nacional respecto a las alternativas y soluciones y cómo los diferentes sectores, podemos participar en la gestión ambiental. Nos referimos a la participación e interacción entre el sector gubernamental en sus niveles central, regional y local, como a los no gubernamentales y al sector privado. Reino (2006).

Los problemas de medio ambiente son un asunto de todos, razón por la cual la implementación de políticas medioambientales tiene que ser retomada con fuerza y determinación por la sociedad civil, el sector privado, el gobierno y la sociedad colombiana en general.

El BM y el Gobierno Colombiano tomando como uno de sus elementos de discusión y análisis la información suministrada en este estudio, han construido un diálogo productivo y dinámico sobre un amplio rango de temas de desarrollo para Colombia, lo que ha llevado a un programa de préstamos y asistencias técnicas.

Como producto de esta Alianza Estratégica con el país se logró entre el Banco y el Gobierno la nueva estrategia aprobada el 8 de abril de 2008. Uno de los cimientos de esta estrategia es la

sostenibilidad ambiental. El objetivo estratégico del BM bajo este pilar es el de apoyar las metas del Plan Nacional de Desarrollo y los Objetivos de Desarrollo del Milenio que buscan asegurar la estabilidad ambiental. Reino (2006).

Existe una convergencia entre el Banco y el Gobierno en la agenda ambiental, lo que produjo un programa activo de préstamos y donaciones con muchos rasgos innovadores y un apoyo profundo a la reforma ambiental. Como parte de este compromiso que el Banco tiene con el Gobierno se desarrolló el primer informe en materia de desarrollo sostenible y protección del medio ambiente en el país: “Prioridades ambientales para la reducción de la pobreza en Colombia, un análisis ambiental del país para Colombia”.

Este informe es una herramienta para la gestión ambiental y los hallazgos hacen referencia a datos analizados hasta el 2006. Un trabajo de cuatro años que da cuenta de cómo las prioridades ambientales han adquirido mayor relevancia en las últimas décadas en el país, dada la clara relación entre degradación ambiental, costos económicos y calidad de vida.

La Agenda Ambiental Nacional ha avanzado en materia de recursos hídricos y conservación de ecosistemas naturales. Pero los problemas ambientales, asociados al crecimiento industrial y urbano, han llegado a afectar la salud de manera preocupante. Las enfermedades asociadas a la calidad del agua, la contaminación atmosférica, los desastres naturales, la degradación de los suelos y la contaminación intradomiciliaria le cuesta hoy al país 7 billones de pesos, cifra equivalente a 3.7 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del año 2004. Y es la población más pobre, y por ende vulnerable, la que está soportando una carga desproporcionada.

Este especial periodístico pretende, además de dar a conocer los resultados del informe, abrir un debate nacional acerca de las prioridades ambientales de Colombia. Revisar y discutir el documento debe hacerse como parte de un trabajo de análisis que dinamice el diálogo entre el Gobierno y diversos grupos de interés.

A través del Foro Nacional Ambiental, que cuenta con el apoyo del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, el BM, el Consejo Nacional de Planeación y Holanda (país que también trabaja en temas como el fortalecimiento de la política ambiental, parques naturales y suelo), se llevarán a cabo encuentros en diferentes ciudades del país. No en vano, la información es el mecanismo para que todo proceso participativo genere cambios, en este caso, a favor del medio ambiente y los recursos naturales de que los dispondrán las presentes y futuras generaciones. El medio ambiente y la gestión ambiental son compromiso de todos.

El aporte del presente antecedente, estimula el compromiso de implementar políticas de medio ambiente para enfrentar su deterioro, degradación ambiental, costos económicos y calidad de vida. Asimismo, dar a conocer prioridad del medio ambiente y dinamizar el diálogo entre el Estado y los grupos de interés.

Se destaca el Informe Ambiental (2016) del municipio de Villavicencio, la cual describe que la disponibilidad de los Recursos Naturales se ve cada día más limitada; Colombia, un país considerado como megadiverso, cuenta con los recursos genéticos y ecosistémicos más valiosos y críticos para el mantenimiento de la estabilidad del planeta, no ha tomado suficiente conciencia sobre la escasez que de ellos se está presentando en nuestras economías y sobre los altos costos en que se incurre en la recuperación de los recursos naturales; el presente deterioro expresado en la reducción de la biodiversidad, la deforestación, la degradación del suelo, el desecamiento de las fuentes de agua, la destrucción de manglares y la contaminación del agua y del aire afectan el bienestar y calidad de vida de la población, limita la posibilidad de desarrollo y coloca en peligro la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras.

Esta crisis ambiental, se acentúa con la incoherencia y dispersión de las políticas ambientales llevadas a cabo por las entidades estatales encargadas del manejo y administración de los Recursos Naturales, que siguen ligadas al modelo de desarrollo económico e institucional tradicional, imposibilitando al desarrollo de una adecuada política ambiental. El país se limita a los conceptos Ambientales y a la demarcación de zonas de reserva natural. Reino (2006).



Esta situación, preocupante por la poca efectividad en el control ambiental del país, es la mejor justificación para que las Contralorías como entes fiscalizadores encargados de vigilar la gestión pública, asuma el compromiso que lleve a una mayor eficiencia y eficacia en la gestión de protección, uso, explotación y conservación de los recursos naturales y el ambiente.

El fortalecimiento de la gestión ambiental en Colombia, con la Constitución del 91, la creación del Ministerio del Medio Ambiente, la Ley 99 de 1993 y la Organización de un Sistema Nacional Ambiental (SINA), hace que el país avance significativamente en la transformación Institucional y Jurídica, dotándolo de los instrumentos de regulación y control Ambiental.

Su aporte conlleva al derecho a un ambiente sano está consagrado en la Constitución, lo mismo que el deber del Estado de garantizarlo; en el artículo 267 se le señala a la Contraloría la responsabilidad de vigilar la gestión fiscal de la administración y de los particulares o entidades que manejen fondos o bienes de la Nación, fundamenta en la eficiencia, la economía, la equidad, la eficacia y la valoración de los costos ambientales.

La Corporación Universitaria del Meta (2014), en su Plan de Desarrollo “Reconocimiento Institucional”, apuntes sobre la sociedad del futuro. Permite establecer: limpieza del medio ambiente. No explotamos ni siquiera una cuarta parte de nuestras riquezas. Muchas dificultades y males se podrían evitar si fuéramos más cuidadosos, atentos y previsivos con nuestro planeta. Es preciso desarrollar una campaña, a los más altos y bajos niveles, que permita recuperar los suelos perdidos y los sitios envenenados por la polución, limpiar el espacio contaminado por los elementos tóxicos, purificar los mares, los ríos, las represas, los campos, las selvas y los jardines. Se trata de planes que deben ser manejados a conciencia por los gobiernos futuros y contar con el apoyo de grupos de científicos, encaminado a permitir el uso y el disfrute de un espacio descontaminado, vivo y enriquecido, dispuesto a germinar y producir alimentos.

El medio más eficaz para la purificación del ambiente está en unos microorganismos, bacterias que existen a nuestro alrededor, en el entorno en que vivimos, y que no utilizamos. Algunas de estas bacterias son ideales para desintoxicar, descontaminar y limpiar el medio

ambiente, porque se tragan el elemento tóxico, la sustancia contaminante peligrosa, como el benceno o el TNT (trinitrotuleno). Empero, hay que saber cultivarlas porque requieren de unas temperaturas adecuadas como el gusano de seda, y hay que alimentarias para que den máximo rendimiento y aislarlas unas de otras a fin de aprovecharlas mejor y ponerlas a trabajar al servicio del hombre. Corporación Universitaria del Meta (2014).

El cultivo o incubación de grandes colonias de bacterias no sólo permitirá la limpieza y recuperación de tierras y aguas infectadas o toxicas, sino que además aquellas podrán ser aplicadas en la medicina, la industria, el comercio y la producción de nuevos elementos resistentes y de degradación natural, como empaques de alimentos.

Desintoxicación de la tierra. La tierra es un ser vivo que está en constante evolución y producción. A través del manejo de ciertas técnicas debemos proceder a limpiar o lavar la tierra de elementos tóxicos y establecer una perfecta armonía con el medio ambiente. Si utilizamos azufre, carbón y sodio en grandes cantidades, bajo determinadas condiciones y medidas se crea cierto tipo de jabón especial (por llamarlo de alguna manera) que actúa mejor que los detergentes normales utilizados para lavar ropa o los elementos industriales. Se inyecta por medio de ciertos aparatos la superficie de la tierra y se perfora, dependiendo del daño, de cinco a treinta metros de profundidad. Se utilizan filtros y el líquido que sale de la inyección se va extendiendo por dentro. Estos compuestos químicos forman pequeñas espumas o glóbulos que atraviesan los poros de la tierra y de paso arrastran, llevan o empujan los tóxicos que se han introducido a ciertos niveles de la corteza terrestre. Es como un riego que vuelve a fertilizar la tierra, la habilita y le da una capa fuerte de nutrientes para hacerla germinar.

El material tóxico que sale del lavado o limpieza se lleva a un campo de reciclaje para ser utilizado luego mediante un proceso químico, en material que servirá para hacer propileno, plástico y alimento para animales, con alto contenido proteínico y vitamínico, por la combinación de ciertos elementos naturales como frutas que se dañan al caerse de los árboles y no son recogidas, con lo cual se evita el desperdicio en el futuro de nuestra agricultura. Corporación Universitaria del Meta (2014).

Su aporte permite reflexionar sobre la atención, conservación y preservación del medio ambiente; donde se dinamice un ambiente propicio en su relación hombre, naturaleza y entorno vivencial.

#### **4.2 Marco teórico**

Se cita a Sierra (2008), plantea que la Responsabilidad Social Empresarial, es un factor clave del nuevo modelo económico, donde la economía social del mercado nació tras la segunda guerra mundial (1939 – 1945), por iniciativa de Konrad Adenauer, el célebre canciller Alemán, fundador a su vez de la democracia cristiana como partido político. Es un modelo económico que defiende la economía de mercado, pero con énfasis en aspectos sociales, de justicia social, sin caer por ello ni mucho menos, en el consumismo al que se enfrentó precisamente desde sus orígenes en nombre de la democracia liberal.

Sierra (2008), indicó que en los últimos años han sucedidos cambios fundamentales no previstos por la economía social de mercado en un principio, así, el modelo socialista fracaso por completo a juzgar por el desplome comunismo soviético. El capitalismo, por su lado, se tornó global, siendo adoptado incluso por el comunismo chino; y a fin de cuentas reina a sus anchas la globalización, como si deberás el mundo se hubiera convertido en una aldea.

Sin embargo, se presentan avances sin precedentes si quiera en la historia de la humanidad: el crecimiento económico ha sido espectacular, lo que permite en ocasiones reducir en forma significativa la pobreza, como paso en China, mientras hay consenso sobre la necesidad del sano manejo de la economía, en el marco del libre mercado, aún para las debidas políticas sociales. Sierra (2008).

En dicho proceso evolutivo y transitorio tales son los casos, entre otros, de la concentración de la riqueza, evidente en las empresas multinacionales que llegar a tener poder que los estados; que la amplia y creciente brecha entre países ricos y pobres por factores como la tecnología, o en los países, según lo confirman los altos niveles de desigualdad social en América Latina.

Así mismo, el autor Sierra (2008), señaló que el papel de la responsabilidad social empresarial conlleva a los cambios profundos en el mundo que no han sido ajenas las empresas, al contrario: igual que a nivel global y macroeconómico hay reformas de fondo, las hay en plano microeconómico, empresarial, según se evidencia diario. El mayor cambio no es otro que las empresas en sí, cuyo propósito no era otro según las clásicas lecciones de la microeconomía que el de maximizar utilidades, es decir ganar más y más, con espíritu individualista, egoísta en extremo. Hoy, en cambio, ese aspecto esencial a todas luces, no es el único, pues también entra en juego los objetivos sociales y ambientales que constituyen en conjunto a través de los llamados triple resultados, la sostenibilidad empresarial en sentido estricto.

La empresa, en consecuencia tiene una dimensión social que no puede eludir; debe ser sostenible que es la garantía de supervivencia en el largo plazo, y tiene que contribuir a la misma sostenibilidad del planeta, a la supervivencia de la humanidad, sin contribuir por el contrario a su destrucción por medio de procesos de contaminación que aceleran fenómenos como el calentamiento global, que enfrente, por tanto, los graves problemas sociales en el marco de la globalización, aquellos que de ninguna manera puede resolver solo el Estado porque tampoco son de su responsabilidad exclusiva. Sierra (2008).

Dicho de otra forma, la cacareada política social tiene que ser compartida por el sector privado en consideración de múltiples razones que van desde el célebre mandato bíblico “quien más recibe, más debe dar” hasta su vasto poder en la actualidad y la urgencia de atacar los efectos negativos de la globalización, entre los cuales es preciso incluir el riesgo de la destrucción de la vida en el planeta. Sierra (2008).

Por consiguiente, la Responsabilidad Social Empresarial es indispensable para asegurar los impactos positivos de la globalización, y donde permite pasar de los aspectos teóricos a la transformación de la realidad social, que es lo fundamental.

Es así que los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial se remontan varias décadas atrás, en coincidencia con la aparición de la economía de mercado, algunos de cuyos

principios (bienestar para todos, justicia social, derechos humanos y democracia entre otros) son comunes a ambos modelos. Sierra (2008).

No obstante, la Responsabilidad Social Empresarial también ha sufrido cambios sustanciales en los últimos años, sobre todo a partir de los conocidos escándalos corporativos, ejemplo (Enron y Parmalat) por problemas contables, malos manejos administrativos, falta de transparencia y prácticas corruptas en perjuicio de los inversionistas y de los mercados en general, de ahí la formulación de la ética global por parte de Hans Kung, criterios que dieron origen al pacto global de Naciones Unidas, suscritos por importantes empresas para respetar esa especie de decálogo moderno sobre derechos humanos y laborales, defensa del medio ambiente, lucha contra la corrupción, entre otros. Sierra (2008).

En ese contexto, se llega en esta forma a una concepción moderna de la responsabilidad social empresarial, según la cual se trasciende la filantropía y la caridad, como también lo plantea la economía social del mercado; es una estrategia corporativa, en especial con relación a los grupos de interés: empleados, cliente, proveedores y comunidad; garantiza la sostenibilidad a través de los aspectos económicos sociales y ambientales, y genera valor a dichos grupos (Stakeholders) con proyectos específicos (en educación, salud, vivienda, entre otro).

Todo ello se traduce en reportes sean en balances sociales o en informes de sostenibilidad como en el del global reporting initiative, que también deben ser evaluados por los grupos de interés, la responsabilidad social es de todos, según suele decirse. Sierra (2008).

También se expresa que Colombia ha tenido un magnifico sector privado, consciente de su responsabilidad con el país, un sector empresarial comprometido con el capital social, pero se necesita más, necesita acabar con problema tan graves como el hambre, pobreza, y eso se puede y se debe hacer con la ayuda de las grandes empresas.

En este mismo aparte, el expresidente Uribe, indica que para el gobierno también es de la mayor importancia que la inversión cumpla tres compromisos de Responsabilidad Social

Empresarial: el compromiso de la transparencia en las relaciones, entre los inversionistas y el Estado, en los contratos, en la solución a los conflictos, en la tributación; el compromiso de la solidaridad con las comunidades especialmente en temas como el ambiental y el compromiso de la fraternidad laboral, proposición al odio de clases y al capitalismo salvaje. También considera que hay un cuarto compromiso; las circunstancias de la económica mundial imponen la necesidad de que el nombre de la responsabilidad social no se permita los avances de los capitales especulativos, se cree que, así como hay que darle todo el apoyo a la iniciativa privada, también hay que tener una razonable dosis de regulaciones. Espinosa (2013)

En las actuales circunstancias cuando la inflación, golpea a los sectores más pobres y les quita capacidad adquisitiva es cuando más énfasis hay que hacer en la Responsabilidad Social Empresarial, que es la que legitima la inversión y contribuye al fortalecimiento del capital social y físico de la nación. Espinosa (2013).

Según Huertas (2006), al hablar de la capacidad se refiere principalmente a la habilidad para el buen ejercicio de una gestión empresarial que atraviesa los diferentes escenarios de actuación de las empresas, estos son:

- a) Normativo, que hace referencia al conjunto de leyes y normas generales que las diferentes instancias del estado dictan para regular el funcionamiento de las empresas, los mercados y la competencia.
- b) operacional, que hace referencia a los factores que permiten que las empresas produzcan bienes y presten servicios de acuerdo a sus objetivos corporativos.
- c) Económico, que hace referencia a los recursos relacionados con la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado.

- d) Social, que hace referencia a los aspectos que vinculan el quehacer de la organización con el contexto social en el que actúa, de modo que le permita contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.
- e) Ambiental, que hace referencia a los aspectos para la identificación del impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

En general, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas, igualmente, asume que el fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad. Huertas (2006).

#### Aspectos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial:

- a) Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.
- b) Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.
- c) Promueve el desarrollo humano sostenible.
- d) Protege los derechos humanos.
- e) Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.
- f) La RSE se basa en el compromiso, la participación y la construcción de una cultura de autorregulación.

¿Para qué sirve la Responsabilidad Social? Fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders). Implementar procesos

de Responsabilidad Social al interior de las empresas genera los siguientes beneficios: Huertas (2006).

- a) Aumento de la productividad y la rentabilidad.
- b) Fidelidad y aprecio de sus clientes.
- c) Confianza y transparencia con los proveedores.
- d) Compromiso y adhesión de sus empleados.
- e) Respaldo de las instancias gubernamentales.
- f) Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad.
- g) Oportunidades para nuevos negocios.
- h) Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente).
- i) Incremento en la participación del mercado.
- j) Mejoramiento de la cultura organizacional.
- k) Capacidad de atraer el mejor talento humano.
- l) Incremento del valor de la empresa.
- m) Mejoramiento de la comunicación interna y externa.
- n) Contabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas.

La Responsabilidad Social Empresarial previene los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen y mercado y puede llevar a la desaparición del negocio. Huertas (2006).

Cómo se aplica la Responsabilidad Social. La Responsabilidad Social Empresarial se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente con unos principios básicos de gestión. Huertas (2006).

La forma en cómo cada empresa implementa su Responsabilidad Social depende del sector al que pertenezca, así como las particularidades e intereses de sus stakeholders, el modelo



implementación de Responsabilidad Social Empresarial desarrollado por el CREE se compone de 5 pasos básicos para orientar las acciones que desarrolla la empresa hacia una gestión socialmente responsable, esos pasos son los siguientes: Huertas (2006).

- a) Identificación y línea base de sus prácticas y caracterización de la Responsabilidad Social Empresarial.
- b) Configuración de la gestión de Responsabilidad Social Empresarial y definición de ejes de trabajo.
- c) Diseño e implementación de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial.
- d) Construcción de un programa de seguimiento a la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.
- e) Evaluación y Auditoria en Responsabilidad Social Empresarial.

Se destaca el artículo elaborado por Cortes (2014) para que una acción empresarial pueda ser considerada como socialmente responsable, debe estar directamente relacionada con la actividad principal de la organización, debe reportar algún tipo de beneficio para la empresa, y debe beneficiar a un grupo de interés de la firma o al medio ambiente.

En el mundo directivo y de las organizaciones surgen de manera recurrente términos y conceptos que con el tiempo tienden a confundirse, la llamada Responsabilidad Social Empresarial, junto con la filantropía, y ahora, la teoría de valor compartido, son algunos de esos conceptos, quisiéramos trazar algunas líneas que permitan diferenciarlos porque eso ayuda a llevarlos a la práctica de mejor manera. Cortes (2014).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) asume especial resonancia desde fines del siglo pasado a raíz de los escándalos corporativos mundiales y, en este siglo, a raíz de la crisis financiera global. Estas crisis pusieron en evidencia un sistema económico dependiente de las decisiones de los pocos que gobiernan, y de las pocas y grandes corporaciones y empresas que, manejadas irresponsablemente, pueden ocasionar impactos negativos y extensos. Cortés (2014).

La empresa no es un ente aislado, y aunque su compromiso básico es ser sostenible económicamente hablando y dar utilidades, esta no es la única responsabilidad que tiene. La introducción de este nuevo paradigma de empresa no ha sido fácil: términos como filantropía, Responsabilidad Social Empresarial y valor compartido (VC) han llegado a ser malinterpretados y confundidos entre sí, decantando en prácticas empresariales confusas y manipuladas que, al final de cuentas, siguen alimentando el pensamiento de Friedman, donde la única responsabilidad de la empresa es generar utilidades, en ese sentido, es necesario hacer una correcta distinción de los tres conceptos para que el esfuerzo que las empresas tienen al trascender su misión tenga un resultado efectivo en la sociedad. Cortes (2014).

Se puede hablar de dos confusiones principales: RSE con filantropía y RSE con VC. Para que una acción empresarial pueda ser considerada como socialmente responsable, debe estar directamente relacionada con la actividad principal de la organización, debe reportar algún tipo de beneficio para la empresa y debe beneficiar a un grupo de interés de la empresa o al medioambiente donde la organización desarrolla su actividad económica.

Por otro lado, la filantropía busca ejecutar acción social caritativa que beneficie al ser humano, pero sin esperar nada a cambio por esa donación.

Por otra parte, Pombo (2014), La más reciente Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial realizada por la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI), durante el 2012-2013, a 296 presidentes y personas encargadas del área de RS en las empresas de todos los sectores en Colombia, mostró que el 77,7% de estas cuentas con una política o estrategia de RSE y que el 66% cuenta con un cargo o área específica para desarrollar tales acciones.

El resultado de esta encuesta demuestra, como lo dice el columnista Antonio Vives en esta edición, que la responsabilidad social está tomando un nuevo rumbo, que "va más allá del concepto y que se convirtió en parte de la estrategia de negocio de las compañías en la actualidad".

Porter (1996), catedrático de Harvard, considerado el gurú en el tema empresarial y quien creó el concepto de valor compartido, afirmó en una entrevista en HUELLA SOCIAL, que "ésta es una nueva forma de hacer negocios y tras identificar un problema o necesidad de la sociedad, la empresa encuentra en dicha causa social un área de oportunidad relacionada con el modelo de negocios".

