

**ELABORACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL PARA LA
ESTACIÓN DE SERVICIO TESCA, ORGANIZACIÓN TERPEL S.A.**

**BRENDA HERAZO PADILLA
LIZETH PEREZ FRANCO**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
CARTAGENA**

2014

**ELABORACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL PARA LA
ESTACIÓN DE SERVICIO TESCA, ORGANIZACIÓN TERPEL S.A.**

**BRENDA HERAZO PADILLA
LIZETH PEREZ FRANCO**

Informe Final

Asesor

**Carlos Cesar Cortés Mattos
Contador Público**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
CARTAGENA**

2014

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	8
1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
2.OBJETIVOS.....	12
2.1.OBJETIVO GENERAL.....	12
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
3. DELIMITACIÓN.....	13
3.1 ESPACIO.....	13
3.2 TIEMPO.....	13
4. JUSTIFICACIÓN.....	14
5. MARCO TEÓRICO.....	15
5.1. MARCO HISTÓRICO.....	15
5.2. MARCO CONCEPTUAL.....	20
6. METODOLOGÍA.....	24
1. ESTRUCTURA DE ALGUNOS MODELOS DE BALANCE SOCIAL.....	26
2. IMPORTANCIA DE LA IMPLANTACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL EN LA EDS TESCA ORGANIZACIÓN TERPEL S.A.....	44
3. BALANCE SOCIAL EDS TESCA ORGANIZACIÓN TERPEL S.A. 2012 SEGÚN METODOLOGÍA INSTITUTO ETHOS DE BRASIL.....	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
CIBERGRAFIA.....	76
ANEXOS.....	78

DEDICATORIA

Primero que todo le dedico este pequeño pasó de mi proceso profesional a Dios por permitirme ingresar a la universidad de Cartagena y por darme la sabiduría necesaria y la constancia llegar hasta este punto.

Le dedico especialmente este logro a mi madre que me dio la vida y que siempre ha estado para mí apoyándome y dándome su amor, guiando mis pasos en todo este proceso.

A mi padre, a mis hermanos, a mis abuelos a Ronald Marsiglia y demás familiares que me impulsaron con su amor y comprensión.

Brenda Herazo Padilla.

DEDICATORIA

En primer lugar quiero dedicar este triunfo a una persona que toda la vida me ha brindado su amor y su apoyo incondicional y dado el valor necesario para seguir adelante, mi madre Irene María Franco Elles, a mi hija que es mi principal motor en esta vida.

A Dios, por haberme permitido alcanzar este logro, por darme sabiduría para poder seguir adelante con mi proceso profesional, por darme la salud y la fortaleza para llegar a este momento tan especial en mi vida, por todos los éxitos y los momentos difíciles que me ayudan a valorar esta meta alcanzada.

A mis hermanos, abuela y demás familiares que con su cariño contribuyeron al desarrollo y alcance de este triunfo.

Lizeth Pérez Franco.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que de alguna manera han hecho parte de este proceso y que me han brindado su apoyo incondicional para llevar a cabo el presente trabajo.

A mi alma mater, la Universidad de Cartagena que me acepto y me educo y sin duda alguna ayudo y apporto grandemente a mi crecimiento profesional y personal.

A mi madre, a mi padre y a una persona muy especial que lastimosamente en este gran día no me puede acompañar; Gracias y más gracias por confiar en mí y por darme ánimos cuando más lo necesite.

Brenda Herazo Padilla.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas aquellas personas especialmente familiares y amigos que me han ayudado para la elaboración del presente trabajo.

A la Universidad de Cartagena por permitirme adquirir todos aquellos conocimientos que me han permitido crecer tanto a nivel profesional como personal. A mis profesores por haber guiado mi formación profesional con sus conocimientos y consejos.

Y solo me queda darle mil y mil gracias a mi madre por confiar en mí, y haber luchado incansablemente para sacarnos adelante.

¡Muchas gracias!

Lizeth Pérez Franco.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la economía global y las exigencias de la sociedad han conllevado a que las acciones sociales se conviertan en una gran herramienta estratégica de negocio; esto no quiere decir que la razón de ser de las compañías debería centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, pero si se hace necesario que se considere la idea de generar valor social y económico.

El mundo ha cambiado y la forma de hacer negocios también cambió, por esta razón, cada vez se hace más necesario enseñar responsabilidad social a los ejecutivos y que estos comprendan que no solo deben tener responsabilidad frente a los accionistas sino también frente a la sociedad.

Igualmente cabe destacar que este enfoque durante los últimos años ha tomado un poco más de reconocimiento puesto que los gerentes y empresarios, tienen más conciencia de la magnitud que han cobrado los problemas sociales.

En este orden de ideas las empresas y los negocios se orientan a lograr la sostenibilidad de la misma; lo cual quiere decir que, una empresa socialmente responsable enriquece y fortalece su imagen institucional, cimienta fidelidad, fortalece sus marcas y contribuye de manera sensible a la rentabilidad del negocio en el largo plazo.

Ser socialmente responsable garantiza a las empresas a seguir operando en un mercado cada vez más competitivo; teniendo en cuenta, que los consumidores ahora están más informados, los empleados son más exigentes, cada vez cuesta más a las empresas sobresalir y diferenciarse entre las demás, de tal forma, que la conducta responsable de la empresa traerá consigo la generación de valor a corto plazo.

La estación de servicio Tesca es una empresa comprometida con el medio ambiente, la sociedad, sus clientes, proveedores y sobre todo con sus empleados. Es por esto que se ve interesada en la elaboración de un modelo de balance social que pueda satisfacer sus necesidades y le permita planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas.

El presente trabajo tiene como finalidad diseñar un modelo de balance social que se encuentre acorde a sus requerimientos.

1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La situación financiera de las empresas la conocemos por medio de los llamados estados financieros, los cuales son de gran importancia puesto que son el medio principal para suministrar información contable a quienes no tienen acceso a los registros de un ente económico.

Dependiendo de las características de los usuarios a quienes van dirigidos o los objetivos específicos que los originan los estados financieros se dividen en estados de propósito general y de propósito especial. Con la ayuda de estos estados podemos saber de inmediato cual es la situación real de la empresa en cuanto a finanzas se refiere.

Pero al momento de medir la gestión social de la empresa nos quedamos cortos; por esta razón, se hace necesario implementar una herramienta de administración que nos permita satisfacer nuestras necesidades y de esta manera planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas.

Este tipo de herramienta actualmente es llamada "Balance Social".

Al igual que con el balance financiero; el balance social debe ser evaluado y presentado conjuntamente al final de cada periodo.

En este sentido la estación de servicio Tesca Organización TERPEL S.A. siente la necesidad de evaluar su gestión social y económica para lograr su equilibrio integral. Y para conseguirlo ha decidido implementar un instrumento de balance social que a través de un informe formal nos dé a conocer la situación general de la empresa, su historia; la responsabilidad social, así como, su aporte en materia

de recursos humanos y su relación con la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse.

Por lo anterior surge el siguiente interrogante de investigación: **¿Qué factores se deben tener en cuenta al momento de la elaboración de un balance social para la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. como herramienta de gestión?**

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un balance social para la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. como componente fundamental de sostenibilidad ayudando a fortalecer la imagen institucional de la empresa y a su vez contribuyendo al mejoramiento de las prácticas sociales basándonos en un modelo ya existente.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✚ Determinar un modelo de Balance Social ya existente como base para la elaboración del balance social para la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A.
- ✚ Determinar la importancia que representa la implantación de un balance social como componente fundamental de sostenibilidad en la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A.
- ✚ Elaborar un instrumento de balance social que permita determinar la gestión social de la estación de servicio Tesca con base en el modelo seleccionado.

3. DELIMITACIÓN

3.1. ESPACIO

- ✚ La presente investigación se llevara a cabo en la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. ubicada en la ciudad de Cartagena, la cual se encuentra localizada en el norte del departamento de Bolívar a orillas del mar Caribe, y cuyas coordenadas son $10^{\circ} 23' 59''$ N latitud norte y $75^{\circ} 30' 52''$ W de longitud oeste. A su vez la Estación de Servicio Tesca organización TERPEL S.A. está ubicada en la Avenida Pedro de Heredia con calle 30# 48C - 76. Dedicada a distribuir y comercializar combustibles.

3.2. TIEMPO

Para efectos de la presente investigación, se tendrá en cuenta desde el año 2012 hasta la actualidad teniendo en cuenta las condiciones en que se encuentra su gestión social.

4. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día, la RSE ha tomado mucho auge en las organizaciones, las cuales son conscientes del impacto social que causan al desarrollar sus actividades, sin embargo, es satisfactorio destacar que éstas han adoptado una actitud responsable ante la presente situación, mostrando sus valores y principios.

De igual forma, el mundo empresarial actualmente es muy competitivo, y las empresas que son socialmente responsables generan mayor atracción.

Por lo anterior, es fundamental que una empresa con Responsabilidad Social Empresarial, para este caso, la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A., mantenga registro de sus proyectos, acciones y su contribución social, y a la vez tenga un instrumento como el balance social, el cual se diseñará para esta empresa y permitirá medir y evaluar la gestión que están realizando en relación a sus empleados, el medio ambiente, la sociedad, sus clientes y proveedores.

Así mismo, la realización de este proyecto le permitirá a los estudiantes de la Universidad de Cartagena, tener acceso a la información que se suministrará acerca del balance social; un tema que ha tomado mucha fuerza en los últimos tiempos, y sobre el cual las empresas se están inclinando más, ya que, les brinda un valor agregado y a la vez, es una manera de ser competentes en el mercado.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 MARCO HISTORICO

Es común catalogar a las empresas como entidades con ánimo de lucro que solo se enfocan en generar utilidades, pero desde hace ya varios años estas, tienen en cuenta diferentes aspectos como son: los trabajadores y sus familias, el público externo como sus proveedores, clientes y la comunidad, ya sea, para que sus empleados tengan un mejor ambiente laboral, cumpliendo con las leyes que cobijan a estos, para ser socialmente responsable tratando de disminuir los daños que causa el ejercicio diario de sus actividades, o para garantizar su sostenibilidad a lo largo del tiempo en el mercado.