Por eso, que las cifras de la ANDI demuestren cómo las empresas colombianas están encaminadas a abrir sus puertas al tema, que se hable de ello en escenarios académicos y se discutan sus alcances en el Gobierno, no es casualidad en Colombia.

Aunque nuevo, el concepto ya ha tenido un desarrollo en el país en los últimos años, en los que se ha pasado de la mirada filantrópica de donación o ayuda esporádica de las empresas a obras sociales en el afán por el hacer, a lo que se viene hablando y desarrollando hoy en el mundo, enfocado a hacer una gestión en el más alto sentido de la palabra, que incluye la eliminación de sus impactos negativos y la contribución al desarrollo económico de su zona de influencia, como primera medida, sin embargo, es mucho lo que se habla y poco lo que se aclara cuando de definir la responsabilidad social y sus alcances se trata.

Por eso, esta edición de HUELLA SOCIAL está dedicada a contar qué es realmente RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, sus orígenes, su presente, su evolución y hacia dónde va toda esta tendencia, y a aclarar, a través de cada uno de los artículos relacionados, las áreas en las que se desarrolla, las organizaciones que lo hacen y en dónde.

Esta es una guía para conocer, sin pretensiones académicas ni posturas ideológicas, para que se convierta en un documento base para quienes se interesan por el tema o llegan por primera vez a él.

Reino (2006), hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, y como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una Responsabilidad

Social Empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad. Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio socioeconómica de la entidad.

De este nuevo enfoque nace la teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia el conjunto de la sociedad, responsabilidad social entendida como una responsabilidad integral, esto es, económica y social, según la cual, la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones sobre el entorno adoptando una actitud positiva hacia la consideración de los valores y expectativas del mismo. Lo que en un primer momento pudo aparecer como un movimiento intelectual e ideológico Friedman, (1967); Schwartz, (1981); Cuervo, (1983); Castillo, (1990), logra posteriormente alcanzar un alto grado de elaboración científica, de modo que cristaliza en un cuerpo teórico suficientemente amplio y consolidado.

En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas, la consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad. (Diez de Castro, 1982, p. 18).

Bueno, Cruz y Durán (1989), plantean lo siguiente:

Se trata del mismo planteamiento en que se basa el propio Estado, que utiliza a la empresa como vehículo para intervenir en el medio social, a través de la política económica y social. El intervencionismo del Estado en la economía puede ser entendido como una toma de conciencia por parte del sistema político acerca de la dimensión social del hecho económico, lo que por otra parte conlleva una fuerte carga política, pues la intervención del Estado se orienta hacia la protección de unos intereses y valores abstractos, justicia, salud, seguridad, por ejemplo. (Bueno, Cruz y Durán, 1989, p. 30).

La estrechez del anterior planteamiento se evidencia a través de diversas consideraciones críticas a la visión tradicional de la función de la empresa, que pueden sintetizarse en, Castillo (1990).

- a) “Su concepción restrictiva de la empresa, que no se corresponde con su naturaleza real, ya que los efectos de la actividad empresarial trascienden lo meramente económico”, Sudreau (1975).
- b) Su atribución exclusiva de las funciones sociales al Estado, sin considerar que otros agentes sociales puedan ser partícipes en la política social.
- c) “Su errónea visión de la evolución del medio hacia una creciente conciencia social”. Martín (1981), donde se considera que los problemas sociales son de todos y todos deben participar en su resolución.

Las citadas consideraciones conducen hacia una nueva definición de las funciones de la empresa en el marco socioeconómico. La empresa tiene capacidad para ser un motor de cambio social, asumiendo un mayor protagonismo en la política social y una participación efectiva en la resolución de los problemas comunes; pero para ello tiene que producirse necesariamente una mayor y más estrecha colaboración entre las instituciones públicas y la empresa en la resolución de muchos de los problemas de la sociedad. Martín (1981).

La revisión de la función social de la empresa es el origen de la teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia la sociedad, que se basa asimismo en la consideración de la empresa como sistema abierto, de ello se sigue la conveniencia para la empresa de adaptar sus salidas, sus outputs genéricos, a las demandas, necesidades e intereses que se manifiesten en su entorno socio-económico, por lo que la estrategia de la empresa y, en consecuencia, sus objetivos, deben venir impulsados y adaptados a las necesidades del medio, ya que de ello depende la supervivencia y la fortaleza de la posición de la empresa en un entorno competitivo.

La conceptualización de la responsabilidad social de la empresa exige una matización, Castillo (1990), hay que distinguir, de una parte, lo que es el concepto de responsabilidad social de la empresa en sentido genérico o “absoluto” y de otra el contenido de la misma que tiene un carácter contingente o relativo, dependiente del contexto.

El concepto de la responsabilidad social de la empresa ha sido poco y mal definido, puesto que se ha hecho muchas veces de forma descriptiva, aludiendo al contenido y dando lugar a definiciones que no poseen la suficiente generalidad, universalidad y permanencia. Para tratar de definir la responsabilidad social de la empresa quizá la mejor aproximación sea la semántica, y así puede decirse que:

Es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa. (Castillo, 1990, p.35).

Este concepto requiere también algunas matizaciones: En primer lugar, la responsabilidad social de la empresa no debe ser entendida como una actividad marginal, adicional a la económica y más o menos oportunista y esporádica, sino como una nueva actitud de la empresa hacia el entorno social, actitud que debe impregnar toda la filosofía y la conducta empresarial. Castillo (1990).

En segundo lugar, la responsabilidad social de la empresa requiere una capacidad para establecer compromisos y rendir cuentas de los mismos, por lo que se requiere no sólo asumir declarativamente la responsabilidad social sino también y sobre todo gestionarla. Castillo (1990).

En tercer lugar, la responsabilidad social es una obligación ética y moral de la empresa hacia la sociedad, que se articula como obligaciones concretas hacia los estamentos y grupos que conforman la coalición empresarial.

En cuarto término, la responsabilidad social de la empresa se orienta a promover un mayor bienestar social y una mejor calidad de vida de la sociedad, es decir, aspectos cualitativos y en gran medida intangibles, lo que dificulta su medición e implementación prácticas.

A continuación, se ilustra los tópicos teóricos que conceptualizan de manera sintetizada los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial (Ver figuras 5 y 6).

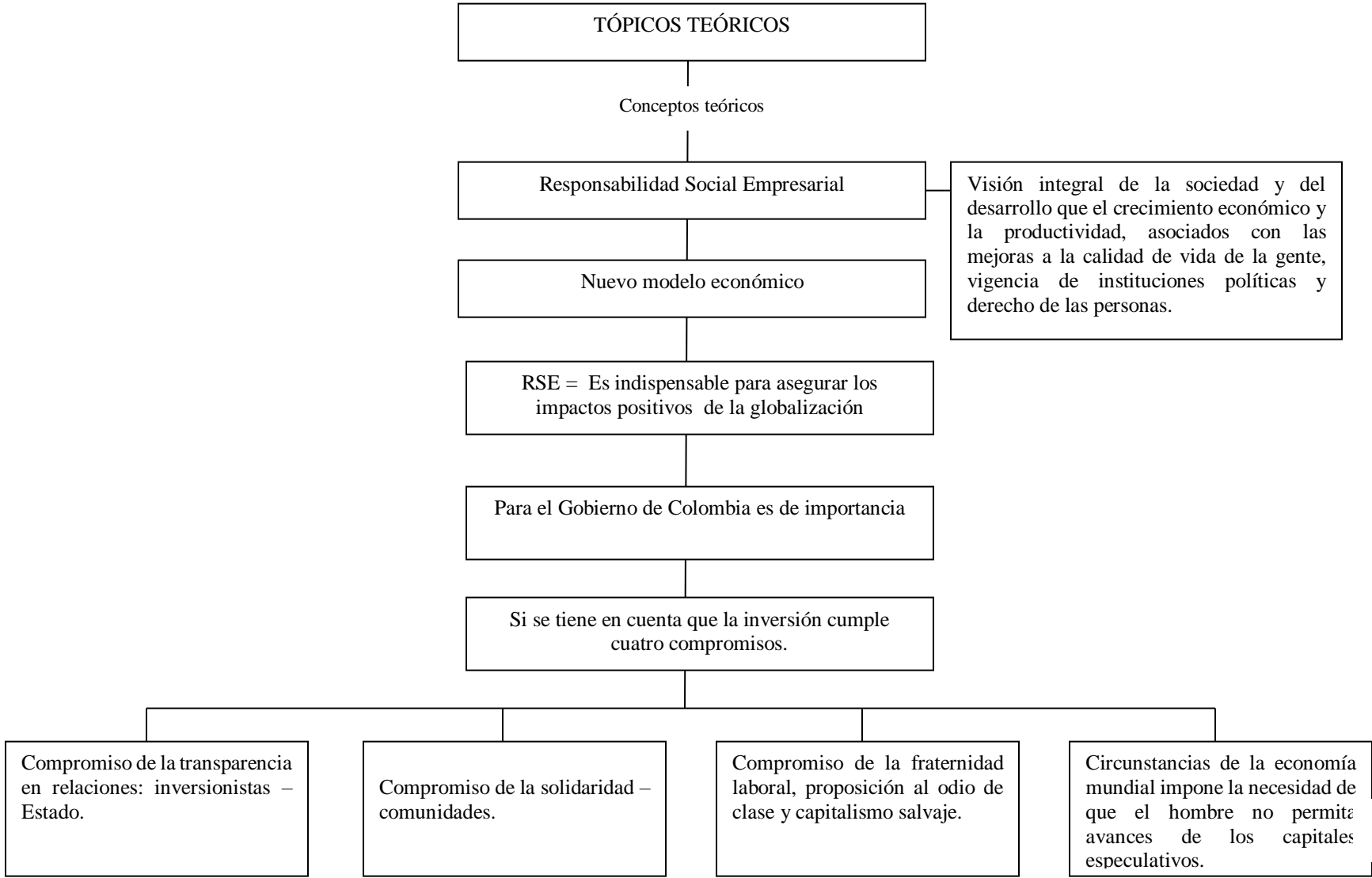


Figura 1. Tópicos teóricos.



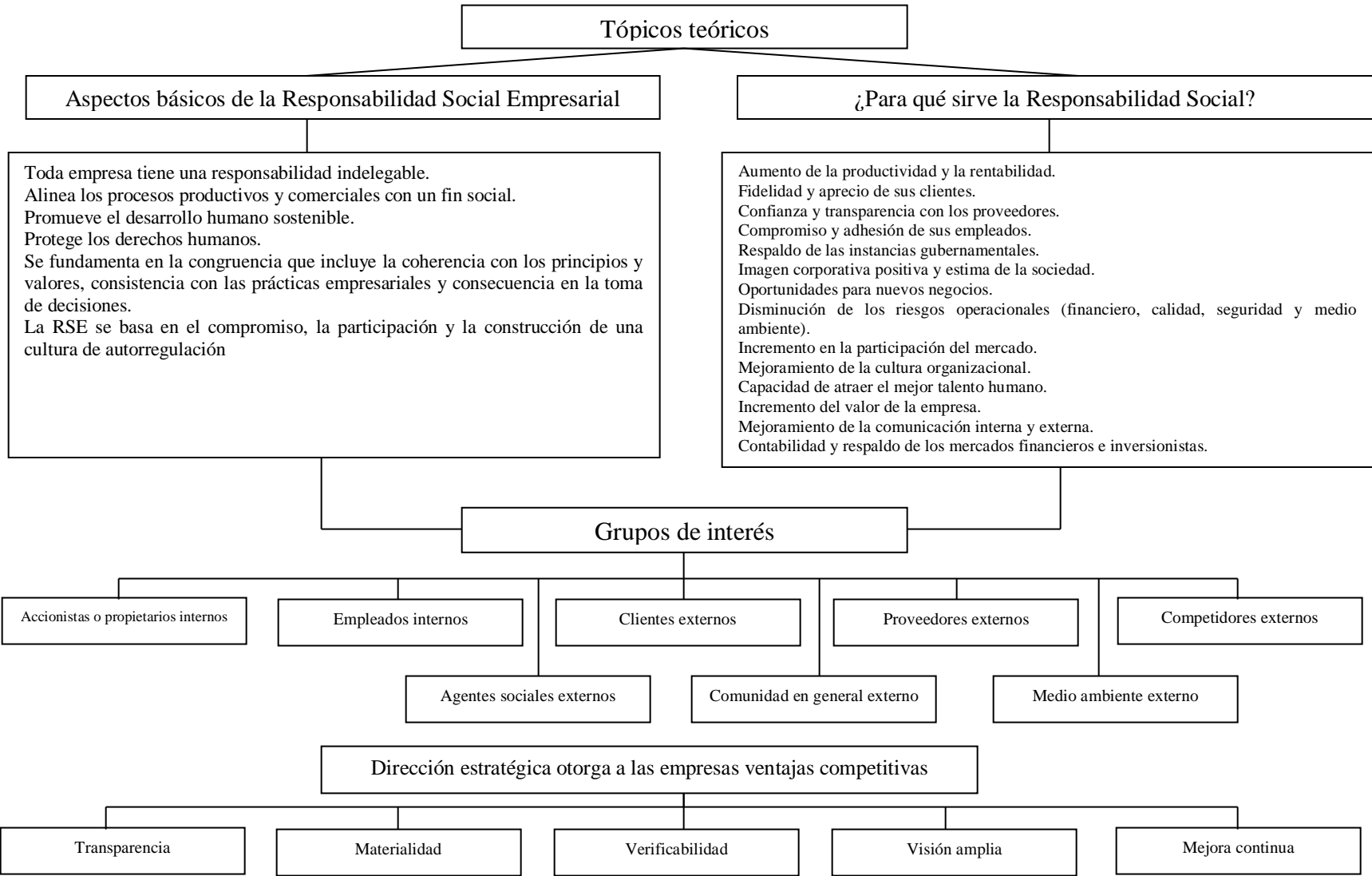


Figura 2. Tópicos teóricos continuación.

Tomando como referencia el trabajo elaborado por Vieira (2013), sobre la RSE de las Universidades Públicas Colombianas, permitió conceptualizar que según el diccionario de la Academia Francesa se define la responsabilidad como la obligación de responder a sus acciones o las de los demás, hacer garante de algo, incluye que la responsabilidad está disectada a una perspectiva relacional y puede generar en la relación individuo – comunidad, así como comunidad, es decir, se argumenta que una persona debe asumir la responsabilidad por el bienestar de los demás porque es moralmente responsable de otras personas en daños que ella podría evitar. La responsabilidad requiere no solo las habilidades de una persona sino también de ciertas características de su entorno, es sólo así cuando es capaz de influir en una situación, o tiene el poder de cambiar la misma, tomando la responsabilidad cuando la gente no tiene la capacidad ni disposición a asumir la responsabilidad por el bienestar de los demás, de ahí que se les llama no responsables o irresponsables.

En ese orden de ideas, nadie puede tomar demasiada responsabilidad cuando su interpretación racional de las necesidades del otro es incorrecta. Cabe señalar el proceso histórico para ello que el concepto de RSE se entiende solamente a través de un recorrido histórico que se remonta, al menos su gestación, a finales del siglo XIX, Capron (2007). Sin embargo, se establece que la RSE es en gran medida, un producto del siglo XX, Carrrol (1999), y como concepto formal aparece después de la II Guerra Mundial, es decir, después de 1946, George (2008), encontrándose sus raíces en la influencia de los valores religiosos aplicada a la empresa Cavina, (2003), (ISO, 2004), orientada en acciones tales como los clientes, trato ético y negocios.

Se encuentran ejemplos de actividades de RSE en el siglo XVIII, ISO (2004), Carroll, (1979). Incluye en particular las iniciativas como la de la compañía East India que cambió sus prácticas y compró su azúcar a cambio de no esclavitud como productos de Vengala; otro ejemplo, tiene que ver con la empresa Quaker Promo que ha construido en las ciudades de Inglaterra para los trabajadores, escuelas y bibliotecas, para las familias y las bombas de agua, que utiliza para reciclar agua en sus procesos industriales.

De otro lado, en cuanto a la producción académica en la mitad del siglo XX, comenzó a aplicar la RSE con algo de trabajo, las principales referencias de este periodo relacionan las funciones de tipo ejecutivo y el control social de la empresa, de igual manera medida del desempeño social de las empresas utilizando el término auditoría social, de ahí que aparecen los llamados informes sobre responsabilidades sociales.

Programas de Responsabilidad Social Empresarial. Las empresas deben llevar a cabo programas de RSE, con el objeto de construir y mantener buenas relaciones con los grupos de interés donde operen, así como responder a las expectativas de sus socios y clientes.

Los programas de RSE pueden también beneficiar a las empresas en diferentes formas. Por ejemplo, las empresas consideradas socialmente responsables tendrán mayores posibilidades de realizar negocios con gobiernos que responden a los intereses de sus ciudadanos. Estas empresas podrán ser también más eficientes en sus procesos de contratación de personal, toda vez que el acceso al personal más calificado depende de la reputación que tengan la industria y las empresas.

Algunos ejemplos de programas de RSE son: programas de prevención y control de VIH/SIDA, en los enclaves de desarrollo rural; mantenimiento y operaciones de un centro de rehabilitación para niños discapacitados; instalación de cocinas mejoradas en regiones vulnerables; patrocinio de equipos infantiles en recreación y deportes; políticas sobre sostenibilidad social y ambiental; planes de acción sobre producción sostenible y política industrial sostenible; proyectos para ayudar a aumentar su capacidad de brindar educación de calidad y agua potable.

Por otra parte, tomando como referencia lo publicado por Fernando Legrand (2010), establece: Un Gerente de RSE es alguien que, como cualquier otro, cuenta con ciertas habilidades. Pero muchas veces, en el comienzo elige el camino más fácil: ver qué han hecho los demás y moverse en el mismo sentido.

Aún la opción de realizar acciones “hacia afuera” sigue apareciendo como prioritaria al comenzar la gestión de la RSE, aunque también hay cada vez mayor consenso en considerar

que “primero hay que ser responsable hacia dentro”, que es por donde se debe comenzar a transitar este sendero.

Innovar es hoy la clave para que una gestión socialmente responsable sea efectiva. Hacer RSE no se trata sólo de poner en marcha una idea, sino de ponerla en marcha, involucrarse y medir el impacto que ha generado. Y si lo hacemos originalmente o *sumando valor* a lo que ya está hecho, más posibilidades de efectividad tendremos. Legrand (2010),

Por eso, la idea de este post de nombrar los seis programas de RSE más comunes, para poder tomarse un tiempo para repensar lo que se está haciendo, recordando que la RSE es transversal a toda una organización y no sólo a un área específica.

Innovar nos permitirá además vincular acciones específicas a la estrategia del emprendimiento o empresa, para que cada decisión forme también parte de un todo. Estos son los seis programas de RSE más replicados:

- a) Aliarse con una Fundación para apoyar a jóvenes que están próximos a la vida universitaria para capacitarlos en su Primer Empleo.
- b) Extender la Licencia por Paternidad más allá de lo establecido por la regulación laboral.
- c) Desarrollar un Programa de Educación Ambiental para niños de hasta 12 años, que incluya visitas a las instalaciones de la empresa.
- d) Colocar cestos especiales para el reciclado de Papel y Cartón (en Buenos Aires, destinando a la Fundación Garrahan).
- e) Optimización del Consumo Energético mediante el uso de lámparas de bajo consumo.
- f) Contribuir con la Comunidad Inmediata para la apertura de nuevos espacios para los vecinos o su remodelación. Legrand (2010).

Como otro ejemplo de programas de RSE se cita: En Cementos Pacasmayo, estamos comprometidos con el desarrollo de las comunidades que nos rodean en las zonas donde operamos. En ese sentido, desarrollamos una serie de programas de responsabilidad social con el fin de

promover actividades que permitan mejorar la calidad de vida de la población, haciéndola partícipe de su propio desarrollo. Pacasmayo (2015).

Definimos la educación y la salud como ejes fundamentales para el desarrollo de las comunidades en nuestra área de influencia, los mismos que permitirán contar con ciudadanos que hagan aportes positivos al país. Nuestros programas de responsabilidad social se basan fundamentalmente en los dos ejes mencionados, pero también desarrollamos actividades y programas para el desarrollo social y económico de nuestras comunidades. Pacasmayo (2015).

Para Isaza (2015), señala que Si bien la responsabilidad social en las empresas es un elemento que contribuye al *goodwill* e incluso puede aumentar los beneficios de las organizaciones en razón de lo que están dispuestas a aportar a la sociedad, personalmente siempre he creído que este tipo de iniciativas deben partir de un interés legítimo de verdaderamente contribuir y servir a la comunidad. Más allá de pretender con esto borrar de alguna manera lo malo que hacen para no ver su imagen afectada o incluso intentar sacar de ello algún beneficio, la verdadera responsabilidad social en los negocios de hoy implica por sobre todo coherencia, la razón: el consumidor cada vez está mejor informado.

Por tanto, no basta qué intenten hacer las empresas para tratar de mantener su buen nombre; hoy en día cada vez somos más los consumidores que sabemos y nos damos cuenta de cada una de las cosas que suceden en el mundo corporativo (en especial las malas). De este modo, las organizaciones deben darse cuenta que el tema de la responsabilidad social en esencia trasciende a todo lo que estas hacen, y no sólo a una iniciativa específica como lo puede ser un programa de RSE. Isaza (2015).

Anteponer la ética y la responsabilidad a cualquier tipo de interés: cuando la RSE cobra mayor valor. En definitiva y para no ir más lejos, la responsabilidad social adquiere mucho más valía dentro de las organizaciones cuando se convierte en algo que está presente en todo lo que las empresas hacen y cuando realmente existe un interés genuino por parte de estas de mejorar la vida de sus stakeholders y asumir un comportamiento ético en cada una de sus

actividades. Así podemos decir que cuando un negocio antepone la ética y la responsabilidad a cualquier tipo de interés, lo demás se da por simple añadidura.

Para tener una idea de cómo su empresa puede adquirir un rol mucho más activo en este sentido y saber cómo puede vincular la actividad de su negocio con programas que beneficien a la comunidad, a continuación le presentamos algunos ejemplos de compañías con programas de responsabilidad social recopilados de nuestro blog y en diferentes industrias. Isaza (2015).