Algunos especialistas consideran que a partir de los años 70 aparece la RSE como respuesta a ciertas demandas de varios sectores de la economía mundial, aunque otros, suelen fijar el surgimiento del interés en los temas relacionados con la RSE, cuando en Estados Unidos, el líder religioso, Leo Sullivan, desarrollo los denominados principios de Sullivan como marco de referencia para los accionistas e inversionistas de momento de decidir dónde invertir. Aunque sus primeros indicios comenzaron en los años 60 con la participación de ciertos empresarios como Thomas Watson y David Rockefeller, los cuales plantearon –por primera vez- la idea de una responsabilidad social de las empresas (ACCIÓN EMPRESARIAL, 2003).

Uno de los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) devino de manera objetiva de la iniciativa del “Pacto Global” (Global Compact) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso el Secretario General de Naciones Unidas, el Señor Kofi Annan, en el FORO ECONOMICO MUNDIAL, celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999 (ROJAS Y OLAYA).

La perspectiva teleológica del Pacto Global es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses

de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), sobre la base de 10 principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionados con los valores fundamentales en materia de:

- ✚ Derechos Humanos
- ✚ Normas Laborales
- ✚ Medio Ambiente
- ✚ Lucha contra la corrupción

Los Diez Principios del Pacto Mundial

Los Diez Principios del Pacto Mundial están basados en Declaraciones y Convenciones Universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción (ROJAS Y OLAYA).

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Orígenes y antecedentes del Balance Social, Los primeros intentos de exponer públicamente indicadores semejantes a los que hoy caracterizan al Balance Social (Social Balance), surgieron a partir de 1966 en los Estados Unidos de Norteamérica con la finalidad de mejorar la imagen pública de las instituciones (IDEA, 2001).

En esa época, una coalición formada por liberales, estudiantes, periodistas, consumidores y ecologistas, comenzó a criticar duramente la política de industrialización a ultranza, de publicidad agresiva y de explotación poco afortunada de los recursos naturales por parte de las organizaciones, haciéndolas responsables de la crisis social que atravesaba el país, particularmente en sus principales ciudades (IDEA, 2001).

Ante los hechos, bajo el concepto de Responsabilidad Corporativa (Corporate Responsibility) y con la denominación de Auditoría Social (Social Audit), se procuró cuantificar en términos monetarios los beneficios y perjuicios sociales

directamente relacionados con las políticas laborales emprendidas por las instituciones (IDEA, 2001).

Esta traducción del esfuerzo social de las organizaciones en términos cuantitativos ocultó, de alguna manera, su verdadera faz social, por lo que la concepción norteamericana resultó insuficiente para los investigadores de los países europeos que también comenzaban a preocuparse por el tema (IDEA, 2001).

Durante la década del 70 - tanto en los ámbitos empresariales como académicos europeos – continuaron elaborándose sistemas de información social más complejos, particularmente en Alemania, España, Francia, Holanda e Inglaterra.

En Francia se dio la primera definición legal de Balance Social. Para la ley francesa, que data del año 1977, el Balance Social (obligatorio para las empresas que ocupan más de 300 personas) es un instrumento de información global retrospectiva, mediante el uso de ciertos indicadores referidos básicamente al ambiente social interno (IDEA, 2001).

Desde entonces, los Balances Sociales fueron evolucionando, en su profundidad y alcance.

Su implementación permite cumplir con los objetivos fundamentales: información, planeamiento, transparencia, gestión y concertación. Su empleo contribuye a la gestión empresarial, facilitando el registro, evaluación y control -con fines de mejoramiento progresivo- del desempeño social de la organización.

A los indicadores normalmente utilizados en el ámbito interno (características socio laborales del personal, servicios sociales que la institución presta a sus empleados, integración y desarrollo de los mismos, etc.), se sumaron los que evidencian una mayor preocupación por evaluar la gestión de la organización en relación con la demanda de los sectores afectados por sus acciones en el ámbito externo (familia, comunidad, medio ambiente, otras entidades, etcétera).

Las normas sobre Balance Social en los años 60 y 70 por otro lado, fueron en general reactivas y se centraron más en obligaciones y prohibiciones que en aspiraciones o valores a realizar. Hoy en día se propone más un tipo de norma

reflexiva que no obliga sino que impulsa a que las empresas a ser proactivas y a reflexionar de sus prácticas.

El período más activo fue el de los años setenta. En los ochenta en cambio, no hubo evolución de este movimiento.

Según Hess²¹, debido en parte a la recesión y a la primacía dada a los intereses de las empresas. La comunidad de negocios por otro lado, no vio en el Balance Social una ayuda para mejorar la *performance* corporativa sino la manera para que otros grupos de interés tuvieran la información necesaria para calificar a las empresas. La falta de capacidad del público de entender y apreciar este tipo de reporte, bajó también la demanda de los mismos.

En los noventa, se empezaron a difundir las auditorías ambientales e impulsado por este éxito de las mencionadas auditorías, surgió en Europa un nuevo movimiento relacionado con las ventajas que implicaba a la empresa la publicación de este tipo de balance.

En Iberoamérica, las principales instituciones públicas y privadas de países como Chile, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay, publican anualmente sus Balances Sociales.

Como resumen de los antecedentes descritos, creemos conveniente destacar que en la medida que la civilización avanza, los requerimientos de transparencia son mayores.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL, es un término que se refiere a la carga, compromiso u obligación, de los miembros de una sociedad ya sea como individuos o como miembros de algún grupo tienen, tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto. (GILLWALD, K., 2000)

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, es una herramienta de gestión empresarial, una nueva visión de negocios que incorpora la preocupación por el desempeño económico de la empresa y su impacto en los stakeholders¹. Es una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos (ACCIÓN EMPRESARIAL, 2003).

De igual forma, también es definida como la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad (FUNDACIÓN PROHUMANA).

Pero es normal que toda empresa quiera ver reflejado el destino de sus recursos, para poder llevar un control de estos y evaluar si la gestión que se está realizando es llevada correctamente, es por tal razón que se comienza a hablar de un balance social dándose la primera definición legal en Francia, considerado como un instrumento de información global retrospectiva, mediante el uso de ciertos indicadores referidos básicamente al ambiente social interno (IDEA, 2001).

Es claro que cualquier empresa puede ser socialmente responsable, generando beneficios tanto para la sociedad en general como para ella misma, ya que, la

¹ Los “skateholders” son aquellas “personas u organizaciones que son impactados por las acciones de la empresa y que a su vez pueden impactar con sus acciones a la empresa”.

RSE es un elemento que le permite una mayor sostenibilidad en el mercado y por lo tanto un mayor desempeño económico.

El Balance o Reporte Social Empresarial (conocido también como Reporte de Sustentabilidad) es complementario al balance financiero y es una memoria que la empresa publica anualmente dando cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad. Es también un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social corporativa (Acción empresarial, 2003).

Según IDEA (Instituto de Desarrollo Empresarial para la Argentina) el **Balance Social** consiste en reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales que hacen a la naturaleza y a los intereses de la actividad empresarial, volcada en un documento de alcance público, donde se puedan cuantificar los datos.

El desarrollo del concepto de comparabilidad de este instrumento permite obtener conclusiones de las fortalezas y debilidades del accionar encarado por los entes informantes en materia social. Si bien su objetivo inmediato pareciera ser la satisfacción de necesidades de información de un sector limitado de los grupos de interés, el objetivo final es el beneficio de toda la sociedad.

El documento debe reflejar con objetividad e integridad la situación real de la institución, explicitando tanto los impactos positivos como negativos del período considerado.

Al igual que el balance económico, el Balance Social tiene un nivel de elaboración técnica que le es propio.

En otra parte del documento El Balance Social Un Enfoque Integral de IDEA se define al Balance Social como una herramienta de la política empresaria que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de

desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.

Consiste en reunir y sistematizar la información correspondiente a las dimensiones sociales de la empresa, realizando con objetividad y seriedad una descripción de indicadores, así como una enumeración realista y rigurosa de las tareas realizadas por la institución en materia social.

Posibilita, de esta manera, su evaluación y el desarrollo de programas de acción afines.

Es una expresión de la dimensión social del quehacer empresario, mostrando datos -cifrables o no- acerca del impacto de la relación de la empresa con su entorno y con sus grupos humanos interno y externo.

Recoge las áreas más relevantes de las relaciones entre empresa y sociedad, mostrando costos y beneficios de cada una de ellas y diferenciando las prestaciones que son impuestas directa o indirectamente por ley, de aquellas que materializan aportaciones voluntarias.

Posibilita confrontar los resultados alcanzados en materia social con los presupuestos previamente definidos, presentándolos en términos de déficit o superávit. A partir de esos resultados, facilita el planeamiento de la gestión y la elaboración de acuerdos o convenios entre partes.

Para la implementación eficaz de un Balance Social en la empresa, son requerimientos básicos: la existencia de una filosofía social, el convencimiento de la dirección y el compromiso corporativo.

La demanda de información relacionada con la actividad social de las instituciones, requiriendo indicadores relacionados con los recursos naturales, el ecosistema, el desarrollo de la comunidad y otros aspectos sociales, es una tendencia irreversible que se relaciona directamente con el desenvolvimiento creciente de la civilización.

Entre otras razones, por el altísimo grado de interrelación que tienen la actividad de los diversos agentes. La acción social de un grupo empresario puede estar

relacionada con los recursos naturales, el medio ambiente, la capacitación y educación de sus recursos humanos, el desarrollo sustentable, el bienestar de la comunidad, etcétera. Por tal razón, es de esperar que la demanda de la sociedad vaya *in crescendo* en estos aspectos, exigiendo un nivel mayor de revelación, de cuantificación y de detalle respecto de las políticas sociales.

Además, mediante la inclusión de indicadores y tablas comparativas, se podrá ver cómo evolucionan esas políticas en el tiempo, en términos de proporción de los recursos manejados, y en función de otros aspectos que puedan requerir cambios en las políticas sociales de las instituciones.