Una empresa que realiza traslados y mudanzas a nivel internacional. Como parte de su actividad, creó un programa llamado Charity in Motion en el cual dada la restricción que existe para el traslado de alimentos, la compañía ofrece donar estos a comunidades locales como parte de esta iniciativa.

En la imagen (arriba), la empresa da a conocer el programa mostrando punto por punto en qué consiste. El hecho de que se lo promueva y comunique a full página quiere decir que en efecto se trata de algo muy valorado que es además parte integral de su propuesta. Isaza (2015).

Una empresa que nace y se construye entorno a una misión social muy clara. Dado que el negocio surge inspirado en las tradicionales alpargatas Argentinas pero también en la gran cantidad de niños que en ese país estaban necesitando calzado, este tiene el propósito de donar un par de zapatos a cada pequeño en ese país que tenga esta necesidad por cada par de zapatos que venda. De esta manera la empresa ha logrado construir un fuerte vínculo emocional con sus clientes que le ha permitido generar fuertes razones de preferencia más allá del producto en sí mismo. Gracias a este propósito que sirve y que ha estado ligado a la empresa desde el momento mismo de su concepción, TOMS hoy es una marca que envía su popular calzado a una gran cantidad de lugares alrededor del globo y un gran ejemplo de empresa con sentido social. Isaza (2015).

Aunque es mucho lo que hoy se puede hacer por la gente, es posible que hoy en día las causas en pro de los animales tengan mayor impacto y generen mayor movilización especialmente entre los jóvenes que aquellas que van dirigidas hacia las personas. Isaza (2015).

Purina Dog Chow creó hace unos años una interesante campaña llamada “Haz que lo increíble pase”. En ella se invitaba a las personas que tenían perros a registrar sus mascotas en un sitio especial. Así, por cada persona que se registrara, la marca donaría un día de comida para un perro abandonado.

Con una cantidad de registros que superó las expectativas de la marca, esta terminaría entregando más de 22.000 kilogramos de alimento a diferentes fundaciones en Colombia. Con esto Purina, que también ha venido jugando un papel importante en el tema de la adopción de perros sin hogar, logró no sólo apoyar una causa valiosa sino también conseguir base de datos para comunicarse con prospectos calificados y conocer más sobre el mercado. Isaza (2015).

Algo interesante de llevar a cabo iniciativas de responsabilidad social es que de alguna manera ayudan a brindar otra serie de argumentos cuando en la percepción del mercado cada uno de los competidores ofrece más o menos los mismos beneficios. Ese es el caso de las máquinas de afeitar. Isaza (2015).

En una categoría en la que las innovaciones de producto ocurren constantemente y posiblemente ya no sorprenden, cambiar el discurso habitual de la mejora en la afeitada hacia algo tan de moda como la sostenibilidad puede inclinar la balanza en favor de uno de los jugadores (al menos para cierto tipo de consumidores preocupados por el medio ambiente). En este caso en concreto eso fue lo que hizo la marca Schick; ofreciendo un modelo cuyo mango y empaque están fabricados con plástico reciclado. Isaza (2015).

La banca es un sector que con frecuencia, a pesar de querer buscar transmitir una imagen humana y cálida, difícilmente logra cambiar la percepción de las personas. Y es que una cosa es valerse de la publicidad para tratar de transmitir esos valores y otra muy distinta es hacerlo evidente con acciones concretas. El Banco BCI de Chile, a través de un enfoque poco habitual en la industria, muestra cómo es posible acercarse más a las personas y al mismo tiempo desarrollar una iniciativa socialmente responsable, creando establecimientos especialmente diseñados para discapacitados. Isaza (2015).

Para una marca que busca constantemente que se le asocie con la felicidad y los buenos sentimientos, todo lo que pueda hacer por apoyar este propósito y apelar a las emociones para generar poderosos vínculos con las personas, cobra mucha importancia. Dentro de esto los programas de responsabilidad social son una parte importante en la medida que van muy en línea con este propósito. Por esta razón, no es raro ver que Coca-Cola lleve a cabo diferentes iniciativas relacionadas con un mejoramiento en la calidad de vida de las personas o que apunten al cuidado del medio ambiente. Así, como parte de una campaña realizada hace unos años llamada *vive positivamente*, la compañía ha realizado diferentes actividades como la siembra de más de 25 millones de árboles y semillas para generar protección al medio ambiente y a numerosos nacimientos de agua, así como la donación de 12 plantas potabilizadoras que hoy benefician a más de 165.000 habitantes.

De igual forma como parte de la distribución de sus productos en algunos sectores de las grandes ciudades, Coca-Cola usa vehículos eléctricos que contribuyen al cuidado del medio ambiente y a la vez hacen mucho más eficiente la distribución en zonas congestionadas y de alto tráfico. Isaza (2015).

La mayor cervecera de Colombia creó una red de emprendimiento basada en la tecnología 2.0 que al día de hoy cuenta con cerca de 3800 emprendedores en Colombia y otros países. Asimismo, la plataforma cuenta con diferentes expertos y personas encargadas de dar asesoría a los emprendedores en diferentes temas, además de contar con una red de Ángeles Inversionistas para el apoyo de los proyectos. Todo esto sin nombrar también las capacitaciones y eventos virtuales que se llevan a cabo dentro de esta red que al día de hoy se ha convertido en una de las más importantes en la región.

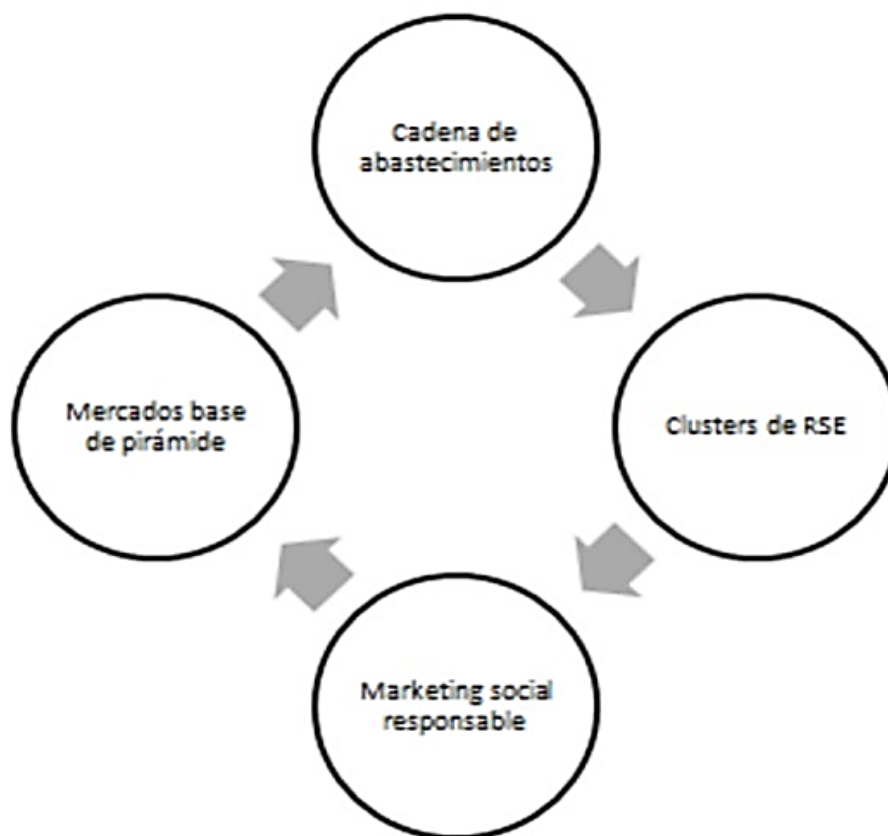
La responsabilidad social y el consumo responsable cada vez cobran mayor importancia. Especialmente entre la gente joven que está permanentemente conectada a la red y accede con facilidad a todo tipo de información, estos son dos temas que cada vez parecen adquirir mayor importancia. Actualmente ya no es suficiente con que las empresas traten de mitigar o compensar los daños que causan en un frente y tratar de corregirlos en otro para “saldar sus deudas”, pues



asimismo el consumidor actual se está volviendo mucho más responsable y consciente en sus decisiones. De este modo lo que en esencia se necesita son empresas que empiecen a tratar el tema de la responsabilidad de forma íntegra. Con seguridad, las organizaciones que asuman el tema desde esta perspectiva (de manera similar a como los están haciendo muchos negocios que surgen en la actualidad como los modelos de e-commerce social que existen en internet), tendrán mucho más probabilidades de tener éxito en una realidad que cada vez se hace más evidente y seguramente va a prevalecer en un futuro no muy distante.

Estrategias de RSE: Para Yepes (2007) aunque las estrategias para implementar la responsabilidad social son variadas y dependen de la actividad productiva de la compañía y de las expectativas de los grupos de interés o la creatividad con que se planteen las acciones, el London Benchmarking Group Model propone tres estrategias genéricas que pueden servir como modelo:

- a) Acciones en la cadena del negocio: se refiere a la influencia económica que la empresa tiene en la cadena, tales como su impacto a los proveedores, contratistas y clientes.
- b) Políticas y prácticas de negocio básicas: estas serían las operaciones que afectan a cada uno de los stakeholders (consumidores, empleados y medio ambiente, código para los empleados, accionistas entre otros).
- c) Involucramiento con la comunidad: tales como las contribuciones a través de las asociaciones con organizaciones comunitarias y caritativas. Iniciativas comerciales, inversión de la comunidad y donaciones.



*Figura 3.* Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.  
Fuente: Yepes (2007).

Sin embargo y conforme a las tendencias mundiales que a partir de la evidencia empírica han permitido incrementar los resultados económicos, sociales y ambientales de las prácticas empresariales.

1. Mercados base de pirámide: la define como “la atención a mercados de estratos bajos y subnormales” que está compuesta por millones de personas que viven en la extrema pobreza o en la base de la pirámide. Estos mercados tradicionalmente por su nula capacidad de pago se convierten en nichos valiosos no solo para los resultados financieros de la empresa sino para los sociales, ya que satisfacen necesidades de poblaciones de mucha carencia, y proporcionan, con un bajo nivel de competencia y una estrategia de infraestructura adecuada, rentable y de posicionamiento para la compañía.

2. Cadena de abastecimiento: se refiere a acciones de integración con los actores que hacen parte de la cadena de valor del negocio; en la mayoría de los casos estos actores son los proveedores o los distribuidores, los cuales se caracterizan por ser empresas micro, pequeñas o medianas, incluso pequeñas organizaciones sociales o personas naturales, las cuales reciben algún tipo de apoyo de la empresa que aplica esta estrategia, mejoran su desempeño, potencian su crecimiento.

Esta estrategia mejora el desempeño de la empresa proporcionalmente al incremento de la productividad y eficacia de sus proveedores y /o distribuidores, ayuda a garantizar la obtención de algunas acreditaciones o requisitos paralegales que son cada vez más utilizados en el comercio internacional y que exigen un determinado tipo de práctica en toda la cadena de abastecimiento y no solo en la empresa que realiza la negociación. Al mismo tiempo esta práctica puede generar empleo directo e indirecto en toda la cadena, promueve la creación de nuevas empresas y genera riqueza en las regiones en donde tienen su área de influencia.

3. Clusters de RSE: la creación de estos grupos fomenta la estandarización de prácticas responsables entre sus integrantes y la definición tanto de los beneficios internos como sociales o ambientales.

Aunque existen varios tipos de clusters los actores podrían colaborar o responder colectivamente a las demandas corporativas particulares de la sociedad.

4. Marketing socialmente responsable: diseño, propuesta en práctica y el control de programas que tienen como objetivo promover una idea o practica social en una determinada comunidad.

Tipos de estrategias: Dado el interés creciente en incorporar dentro de la estrategia empresarial las cuestiones ambientales, podemos definir la estrategia ambiental como un plan cuya finalidad es mitigar los efectos sobre el medio ambiente de las operaciones de la empresa y sus productos. Los efectos ambientales incluyen aquellos relacionados con el agotamiento de los recursos naturales, los relativos a la acumulación y emisión de residuos, y también, los efectos colaterales del uso de materiales no saludables. Eco Inteligencia (2013).

Estrategias, motivaciones y valores son parte de la cultura e identidad de la empresa, lo que da lugar a los diversos planteamientos que adoptan las empresas con respecto a las cuestiones ambientales, si bien es cierto que el debate sobre la estrategia ambiental de la empresa se ha planteado tradicionalmente en términos de confrontación entre estrategias defensivas y proactivas.

Antes de seguir identifiquemos los distintos tipos de estrategia ambiental que nos podemos encontrar en las empresas:

**Hiperactiva:** Esta estrategia se basa en la consideración de que proteger el medio ambiente constituye una *necesidad para la empresa*, pues genera nuevas oportunidades y da lugar a ventajas competitivas. La diferencia con una estrategia proactiva es que, mientras que en aquélla se trata de aprovechar las oportunidades de negocio que el medio ambiente ofrece, en la hiperactiva las empresas van más allá, influyendo en la regulación ambiental en su beneficio.

**Proactiva:** *Vamos por delante.* Algunas empresas consideran los problemas ambientales como una *responsabilidad propia*, algo que no pueden ignorar porque amenaza su propia existencia a largo plazo o bien porque el desafío ambiental constituye una oportunidad de negocio que debe ser aprovechada. Las empresas que adoptan una estrategia de este estilo tratan de anticiparse a las nuevas regulaciones y de adoptar tecnologías ambientales que supongan ir más allá de lo que la regulación ambiental exige. Eco Inteligencia (2013).

**Reactiva.** *Obedecemos la ley.* Suelen percibir *las cuestiones ambientales como costes adicionales* que deben minimizarse y no como oportunidades de negocio. Reaccionan sólo ante la presión procedente de las autoridades públicas o de otros actores sociales (clientes, por ejemplo). Algunos autores distinguen varios tipos de estrategias defensivas por parte de las empresas: desde aquellas empresas que, simplemente, no informan sobre la contaminación que generan o que se niegan a reducir dicha contaminación a aquellas que deciden bloquear las regulaciones ambientales.

Seguidora. *Nos adaptamos a la nueva situación.* Una empresa seguidora es aquella que ni introduce innovaciones ni lucha para cambiar las regulaciones ambientales. *Sólo lleva a cabo actuaciones ambientales cuando se lo exige la regulación.* Evitar sanciones, asegurarse mercados futuros, lograr una cierta legitimidad social o evitar una pérdida de competitividad pueden ser las razones fundamentales que lleven a adoptar esta actitud.

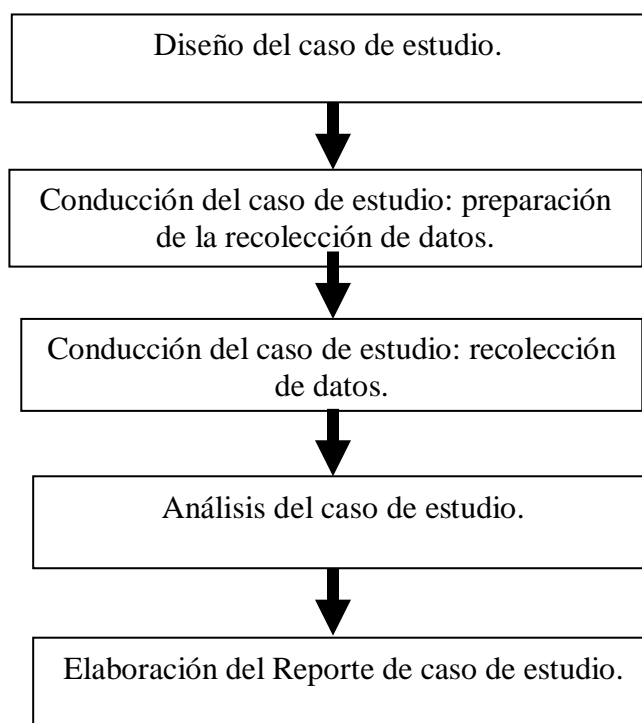
Inactiva. *No tenemos problemas.* Algunas empresas no actúan cuando surgen nuevos desafíos de tipo ambiental. *Niegan que existan problemas de contaminación* en su empresa y consideran que las medidas que toman (normalmente de tipo incremental) son suficientes para solucionar el problema de contaminación generada por sus procesos productivos.

Por tanto, los planes que implementan las empresas dependen, en gran medida, de la percepción de las cuestiones ambientales por parte de las mismas y sus gestores, lo que se plasma en la estrategia y en cómo son internalizadas y afrontadas las presiones al cambio que recibe la empresa del exterior, ya sea por medio de leyes (medioambientales) o por parte del mercado (consumidores). Eco Inteligencia (2013).

## 5. Metodología

### 5.1 Tipo de investigación

Correspondió al tipo de investigación estudio de caso basado en las recomendaciones de Yin (1984). Este tipo de investigación permite el estudio de un objeto o caso, cuyos resultados permanecerán ciertos sólo en ese caso específico. En este tipo de investigación podrá obtener una percepción más completa del objeto de estudio, considerándolo como una entidad holística cuyos atributos se pueden entender en su totalidad solamente en el momento en que se examine todos los demás de manera simultánea, es decir, estudiar al objeto como un todo. A manera de ilustración se estableció la metodología Yin. (Ver figura 3).



*Figura 4.* Metodología Yin.

Fuente: Yin R. (1984).

De igual forma, se estableció que, para diseñar el caso de estudio, consiste en ligar los datos a ser recolectados con las preguntas iniciales de estudio. De ahí que los cinco componentes del diseño muestran:

- a) Preguntas de estudio.
- b) Proposiciones de la misma, si las hay.
- c) Unidades de análisis.
- d) La relación lógica entre las preguntas y las proposiciones.
- e) Criterios para interpretar los resultados.

Según Yin (1984), cada proposición dirige su atención a algo que debe ser examinado dentro del alcance del estudio, es decir, la hipótesis va a ayudar a probar algún fenómeno o acontecimiento, sin embargo, en este proyecto no se hará una hipótesis ya que no se busca explicación alguna, en este estudio se busca obtener información relevante sobre prácticas y acciones de las empresas solo de estudio, así como los beneficios que han recibido de los programas de apoyo a emprendedores.

En este contexto, incluye la observación documental. Según Méndez (2014), establece que el proceso de conocimiento científico comienza a partir de la observación. El observador define por objeto de conocimiento aquello susceptible de conocer, ya que tiene la intención de aumentar su grado de conocimiento sobre sí mismo y se busca comprender sus características, las interrelaciones de éstos o establecer conexiones entre ese problema y otros modos de conocer su comportamiento en el contexto que lo rodea, Ladrón de Guevara (1978). La observación implica que el investigador tenga en cuenta las experiencias previas, juicios de valor, de realidad y condiciones sociales, culturales y económicas que lo afectan. La observación es un proceso intelectual e intencional que el investigador realiza sobre hechos, acontecimientos, datos y relaciones que señalan la existencia de fenómenos que pueden explicarse en el marco de la ciencia sobre la que se realiza; desde la perspectiva del administrador.

## **5.2 Enfoque de estudio**

Corresponde al enfoque cuantitativo – cualitativo (mixto), según García (2015), señala que, terminado el trabajo de recolección de datos, los cuestionarios estandarizados u otros instrumentos de recopilación aplicados pasan a la etapa de análisis para clasificar y ordenar los datos y deducir

conclusiones válidas para tomar decisiones razonables. Los elementos que deben considerarse para analizar los datos son: tamaño de la población o de la muestra, número de preguntas y de cuestionarios, tipo de análisis y los recursos financieros disponibles. El análisis de datos se realiza aplicando un sistema de cómputo adecuado; actualmente existen diversos programas estadísticos. El investigador debe elegir el más conveniente para describir los datos e inferir resultados.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2013), de la combinación de ambos enfoques, surge la investigación mixta, misma que incluye las mismas características de cada uno de ellos. Señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones ó ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones ó ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones ó ideas; o incluso para generar otras.

Tabla 1  
*Enfoques de la investigación científica.*

CUALITATIVA INDUCTIVA	CUANTITATIVA DEDUCTIVA	MIXTA O COMBINACIÓN
Inmersión inicial en el campo	Encuestas	Incluye las características de los enfoques cualitativo y cuantitativo.
Interpretación contextual	Experimentación	
Flexibilidad	Patrones (relaciones entre variables)	
Preguntas	Preguntas e hipótesis	
Recolección de datos	Recolección de datos	

Fuente: Hernández, Fernández & Baptista (2013).

La tabla 1, permite analizar las cualidades de ambos enfoques de investigación, cualidades que resultan valiosas y que han realizado aportaciones notables al avance de la ciencia,



comparativamente hablando ninguno es mejor que el otro, la combinación de ambos nos permite obtener mejores resultados en la investigación, por una parte la investigación cuantitativa nos da la posibilidad de generalizar resultados y nos otorga control, réplica y comparación del fenómenos de estudio con otros estudios similares; la investigación cualitativa proporciona profundidad en la información, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización, detalles, indagación fresca, natural, holística, flexible y experiencias únicas por su cercanía con el entorno.

El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento. Es útil principalmente para la lógica y las matemáticas, donde los conocimientos de las ciencias pueden aceptarse como verdaderos por definición. Algo similar ocurre con la inducción, que solamente puede utilizarse cuando a partir de la validez del enunciado particular se puede demostrar el valor de verdad del enunciado general. La combinación de ambos métodos significa la aplicación de la deducción en la elaboración de hipótesis, y la aplicación de la inducción en los hallazgos. Inducción y deducción tienen mayor objetividad cuando son consideradas como probabilísticas.

Considerando las características de ambos enfoques, por una parte el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población, y por otra parte, el enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría.

Para desarrollar el presente trabajo se utilizó el enfoque mixto, en virtud de que ambos se entremezclan en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita triangularla. Esta triangulación aparece como alternativa en esta investigación a fin de tener la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación lo más amplia del fenómeno en estudio.

Concluyendo, el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. En esta investigación el enfoque cuantitativo se aplica al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta y la tradición de estudio de caso al explicar, describir y explorar información de un programa específico de política pública, que es único y particular en su género y que resulta de vital importancia para la sociedad. Hernández, Fernández & Baptista (2013).

### 5.3 Población y muestra

Correspondió al sector comercializador de servicios ambientales Las 3R del municipio de Acacias. Sin embargo, se cita a Bermúdez & Rodríguez (2013), quienes definen población, como el conjunto de todos los elementos de la misma especie que presentan una característica determinada o que corresponden a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiarán sus características y selecciones.

Con respecto a la conceptualización de muestra, los autores Bermúdez & Rodríguez (2013), señalan que es subconjunto de la población. A partir de los datos de las variables obtenidas de ella (estadísticas), se calculan los valores estimados de esas mismas variables para la población. No sobra indicar lo referente a la población finita e infinita:

Tabla 2

*Tipo de variables de muestreo.*

Tipo de población	Variable cuantitativa		Variable cualitativa	
	Se conoce la varianza	No se conoce la varianza	Se conoce la varianza	No se conoce la varianza
Población finita	$n = \frac{NZ^2\delta^2}{NE^2 + Z^2\delta^2}$	Muestreo de iluminación $n = \frac{NZ^2\hat{\delta}^2}{NE^2 + Z^2\hat{\delta}^2}$	$n = \frac{NZ^2PQ}{NE^2 + Z^2PQ}$	Muestreo de iluminación $n = \frac{NZ^2\hat{P}\hat{Q}}{NE^2 + Z^2\hat{P}\hat{Q}}$
Población infinita	$n = \frac{Z^2\delta^2}{E^2}$	$n = \frac{Z^2\hat{\delta}^2}{E^2}$	$n = \frac{Z^2PQ}{E^2}$	$n = \frac{Z^2\hat{P}\hat{Q}}{E^2}$

Fuente: Bermúdez & Rodríguez (2013).

- n = Tamaño de la muestra.  
N = Tamaño de la población  
Z = Nivel de probabilidad (valor) de la variable normal estandarizada por un valor dado (X)  
 $\delta^2$  = Varianza poblacional  
 $\hat{\delta}^2$  = Estimador de la varianza poblacional.  
P = Probabilidad de casos favorables  
Q = Probabilidad de casos desfavorables  
P = Estimador de la probabilidad de casos favorables (proporción)  
Q = Estimador de la probabilidad de casos desfavorables  
E = Margen de error fijado con respecto a la media o proporción (precisión)

En resumen, las poblaciones finitas, serán aquellos grupos o conjuntos de seres, que comparten atributos comunes, pero que a la vez constituyen una cantidad limitada de elementos o miembros, permitiendo su fácil identificación y contabilización. Algunos ejemplos de este tipo de poblaciones lo constituyen por ejemplo el número de estudiantes de una institución o el total de obreros de una empresa. Una población infinita es aquella lo bastante grande con obreros de una empresa. una población infinita es aquella lo bastante grande con relación al sistema de servicio como para que el cambio de tamaño ocasionado por sustracciones o adiciones a la población (un cliente que necesita servicio o un cliente ya atendido que regresa a la población) no afecte significativamente las probabilidades del sistema. Bermúdez & Rodríguez (2013).

#### **5.4 Fuentes de recolección de la información**

Se acudió a fuentes primarias y secundarias:

##### **5.4.1 Fuentes primarias.**

Se diseñó, elaboró y aplicó una entrevista al representante legal y administrador de la empresa Servicios Ambientales Las 3R de Acacias. Con el propósito de conocer los programas y políticas relacionadas con la RSE. Se diseñó, elaboró y aplicó una encuesta a 24 clientes internos

y externos de la empresa seleccionada con el fin de conocer su punto de vista frente a la RSE de dichas empresas. (Ver apéndice B, C y D).

#### **5.4.2 Fuentes secundarias.**

Se acudió a toda fuente de información existente: información documental de las empresas comercializadoras de servicios ambientales.

### **5.5 Procedimiento de campo**

Conllevó al grado de accesibilidad al lugar de estudio y a la información necesaria para el proceso de investigación. Por consiguiente, la entrevista se llevó a cabo con el representante legal y administrador de la empresa con previo conocimiento de la misma. Posteriormente se pidió autorización para observar las diversas operaciones o procedimientos que se puedan llevar a cabo dentro de las organizaciones y cuya información pueda servir como complemento para el logro de los objetivos propuestos.

### **5.6 Análisis de datos**

El análisis de los datos consistió en examinar, tabular y recombinar las evidencias mediante herramientas estadísticas, para poder alcanzar las proposiciones de estudio. En este análisis se identificó los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial en cuanto a los servicios ambientales, conocer quiénes se benefician con los planes estratégicos de RSE, para posteriormente proponer programas concernientes a la temática de estudio; incluye observación documental y hermenéutica.

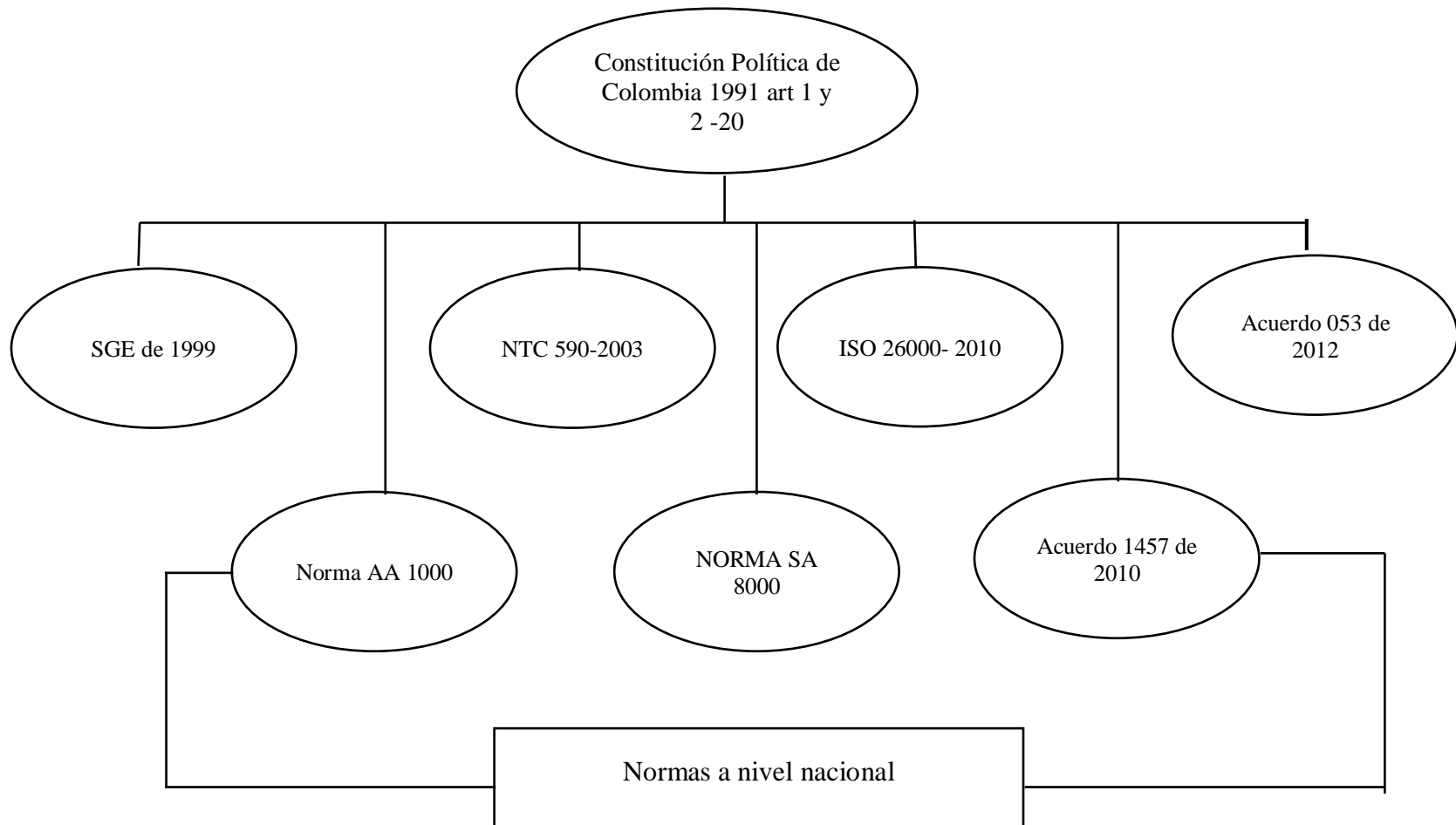
La observación documental, se basa en la consulta de documentos (textos soporte susceptible de lectura o interpretación), es decir, se trata de la tarea realizada con más asiduidad por el investigador y admite diferentes manifestaciones de acuerdo con el objeto documento conmutado y al análisis de los datos documentales.

---

La investigación hermenéutica, conlleva al arte de comprender los procesos relacionados con: comprensión adivinatoria y comparativa.

## 6. Resultados

### 6.1 Identificar la normatividad legal vigente en Colombia con relación al uso y manejo de servicios ambientales (Reutilizar, utilizar y reciclar)



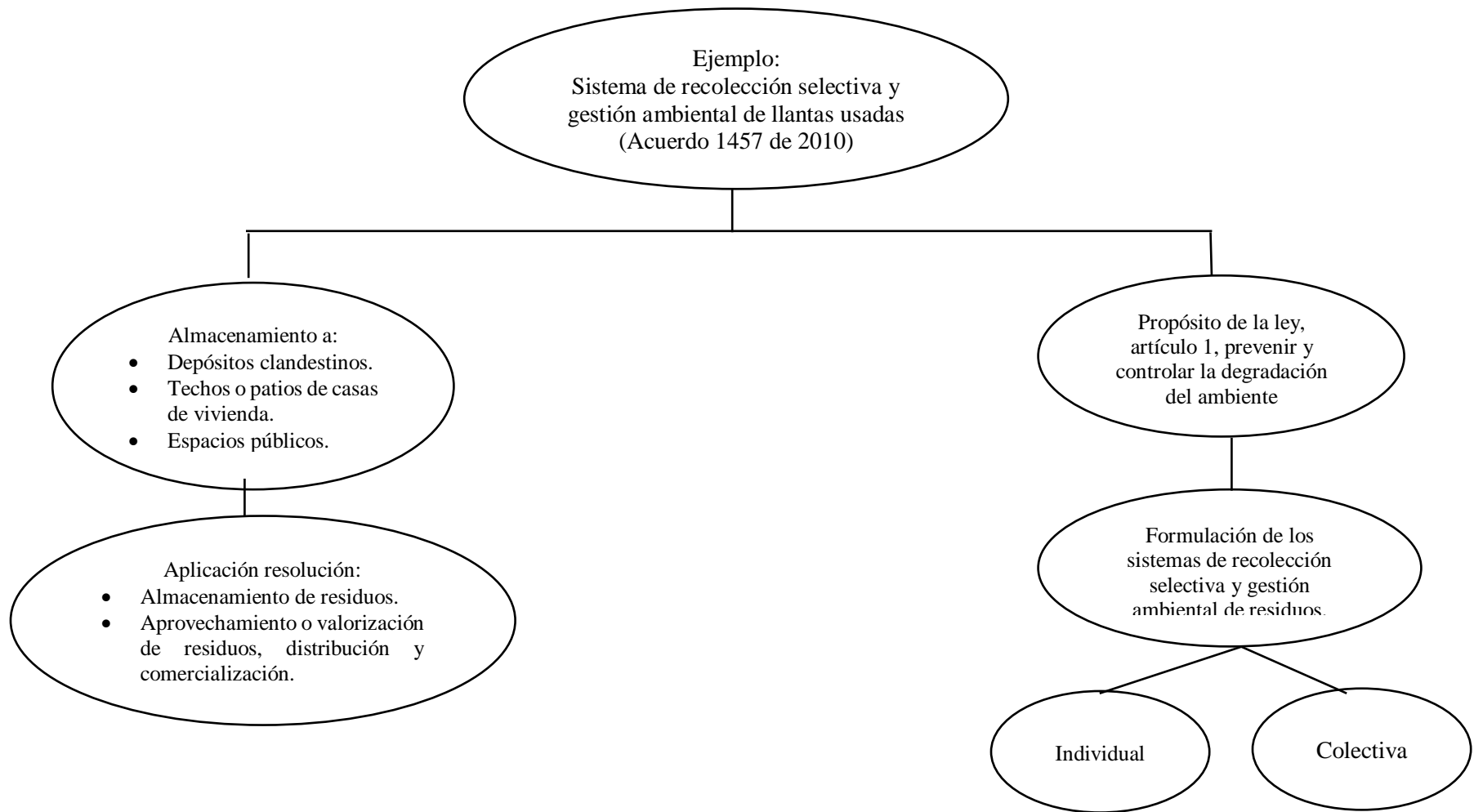


Figura 5. Sistema de recolección selectiva y gestión ambiental.

Observaciones: es muy importante indicar que la normatividad legal vigente en cuanto al Sistema de Recolección Selectiva y Gestión Nacional de Residuos Contaminantes, se establece a partir de la Constitución Política de Colombia (1991), en sus artículos 1, 2 y 20; de igual manera se tiene la Norma SEE de 1999 (Sistema de Gestión de Responsabilidad Social), con respecto a la gestión de calidad. Así mismo, se tiene en cuenta la NTC-590 de 2003 que proporciona directrices para un enfoque socialmente responsable; la ISO 26000 de 2007 que orienta a las organizaciones sobre RSE.

Se establece el Acuerdo 053 de 2012 que promueve la aplicación de la RSE (familiar, colectiva, individual en Bogotá), la Norma AA 1000 que proporciona la responsabilidad en pro del desarrollo sostenible, la Norma SA 8000 que garantiza las condiciones laborales justas. Finalmente, la Resolución 1457 de 2010 que establece los sistemas de recolección selectiva y ambiental de servicios ambientales.

Las normas anteriormente mencionadas corresponden al orden nacional. Sin embargo, en su contenido el Ministerio del medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, contemplan la Resolución 1457 del 29 de julio de 2010, por la cual se establecen los sistemas de recolección selectiva y gestión ambiental de servicios ambientales; teniendo en cuenta los artículos 79 y 80 de la Constitución Política de 1991, los cuales consagra el derecho colectivo a gozar de un ambiente sano; donde el Estado para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Es decir, que este es un derecho colectivo que tiene todos los colombianos y no hay duda que el medio ambiente se deteriora día a día, llevando aparejada y como consecuencia la destrucción del ser humano. Por ello, el Estado tiene el deber de proteger la integridad y diversidad del medio ambiente mediante un órgano especialmente creado para ello (Ministerio del Medio Ambiente). No sobra indicar que la defensa del ambiente sano también concierne a la comunidad en cuanto a tal y para el amparo de los derechos que a ella corresponda, ha sido previsto el mecanismo de las acciones populares.



De igual manera se resalta que Colombia es un país con grandes recursos naturales que necesita de políticas que propendan por su protección. El desarrollo sostenible implica un equilibrio entre el aspecto económico de desarrollo y la misma naturaleza, es decir, no se debe sacrificar los recursos naturales en pro del desarrollo capitalista.

## 6.2 Indagar los programas de Responsabilidad Social Empresarial usados por la empresa Servicios Ambientales las 3R del municipio de Acacias – Meta

### 6.2.1 Análisis y resultados de las encuestas a empresas.

Tabla 3

*¿Podría informar un estimado de cuantos productos o servicios tiene al mes?*

Entre 16-20	9	37%
Entre 21-25	3	13%
Entre 25-30	4	17%
De 30 o más	8	33%

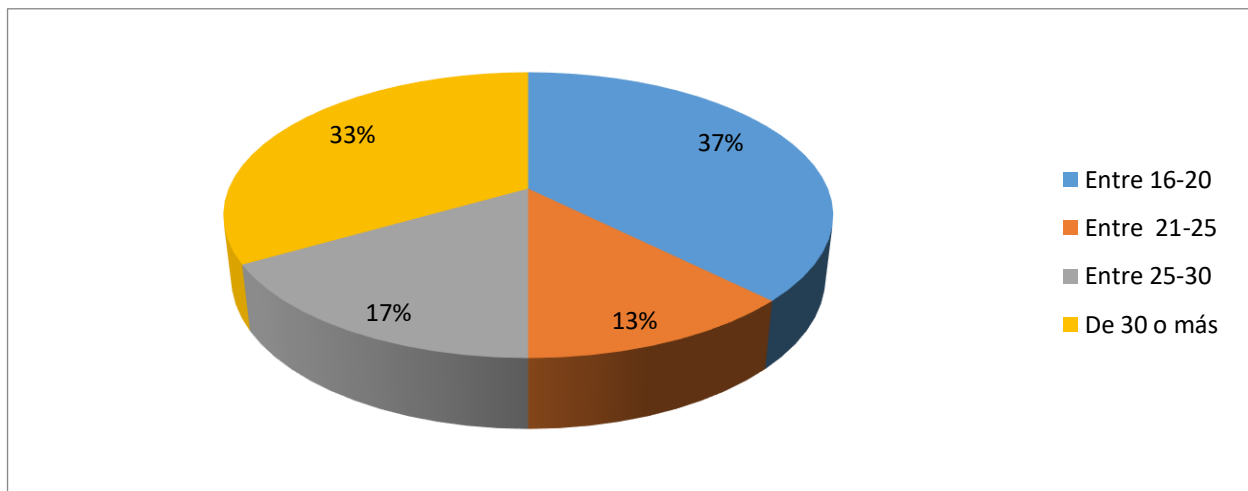


Figura 6. ¿Podría informar un estimado de cuantos productos o servicios tiene al mes?

Respecto a la pregunta ¿Podría informar un estimado de cuantos productos o servicios tiene al mes?, entre 16 y 20 el 37%, entre 21 y 25 el 13%; entre 25 y 30 el 17%; de 30 o más el 33%. Significa que todas las empresas comercializadoras tienen un promedio de 26 unidades de desecho

al mes, situación que conlleva a reflexionar que entre las 24 empresas encuestadas cada una tiene un estimado de 25 a 26 unidades mensuales para un total de 600 al mes. De ahí la importancia de establecer una mayor RSE para lograr minimizar los efectos negativos frente al medio ambiente durante el proceso de comercialización.

Tabla 4

*¿Cuál es el manejo que la empresa le da a los productos o servicios?*

Los clientes se las llevan	3	12%
Las arrojan	12	50%
Las venden a personas particulares	4	17%
Se las venden a una empresa certificada encargada del reciclaje de llantas	0	0%
Otro	5	21%
Total	24	100%

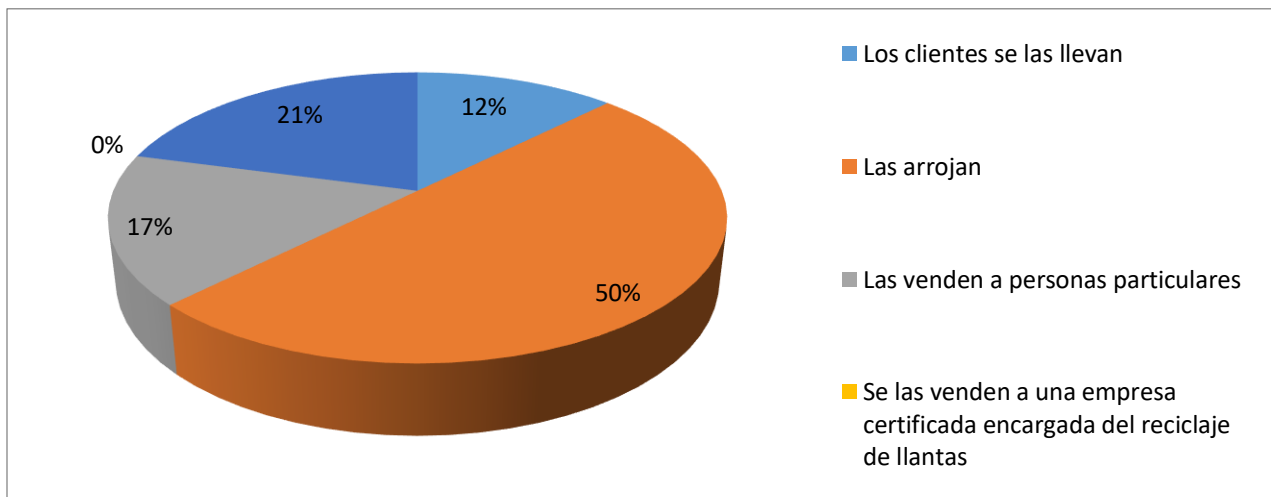


Figura 7. ¿Cuál es el manejo que la empresa le da a los productos o servicios?

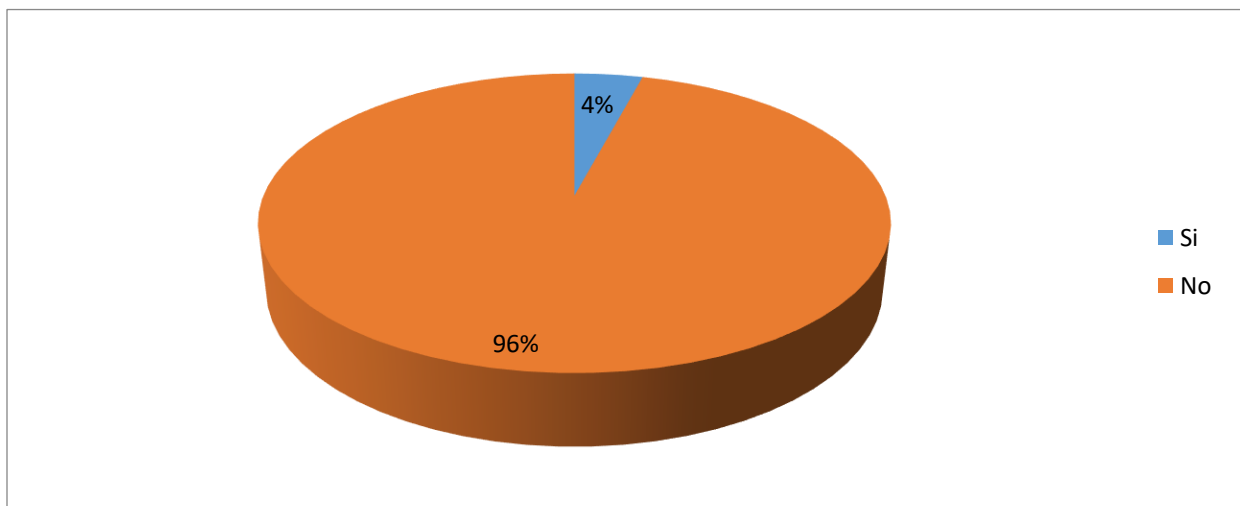
Respecto a la pregunta ¿Cuál es el manejo que la empresa le da a los productos o servicios? los encuestados manifiestan que los clientes se las llevan el 12%; las arrojan el 50%; las venden a personas particulares el 17%; otro el 21%. Se evidencia que el 50% de las llantas presentan un manejo de arrojarlas en cualquier lugar, sin tener en cuenta los efectos negativos que dicho evento presenta. Algunas personas las venden a particulares (17%), quienes les dan algún uso particular a los mismos, ya sea como utensilios de beneficio, para diversas actividades de uso recreativo o

sencillamente su manejo conduce a prestar servicios en algunas actividades económicas como el sector agropecuario y ganadero. Sin embargo, se evidencia un alto grado de irresponsabilidad al ser arrojadas especialmente en espacios públicos contaminando el medio ambiente, generando polución de enfermedades y posibles accidentes, especialmente de tránsito en las calles y avenidas, además obstaculizando tanto el tránsito vial como peatonal.