El Balance Social permite cumplir con los siguientes objetivos:

- realizar un diagnóstico de la gestión empresarial en relación al cumplimiento de su responsabilidad social en un determinado período, lo que permite redefinir políticas, establecer programas y hacer más eficientes las inversiones sociales, mejorando la relación costo/beneficio.
- permitir a la gerencia planificar las acciones orientadas a aumentar la productividad y eficiencia de sus trabajadores, y a efectuar un seguimiento del resultado de esas acciones.
- disponer de información relativa a los recursos humanos de la empresa y sobre su relación con los sectores de la comunidad con los cuales ella se vincula, entre otras cosas, para poder informar adecuadamente a la opinión pública sobre su desempeño social.
- permitir a la empresa actualizar políticas y programas relacionados con su responsabilidad social, ya que es un instrumento efectivo para medir y controlar las consecuencias, los costos y beneficios derivados de sus acciones.

Para implementar el Balance Social en una institución se hace necesaria la existencia de una política social, reconociendo su responsabilidad social como filosofía y fijando los parámetros dentro de los que se desarrollan las acciones tendientes al cumplimiento de tal responsabilidad, tanto interna como externa.

6. METODOLOGÍA

La presente investigación es de naturaleza descriptiva, puesto que pretende partir de la caracterización de la realidad social empresarial de la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. para lograr la implementación de un instrumento que nos permita conocer la problemática social y así determinar la importancia de esta como elemento fundamental para contribuir a la solución de dicha problemática en la ciudad de Cartagena, permitiendo a su vez el fortalecimiento de la empresa.

La investigación se llevara a cabo en las siguientes etapas:

Análisis de los diferentes modelos de balance social: En esta etapa se realizará un análisis de los diferentes modelos de balance social ya existentes, con el propósito de escoger el más idóneo para la Estación de Servicio Tesca Organización TERPEL S.A que nos sirva como base para la elaboración de nuestro balance social, y a su vez este se acople a las características de esta empresa.

Identificación de los diferentes grupos de interés: Esta etapa implica la identificación de los diferentes grupos de personas que están involucrados y se verán directamente beneficiados con la implementación del instrumento de balance social en la Estación de Servicio Tesca Organización TERPEL S.A

Aplicación de técnicas de recolección de información: En esta etapa se seleccionarán y aplicarán las técnicas de recolección apropiadas para la obtención de la información relacionada con el tema a tratar en la presente investigación.

Entrevista con la gerencia: Este paso se realiza con el fin de obtener información más detallada y fundamental para la elaboración de nuestro de balance social.

Elaboración del informe final: Teniendo en cuenta la información recolectada y su posterior análisis se procederá a la elaboración un balance social que permita determinar la gestión social de la estación de servicio Tesca con base en el modelo seleccionado.

CAPITULO I

ESTRUCTURA DE LOS DIFERENTES MODELOS DE BALANCE SOCIAL

Durante el desarrollo del presente capítulo se describirán los diferentes modelos de balance social que existen, con el fin de escoger el más óptimo e idóneo para la Estación de Servicio Tesca Organización Terpel S.A, el cual se adapte a las prácticas de responsabilidad social adoptadas y desarrolladas por la empresa y pueda reflejar dicha información.

Dentro de los modelos de Balance Social ya existentes podemos citar los siguientes:

1. Instituto Brasileño de Análisis Social y Económico (Ibase)
2. Instituto ETHOS
3. Global Reporting Initiative (GRI)
4. ANDI -OIT

Todos estos modelos poseen las informaciones mínimas que deben ser ubicadas para dar transparencia a las actividades de la empresa.

Otros documentos presentan un formato definido, en general, por la misma área de comunicaciones de la compañía y no contienen las informaciones exigidas por ninguno de estos modelos patrones.

Modelo Ibase

Lanzado en 1997 por el Ibase, se inspira en el formato de los balances financieros. Expone, de manera detallada, los números asociados a responsabilidad social de la organización, En forma de planilla, reúne informaciones sobre la ficha de pagos, los gastos con cargas sociales de funcionarios, la participación en los lucros.

También detalla los gastos en el control ambiental y las inversiones sociales externas de las diversas áreas: educación, cultura, salud etc. (ETHOS, 2006).

El modelo de Balance Social Consolidado desarrollado por la organización brasileña Ibase, es utilizado por las empresas de dicho país desde 1997 (ACCION EMPRESARIAL 2002).

Su simplicidad y claridad han logrado que cada día más empresas lo tomen como modelo a utilizar en sus reportes sociales. El modelo puede ser aplicado por empresas de cualquier tamaño y sector (ACCION EMPRESARIAL 2002).

El set de indicadores Ibase podría ser inicialmente usado como un conjunto mínimo de indicadores respetando su formato de presentación. En el caso que la empresa evolucione a un reporte social más completo como el sugerido en nuestra Guía (sea éste presentado separado o como parte de su memoria anual, lo cual sería lo óptimo) igualmente podría ser mantenido el set de indicadores como un resumen ejecutivo de rápida lectura y comparación con empresas con un grado de desarrollo menor en su reporte social (ACCION EMPRESARIAL 2002).

Un aspecto clave de cualquier set de indicadores que se utilice es el compromiso formal de la empresa con la divulgación y transparencia.

La forma práctica encontrada en Brasil consiste en que las empresas tienen derecho y reciben un sello de pertenencia al sistema (a la manera de una certificación) a condición de su compromiso de publicar el set de indicadores en medios de prensa de amplia circulación (ACCION EMPRESARIAL 2002).

Base de Calculo	Año X			Año X-1		
Ingresos de Explotación Margen de Explotación Libro de Remuneraciones						
Indicadores Sociales	Valor (\$)	%Sobre remuneraciones	%Sobre ingresos	Valor (\$)	%Sobre remuneraciones	%Sobre ingresos
Alimentación Contribuciones sociales obligatorias Previsión Salud Seguridad y medicina en el trabajo Educación Cultura Capacitación y desarrollo profesional Sala cuna Compensaciones por resultado Otros						
Total Indicadores Sociales Internos						
Indicadores Sociales internos	Valor (\$)	%Sobre remuneraciones	%Sobre ingresos	Valor (\$)	%Sobre remuneraciones	%Sobre ingresos
Educación Cultura Salud e Higiene Vivienda Deportes Actividades Recreativas Sala Cuna Alimentación Otros						
Total de las contribuciones a la sociedad						
Impuestos (Excluidas Contribuciones Sociales)						
Total Indicadores Sociales Externos						
Indicadores Ambientales	Valor (\$)	%Sobre remuneraciones	%Sobre ingresos	Valor (\$)	%Sobre remuneraciones	%Sobre ingresos
Relacionados con la operación de la empresa en programas o proyectos externos						
Total de Inversiones en medio ambiente						
Indicadores Recursos Humanos						
Nº de empleados al final del periodo Nº de contrataciones durante el periodo Nº de empleados externos Nº de empleados mayores de 45 años Nº de mujeres que trabaja en la empresa % de cargos de jefaturas ocupados por mujeres Nº de afrobrasileños que trabaja en la empresa % de cargos de jefaturas ocupados por afrobrasileños Nº de personajes discapacitados						
Informaciones relevantes sobre el ejercicio de la ciudadanía empresarial						
Relación entre la mayor y menor remuneración dentro de la empresa						
Nº total de accidentes de trabajo						
Los proyectos sociales o ambientales desarrollados por la empresa, fueron	<input type="checkbox"/>					
	El directorio	El directorio y los	Todos los	El directorio	El directorio y los	Todos los

definidos por:		gerentes	empleados		gerentes	empleados
	<input type="checkbox"/> El directorio	<input type="checkbox"/> El directorio y los gerentes	<input type="checkbox"/> Todos los empleados	<input type="checkbox"/> El directorio	<input type="checkbox"/> El directorio y los gerentes	<input type="checkbox"/> Todos los empleados
	<input type="checkbox"/> El directorio	<input type="checkbox"/> El directorio y los gerentes	<input type="checkbox"/> Todos los empleados	<input type="checkbox"/> El directorio	<input type="checkbox"/> El directorio y los gerentes	<input type="checkbox"/> Todos los empleados
	<input type="checkbox"/> El directorio	<input type="checkbox"/> El directorio y los gerentes	<input type="checkbox"/> Todos los empleados	<input type="checkbox"/> El directorio	<input type="checkbox"/> El directorio y los gerentes	<input type="checkbox"/> Todos los empleados
	<input type="checkbox"/> No son considerado	<input type="checkbox"/> Son sugerido	<input type="checkbox"/> Son exigidos	<input type="checkbox"/> No son considerado	<input type="checkbox"/> Son sugerido	<input type="checkbox"/> Son exigidos
	<input type="checkbox"/> No se realiza	<input type="checkbox"/> Apoya	<input type="checkbox"/> Organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> No se realiza	<input type="checkbox"/> Apoya	<input type="checkbox"/> Organiza e incentiva
Otras informaciones						

Fuente: Acción empresarial

Modelo ETHOS

Basado en el reporte detallado de los principios y las acciones de la organización, incorpora la planilla propuesta por el Ibase y sugiere un análisis mayor del contexto en la toma de decisiones, de los problemas encontrados y de los resultados obtenidos (ETHOS, 2006).

El Instituto ETHOS defiende la necesidad de que los balances sociales adquieran credibilidad y consistencia comparables a los balances financieros. Por tanto es necesario que los siguientes principios sean verificados:

- ✚ **Relevancia:** Las informaciones contenidas en los balances sociales serían útiles si fuesen percibidas como tales por su público interesado. Por ello, la empresa debe conocer las expectativas de estos usuarios.
- ✚ **Veracidad:** Neutralidad y consistencia en la formulación y presentación son fundamentales para que la empresa demuestre la confiabilidad de su balance. Acciones y resultados deben ser descriptos en base a hechos y argumentos que no varíen la manipulación de la opinión de las partes interesadas (stakeholders).

Impactos positivos y negativos, directos e indirectos deben ser presentados de modo consciente, llevándose en cuenta la importancia de incluir la discusión y el posicionamiento de la empresa sobre un tema específico.

- ✚ **Claridad:** Para que el balance social sea comprendido por todos los públicos al que va destinado, la inclusión de gráficos, términos técnicos y/o científicos debe ser hecha con mucha cautela.
- ✚ **Comparable:** La posibilidad de comparación de los datos con el de otras empresas u organizaciones o el mismo entre diferentes periodos debe tomarse en cuenta para que el balance social pueda ser evaluado en relación a los años anteriores o siguientes.
- ✚ **Regularidad:** La divulgación del balance social debe ser periódica para que pueda servir de instrumento de comparación para los diversos públicos.
- ✚ **Verificable:** Las informaciones contenidas en el balance social deben poder ser verificadas en auditoría, y que contribuya a su credibilidad.

Estructura del Balance Social propuesto por el instituto ETHOS

PARTE 1 – PRESENTACIÓN

- 1. Misión y Visión**
- 2. Mensaje del Presidente**
- 3. Perfil del emprendimiento**
- 4. Sector de la economía**

PARTE 2 - LA EMPRESA

- 5. Histórico**
- 6. Principios y Valores**
- 7. Estructura y Funcionamiento**

8. Gobernanza Corporativa

PARTE 3 - LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

9. Dialogo con partes interesadas

10. Indicadores de desempeño

Aspectos cualitativos: descripción de resultados y prácticas de gestión que representan indicadores de desempeño en responsabilidad social.

Indicadores cuantitativos: resultados mensurables y monitoreados presentados en números.

Otros indicadores sugeridos: descripción de informaciones cualitativas así como e indicadores cuantitativos.

10.1 Indicadores de desempeño económico

Aspectos cualitativos: impactos por medio de la generación y distribución de riqueza; resultados provenientes de la productividad, procedimientos, criterios y retornos de inversiones realizados en la propia empresa y en la comunidad.

Indicadores cuantitativos:

Generación y distribución de riqueza

Productividad

Inversiones

Otros indicadores sugeridos: efectos / impactos económicos provenientes de la apertura, transferencia o cerramiento de unidades de la empresa, valores envueltos en la tercerización de procesos y servicios; niveles de productividad por categoría profesional, inversiones observando el mejoramiento de desempeño en la cadena de valor productiva (proveedores, distribuidores etc.) desempeño de la empresa en el cumplimiento de contratos con proveedores.

10.2 Indicadores de desempeño social

1. Público interno

Aspectos cualitativos

Público interno

Educación y entrenamiento

Indicadores cuantitativos

Perfil de los empleados (del año en curso)

Perfil de salarios (salario promedio del año en curso)

Comparación salarial (del año en curso)

Salud y seguridad

Educación y entrenamiento

Tasas de atracción y retención de profesionales

Otros indicadores sugeridos: educación y entrenamiento; salud y seguridad; compromisos con el futuro de los niños; diversidad; generación de empleos.

2. Proveedores

Aspectos cualitativos

Naturaleza y perfil de los proveedores

Otros indicadores sugeridos: programas de monitoreo y verificación del cumplimiento de los criterios socio ambientales acordados con los proveedores; programas de desarrollo entre proveedores locales comunitarios; participación en programas y políticas para el cumplimiento de valores de responsabilidad social en toda la cadena productiva; programas de integración de trabajadores tercerizados entre los funcionarios, incluyendo los mismos beneficios básicos ofrecidos en programas de entrenamiento y desarrollo profesional; porcentaje de trabajadores tercerizados en relación al total de la fuerza de trabajo.

3. Consumidores / clientes

Aspectos cualitativos

Investigación de satisfacción de los consumidores / clientes

Servicio de atención a consumidores / clientes

Indicadores cuantitativos

Servicio de atención al cliente

Otros indicadores sugeridos: iniciativas con proveedores, distribuidores y asistencia técnica, tratando de crear una cultura de respeto y valorización de los consumidores; iniciativas de transformación de la política de marketing de la empresa en un canal abierto de comunicación y educación de los consumidores / clientes; situaciones envolviendo el código de Defensa al Consumidor; el cuidado a informaciones colocadas en rótulos, embalajes y otros materiales de comunicación, cuidados en la mejoría continua de productos y servicios buscando la eficiencia en la utilización de materia prima, la seguridad en el uso y desecho adecuado, programas de entrenamiento continuo para profesionales de atención al público; sistemas internos de respuestas y actuación en caso de daños a consumidores / clientes.

4. Comunidad

Aspectos cualitativos

Gerenciamiento de impactos en la comunidad

Voluntariado

Erradicación del trabajo infantil

Gerenciamiento de programas sociales

Indicadores cuantitativos

Inversiones sociales

Otros indicadores sugeridos: utilización de incentivos fiscales para actividades ligadas a la cultura, al área social u otros previstos por ley; mecanismo de estímulo a funcionarios y accionistas para la realización de donaciones; participación con otras empresas en la discusión de los problemas comunitarios y en el seguimiento de soluciones; mecanismos de evaluación del impacto social de sus inversiones y proyectos sociales con feedback o participación de los beneficiarios; mecanismos de inclusión de las acciones sociales en la planificación estratégica de la empresa; porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad y cantidad de horas medias mensuales donadas (liberadas del horario normal de trabajo) de la empresa por voluntario.

5. Gobierno y Sociedad

Aspectos cualitativos

Participación en asociaciones y foros empresariales con la finalidad de contribuir en la elaboración de propuestas de interés público de carácter social.

Políticas de prevención y acciones emprendidas contra prácticas de corrupción y propina.

Indicadores cuantitativos

Inversiones

Otros indicadores sugeridos: políticas y procesos que muestran la participación de la empresa en apoyos y contribuciones a campañas políticas, como debates abiertos a candidatos y transparencia frente a los colaboradores y la comunidad; participación y apoyo en la elaboración, ejecución y/o perfeccionamiento de políticas públicas universales.

10.3 Indicadores de desempeño ambiental

Aspectos cualitativos

Política ambiental

Iniciativas relacionadas al gerenciamiento ambiental

Principales impactos ambientales

Indicadores cuantitativos

Uso de recursos

Otros indicadores sugeridos: política ambiental; uso de recursos; compromiso con futuras generaciones.

PARTE 4 - ANEXOS

11. Gráficos demostrativos del Balance Social

12. Iniciativas de interés de la sociedad (proyectos sociales)

13. Notas generales

Modelo Global Reporting Initiative GRI

El modelo de GRI para la presentación es de gran importancia a escala global. GRI es una red internacional lanzada en 1997 por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y por CERES (siglas en inglés de Coalition for Environmentally Responsible Economies, o Coalición por Economías Ambientalmente Responsables), entidad norteamericana que reúne 1500 especialistas y organizaciones, entre ellas ONGs, empresas y universidades. El objetivo es adoptar un modelo patrón internacional (ETHOS, 2006).

La misión de la GRI es que los balances sociales se vuelvan modelos tan difundidos como los balances financieros corporativos. Por tanto, ella se empeña en producir y diseminar un modelo que pueda ser aplicado globalmente. La importancia de padronizar los balances sociales producidos por empresas de sectores o países diferentes es crear un instrumento que permita comparaciones entre ellas, en cuanto al desempeño obtenido y a las soluciones y los desafíos encontrados (ETHOS, 2006).

En el 2002, la GRI lanzó la versión revisada de las Directrices para Reportes de Sustentabilidad⁴, publicada en portugués por el Instituto ETHOS, que es parte de esta iniciativa internacional y orienta a las empresas a tener como referencia el modelo propuesto por GRI.

Estructura básica de Balance Social de la Global Reporting Initiative (GRI)

1. Visión y Estrategia

1.1. Declaración de la visión y de la estrategia de la organización y su contribución al desarrollo sustentable.

1.2. Declaración del director-presidente (o autoridad equivalente) comentando los puntos principales del balance.

2. Perfil de la organización

2.1. Nombre de la empresa

2.2. Principales productos y servicios, incluyendo marcas si es aplicable.

2.3. Estructura operacional de la organización.

2.4. Descripción de los principales departamentos, empresas en operación, subsidiarias *y joint ventures*.

2.5. Países en que está presente.

2.6. Tipo y naturaleza legal de propiedad de la empresa.

2.7. Mercados atendidos.

2.8. Tamaño de la organización.

2.9. Lista de las partes interesadas, los atributos de cada uno y su relación con la organización.

Alcance del reporte

2.10 Personas a ser contactadas para aclaraciones, incluyendo sus direcciones electrónicas.

2.11 Periodo a que se refieren las informaciones (año fiscal o calendario).

2.12 Fecha del informe anterior (si hubiese).

2.13 Alcance del reporte (países o regiones, productos o servicios; departamentos, instalaciones, joint ventures o subsidiarias, y cualquier limitación específica del alcance).

2.14 Alteraciones significativas ocurridas desde el reporte anterior (en el tamaño, en la estructura, en el control accionario o en productos y servicios).

2.15 Método de elaboración del reporte en lo que se refiere a joint ventures, subsidiarias parcialmente controladas, instalaciones alquiladas, operaciones tercerizadas y otras situaciones que puedan afectar la comparación entre periodos distintos o con reportes de otras organizaciones.

2.16 Explicación de la naturaleza y de las consecuencias de cualquier reformulación de informaciones contenidas en reportes anteriores y el motivo de dicha reformulación (por ejemplo, fusiones o adquisiciones, cambios en el periodo o año base, naturaleza del negocio, métodos de medición).

Perfil del reporte

2.17 Razones para no aplicar principios o protocolos de GRI en la elaboración del reporte.

2.18 Criterios y definiciones usados en la contabilidad de costos y beneficios económicos, ambientales y sociales.

2.19 Alteraciones significativas en relación a los años anteriores en los métodos de medición aplicados a datos económicos, ambientales y sociales relevantes.

2.20 Políticas y procedimientos internos usados para reforzar y asegurar la exactitud, integridad y confiabilidad del reporte de sustentabilidad. Tales procedimientos incluyen sistemas de gestión internos, procesos y auditorias para garantizar que los datos brindados son confiables y completos en relación al alcance del reporte.

2.21 Políticas y procedimientos actuales para proveer verificaciones imparciales en el reporte.

2.22 Medios por los cuales los usuarios del reporte pueden obtener informaciones adicionales sobre aspectos económicos, ambientales y sociales de las actividades

de la organización, incluyendo detalles disponibles sobre instalaciones o secciones específicas.

3. Estructura de gobernanza y sistemas de gestión

Estructura de gobernanza

3.1. La estructura de gobernanza corporativa, incluyendo los principales comités existentes debajo del consejo de administración que sean responsables por la estrategia y la supervisión de la organización.

3.2. Porcentaje de directores no ejecutivos del consejo, con autonomía de acción.

3.3. Determinación de la especialización que los miembros del consejo deben tener para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades o riesgos ambientales y sociales.