Tabla 5

*¿Ha recibido alguna capacitación por parte del gobierno de cómo debe de ser el manejo que se le debe de dar a los productos o servicios que genera la empresa?*

Si	1	4%
No	23	96%
Total	24	100%



*Figura 8. ¿Ha recibido alguna capacitación por parte del gobierno de cómo debe de ser el manejo que se le debe de dar a los productos o servicios que genera la empresa?*

Respecto a la pregunta *¿Ha recibido alguna capacitación por parte del gobierno de cómo debe de ser el manejo que se le debe de dar a los productos o servicios que genera la empresa?* Los encuestados manifiestan que si el 4% y no el 96%. La figura muestra la carencia con respecto al ofrecimiento de alguna capacitación por parte del gobierno en el manejo que se le debe dar a las llantas usadas. De ahí la necesidad a nivel municipal de un mayor control al arrojado no sólo de llantas sino de escombros por parte de las autoridades competentes, por ejemplo, mediante comparendos ambientales que contempla que una persona del común o empresa que arroje llantas

en algunos espacios públicos podría pagar en caso de ser reincidente una multa establecida por el Concejo Municipal para minimizar dicha problemática social y ambiental que viene contaminando la ciudad en general y que pone en riesgo la salud y el bienestar de la comunidad. Así mismo, se podría imponer sanciones por el hecho de arrojar llantas usadas como medida preventiva para la infracción de no dar uso adecuado o disposición final a las llantas. De igual manera como medida preventiva la Alcaldía Municipal, a través de la Secretaría del Medio Ambiente, debería planear y planificar un instructivo para comerciantes y transportadores sobre el uso adecuado y manejo de las llantas usadas, conducentes a educar para el buen reciclaje.

Tabla 6

*¿En la comercialización de los productos o servicios tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente?*

Si	1	4%
No	21	88%
Algunas veces	2	8%
Total	24	100%

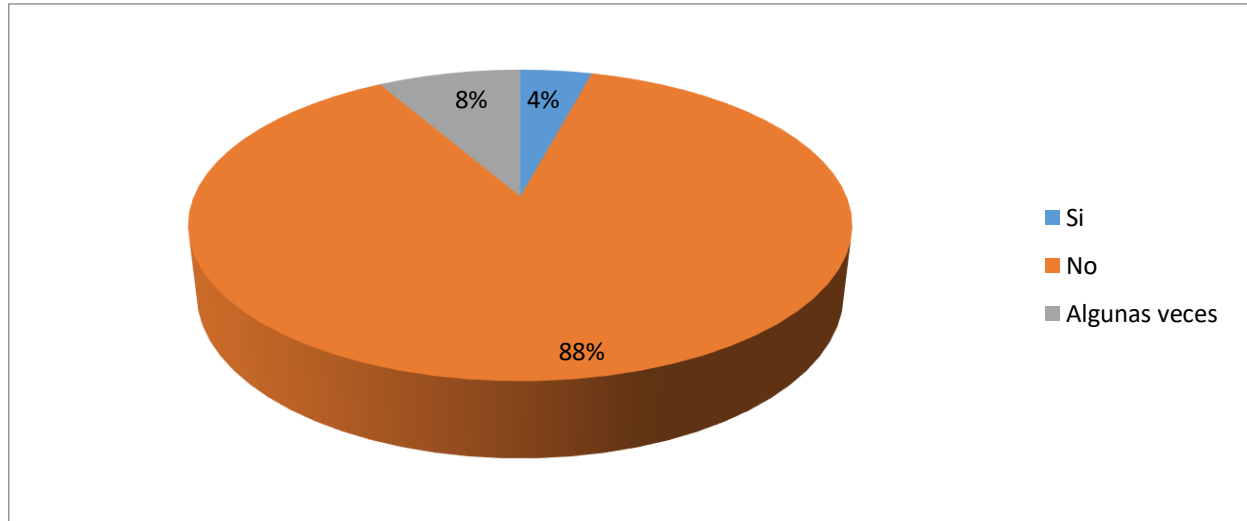


Figura 9. ¿En la comercialización de los productos o servicios tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente?

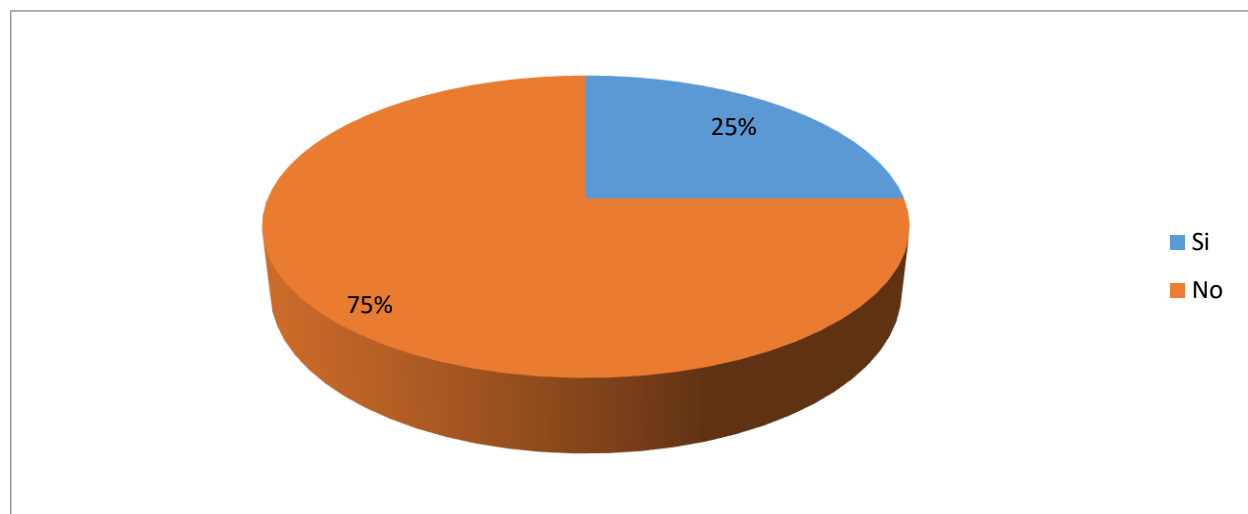
En la pregunta ¿En la comercialización de los productos o servicios tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente?, los encuestados manifiestan que sí el 4%; no el 88% y algunas veces el 8%. Al igual que el manejo y uso de las llantas, la comercialización a nivel de Acacias, no tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente

(88%), lo que conlleva a establecer una mayor concientización por todos los grupos de interés involucrados en dicho procesos (comerciantes, transportadores), quienes deben comprometerse de una manera cívica, consciente y como RSE a minimizar los efectos a que se está expuesta toda la comunidad general con el mal uso de las llantas usadas (proliferación de enfermedades, mal aspecto físico, causas de accidentes de todo tipo, entre otros).

Tabla 7

*¿Contribuye a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE y ambiental?*

Si	6	25%	
No	18	75%	
Total	24	100%	



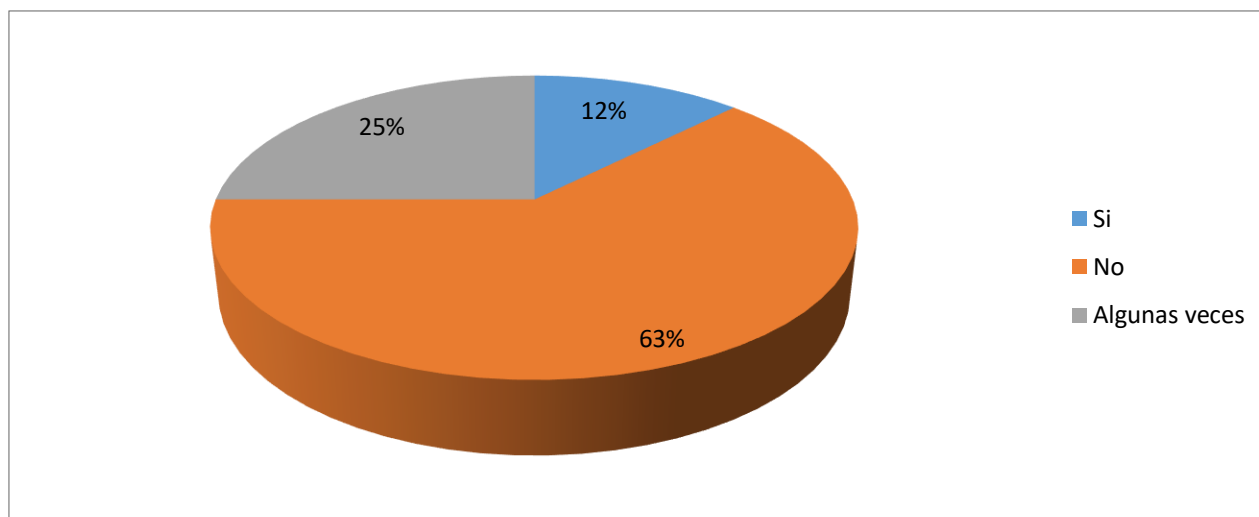
*Figura 10. ¿Contribuye a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE y ambiental?*

A la pregunta *¿Contribuye a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE y ambiental?*, los encuestados manifiestan que sí el 25%; y no el 75%. En este aspecto es importante indicar que se requiere la mayor adecuación posible dentro de la RSE y ambiental, para que exista un ambiente dinámico y armónico, sano y agradable y genere un medio ambiente propicio que permita reciclar mejor, minimizar cualquier patología y que exista una interacción entre el hombre y el medio natural más productiva y competitiva; evitando todos esos comportamientos generados por la falta de RSE y ambiental más eficaces y eficientes.

Tabla 8

*¿Establece procesos de comunicación con los grupos de interés (Clientes, comunidad, proveedores, gobierno) para identificar el adecuado uso y manejo de los productos o servicios?*

Si	3	12%
No	15	63%
Algunas veces	6	25%
Total	24	100%



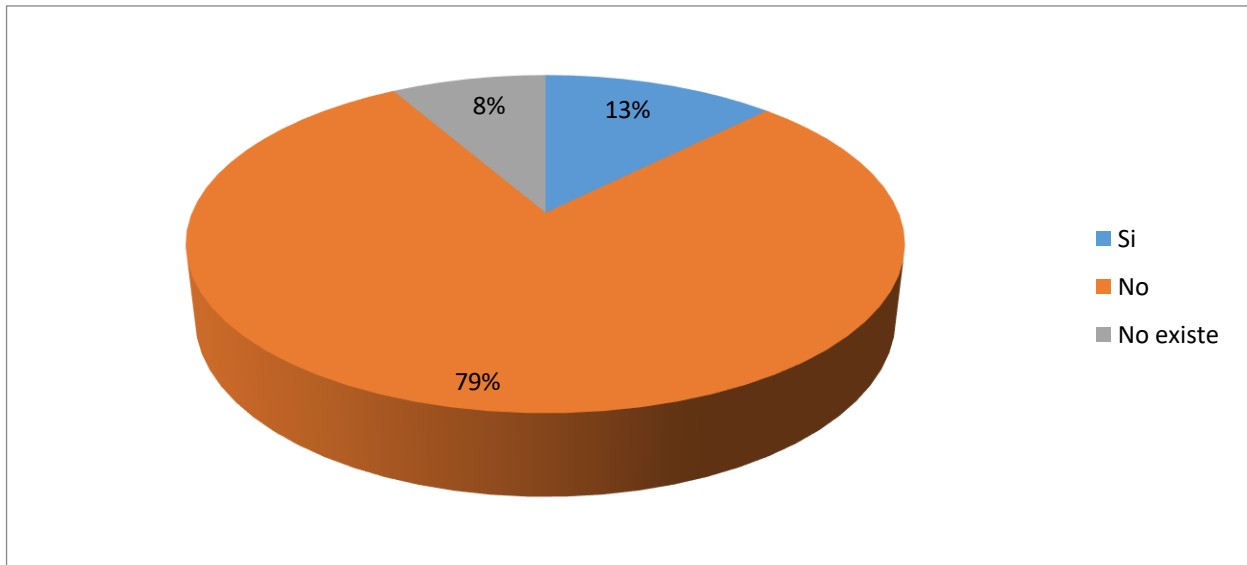
*Figura 11. ¿Establece procesos de comunicación con los grupos de interés (Clientes, comunidad, proveedores, gobierno) para identificar el adecuado uso y manejo de los productos o servicios?*

Respecto a la pregunta *¿Establece procesos de comunicación con los grupos de interés (Clientes, comunidad, proveedores, gobierno) para identificar el adecuado uso y manejo de los productos o servicios?* Los encuestados manifiestan que sí el 12%, no el 63%; algunas veces el 25%. Teniendo en cuenta que los grupos de interés en la temática abordada (Clientes, comunidad, proveedores y gobierno), quienes son los responsables de identificar y determinar el adecuado uso de las llantas usadas, para dicho procedimiento, se debe tener en cuenta procesos de comunicación donde se interactúe entre todos los grupos como una manera de contribuir al deterioro del medio ambiente e incluir la medición de los procesos y sistemas de información sobre políticas y procedimientos, que conducen a las posibilidades de participar, aportar ideas para establecer lineamientos o parámetros de buenas prácticas de procesos reutilizables y RSE.

Tabla 9

*¿La empresa asegura que las condiciones de la comercialización de los productos o servicios cumpla con las leyes y regulaciones establecidas en dicho sentido?*

Si	3	13%
No	19	79%
No existe	2	8%
Total	24	100%



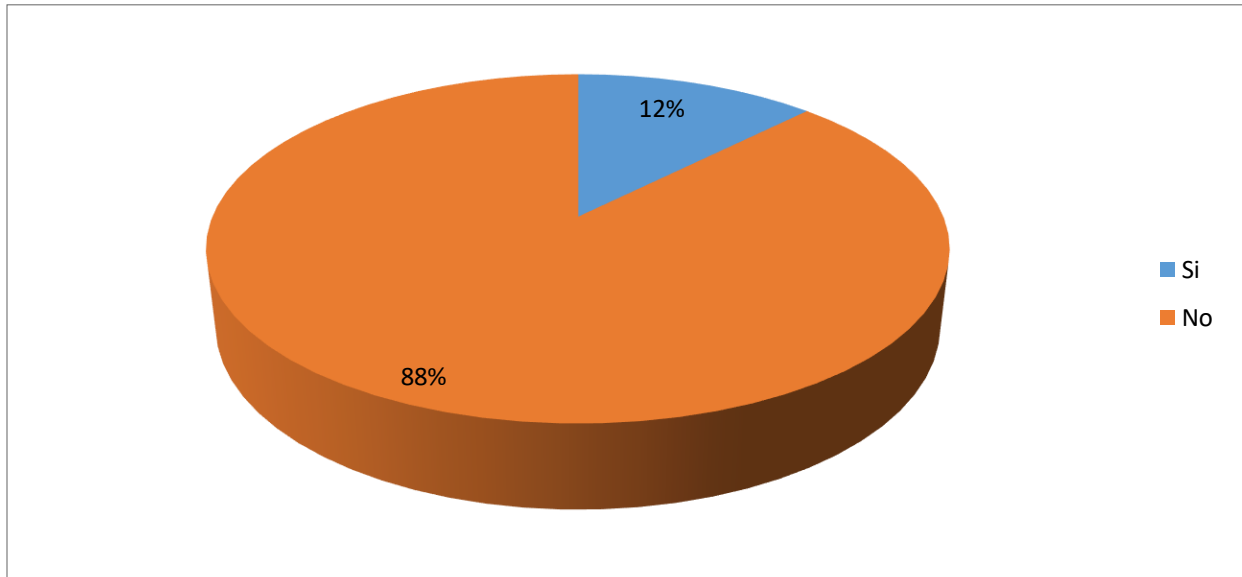
*Figura 12. ¿La empresa asegura que las condiciones de la comercialización de los productos o servicios cumpla con las leyes y regulaciones establecidas en dicho sentido?*

En cuanto a la pregunta ¿La empresa asegura que las condiciones de la comercialización de los productos o servicios cumpla con las leyes y regulaciones establecidas en dicho sentido? Los encuestados manifiestan que sí el 13%; no el 79%; no existe el 8%. El desconocimiento en un alto porcentaje (79%), por parte de los comerciantes frente a la normatividad legal vigente, leyes y regulaciones establecidos en tal sentido conlleva a que se actúe de forma irresponsable y sea ajeno a contribuir con mayor participación a la RSE referente al uso y manejo de las llantas usadas, situación que genera, los problemas que hoy se evidencian con el arrojo, uso y mal manejo de las mismas.

Tabla 10

*¿La empresa tiene establecidos principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de los productos o servicios?*

Si	3	12%
No	21	88%
Total	24	100%



*Figura 13.* ¿La empresa tiene establecidos principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de los productos o servicios?

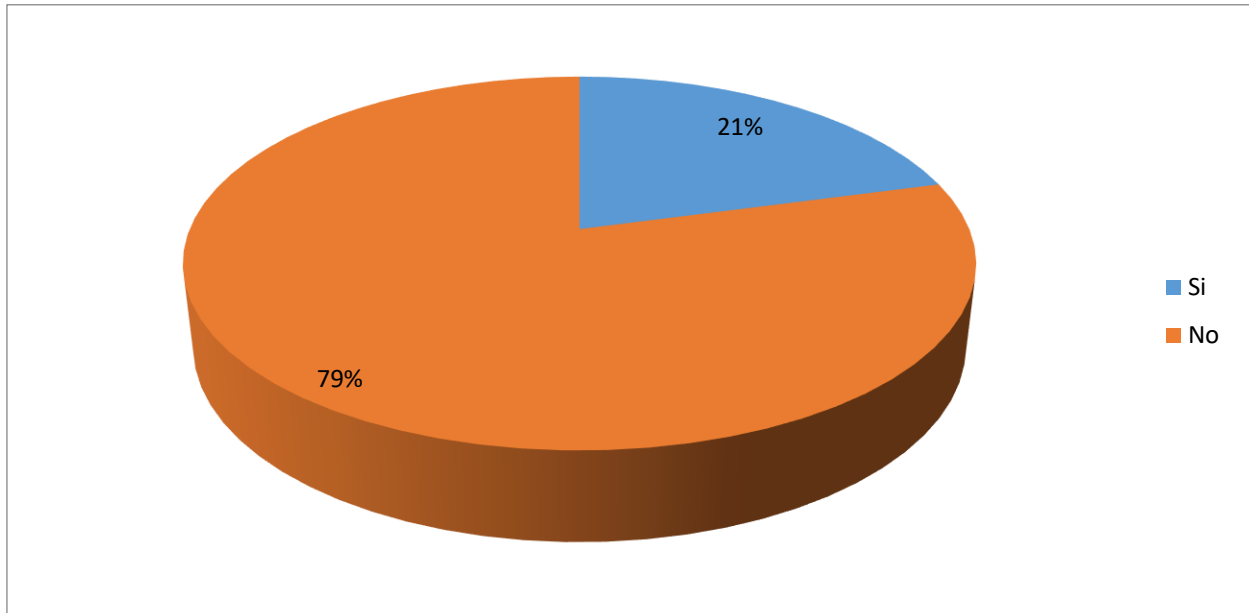
En cuanto a la pregunta ¿La empresa tiene establecidos principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de los productos o servicios? los encuestados manifiestan que sí el 12% y no el 88%. Es importante que todas las empresas establezcan principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de llantas usadas contribuyendo de esta manera a minimizar los efectos sociales y ambientales, atender contra la salud de personas y animales y por ende con el medio físico y natural del entorno.