3.4. Competencia del consejo para la supervisión de la gestión de riesgos y de oportunidades económicas, ambientales y sociales.

3.5. Vínculo entre la remuneración de los ejecutivos y alcance de las metas financieras y no financieras de la organización (desempeño ambiental, prácticas laborales, etc.).

3.6. Estructura organizacional de profesionales responsables de la supervisión, implementación y auditoría de políticas económicas, ambientales y sociales.

3.7. Misión y valores, códigos internos de conducta o principios y políticas relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y su implementación.

3.8. Mecanismos de habilitación de accionistas para la aprobación de recomendaciones o seguimiento del consejo de administración.

Involucramiento de las partes interesadas

3.9. Base para la identificación y selección de las principales partes interesadas.

3.10. Formas de consulta a las partes interesadas, de acuerdo con la frecuencia de las consultas, por tipo o grupo de interesados.

3.11. Tipo de información generado por las consultas a las partes interesadas.

3.12. Uso de las informaciones resultantes del involucramiento de las partes interesadas.

Políticas de alcance y sistemas de gestión

3.13. Explicaciones sobre cómo el principio de precaución es tratado en la empresa.

3.14. Cartas de principios internacionales u otras iniciativas sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales que la organización suscribe.

3.15. Participación en asociaciones industriales y empresariales y/o organizaciones nacionales o internacionales de defensa de los derechos individuales.

3.16. Políticas y/o sistemas para administrar los impactos de la cadena productiva, incluyendo: gestión de la cadena de proveedores y de su desempeño social y ambiental; iniciativas para mejorar la gestión de servicios y productos, tales como esfuerzos para mejorar el diseño del producto, minimizando los impactos negativos asociados a su fabricación uso y desecho.

3.17. Medios que la organización relatora utiliza para administrar impactos económicos, ambientales y sociales indirectos resultantes de sus actividades.

3.18. Modificaciones realizadas durante el periodo de elaboración de los reportes en relación a la localización y cambios en las operaciones.

3.19. Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social, como por ejemplo:

Establecimiento de prioridades y objetivos;

Programas para mejorar el desempeño;

Comunicación interna y entrenamiento;

Auditoria interna y externa;

Revisión de la auditoria

3.20 Certificación relativa al sistema de administración económico, ambiental y social.

4. Sumario del contenido de GRI

5. Indicadores de desempeño

Modelo ANDI – OIT

El modelo fue presentado inicialmente en 1987 por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Cámara Junior de Colombia (CJC), está estructurado de la siguiente manera (CABALLERO Y BALAGUER):

- ✚ **Área interna:** Se refiere a las respuestas y acciones de la empresa hacia sus trabajadores en tres campos: Características Socio-Laborales
 - Servicios Sociales
 - Integración y Desarrollo
- ✚ **Área externa:** Se refiere al cumplimiento de la Responsabilidad Social con los demás interlocutores sociales con que se tiene relación, clasificándolos en tres campos: Relaciones Primarias
 - Relaciones con la Comunidad
 - Relaciones con otras Instituciones
 - Para cada caso se definen las variables y los indicadores. "Las variables son aquellas actividades que en su contenido pueden variar y los indicadores reflejan esa variación" (ANDI). "Los indicadores son un medio y no un fin para llevar a cabo un control de la gestión" (J. M. Beltrán Pagio). En esta medida, las empresas deben definir indicadores que le aporten información para controlar su gestión en términos de eficiencia, eficacia, e impacto y eliminar aquellos que no aportan información relevante.
- ✚ **Eficiencia:** Grado de aprovechamiento de los recursos. Hacer las cosas de la mejor manera posible.

✚ **Eficacia:** Grado de satisfacción del cliente a través del producto o servicio (proyectos, programas). Lograr los resultados correctos.

✚ **Impacto:** Evaluar el costo beneficio generado de acuerdo con los objetivos de cada programa, proyecto o actividad. Para cada indicador se debe definir un rango de gestión para el control y evaluación y diseñar su medición haciendo los ajustes que sean necesarios de forma que brinden información oportuna y válida para la toma de decisiones. Un indicador debe dar valor agregado a la información, en consecuencia, a la hora de definirlo se debe tener en cuenta por lo menos: Que la información que se recoge es útil, suficiente y real.

-Que las fuentes son fiables.

-Que la información se recoja oportunamente para tomar las decisiones de control o evaluación.

-La información para facilitar su proceso se debe sistematizar y definir si se presenta cualitativa o cuantitativamente.

-Finalmente no se trata de presentar resultados, sino analizar los mismos en el marco de una Política Social y unos Objetivos Sociales

En la tabla 1 se muestran las variables y los indicadores correspondientes a cada una de las áreas antes mencionadas.

Tabla 1
Resumen de las variables utilizadas en el Balance Social

ÁREA INTERNA	
CARACTERÍSTICAS SOCIO-LABORALES DEL PERSONAL	
1.	DEMOGRAFÍA

2. ABSENTISMO
3. ROTACIÓN DEL PERSONAL
4. JORNADA LABORAL
5. SALARIOS Y PRESTACIONES
6. RELACIONES LABORALES

SERVICIOS SOCIALES DE LA EMPRESA AL PERSONAL

1. SALUD
2. RIESGOS PROFESIONALES
3. FONDOS DE PENSIONES
4. CAJAS DE COMPENSACIÓN
5. FONDOS DE EMPLEADOS O COOPERATIVAS
6. VIVIENDA
7. ALIMENTACIÓN
8. TRANSPORTE
9. SERVICIOS ESPECIALES

INTEGRACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL

1. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
2. DESARROLLO PERSONAL
3. CAPACITACIÓN
4. EDUCACIÓN
5. CAMPAÑAS EDUCATIVAS
6. TIEMPO LIBRE

AREA EXTERNA

RELACIONES PRIMARIAS

1. FAMILIA DEL TRABAJADOR
2. JUBILADOS
3. ACCIONISTAS
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN
5. CONSUMIDOR FINAL
6. COMPETENCIA
7. ACREEDORES
8. PROVEEDORES

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

1. COMUNIDAD LOCAL
2. SOCIEDAD

3. SECTOR PÚBLICO

RELACIONES CON OTRAS INSTITUCIONES

1. GREMIOS
2. MEDIOS DE INFORMACIÓN
3. UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES DE INVESTIGACIÓN

Fuente: Caballero y Balaguer.

CAPITULO II

IMPORTANCIA DE LA IMPLANTACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL EN LA EDS TESCA ORGANIZACIÓN TERPEL S.A.

El Balance Social o Reporte Social Empresarial (conocido también como reporte de sustentabilidad) es un complemento del balance financiero publicado anualmente por una empresa, en el cual se evidencian los proyectos, beneficios y acciones dirigidas a los empleados, inversionistas, proveedores y la comunidad en su conjunto. Es también instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social empresarial (RSE). (DERES – 2003)

En el balance social, la empresa muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y por la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes la rodean. Es decir, la función de un balance social es hacer pública la responsabilidad social empresarial, construyendo mayores vínculos entre la empresa, su personal y propietarios, la sociedad y el medio ambiente. (DERES- 2003)

Beneficios para el negocio

- ✚ Agrega valor: un balance social hace una diferencia en la imagen de la empresa dado que es un instrumento cada vez más valorado por los inversionistas y consumidores en el mundo (ACCION EMPRESARIAL, 2002).
- ✚ Aumenta el atractivo de cara a los inversionistas: el balance social es un instrumento de validación que los analistas de mercado, inversionistas y organismos financieros incluyen en su lista de documentos necesarios para respaldar la sustentabilidad de los proyectos de una empresa (ACCION EMPRESARIAL, 2002).

- ✚ Mejora las relaciones con los grupos de interés: la empresa que realiza este esfuerzo por publicar y hacer transparentes sus acciones y decisiones está más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés (stakeholders). El balance social actúa como complemento del balance financiero-contable, demostrando la apertura de la empresa al diálogo y a sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos (ACCION EMPRESARIAL, 2002).
- ✚ Reduce costo producto de crisis: en un mundo globalizado, en el cual las informaciones sobre las empresas circulan permanentemente en los mercados internacionales, una conducta ética y transparente debe incorporarse a la estrategia de cualquier organización moderna. Además, la comunicación fortalece los puentes de confianza entre las empresas y sus stakeholders, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto (ACCION EMPRESARIAL, 2002).
- ✚ Disminuye el riesgo de publicidad adversa: las empresas que dan cuenta de sus acciones, están mejor preparadas para guiar los intereses de sus consumidores y de otros stakeholders, de esta forma se evitan percepciones negativas de la empresa (ACCION EMPRESARIAL, 2002).
- ✚ Identificación de potenciales conflictos: el esfuerzo por compilar toda la información requerida en un reporte social puede ayudar a identificar prácticas o situaciones que pudiesen comprometer a la compañía. Esta pronta detección de conflictos latentes, de la oportunidad a la empresa de resolver el problema antes de que estos terminen en costosas demandas legales o en una negativa exposición pública (ACCION EMPRESARIAL, 2002).
- ✚ Mejora la efectividad organizacional: el balance social es un instrumento moderno de gestión y una valiosa herramienta para estructurar, medir y divulgar el ejercicio de la responsabilidad social en sus diversos escenarios.

Por ejemplo, un reporte social y medioambiental brinda a la compañía la oportunidad de reunir y apreciar en forma comprensiva la información sobre sus operaciones e impactos (ACCION EMPRESARIAL, 2002).

- ✚ Respuesta a la creciente demanda de transparencia: más allá de los accionistas, en el mundo de hoy existe una amplia variedad de grupos (activistas, medios de comunicación, organismos internacionales, etc) nacionales e internacionales, que están presionando a las empresas para dar a conocer su desempeño en temas sociales y medioambientales (ACCION EMPRESARIAL, 2002).

La estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. es una empresa con responsabilidad social empresarial, comprometida con el bienestar de sus empleados, proveedores, clientes y sociedad en general. Es por esto que se ve interesada en la elaboración de un modelo de balance social que pueda satisfacer sus necesidades y le permita planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas.