Tabla 11

*¿Cuenta la empresa con el uso de tecnologías y prácticas ambientales adecuadas para la comercialización de los productos o servicios?*

Si	5	21%
No	19	79%
Total	24	100%



*Figura 14. ¿Cuenta la empresa con el uso de tecnologías y prácticas ambientales adecuadas para la comercialización de los productos o servicios?*

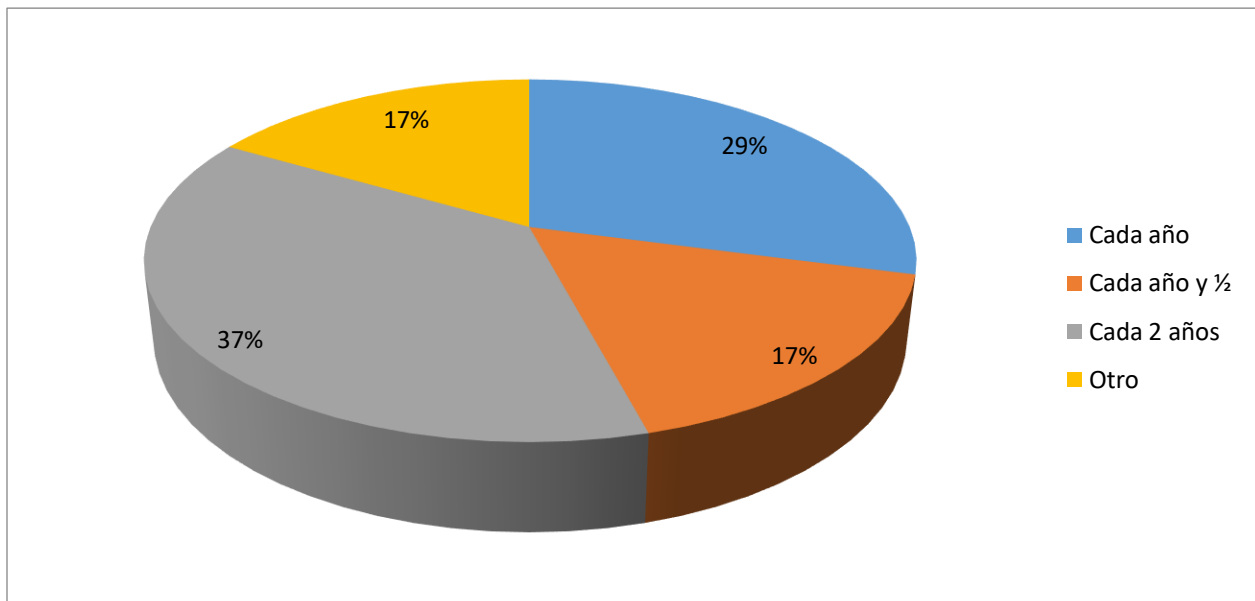
En cuanto a la pregunta *¿Cuenta la empresa con el uso de tecnologías y prácticas ambientales adecuadas para la comercialización de los productos o servicios?* los encuestados manifiestan que sí el 21% y no el 79%. El uso de tecnología y prácticas ambientales adecuadas, coherentes y pertinentes, podrían contribuir de manera significativa en la comercialización de llantas usadas, ya que con dicho proceso se disminuiría la contaminación ambiental, ahorro de tiempo, costos y se establecería un adecuado proceso que conlleve a prácticas de buen uso a la reutilización de los productos reciclables.

**6.2.2 Análisis y resultados de las encuestas a clientes.**

Tabla 12

*¿En promedio cada cuánto tiempo realiza inventario de los productos o servicios ambientales?*

Cada año	7	29%
Cada año y ½	4	17%
Cada 2 años	9	37%
Otro	4	17%
Total	24	100%



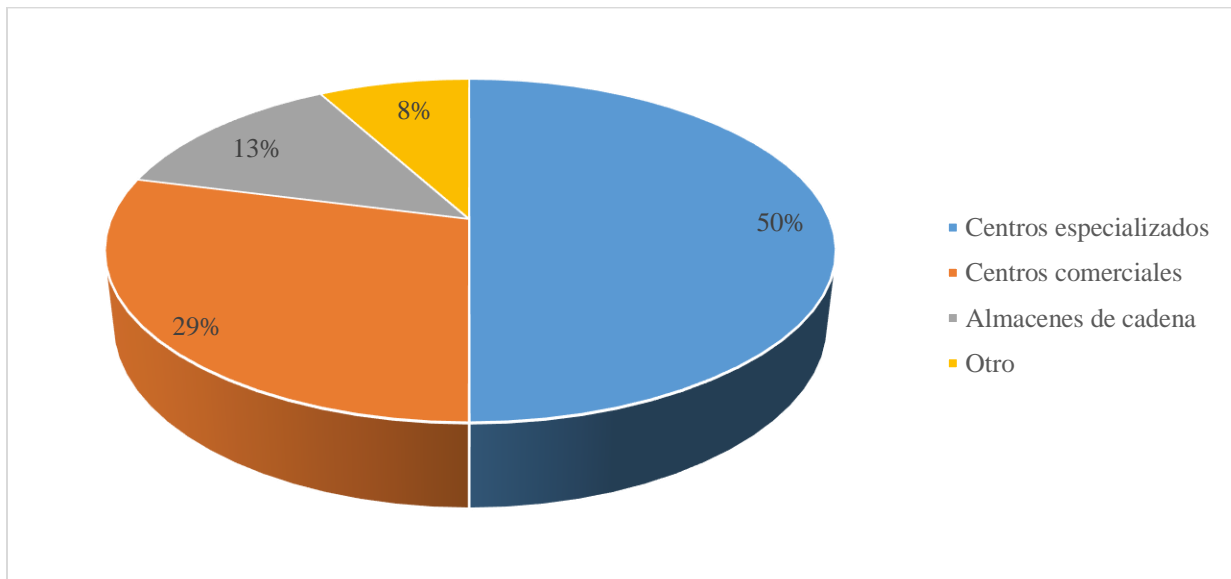
*Figura 15. ¿En promedio cada cuánto tiempo realiza inventario de los productos o servicios ambientales?*

Respecto a la pregunta *¿En promedio cada cuánto tiempo realiza inventario de los productos o servicios ambientales?*, los encuestados manifiestan que cada año el 29%; cada año y ½ el 17%; cada 2 años el 37%; otro el 17%. Significa que el tiempo para el cambio de llantas en su vehículo, se establece de acuerdo con el uso que se le da al mismo y existen criterios anuales, año y medio, dos años y más, cuanto que conlleva a un proceso de comercialización adecuado y donde la RSE juega un papel de relevancia, con base a criterios razonables y minimiza posibles efectos de contaminación que atenta contra las personas y el medio ambiente.

Tabla 13

*¿Generalmente en dónde realiza el cambio de llantas de su vehículo?*

Centros especializados	12	50%
Centros comerciales	7	29%
Almacenes de cadena	3	13%
Otro	2	8%
Total	24	100%



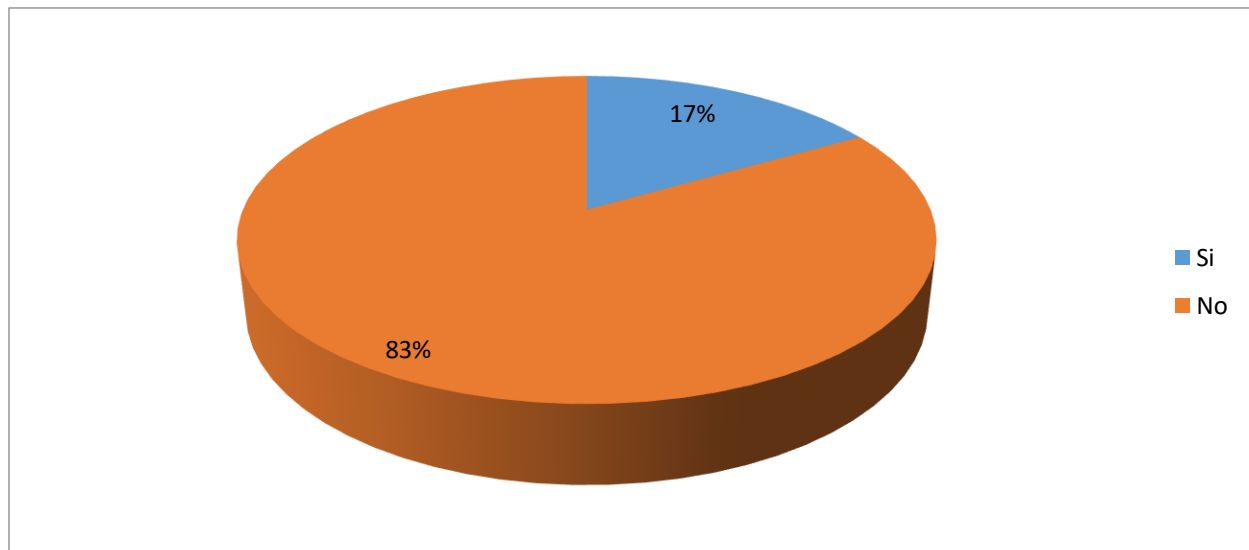
*Figura 16. ¿Generalmente en dónde realiza las transacciones de los productos o servicios ambientales?*

En cuanto a la pregunta *¿Generalmente en dónde realiza las transacciones de los productos o servicios ambientales?* Los encuestados manifiestan que centros especializados el 50%; centros comerciales el 29%; almacenes de cadena el 13%; otro el 8%. Teniendo en cuenta que existen servitecas, montallantas especializadas, talleres artesanales y otros; el cambio de llantas del vehículo se realiza en centros especializados (serviteca) quienes poseen personal con experiencia en dichos procesos, el factor económico es justo y que existe oferta de dichos establecimientos en diversos lugares estratégicos, como avenidas, lugares propicios para estacionar y donde se ofrezcan otros servicios adicionales, lo cual induce a que los usuarios / clientes tengan mayor preferencia.

Tabla 14

*¿Le realiza usted el proceso de servicios ambientales?*

Si	4	17%
No	20	83%
Total	24	100%

*Figura 17. ¿Le realiza usted el proceso de servicios ambientales?*

En la pregunta *¿Le realiza usted el proceso de servicios ambientales?* los encuestados manifiestan que sí el 17% y no el 83%. Se expresa que el proceso de productos ambientales se lleva a cabo a un porcentaje menor; ya que dicho proceso no garantiza la calidad del producto y genera mayor riesgo de accidente por su mismo desgaste, es decir, se puede evidenciar como una forma de reutilización por un periodo de tiempo corto. Por otra parte, se toma de decisión de no hacer el proceso para minimizar los mencionados efectos y a partir de dicho evento juega un papel la RSE de los grupos de interés.

Tabla 15

*¿Qué hace usted con los productos o servicios ambientales?*

Las usas para procesos energéticos	0	0%
Las usa para procesos artesanales	1	4%
Las usa para procesos de regrabado	4	17%
Las deja en el lugar donde realiza el cambio	12	50%
Las arroja	7	29%
Total	24	100%

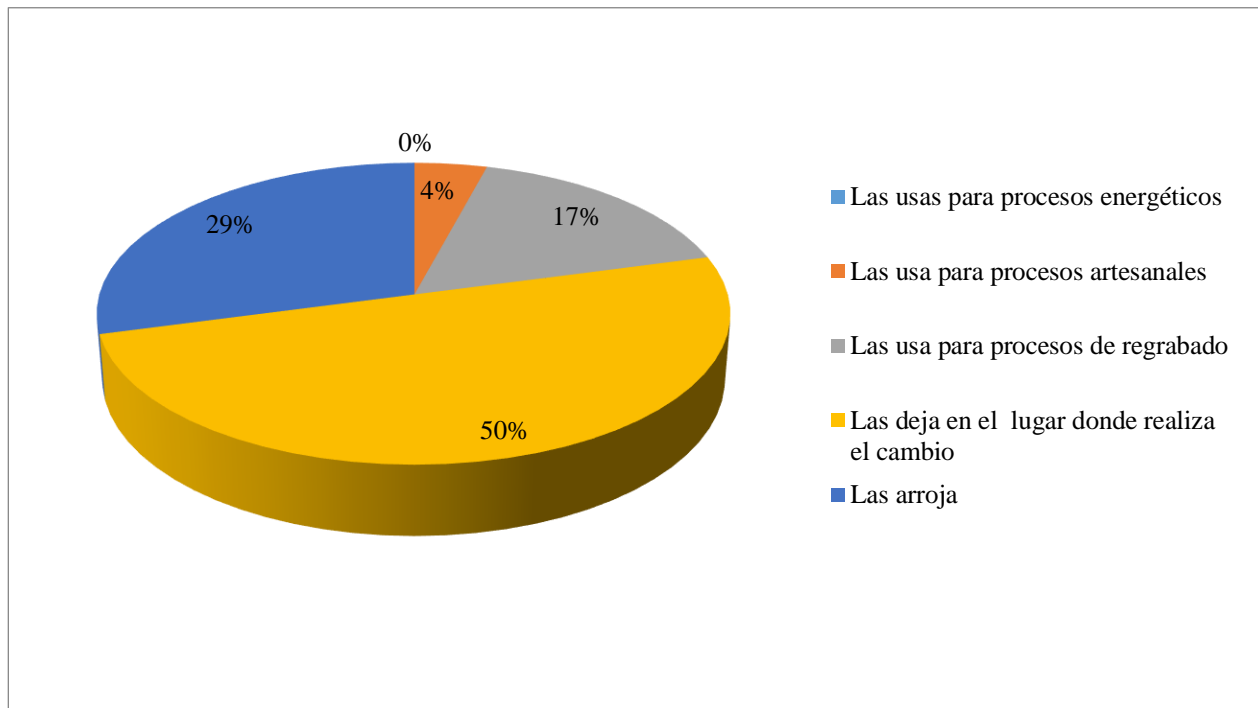


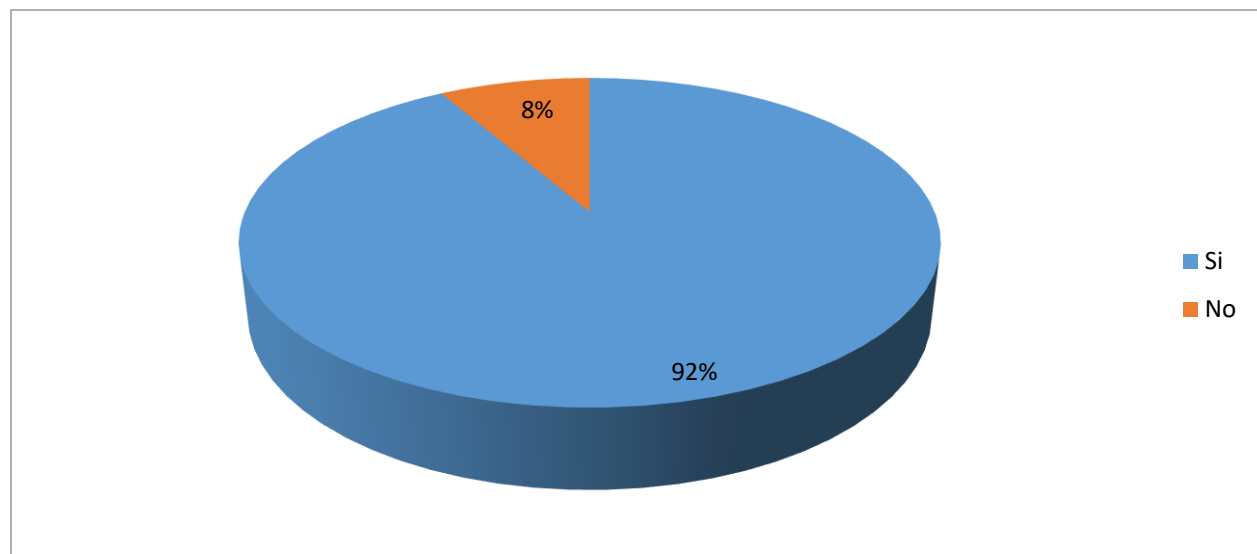
Figura 18. *¿Qué hace usted con los productos o servicios ambientales?*

Respecto a la pregunta *¿Qué hace usted con los productos o servicios ambientales?*, los encuestados manifiestan que las usa para procesos artesanales el 4%; las usa para procesos de regrabado el 17%; la deja en el lugar donde realiza el cambio el 50%; las arroja el 29%. Se puede afirmar que el uso y manejo de los productos ambientales no cuenta con la RSE pertinente y se refleja la carencia de sensibilización por parte del cliente, quien considera que dicho proceso se convierte en basura y estorbo para él, lo que conlleva a un mayor porcentaje a dejarlos en el lugar donde realiza el cambio, pocos las usan para procesos de regrabado o procesos artesanales y algunas prefieren arrojarlas en algún lugar.

Tabla 16

*¿Estaría usted dispuesto a donar estos productos o servicios, siempre y cuando se garantice un manejo adecuado a estos?*

Si	22	92%
No	2	8%
Total	24	100%



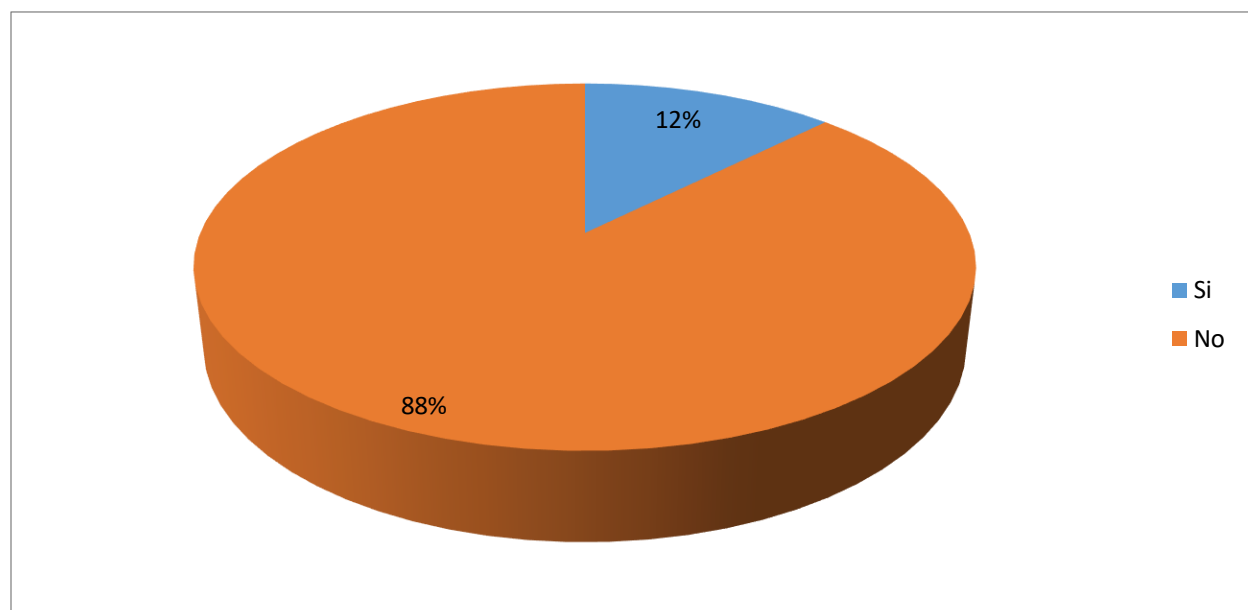
*Figura 19. ¿Estaría usted dispuesto a donar estos productos o servicios, siempre y cuando se garantice un manejo adecuado a estos?*

En cuanto a la pregunta *¿Estaría usted dispuesto a donar estos productos o servicios, siempre y cuando se garantice un manejo adecuado a estos?* los encuestados manifiestan que si el 92% y no el 8%. Existe convencimiento de estar dispuesto a donar las llantas usadas siempre y cuando se garantice un manejo adecuado de las mismas; como una manera de contribuir a la preservación del medio ambiente y por ende minimizar los efectos negativos a las personas o animales.

Tabla 17

*¿Conoce usted una empresa certificada que recicle los productos o servicios ambientales?*

Si	3	12%
No	21	88%
Total	24	100%



*Figura 20. ¿Conoce usted una empresa certificada que recicle los productos o servicios ambientales?*

En cuanto a la *¿Conoce usted una empresa certificada que recicle los productos o servicios ambientales?*, los encuestados manifiestan que si el 12%, no el 88%. La información sobre empresa certificada que recicle llantas en Acacias es relativamente baja, existe un desconocimiento en tal sentido, pero sería conveniente que los propietarios de las servitecas, como una estrategia de RSE establezcan convenios con personas y organizaciones que estén dispuestas a dar buen uso y manejo, sin importar la rentabilidad y así se contribuya de manera significativa a contrarrestar los efectos negativos que dichos procesos quieren.

### **6.2.3 Resultados de la entrevista al propietario de la empresa 3R.**

La entrevista dirigida al propietario, tiene como propósito identificar las inquietudes con respecto a la RSE que permita responder a las necesidades sociales y ambientales. El formato de entrevista fue diseñado y aplicado, inspirado en la ISO 26000, la cual permitió que su contenido estructurara preguntas de tipo abierto y está conformado por 10 ítems, previamente analizados para su aplicación.

La participación de los comercializadores de productos o servicios ambientales correspondió a 24 propietarios, quienes apoyaron con la mayor receptividad posible la invitación, con sus respuestas al formato de entrevista. Es decir, se estableció la disponibilidad de tiempo y responsabilidad en sus opiniones; lo que se convierte en una fortaleza de confiabilidad y validación de la misma.

A continuación, se describe cada una de las preguntas y respuestas. Al preguntársele si tiene en cuenta la RSE como una ventaja competitiva manifestaron: sí, porque los clientes se sienten atraídos hacia las empresas que son socialmente responsables; otros no la tienen en cuenta; si existe implementación a nivel nacional, el municipio de Acacias no es la excepción; los clientes de este sector no la ven como ventaja competitiva, ni cultura empresarial; otros expresaron que a los clientes les llama la atención que una empresa contribuya al cuidado del medio ambiente, los clientes no valoran ese aspecto.

Con respecto a que si mantiene en su empresa la motivación, compromiso y productividad de sus colaboradores expresó las siguientes inquietudes: con diversas actividades de integración social, deportiva y recreativa involucrando algunas veces a sus familias; pagando salarios justos y comisiones por ventas y servicios realizados; ofreciendo un trato único, cumpliendo a cabalidad lo que exige el Estado de acuerdo con la normatividad; cumpliendo con las obligaciones correspondientes al Sistema de Seguridad Social; con primas extralegales, capacitaciones permanentes y eventos sociales que incluyan a las familias del trabajador; se establezca comisiones dependiendo del desempeño de cada colaborador; realizando reconocimientos, felicitaciones y



estímulos (bonos); mediante la realización y participación de actividades sociales con clientes internos y externos.

En cuanto a la pregunta ¿Cómo son sus relaciones con las empresas del mismo sector, gobierno, medios de comunicación, proveedores, clientes y comunidad donde opera? Se obtuvo las siguientes opiniones: excelente, hasta el momento no se ha presentado ninguna diferencia y los entes muestran respecto hacia las actividades; muy buenos sobre todos con los clientes y con las empresas del mismo sector, existe cooperación mutua; buenas y nunca se ha tenido ningún inconveniente; se tiene una buena relación con el sector; como política de la empresa está en mantener excelentes relaciones con todos los grupos de interés; con el gobierno hay poca comunicación directa al igual que con la comunidad en general.

Al preguntársele si conocen la Norma de RSE ISO 26000 y qué conocen de ella respondió: no conoce fondo sus aplicaciones; no la conoce; algunos expresaron que la norma establece lo que las empresas deben cumplir con respecto a la RSE; considera que tiene que ver con responderle a la sociedad como ellos esperan en la comercialización de los productos; otro expresó que tiene que ver con no contaminar el medio ambiente.

También respondió que identifica los principios de RSE como: considerando que es responder a cabalidad con las exigencias del Estado, la sociedad y los empleados, consideran que es la responsabilidad que tienen las empresas de no contaminar el medio ambiente; consideran que es pagar salarios justos y no contaminar el medio ambiente; algunos no identifican ningún principio de RSE; considera que es ser responsable con los clientes y el medio ambiente; se manifiesta que se relaciona con no causar daño a los competidores, clientes o vecinos; contribuir al desarrollo de la sociedad y no deteriorarla desde la empresa.

Con respecto a la pregunta si la empresa conoce la RSE y de qué manera se compromete con las partes o qué interés, expresó: si reconocerla y se compromete motivando a los empleados para actividades de reciclaje; se busca que el cliente se haga cargo de los servicios ambientales, para así no recolectar desechos a la empresa; no contaminando el medio ambiente; la reconoce con

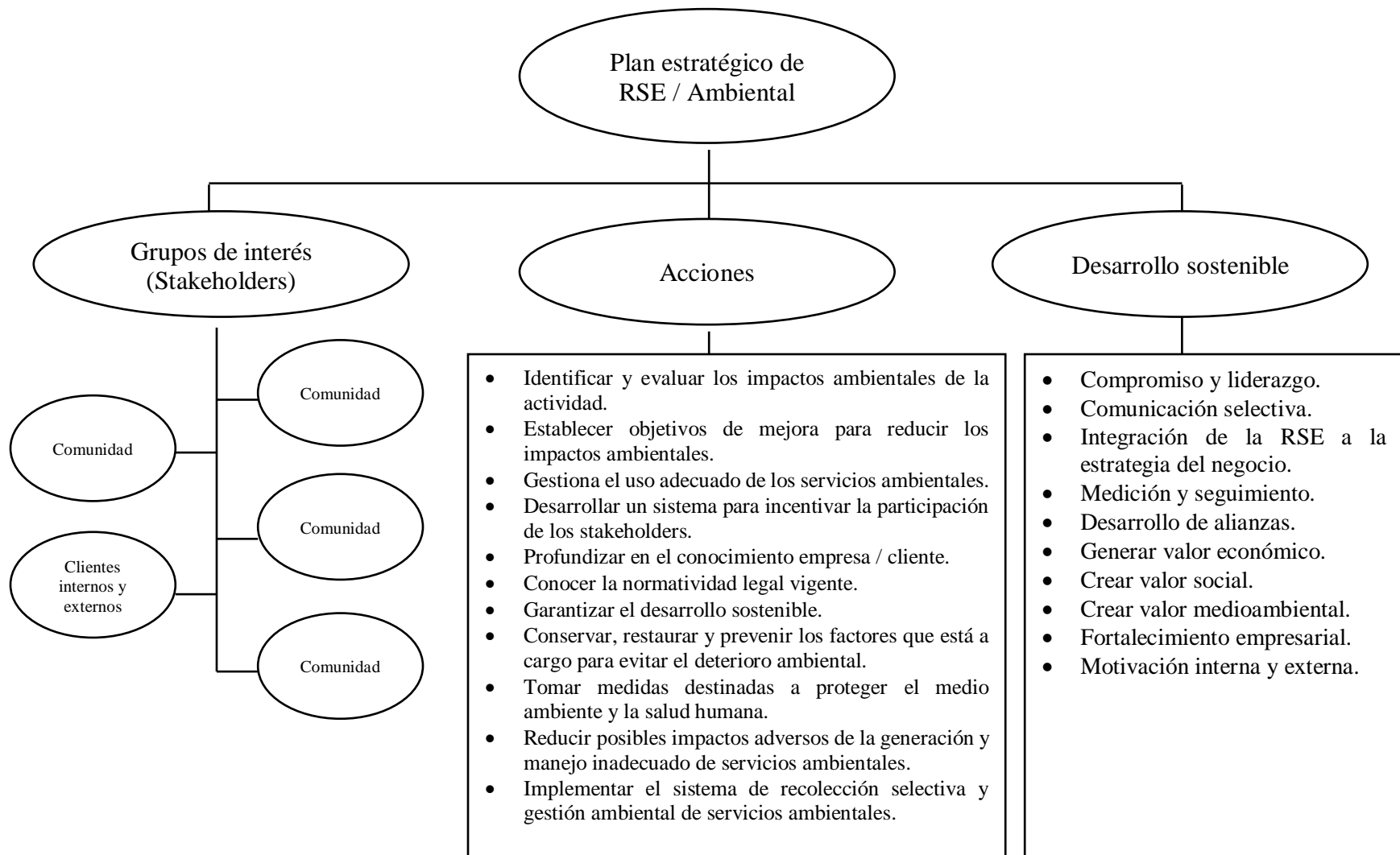
la norma y el sector; se motiva continuamente a los colaboradores, se da disposición final que llega al establecimiento, no los compromisos con los grupos de interés, son los que establece legalmente el gobierno; manteniendo buena relación con la comunidad en general y recomendarle a los clientes no arrojar a lugares públicos, responder dentro de la capacidad de la empresa con todas las solicitudes que se hagan de parte de cualquier ente; no se tiene establecido actualmente ningún compromiso que vaya más allá de no hacer daño a la sociedad.

Al preguntársele si la empresa ha implantado políticas y prácticas con el manejo y uso de servicios ambientales manifestó: el 10% se entregan a colegios y escuelas públicas para actividades de reciclaje; el 90% se arroja; se trata en lo posible de que el cliente se haga cargo de ellas y con lo que se queda se entrega a recicladores. No se reciben de los clientes y cuando esto ocurre se entregan a recicladores; en Acacias, no se cuenta con un apropiado manejo de residuos por parte del gobierno o empresarios; se sugiere a los clientes que los residuos no sean arrojados; no se realizan solamente se comercializan. La pregunta consiste a que si identifica las consecuencias del uso y manejo de productos o servicios respondieron: al parecer los residuos son un gran contaminante para el medio ambiente; son pilares para la polución de zancudos y enfermedades; contaminación ambiental, producen contaminación visual.

En cuanto al interrogante ¿Cuáles son sus acciones y expectativas relacionados frente a la comercialización de servicios ambientales? Manifestó: por ejemplo: proveen de las mejores marcas a los clientes y ser el mejor distribuidor de la zona; vender importantes cantidades de productos para fortalecer financieramente la empresa; generar empleo; de manera equitativa con los empleados lograr ser el número uno en comercialización de productos; ser líderes; generar rentabilidad para la empresa; ser innovador en el sector y comercializar productos que generen menos contaminación.

Finalmente, respondió que actualmente las acciones que realiza la empresa para protección, preservación y conservación del medio ambiente conlleva a: algunas veces se compra y se vende productos los cuales generan menos contaminación; se sugiere a los clientes utilizar productos a otras actividades; no se realiza ninguna actividad.

**6.3 Proponer estrategias de RSE que respondan a la normativa legal vigente en Colombia en cuanto al uso, manejo y comercialización de servicios ambientales**



## 7. Conclusiones

Mediante la identificación de la empresa comercializadora de servicios ambientales en el municipio de Acacias – Meta, que aplica programas de RSE a sus grupos de interés y que responde a necesidades sociales y ambientales permite establecer una estimación promedio de 26 unidades de servicios ambientales. el manejo que la serviteca les da a los productos que se reemplaza, su destino conlleva a arrojarlos a cualquier lugar; evento que deteriora el medio ambiente y genera problemas de salud a las personas. Por otra parte, una de las falencias evidenciadas conlleva a la falta de capacitación por parte del gobierno y por ende normatividad en el uso y manejo de las llantas usadas, situación que conlleva dentro del proceso de comercialización a no tener en cuenta, prevenir o minimizar los efectos negativos del medio ambiente.

Por otro lado la empresa expresa no contribuye en un alto porcentaje a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE / ambiental; situación que se debe de cierta forma a normas que contribuyan a minimizar el deterioro del medio ambiente y la salud de las personas; falta de conciencia individual y colectiva; alianzas estratégicas para su disposición final, medidas destinadas a proteger la gestión ambiental y la salud humana; organizar la recolección y la gestión ambiental de forma selectiva y separadas de los demás residuos para su adecuada gestión.

Se establece que la normatividad en materia de recolección selectiva y gestión ambiental se contempla en la Constitución Política de Colombia de 1991, estableciendo de manera generalizada los desechos a gozar de un ambiente sano y planificar por parte del Estado el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, conservación y restauración.

Por otra parte, se destaca que en el sistema de recolección selectiva y gestión ambiental de residuos su almacenamiento es a través de depósitos clandestinos, techos o patios de casas de viviendas y espacios públicos.

La ley establece como propósito prevenir y controlar la degradación del medio ambiente a nivel individual y colectivo.

Se ofrece un programa de RSE para la empresa comercializadora de tal forma que responda a las necesidades sociales y ambientales; teniendo en cuenta los componentes de: stakeholders, que relacionan la comunidad, estado, clientes internos y externos, empresas y proveedores. Así mismo, acciones conducentes a identificar y evaluar los impactos ambientales; establecer objetivos de mejora para reducir los impactos ambientales y humanos; gestionar el uso adecuado de residuos; conocer la normatividad legal vigente y garantizar el desarrollo sostenible.

A nivel del desarrollo sostenible, enmarca compromiso y liderazgo, comunicación efectiva; integración de la RSE a la estrategia del negocio; creación de valor económico, social y medioambiental e incluye motivación interna y externa.

La temática sobre la capacidad y habilidad para el buen ejercicio de una buena gestión empresarial, a partir de la normatividad, objetivos corporativos, creación de valor, contexto social y por ende ambiental. De igual manera se tiene en cuenta los aspectos básicos de la RSE, para qué sirve, a quién beneficia y la forma como cada empresa debe implementarla para garantizar el uso y manejo adecuado que beneficie a todos los grupos de interés que involucra el estudio.

Sin embargo, cabe señalar que no existe un concepto teórico o significado estricto o absoluto de lo que es la RSE. Sencillamente se resaltan los aportes teóricos de diferentes autores que versan sobre la temática.

La RSE se constituye hoy día en una herramienta clave en la gestión de las empresas (caso de estudio), dado que el entorno global demanda un comportamiento responsable desde el punto de vista económico, social y ambiental. Por ello, las acciones de RSE deben buscar agregar un valor a la empresa y a la sociedad, a partir de la promoción de un comportamiento ético y un diálogo abierto con sus stakeholders; eventos estos que van más allá de la ley.

---

Por otra parte, debe existir una relación entre ética y RSE. Donde la ética debe ser el principio rector de la RSE. Los principios de ética, transparencia y hasta buen gobierno se están imponiendo en el sector privado y son aplicables al sector público. De ahí que la empresa debe crear un código ético, de conducta y un canal anónimo de denuncias. La RSE que aporta más valor es aquellas que es ética y estratégica a la vez.

## 8. Recomendaciones

- a) Es importante que la empresa comercializadora de servicios ambientales, establezca sistemas de información para cuantificar o ponderar un estimado de residuos o productos de cambio a nivel local.
- b) Establecer mayor sensibilización por parte de los grupos de interés que permita el uso y manejo adecuado de los servicios ambientales.
- c) Frente a la problemática social y ambiental se hace necesario que la Alcaldía Municipal a través de la Secretaría del Medio Ambiente planifique y programe cursos, seminarios o charlas como forma de concientizar a los comercializadores a sus grupos de interés de cómo debe ser el manejo que se les debe dar a los residuos sólidos y líquidos; de esta manera contribuir de manera significativa a prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente y establecer prácticas de RSE / ambiental.
- d) Se considera relevante que el legislativo apruebe normas contundentes y coherentes para minimizar los efectos negativos ambientales y humanos con el proceso de comercialización de servicios ambientales.
- e) Es importante que la Secretaría Municipal de Medio Ambiente realice campañas con los grupos de interés sobre el arte a partir de los residuos, ya que para muchos son consideradas basura y se pueden convertir en bellas artesanías, generando oportunidad de empleos a hombres y mujeres mediante la iniciativa y espíritu empresarial.

### Referencias bibliográficas

- Banco Mundial (2015). *Foro Ambiental Nacional. Prioridades ambientales para la reproducción de la pobreza en Colombia. Un análisis ambiental del país para Colombia. En: El Tiempo.* Bogotá, Colombia. Casa Editorial el Tiempo.
- Bermúdez, L. T. & Rodríguez, L. F. (2013). *Investigación en la gestión empresarial.* Primera edición. Bogotá, D.C. Colombia. Ecoe Ediciones.
- Bueno, E; Cruz, I; Duran, J. J. (1989): *Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales.* Madrid, España. Ed. Pirámide.
- Cámara de Comercio de Villavicencio. (2013). *Informe registro de matriculados, actividad comercial.* Municipio de Villavicencio.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance, *The Academy of Management Review*, 4(4):497-505.
- Castillo Clavero (1990). La Responsabilidad Social de la Empresa y los consumidores. Presentado en el Encuentro Nacional de Organizaciones de Consumidores: 31 de marzo y 1 de abril de 2005. [en línea]Buenos Aires, Argentina. Consejo Consultivo de los Consumidores <http://www.mecon.gov.ar/secdef/basehome/comision7.pdf>
- Contreras Buitrago, M. E. (2005). *Fenomenología de la empresa.* UNAD.
- Corporación Universitaria del Meta (2014). *Apuntes sobre la sociedad del futuro. Plan de desarrollo reconocimiento institucional.* Villavicencio Meta.
- Cortés Mejía, S. (2014). *Investigada INALDEBOSINESS SCHOOL. Rompa los mitos de la RSE, la filantropía y el valor compartido.* Portafolio.



Cuervo, A. (1983). "Bases para una justificación del balance social". En: VV.AA (1981): El Balance Social de la Empresa y las Instituciones Financieras. Banco de Bilbao, Madrid.

De la Cuesta Benjumea, C. (1995). *Primer seminario del ciclo de formación sobre investigación y evaluación cualitativa: los procesos, formulación y diseño*. Caboneta. Cinde.

Diez de Castro, E.P. (1982). "La contribución de la empresa a los objetivos de la comunidad". En: *Temas Actuales de Gestión de Empresas*. Sevilla. Ed. Publicaciones del C.U.R.

Eco Inteligencia (2013). ¿Qué tipo de estrategia ambiental sigue tu empresa? tomado de: <https://www.ecointeligencia.com/2013/06/tipos-estrategia-ambiental-empresa/>

Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Villavicencio (EAAV – ESP) (2016). *Revista Agendas Ambientales*.

Espinosa Castrillón, P. (2013). *Responsabilidad social empresarial en el sector comercio de Villavicencio*. Tomado de: [http://rsepatriciaespinosa.blogspot.com.co/2013\\_11\\_01\\_archive.html](http://rsepatriciaespinosa.blogspot.com.co/2013_11_01_archive.html)

Friedman, M. (1967). *Capitalism and Freedom*. Chicago. Phoenix Books.

García Martínez, R. C. (2015). *Metodología de la investigación*. Primera edición. México. Editorial Trillas.

Gobernación del Meta (2016). *El Meta y sus municipios*. Llano Siete Días.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Batista Lucio, P. (2013). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México, D.F. Distrito Federal. Editorial Mc Graw Hill.

- Huertas, F. (2006). *Director de la escuela de negocios española Eserp*, Revista decisión. Edición N 26. Tomado de: [www.eserp.com](http://www.eserp.com).
- Isaza, J. J. (2015). *Ejemplos de compañías con programas de responsabilidad social*. En: Bienpensado. Tomado de: <http://bienpensado.com/ejemplos-de-companias-con-programas-de-responsabilidad-social/>
- Ladrón de Guevara, L. (1978). *Metodología de la investigación científica*. Bogotá, D.C. Colombia. Universidad Santo Tomás.
- Legrand, F. (2010). *Los seis programas de RSE más replicados*. RSE online. Tomado de: <http://rseonline.com.ar/2010/03/programas-de-rse-mas-comunes/>
- Lerma González, H. D. (2016). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. Bogotá, D.C. Colombia. Ecoe Ediciones
- Martín López, E. (1981): "El balance social de la empresa desde la perspectiva sociológica". En VV.AA. (1981): *El balance social de la empresa y las instituciones financieras*. Madrid. Ed. Banco de Bilbao.
- Méndez Álvarez, C. E. (2014). *Metodología*. Cuarta edición. México, D. F. Editorial Limusa.
- Municipio de Villavicencio (2016). *Informe Ambiental: eficiencia, eficacia, economía, equidad, valoración, costos ambientales*. Contraloría Municipal de Villavicencio.
- Pacasmayo (2015). *Programas de responsabilidad social*. Tomado de: <http://www.cementospacasmayo.com.pe/desarrollo-sostenible/relacion-con-grupos-de-interes/programas-de-responsabilidad-social/>

- Pombo, R. (2014). *Responsabilidad Social. En pocas palabras*. Revista. Huella Social. El Tiempo, publicado en Abril – junio de 2014.
- Porter, M. (1996). *La ventaja competitiva de las nacionales*. Plaza y Janés. Barcelona.
- Ramírez, L. S. y Rivera Rozo, D. M (2010). “La RSE, con enfoque ambiental a las medianas y grandes empresas del municipio de Villavicencio”. Facultad de Administración de Empresas. Villavicencio. Unillanos.
- Reino Momberg, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Tesis de grado. Universidad técnica Federico Sarta María. MBA Magister a gestión empresarial, Chile.
- Schwartz, P. (1981): "La empresa como soporte de la visión empresarial". En: VV.AA. (1981): El Balance Social de la Empresa y las Instituciones Financieras. Banco de Bilbao, Madrid.
- Sierra Montoya J. E. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Editorial panamericana formas impresos S.A. Primera edición: Bogotá, D.C.
- Sudreau, P. (1975): *Informe del Comité de Estudio para la Reforma de la Empresa* (Presidido por P. Sudreau). Madrid. Ed. Mapfre.
- Vieira Salazar, J. A. (2013). *La Responsabilité Sociale des Universités Publiques Colombiennes. Le cas de la fonction de recherche de l'université publique de Manizales. La responsabilidad social de las universidades públicas colombianas. El caso de la función de búsqueda de la pública Universidad de Manizales*. UNIVERSITÉ DE ROUEN Institut d'Administration des Entreprises. Paris.
- Vives, A. (2014). *Revista huella social*. El Tiempo. Abril – junio 2014. Número 14.

---


Yepes, G (2007). *Responsabilidad Social Empresarial fundamentos y aplicaciones en las organizaciones de hoy*. Editorial Universidad Externado de Colombia Biblioteca Luis Ángel Arango.

Yin R. R. (1984). *Investigación sobre estudios de casos*. Diseños y métodos. Segunda edición. Editorial Sage Publications.

---

**Apéndices**

Apéndice A. Cámara de Comercio.

	<p>Camara de Comercio de Villavicencio <b>CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)</b> <b>CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL</b> <b>ALEX HELBERT REYES GONZALEZ</b></p> <p>Fecha expedición: 2016/07/22 - 09:21:51, Recibo No. R003156210, Operación No. 0112Y0722035</p> <p><b>CODIGO DE VERIFICACIÓN: HwQDVw11P3</b></p> <p>CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL LA CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO , CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS DEL REGISTRO MERCANTIL, CERTIFICA:</p> <p>NOMBRE : REYES GONZALEZ ALEX HELBERT C.C. : 00017420682 N.I.T.:00000017420682-7 ADMINISTRACION: VILLAVICENCIO MATRICULA NO: 00255240 DEL 17 DE SEPTIEMBRE DE 2013 DIRECCION: CR 21 12 36 TELEFONO 1 : 3214324920 BARRIO : DORADO BAJO MUNICIPIO : ACACIAS</p> <p>CERTIFICA :</p> <p>DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CR 21 NO 12 36 TELEFONO 1: 3214324920 BARRIO NOTIFICACION: DORADO BAJO MUNICIPIO : ACACIAS E-MAIL COMERCIAL:seramb3r@gmail.com E-MAIL NOTIFICACION JUDICIAL:seramb3r@gmail.com CERTIFICA :</p> <p>RENOVACION DE LA MATRICULA: EL 31 DE MARZO DE 2016 ULTIMO AÑO RENOVADO : 2016</p> <p>*****</p> <p>ACTIVIDAD PRINCIPAL: 3830 RECUPERACION DE MATERIALES ACTIVIDAD SECUNDARIA: 5221 ACTIVIDADES DE ESTACIONES, VIAS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS PARA EL TRANSPORTE TERRESTRE ACTIVIDAD ADICIONAL 1: 3821 TRATAMIENTO Y DISPOSICION DE DESECHOS NO PELIGROSOS ACTIVIDAD ADICIONAL 2: 4665 COMERCIO AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS, DESECHOS Y CHATARRA</p> <p>TOTAL ACTIVOS : \$ 1,300,000.00</p> <p>CERTIFICA :</p> <p>PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO:</p> <p>NOMBRE : SERVICIOS AMBIENTALES LAS 3 R REDUCIR UTILIZAR Y RECICLAR DIRECCION: CR 21 12 36 TELEFONO 1 : 3214324920 BARRIO : DORADO BAJO MUNICIPIO : ACACIAS MATRICULA NO: 00255241 DEL 17 DE SEPTIEMBRE DE 2013</p> <p>***** CONTINUA *****</p>
---	--



Camara de Comercio de Villavicencio  
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)  
CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL  
ALEX HELBERT REYES GONZALEZ

Fecha expedición: 2016/07/22 - 09:21:51, Recibo No. R003156210, Operación No. 0112Y0722035

**CODIGO DE VERIFICACIÓN: HwQDVw11P3**

RENOVO EL AÑO 2016 , EL 31 DE MARZO DE 2016  
ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO : \$ 1,300,000

\*\*\*\*\*

ACTIVIDAD PRINCIPAL:  
3830 RECUPERACION DE MATERIALES  
ACTIVIDAD SECUNDARIA:  
5221 ACTIVIDADES DE ESTACIONES, VIAS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS  
PARA EL TRANSPORTE TERRESTRE  
ACTIVIDAD ADICIONAL 1:  
3821 TRATAMIENTO Y DISPOSICION DE DESECHOS NO PELIGROSOS  
ACTIVIDAD ADICIONAL 2:  
4665 COMERCIO AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS, DESECHOS Y CHATARRA

LA MATRICULA EN CAMARA DE COMERCIO NO IMPLICA PERMISO O  
AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO.