Por lo tanto, consideramos que es importante la implantación de un Balance Social en la EDS Tesca, ya que, permitiría en primer lugar tener una mejor información y un mayor control de las prácticas de responsabilidad social aplicadas por la empresa, en segundo lugar, éste ayuda a mejorar las relaciones que se mantienen con los diferentes grupos de interés que tiene la empresa, dándole a su vez una mejor imagen. Así mismo, permite que su público interno se encuentre satisfecho y a la vez refleje un mejor servicio al público externo.

De igual forma, la EDS Tesca organización Terpel S.A. es consciente de su compromiso social con la sociedad, y de la manera en que este influye en la credibilidad y reputación de la empresa en el mercado, afectando directamente la

supervivencia de esta frente a la competencia, es decir, el hecho de que la empresa sea responsable socialmente le brinda un mayor atractivo ante sus clientes y proveedores.

Hoy la economía global y las exigencias de la sociedad han conllevado a que las acciones sociales se conviertan en una gran herramienta estratégica de negocio. Es por esto que algunas empresas ya están presentando en sus memorias anuales, breves reseñas sobre sus actividades en relación al tema de responsabilidad social.

Existe una delgada línea entre lo que puede ser presentar información de responsabilidad social y lo que es presentar información del tipo de beneficencia social a los efectos de obtener resultados positivos desde un punto de vista de marketing: el balance social refleja el compromiso de la empresa en todas las áreas de RSE a través de un procesos continuado y no puntual.

Es así que la adopción de un modelo de balance social ayudara a la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. a consolidar sus hasta ahora tímidas presentaciones de información en relación al tema de Responsabilidad Social. Asimismo, la utilización de un modelo que se adapte a las necesidades de esta empresa, las liberaría de las presunciones de que su presentación de información sobre su responsabilidad social adopta un carácter exclusivamente de marketing o promoción de la empresa.

CAPITULO III

BALANCE SOCIAL EDS TESCA ORGANIZACIÓN TERPEL S.A. 2012 SEGÚN METODOLOGÍA INSTITUTO ETHOS DE BRASIL.

Después de analizar los diferentes modelos de balance social que existen, decidimos escoger el MODELO ETHOS pues este es el más óptimo e idóneo para la Estación de Servicio Tesca Organización Terpel S.A, ya que puede adaptarse a las prácticas de responsabilidad social adoptadas y desarrolladas por la empresa y puede reflejar dicha información, cabe destacar que este modelo no fue aplicado al pie de la letra pues las características de la empresa no lo permitieron.

AUTO-EVALUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EDS TESCA ORGANIZACIÓN TERPEL S.A.

Las organizaciones en la actualidad han entendido que las prácticas de responsabilidad social empresarial son fundamentales para el desarrollo institucional y de su talento humano, por lo tanto, uno de los primeros pasos a realizar en la implementación de una herramienta que le permita planear, dirigir, y controlar la gestión social de la empresa, es una auto-evaluación de los indicadores de RSE, con el fin, de conocer la situación de la entidad en cuanto a la administración de RSE, de identificar tanto las fortalezas como las debilidades, de ordenar los principales problemas de la organización, entre otras, este primer paso se realizó en base a la guía de auto-evaluación de indicadores de responsabilidad social empresarial conocida como MEDIRSE, elaborado por FUNDAHRSE, GTZ y SNV.

La anterior herramienta consiste en evaluar a la empresa en relación a diferentes indicadores como son: cultura organizacional, política, valores y compromisos éticos, legalidad, medio ambiente, clientes, proveedores, comunidad, empleados y

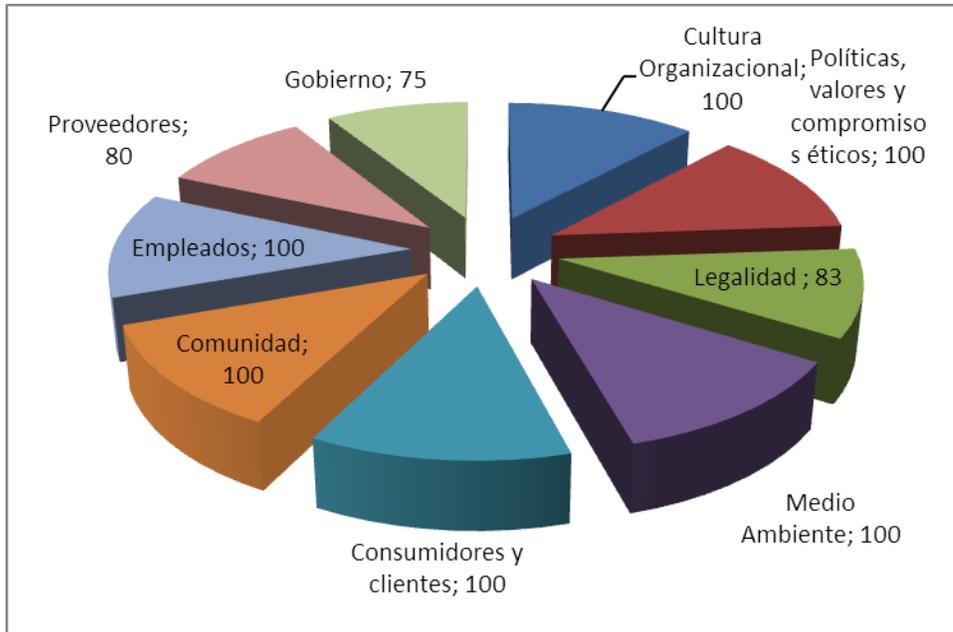
gobierno. Se trata de unas preguntas cerradas en donde sus posibles respuestas son: “sí”, “en proceso” y “no”, las cuales tienen la siguiente puntuación.

SI	En proceso	No
100	50	0

Después de responder el cuestionario se procede a sumar los puntajes y se obtiene un promedio, el cual se compara con la siguiente tabla de medición y se obtiene el nivel en el que se encuentra la empresa.

PUNTAJE	NIVEL
100-90	Excelente
89-80	Bueno
79-60	Regular
59-40	No satisfactorio
Menos de 39	Malo

Los resultados obtenidos al aplicar la guía de auto-evaluación en la EDS Tesca Organización Terpel S.A. son los siguientes:



En donde el total es de 838, y el resultado es $838/9= 93$.

Por lo tanto, se encuentra en el nivel excelente, cabe anotar que la Estación de Servicio Tesca se rige bajo los parámetros y reglamentos de la organización Terpel S.A. conocida por su compromiso con la gestión social en Colombia y con su sostenibilidad en el mercado.



MISIÓN

Movilizamos el transporte y la industria con propuestas diferenciadoras que agregan valor.

VISIÓN

En el 2017, con un equipo altamente efectivo, seremos líderes en participación de mercado, con el mejor posicionamiento de marca, reconocidos como la número uno en servicio y por nuestro compromiso con el país.

VALORES

La cultura corporativa está centrada en valores. Estos valores se viven a plenitud y se ponen en práctica en todas las situaciones de la cotidianidad laboral y personal, con la convicción de que ellos los llevaran a ser personas más productivas, a crecer individualmente y a promover ambientes caracterizados por relaciones sanas y de largo plazo.

Los siguientes son los valores que identifican a la EDS Tesca:

- ✚ Integridad: Entendido como que, sin excepción, hay que ser honestos y coherentes en las actuaciones y exigir lo mismo de las personas y entidades con quienes se interactúa.
- ✚ Respeto: Entendido como la construcción de relaciones sólidas y transparentes, como la no discriminación de opiniones o personas, y como el cumplimiento de la palabra con calidad y oportunidad.

-Las acciones reflejan el respeto que se tiene por el tiempo, las ideas, y la dignidad de los clientes, proveedores y compañeros de trabajo.

-En las relaciones tratan a los demás como les gustaría ser tratados.

-Promueven la equidad y la tolerancia en beneficio de todos.

- ✚ Confianza: Entendido como que creen en los compañeros y en su trabajo y por ello, dan y reciben empoderamiento que los hace aún más responsables con las decisiones y actuaciones.

CALIDAD

Se trabaja para generar valor, confianza y desarrollo en cada uno de los productos y servicios que se ofrecen. Por eso, se busca implementar las mejores prácticas y desarrollar sistemas innovadores.

Como resultado a los procesos y la búsqueda de calidad, la marca se ha posicionado por ofrecer los mejores productos y servicios en tecnología y calidad; además, ha conquistado el corazón y la confianza de los clientes.

Equipos

- ✚ Utilizan surtidores Encore 500 S que garantizan mejor calidad y seguridad en los tiempos de suministro.

- ✚ Los surtidores Encore 500 S poseen iluminación progresiva, lo cual facilita la selección de productos, evitando el riesgo de contaminar los vehículos y agiliza los procesos de abastecimiento.
- ✚ Se entrega el mejor servicio al implementar surtidores con diseños exclusivos, dotados de diferentes dispositivos que permiten ofrecer mejores opciones de pago como: bonos, bigpass, sodexo, crédito, efectivo, débito, convenios con Falabella, tarjetas chips, entre otros.
- ✚ Se equipan con la mejor tecnología en los surtidores, para garantizar calidad y medida exacta en el producto.
- ✚ Piensan en la seguridad, por eso los surtidores cuentan con los equipos requeridos como: válvulas de impacto, botones de emergencia, que garantizan tu protección en caso de emergencias.
- ✚ Garantizan la entrega de combustible sin residuos. En las estaciones de servicio Terpel podrás disfrutar del programa Diesel Microfiltrado Plus, en el que se diseñó un filtro exclusivo para asegurar que el producto que se entrega es más limpio, lo que prolonga la vida útil de tu vehículo y optimiza su funcionamiento

HISTORIA

Terpel S.A. es una empresa que tiene 44 años de historia con gran trayectoria en el mercado colombiano se inició en el año 1968 en la ciudad de Bucaramanga y en el año 1983 se posesiona en la zona Norte del país.

En el año 1991 nace la segunda estación de gas y gasolina en Cartagena la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. Objeto de nuestra investigación.



Primera estación de servicio Bucaramanga, Santander.

1968

Nace Terpel



Nacimos en Bucaramanga, con 20 estaciones de servicio, para solucionar el problema de desabastecimiento de combustible en el departamento de Santander.



1972

Nace Terpel Centro 

Conquistamos el corazón de los manizalitas y formamos Terpel Centro, contando con la participación de ECOPETROL como principal accionista.