**CERTIFICA:**

LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL  
FORMULARIO DE MATRICULA DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE.

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO  
ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS  
ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN  
FIRME DIEZ (10) DIAS HABILES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION,  
SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.

**VALOR DEL CERTIFICADO: \$2,400**

**IMPORTANTE:** La firma digital del secretario de la Camara de Comercio de Villavicencio contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la Ley 527 de 1999 para validez jurídica y probatoria de los documentos electrónicos.


La firma digital no es una firma digitalizada o escaneada, por lo tanto, la firma digital que acompaña este documento la podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No obstante, si usted va a imprimir este certificado, lo puede hacer desde su computador, con la certeza de que el mismo fue expedido a través del canal virtual de la cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace <https://virtual.ccv.org.co/cv.php> seleccionando allá la cámara de comercio e indicando el código de verificación HwQDVw11P3.

Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.


La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o que haga sus veces) de la cámara de comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.

\*\*\*\*\* CONTINUA \*\*\*\*\*

  
CÁMARA DE COMERCIO  
DE VILLAVICENCIO  
Cesar

Camara de Comercio de Villavicencio  
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)  
CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL  
ALEX HELBERT REYES GONZALEZ  
Fecha expedición: 2016/07/22 - 09:21:51, Recibo No. R003156210, Operación No. 0112Y0722035

**CODIGO DE VERIFICACIÓN: HwQDVw11P3**





Apéndice B. Formato de entrevista.

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de ciencias económicas y administrativas  
Programa de Administración de empresas  
Modalidad a Distancia y Virtualidad  
Villavicencio – 2017

Objetivo: entrevista dirigida a los propietarios de establecimientos comercializadores de productos o servicios ambientales con el propósito de conocer e identificar las inquietudes o sugerencias con respecto a la RSE que permita responder a necesidades sociales y ambientales.

Es importante indicar que el formato de entrevista, se diseñó, elaboró y aplicará inspirado en la ISO 26000 (Guía de RSE), por tratarse de una temática específica que aplica a reciclar, reutilizar y reciclar.

1. ¿Tiene usted en cuenta la RSE como una ventaja competitiva?

---

---

2. ¿Cómo mantiene en su empresa la motivación, compromiso y productividad de sus colaboradores?

---

---

3. ¿Cómo son sus relaciones con las empresas del mismo sector, gobierno, medios de comunicación, proveedores, clientes y comunidad donde opera?

---

---

4. ¿Conoce la Norma de RSE ISO 26000 y qué conoce de ella?

---

---

5. ¿Usted identifica los principios de la RSE?

---

---

6. ¿Su empresa reconoce la RSE y de qué manera se compromete con las partes o grupos de interés?

---

---

7. ¿Cuáles son sus acciones y expectativas relacionadas frente a la comercialización de productos o servicios ambientales?

---

---

8. ¿Tiene su empresa implantado políticas y prácticas con el manejo y uso de los servicios ambientales?

---

---

9. ¿Identifica las consecuencias del uso y manejo inadecuado de los servicios ambientales?

---

---

10. ¿Actualmente qué acciones realiza su empresa para la protección, conservación y preservación del medio ambiente?

---

---

“GRACIAS POR SU APOYO Y COLABORACIÓN”

Apéndice C. Encuesta a empresas.

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de ciencias económicas y administrativas  
Programa de Administración de empresas  
Villavicencio – 2017

1. ¿Podría informar un estimado de cuantos productos o servicios tiene al mes?
  - a. \_\_\_\_\_ 16-20
  - b. \_\_\_\_\_ 21-25
  - c. \_\_\_\_\_ 25-30
  - d. \_\_\_\_\_ 30 o más
  
2. ¿Cuál es el manejo que la empresa le da a los productos o servicios?
  - a. \_\_\_\_\_ Los clientes se las llevan
  - b. \_\_\_\_\_ Las arrojan
  - c. \_\_\_\_\_ Las venden a personas particulares
  - d. \_\_\_\_\_ Se las venden a una empresa certificada encargada del reciclaje de llantas
  
3. ¿Ha recibido alguna capacitación por parte del gobierno de cómo debe de ser el manejo que se le debe de dar a los productos o servicios que genera la empresa?
  - a. \_\_\_\_\_ Si
  - b. \_\_\_\_\_ No
  
4. ¿En la comercialización de los productos o servicios tiene en cuenta prevenir o minimizar los efectos negativos al medio ambiente?
  - a. \_\_\_\_\_ Si
  - b. \_\_\_\_\_ No
  - c. \_\_\_\_\_ Algunas veces.

5. ¿Contribuye a que el medio ambiente sea sano mediante la práctica de RSE y ambiental?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No

6. ¿Establece procesos de comunicación con los grupos de interés (Clientes, comunidad, proveedores, gobierno) para identificar el adecuado uso y manejo de los productos o servicios?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No
- c. \_\_\_\_\_ Algunas veces.

7. ¿La empresa asegura que las condiciones de la comercialización de los productos o servicios cumpla con las leyes y regulaciones establecidas en dicho sentido?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No
- c. \_\_\_\_\_ No existe.

8. ¿La empresa tiene establecidos principios de RSE y ambiental frente a la comercialización de los productos o servicios?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No

9. ¿Cuenta la empresa con el uso de tecnologías y prácticas ambientales adecuadas para la comercialización de los productos o servicios?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

Apéndice D. Formato de encuesta a clientes.

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de ciencias económicas y administrativas  
Programa de Administración de empresas  
Villavicencio – 2017

Objetivo. Encuesta dirigida a clientes con el propósito de conocer e identificar el manejo y uso de los productos o servicios ambientales.

Es importante indicar que el formato de encuesta, se diseñó, elaboró y aplicará inspirado en la ISO 26000, (Guía de RSE) por tratarse de una temática específica que aplica en la comercialización de los productos o servicios ambientales.

1. ¿En promedio cada cuánto tiempo realiza inventario de los productos o servicios ambientales?

- a. \_\_\_\_\_ 1 año.
- b. \_\_\_\_\_ 1 ½ año.
- c. \_\_\_\_\_ 2 años.
- d. \_\_\_\_\_ Otro.

2. ¿Generalmente en dónde realiza las transacciones de los productos o servicios ambientales?

- a. \_\_\_\_\_ Centros especializados
- b. \_\_\_\_\_ Centros comerciales
- c. \_\_\_\_\_ Almacenes de cadena
- d. \_\_\_\_\_ Otro ¿Cuál?

3. ¿Le realiza usted el proceso de servicios ambientales?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No

4. ¿Qué hace usted con los productos o servicios ambientales?

- a. \_\_\_\_\_ Las usa para procesos energético
- b. \_\_\_\_\_ Las usa para procesos artesanales
- c. \_\_\_\_\_ Las usa para procesos de regrabado
- d. \_\_\_\_\_ Las deja en el lugar donde realice el cambio
- e. \_\_\_\_\_ Las arroja

5. ¿Estaría usted dispuesto a donar estos productos o servicios, siempre y cuando se garantice un manejo adecuado a estos?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No

6. ¿Conoce usted una empresa certificada que recicle los productos o servicios ambientales?

- a. \_\_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_\_ No

Sí su respuesta a la anterior pregunta es el literal a) responda la siguiente pregunta

¿Cuál es la empresa o las empresas que conoce usted? \_\_\_\_\_

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

#### Apéndice E. Naturaleza de la empresa.

La microempresa SERVICIOS AMBIENTALES LAS 3R “Reducir, Reutilizar y Reciclar”, surge ante la necesidad de generar una conciencia ambiental entre sus pobladores y contribuir con el desarrollo sostenible del municipio, con el fin de generar empleo, ser multiplicadores de la cultura ambiental y disminuir la contaminación ambiental y visual.

Acacias, como capital Turística del Meta, requiere del trabajo conjunto entre población, industria y gobierno, para crear una mayor conciencia ambiental, sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar los desechos industriales como residenciales denominados de post – consumo. Esto es parte del desarrollo sustentable para el crecimiento económico del municipio como de sus pobladores y así contribuir a disminuir los efectos de contaminación ambiental y visual, en beneficio de las futuras generaciones.

Misión: ser una microempresa rentable, responsable con la sociedad y el medio ambiente; ofreciendo servicios ambientales con técnicas en el manejo y disposición de residuos reciclables, con la mejor relación precio / valor a los clientes.

Visión: ser una microempresa líder en calidad y servicio dentro de Acacias y su área metropolitana, en el manejo integral de residuos reciclables, ser fuente de empleo y contribuir como multiplicadores en la cultura ambiental en pro de la sociedad y medio ambiente.

Valores:

- a) Conciencia y cultura ambiental.
- b) Honestidad en todas las relaciones de negocios.
- c) Respeto para nuestros proveedores y colaboradores.
- d) Perseverancia para alcanzar los objetivos profesionales, empresariales y ambientales.

Productos y servicios: acero, aluminio, archivo limpio, bronce, bota, cartón, chatarra, cobre, pet blanco, pet verde, pasta o vasija, plástico, plomo, vidrio.

---

Los materiales se clasifican, limpian, prensan y embalan para su comercialización.

Los materiales deben venir clasificados y sin contaminación.

Es un gusto poder brindar los servicios y poder contribuir al desarrollo sostenible del medio ambiente.



Tabla 18  
 Planta de personal.

Cargo	Antigüedad	Sexo		Seguridad social	Nivel académico						Edad	Tipo de contrato	
		M	F		Primaria	Secund	Técnico	Tecnólogo	Profesional	Especia		Tempora l	Fijo
Gerente	4 años	X		Colsanitas					X	Si	44		X
Subgerente	4 años	X		Colsanitas					X	No	41		X
Contador	4 años		X	Cafesalud					X	No	40	X	
Secretaria	3 años		X	Cefasalud			X			No	22		X
Recuperador ambiental	4 años	X		Salud total	X					No	44		X
Recuperador ambiental	4 años	X		Salud total	X					No	40		X
Recuperador ambiental	4 años		X	Salud total	X					No	38		X
Recuperador ambiental	3 años	X		Salud total		X				No	44		X
Recuperador ambiental	2 años	X		Salud total	X					No	40		X
Recuperador ambiental	4 años		X	Salud total	X					No	38		X
Recuperador ambiental	3 años	X		Salud total	X					No	30		X
Recuperador ambiental	1 años	X		Salud total	X					No	29		X
Recuperador ambiental	4 años	X		Salud total	X					No	38		X
Operario de maquina	4 años	X		Coomeva					X	No	35		X
Operario de maquina	3 años		X	Coomeva				X		No	25		X
Operario de maquina	8 meses	X		Coomeva				X		No	28		X
Operarios de materia prima	4 años	X		Salud total					X	No	35		X
Operarios de materia prima	2 años	X		Salud total				X		No	27		X
Operarios de materia prima	3 años	X		Salud total		X				No	26		X
Basculero	3 años	X		Salud total	X					No	38	X	
Basculero	6 meses	X		Salud total	X					No	21	X	
Basculero	2 años	X		Salud total	X					No	36	X	

Fuente: Servicios Ambientales 3R. 2016.

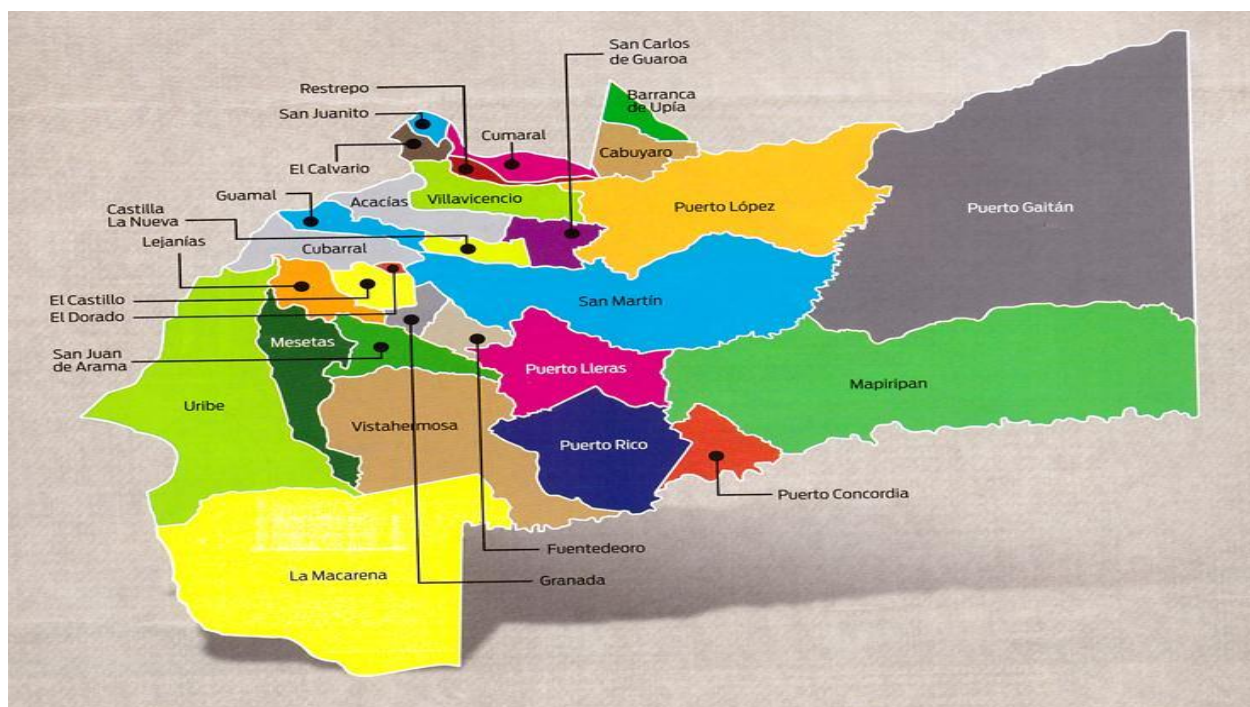






*Figura 21.* Registro fotográfico empresa de Servicios Ambientales Las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar).

Fuente: Servicios Ambientales 3R. 2016.



*Figura 22. Generalidades y mapa político departamento del Meta.*  
Fuente: Gobernación del Meta (2016). *El Meta y sus municipios*. Llano Siete Días.

**Municipio de Acacias.** Gobernación del Meta (2016).

Alcalde: Víctor Orlando Gutiérrez

Población: 67.347 Habitantes

Temperatura: 25°C

Altitud: 523 m Sobre el nivel del mar

Extensión territorial: 1.169 Km<sup>2</sup>

Posición astronómica: 73° 45'24" de longitud oeste y 03° 59'15" de latitud norte.

Distancia a la capital del Meta: 28 km

Capacidad hotelera: 1.357

Límites:

Norte: Villavicencio.

Oriente: San Carlos de Guaroa.

Sur: Guamal y Castilla La Nueva.

Occidente: departamento de Cundinamarca. Gobernación del Meta (2014).

División Territorial:

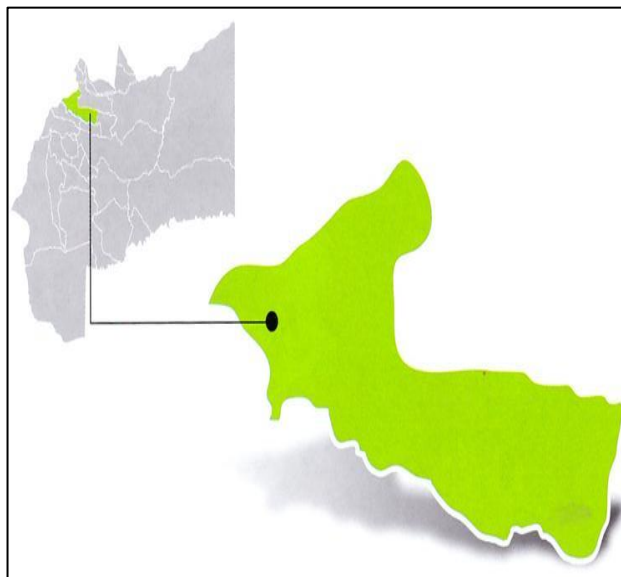
Zona urbana: 100 barrios

Centros poblados: Chichimene y Dinamarca.

Zona rural: 48 veredas

Vías de comunicación: Su territorio esté atravesado de norte a sur por la carretera Troncal del Llano, en un tramo de aproximadamente 28 kilómetros. Los carreteables rurales presentan relativo buen estado de conservación.

Hidrografía: Por corresponder al sistema ambiental del Parque Nacional Natural de Sumapaz, las tierras acacireñas están bañadas por las aguas de los ríos Acacias, Acaclítas, Guayuriba, Sardinata y Orotoy, así como por los caños Playón, Cola de Pato, La Chiripa, Chichimene, La Danta, La Argentina, La Blanca y La Unión.



*Figura 23.* Acacias en el departamento del Meta.  
Fuente: Gobernación del Meta (2016).

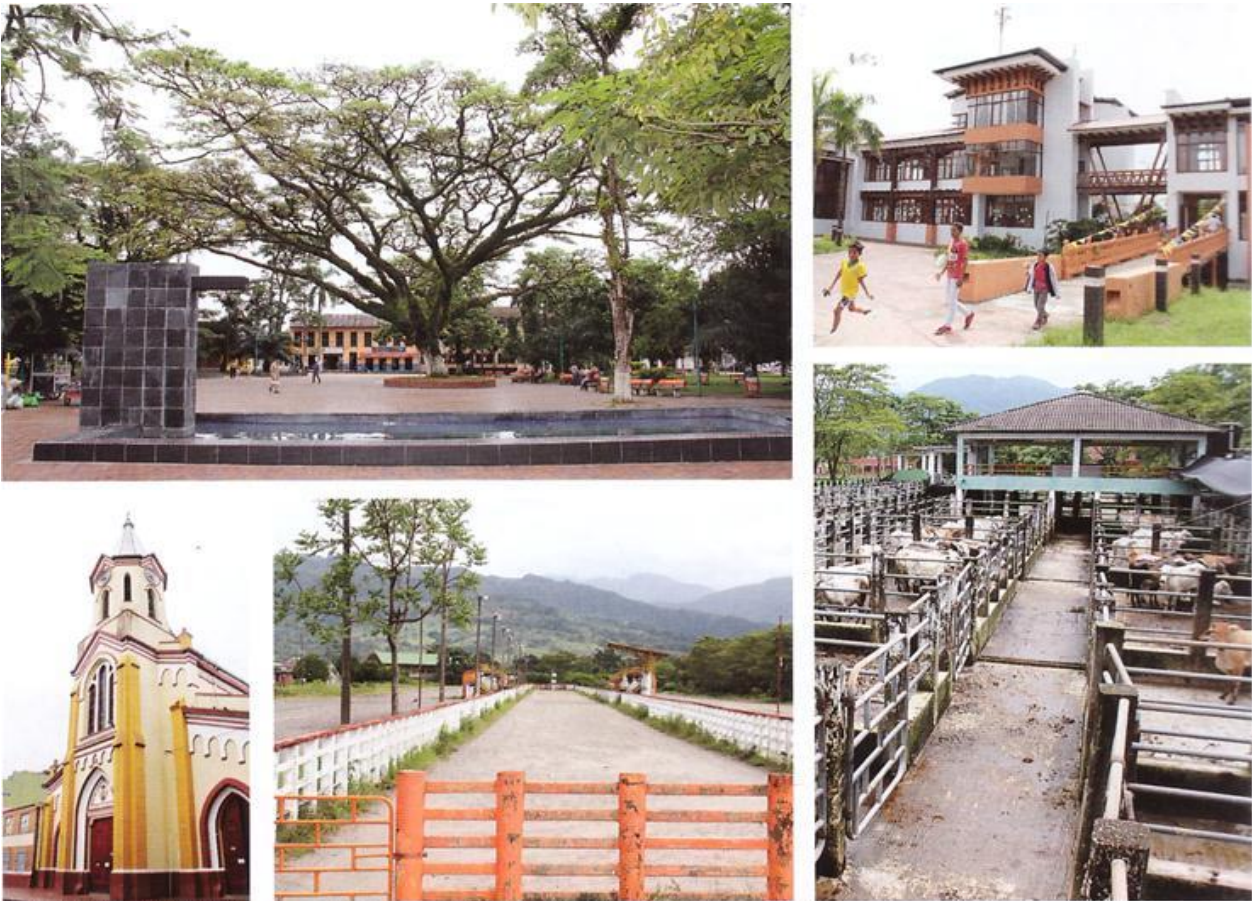
**Economía:** Los soportes económicos de la municipalidad son los sectores agropecuario, comercial y petrolero.

**Servicios públicos:** La Empresa de Servicios Públicos de Acacias (ESPA) atiende a sus suscriptores con los siguientes servicios:

**Energía eléctrica:** a cargo de la Empresa Electrificadora del Meta (Emsa), que brinda cobertura del 100%, en el municipio.

**Renglones comercial y financiero:** El casco urbano muestra una elevada cantidad de establecimientos de comercio de diversas actividades, acordes con los requerimientos de la populosa comunidad acacireña.

**Sitios de interés.** Cuenta la municipalidad con los siguientes lugares de importancia turística: parque central, fundado en 1934; iglesia Nuestra Señora del Carmen, inaugurada en 1945; El Malecón Turístico, sobre la margen izquierda del río Acacias; la manga de coleo Palma Real, con su estructura de cemento, sobre la vía Acacias – Villavicencio; la Villa Olímpica considerada lugar de integración comunitaria a partir del deporte sano; la Biblioteca Pública Municipal Carlos María Hernández Rojas, inaugurada en el 2006; recinto cultural ubicado en la salida a Villavicencio y que ofrece espacios para múltiples usos artísticos y educativos; el complejo ganadero Rosendo Baquero, equipado recinto ferial dado al servicio en 1997, ubicado en el kilómetro 1 de la vía a Villavicencio y el Coliseo del barrio las Ferias principal escenario municipal para desarrollar actividades recreativas y culturales.



*Figura 24. Sitios destacados de Acacias.*  
Fuente: Gobernación del Meta (2016).