Foto antigua de Medellín

1973

Nace Terpel Antioquia 

Fortalecimos nuestra expansión en el noroccidente del país al crear Terpel Antioquia.



Primeros lubricantes Terpel

1982

Negocio de lubricantes 

Para satisfacer las necesidades de lubricantes en el país, nace la primera Fábrica de Lubricantes en la que se producían un millón de tarros de un cuarto de galón.



Planta conjunta Neiva

1983

Nace Terpel Sur 

Con la construcción del oleoducto Mariquita-Neiva, nace Terpel sur expansión en la que participaron Terpel Centro e inversionistas privados.



1983

Nace Terpel Norte 

Expandimos nuestro negocio al norte de Colombia y creamos Terpel Norte para movilizar a los colombianos de esta región.



Candelaria, Bogotá, Colombia

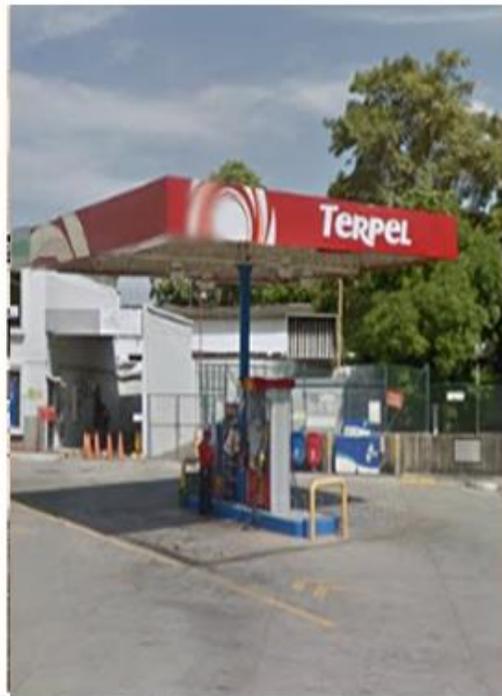
1986

Nace Terpel Sabana 
Nace regional Sabana.



1988

Nace Terpel Occidente 
Con la creación de Terpel Occidente,
llegamos a todos los rincones de Colombia
para crecer como aliados del país, con 800
estaciones de servicio y 20 plantas de
abasto.



Nace segunda estación de servicio Cartagena, Bolívar

1991

Nace EDS Tesca 

Nace estación de servicio Tesca, para movilizar a los ciudadanos de esta ciudad.



Estación Estoraques, Bucaramanga

1997

Un sol en movimiento 

Se establece por primera vez un sol como imagen y símbolo de Terpel, que representa la fuente de energía que moviliza al país.



Planta Chimitá

2001

Creación Organización Terpel ☀️

Fortalecimos nuestro negocio al unificar las 7 Terpeles y consolidar a la Organización Terpel como líder en el mercado local de distribución de combustibles.



Fundación Terpel

2004

Nace la Fundación Terpel

Crecimos como aliado de la educación en Colombia al crear la Fundación Terpel para trabajar en el mejoramiento de la calidad educativa.



Estación de servicio Terminal de Carga, Bogotá.

2006

Un nuevo sol 

Terpel presentó un nuevo sol como imagen de confianza, vivacidad y cercanía.



2008

gazel es Terpel 

Con la compra de *gazel*, líder en el sector de GNV en Colombia, ampliamos nuestro portafolio de servicio para entregarles a nuestros clientes una opción de movilidad sostenible.



2012

Mundo Terpel 

Entregamos las mejores experiencias a nuestros clientes, con la aplicación Mundo Terpel que ofrece servicios de georeferencia, rutas inteligentes, agenda, alertas y calculadora de consumo.



Estación de Cogua, Cundinamarca

2012

La nueva era de Terpel 

Seguimos trabajando para ser los número uno en el corazón de los colombianos, anticipándonos a sus necesidades y ofreciendo experiencias a tu servicio.

Uh+

CARTA DEL ADMINISTRADOR

Quienes laboramos en la estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. compartimos la responsabilidad y el privilegio de hacer parte de una de las empresas más grandes de Colombia.

Por ello es de gran importancia que todos y cada uno de nosotros desempeñemos nuestro trabajo diario con actitud de servicio al cliente, con honestidad, respeto, pero sobre todo con responsabilidad social.

Nosotros nos preocupamos por mejorar la calidad de vida de nuestros empleados y la de sus familias, que sus condiciones laborales sean optimas y a su vez contribuimos en su desarrollo social e integral.

Cordialmente

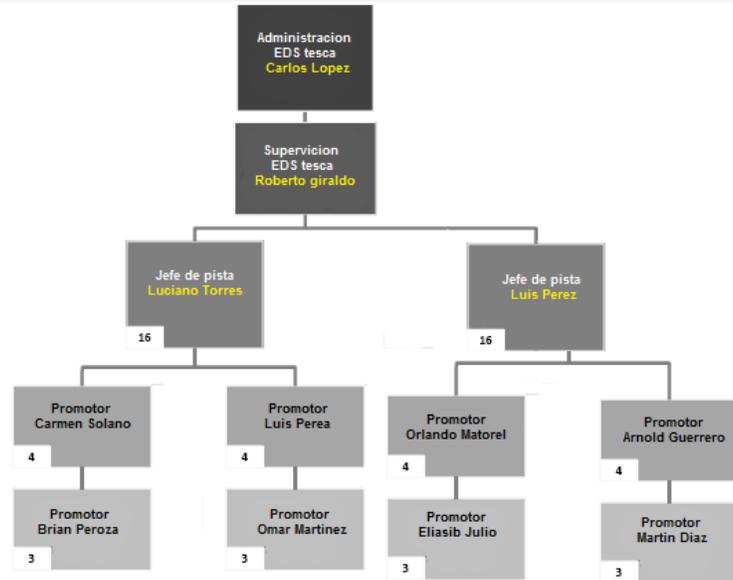
Carlos Gerry López Mattos.

Administrador

GOBIERNO CORPORATIVO

La estación de servicio Tesca Organización Terpel S. A., tiene por objeto principal la comercialización a cualquier título, de hidrocarburos y sus derivados y de gas natural vehicular, cualquier actividad que tenga como fin el desarrollo de gas natural comprimido como alternativa de combustible y cuenta con la capacidad legal para desarrollar cualquier actividad complementaria.

ORGANIGRAMA EDS TESCA



Descripción de los cargos EDS Tesca

Administrador: controlar las operaciones diarias de la Estación de servicio Tesca organización TERPEL S.A. Mediante la aplicación de los controles internos, normas y políticas de la compañía, así como el mantenimiento de los estándares con el fin de lograr la satisfacción de los clientes y un aumento en las utilidades de la empresa.

Supervisor: velar por el buen desarrollo de los servicios que se prestan en la estación y asegurar un ambiente cordial al cliente. Completar la supervisión en diferentes turnos. Organizar, controlar los gastos, inventarios y ventas bajo la dirección de la administración de la estación.

Jefe de pista: facilitar y eficientizar las labores del supervisor y ayudar a ofrecer el mejor de los servicios.

Vendedor de pista: brindar un servicio estrella a los clientes.

PRINCIPIOS ETICOS

Para alcanzar los propósitos de la compañía, es necesario contar con un referente ético que oriente las conductas de quienes colaboramos en esta organización. Para ello existe un Código de Conducta que es el resultado de un esfuerzo mancomunado de varias áreas de la compañía y contiene los elementos que sirven de guía para los comportamientos que esperamos de todos nuestros colaboradores.

Los trabajadores son responsables de cuidar su reputación y mantener un trato respetuoso entre ellos y con todo aquel que se vincule con la Compañía.

DEBIDO CUIDADO DE LOS ACTIVOS

Los bienes de la Compañía, tangibles o intangibles, deben ser usados y resguardados de forma profesional en todo momento y exclusivamente para operaciones de la compañía.

PROTECCIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Estos sistemas comprenden:

- ✚ Equipos de cómputo y dispositivos móviles tipo “Tablet”
- ✚ Sistemas operativos y bases de datos

- ✚ Aplicaciones que soportan los procesos del negocio
- ✚ Archivos de datos
- ✚ Redes de datos
- ✚ Teléfonos móviles y fijos
- ✚ Correo electrónico e internet

DEFENSA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Los trabajadores deben proteger los derechos de propiedad intelectual de TERPEL: patentes, marcas comerciales y de servicio; nombres de dominio y derechos de autor (incluidos los de software); derechos de diseño, de extracción de base de datos, sobre conocimientos técnicos u otra información confidencial y derechos en virtud de contratos de propiedad intelectual.

CUIDADO EN EL USO DEL DINERO

Los trabajadores deben:

- ✚ Ser en extremo prudentes en la administración de dineros o valores de la Compañía. Se debe cuidar este activo como si fuera propio.
- ✚ Ser cautos y tomar las medidas necesarias para evitar cualquier pérdida, utilización inadecuada, uso ineficiente, robo, hurto o inversiones financieras riesgosas.
- ✚ Rendir cuenta exacta y oportuna de las sumas de dinero que reciban para solventar gastos propios de la operación de la Compañía, acompañando los documentos que los sustenten y cumpliendo en todo momento con las políticas y procedimientos establecidos para tal efecto. En ningún caso un trabajador puede usar esos dineros para una finalidad distinta a la definida por la Compañía.

DIALOGO ENTRE LAS PARTES INTERESADAS

La empresa Terpel en conjunto con sus innumerables estaciones de servicio tiene deseos de ser reconocidos como la marca número uno en servicio y por su compromiso con las comunidades del país.

Así mismo la estación de servicio Tesca Organización TERPEL S.A. se encargan de desarrollar su actividad con respeto por el medio ambiente y las comunidades. Y en el año 2013 se unió en una gira con los afiliados de la gran familia TERPEL, con el firme propósito de buscar espacios de dialogo y comunicación con sus diferentes grupos de interés para recibir sugerencias, brindar explicaciones cuando estas se requirieron y así de esta manera seguir cumpliendo y demostrando que TERPEL cambio no solo para ser más rentable, sino para ser más confiable y sostenible.

Además actualmente la estación de servicio Tesca tiene habilitadas todas sus líneas telefónicas y un correo institucional al servicio de todos sus grupos de interés ya sea para el público externo como para el interno.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

La Estación de Servicio Tesca Organización Terpel S.A. considera como prioridad la gestión socio empresarial de la empresa, ya que, esta es fundamental en las relaciones con sus diferentes públicos.

Se preocupa indudablemente por el bienestar de sus empleados, y que así mismo, estos se preocupen por brindar el mejor servicio a los clientes y poder satisfacer todas sus necesidades.

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

PUBLICO INTERNO

La EDS Tesca Organización Terpel S.A. reconoce que uno de sus principales pilares es su talento humano para garantizar su competitividad y la satisfacción de los clientes. Por esta razón, el equipo de trabajo se caracteriza por tener vocación, compromiso y actitud de servicio, trabajando en un ambiente laboral caracterizado por la confianza y el compañerismo.

De igual forma, se desarrollan programas que promueven el crecimiento personal y profesional, abriendo posibilidades para fortalecer conocimientos y adquirir nuevas experiencias. A través de convocatorias internas en la Organización Terpel los colaboradores pueden crecer en la compañía y adquirir nuevos conocimientos en operación, comercialización y suministro de combustible.

RESPECTO A LAS PERSONAS

Los trabajadores son responsables de cuidar su reputación y mantener un trato respetuoso entre ellos y con todo aquel que se vincule con la Compañía. Las jefaturas, direcciones, gerencias y vicepresidencia deben ejercer su autoridad en forma responsable, ética y prudente, respetando las políticas de la Compañía, incluido este Código, y la normativa legal.

TERPEL no tolera abusos o acosos laborales de ningún tipo:

-  Físico (agresión)
-  Visual (caricaturas, notas, correos electrónicos ofensivos)
-  Verbal (calumnias, gritos, descalificaciones, amenazas)
-  Sexual (requerimientos o insinuaciones de tipo sexual en el lugar de trabajo)

 Sicológico (hostigamiento, menoscabo)

Todo trabajador que se considere víctima de estas conductas tiene derecho a denunciarlas a la Gerencia de Gestión Humana o al Comité de Convivencia Laboral.

Discriminación: TERPEL se compromete a no discriminar en la igualdad de oportunidades a sus trabajadores y a quienes deseen trabajar en la Compañía. Por ello rechaza conductas arbitrariamente discriminatorias basadas en aspectos raciales, religiosos, de preferencias sexuales, edad, nacionalidad y estado civil. Esta política se aplica particularmente en los procesos de reclutamiento y contratación, los que siempre deben basarse en los méritos individuales y en las necesidades de la Compañía.

INDICADORES CUANTITATIVOS

COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD DE GÉNERO

	2012
Porcentaje de mujeres en relación al total de los empleados.	8.33%
Porcentaje de hombres en relación al total de los empleados.	91.66%
Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles.	0%
Porcentaje de hombres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles.	33.33%
Porcentaje de hombres en cargos de producción	58.33%

Porcentaje de mujeres en cargos de producción	8.33%
Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura	0
Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura	\$2.500.000
Salario promedio mensual de mujeres en cargos de producción	\$900.000
Salario promedio mensual de hombres en cargos de producción	\$900.000

COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LOS NIÑOS

	2012
Número de empleados hombres (padres o no) responsables de niños de 0 a 5 años de edad	3
Numero de empleadas (madres o no) responsables de niños de 0 a 5 años de edad	1
Número de empleadas embarazadas	0
Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales	0
Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamantación exclusiva hasta los 3 meses	1
Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al niño hasta los 6 meses	1

PROVEEDORES

La Organización Terpel y por lo tanto, sus estaciones de servicios, entre estas, la estación de servicio Tesca consideran a sus proveedores un aliado fundamental para brindar el mejor servicio a sus clientes, por tal razón, en su código de conducta se encuentran los siguientes ítems:

IMPARCIALIDAD HACIA CLIENTES, PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Los clientes, proveedores y contratistas deben recibir un trato justo, equitativo y sin discriminaciones arbitrarias, cumpliendo en todo momento con los contratos y compromisos asumidos y siempre dentro del marco legal.

Los trabajadores de TERPEL deben:

- ✚ Cumplir fielmente con la ley, los contratos y compromisos asumidos.
- ✚ Declarar oportunamente ante el Gerente de Control Organizacional o de Gestión Humana la existencia de cualquier conflicto de interés, ya sea real o aparente, que se produzca en su trato con clientes, proveedores, contratistas y quienes tengan relaciones de negocios de cualquier tipo con la Compañía.
- ✚ Realizar sus actividades bajo una estricta independencia, siempre priorizando el mejor interés de TERPEL frente a intereses personales o de terceros, en sus decisiones, actuaciones, servicios o asesorías.

Los trabajadores de TERPEL tienen prohibido:

- ✚ Ofrecer, solicitar o recibir cualquier tipo de pago o cobro, fuera de lo establecido en el respectivo contrato, de clientes, proveedores, contratistas

o terceros relacionados para asegurar preferencias o a cambio de prestaciones, premios o incentivos.

- ✚ Utilizar el nombre TERPEL o el hecho de ser trabajador de TERPEL para obtener ventajas personales.
- ✚ Trato a clientes, proveedores y contratistas:
- ✚ Se negociará con empresas o personas que tengan un actuar conforme a los cánones de ética y seriedad con que actúa TERPEL.
- ✚ Las decisiones de compra o asignación de acuerdos y contratos se basarán en factores de precio, calidad, plazo de entrega y servicio. Los procedimientos de selección deben ser transparentes, establecidos con anterioridad y demostrables ante instancias superiores.
- ✚ En ningún caso estas decisiones podrán verse influenciadas por favores, regalos, invitaciones, préstamos o servicios de cualquier naturaleza.

Las liquidaciones financieras, informes, controles y facturaciones deben reflejar correcta y fielmente las transacciones con clientes, proveedores y contratistas.

CRITERIOS DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

	2012
Porcentaje del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social	100%

CLIENTES

La EDS Tesca Organización Terpel S.A. entiende las necesidades de sus clientes y siempre brindará el mejor servicio, al ser atendidos por personas con vocación de servicio, así mismo, se capacita a los promotores para que los clientes sean atendidos con amabilidad, respuesta rápida y eficiencia.

De igual manera, en la estación de servicio se han instalado baños renovados e impecables, e iluminación LED para ofrecer lugares más luminosos y brindar mayor efectividad en el servicio.

La estación de servicio Tesca presta los siguientes servicios:

- ✚ Venta de combustible
- ✚ Venta de lubricantes
- ✚ Venta de SOAT

COMUNIDAD

La EDS Tesca reconoce su compromiso con la comunidad, inculcado por la Organización Terpel, la cual busca contribuir al bienestar de la sociedad y de las comunidades aledañas al desarrollo de su operación, lideran programas que fortalecen procesos educativos de alta calidad a través de la Fundación Terpel, la cual es una aliada en el fortalecimiento de la calidad de la educación llegando a las regiones más apartadas del país, de la mano del gobierno nacional y las autoridades locales



INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

La EDS Tesca, tiene como política operar con respeto por el ambiente, por lo tanto, hace uso responsable de los recursos naturales y trata de disminuir el impacto que puede causar el desarrollo de su operación, promueven ventajas ambientales contando con un sistema de gestión integral, desarrollando productos con ventajas ambientales e incentivando la cultura ambiental, manejan un programa de control de derrames, fugas de hidrocarburos y contingencias ambientales disminuyendo el número de incidentes, mitigando el impacto al ambiente y comunidades aledañas.

MINIMIZACION DE ENTRADAS Y SALIDAS DE MATERIALES

	2012
Consumo anual de energía (en kwh)	19.275
Consumo anual de agua (en m3)	1.112
Consumo anual de gasolina/diesel	250.000 GALONES
Aceite combustible	350 KILOGRAMOS
Gas – GLP/GN	3600 LB
Cantidad generada de residuos sólidos	175 kg
Cantidad generada de residuos ordinarios	134

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la actualidad son notorios los avances que se han dado con respecto a los temas de responsabilidad social y de balance social, y así mismo, los beneficios que estos brindan en las empresas, los empleados y principalmente en la sociedad.

De igual manera, en el desarrollo de este proyecto se pudo observar que la Estación de Servicio Tesca, está comprometida con la gestión social de la empresa y con la aplicación de prácticas socialmente responsables, esto debido al trabajo y la actitud responsable que ha asumido la Organización Terpel S.A. tratando siempre de proporcionar un servicio eficiente previniendo y controlando la contaminación que puedan causar al momento de surtir combustible a los vehículos, así mismo, se evidencia que hay información que es asumida o controlada de manera general por la organización, por lo cual la Estación de Servicio carece de datos numéricos de algunos indicadores, al igual, que algunos aspectos negativos como lo es el poco número de personal femenino en la empresa.

El presente informe nos muestra a groso modo la situación actual de la estación de servicio Tesca y a su vez nos evidencia los puntos en los cuales se debe trabajar para mejorar la gestión social de la misma.

Se recomienda seguir evaluando la gestión social a través del balance social como instrumento fundamental de mejoramiento continuo de la estación. Ya que este le permitirá planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de la estación de servicio Tesca.

A su vez si este se elabora periódicamente podrán tener una base de datos cronológica la cual servirá para optimizar ciclo tras ciclo las acciones emprendidas.

10. CIBERGRAFIA

- ✚ Acción empresarial, El ABC de la responsabilidad social empresarial en Chile y el mundo. *Disponible:*
<http://www.accionrse.cl/uploads/files/ABC.Pm.Pdf>

- ✚ CEPAL – Comisión económica para América latina y el Caribe. *Disponible:*
<http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/12168/respempresarialglobal.pdf>

- ✚ DERES (desarrollo de la responsabilidad social) – Manual para la implementación del balance social en Uruguay.
<http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Balance-Social.pdf>

- ✚ Colombia incluyente, Concepto ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? *Disponible:*
<http://www.colombiaincluyente.org/verart.php?id=13>

- ✚ Deres – Responsabilidad social empresarial. *Disponible:*
http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/balancesocial.pdf

- ✚ Fundación prohumana. ¿Qué es Responsabilidad Social? Responsabilidad Social de la empresa. *Disponible:*
http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60

- ✚ FUNDACION PROHUMANA. Balance social, un sistema de información para la sociedad. *Disponible:*
http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=1829&Itemid=90

- ✚ Fundación Social ¿Qué es balance social empresarial? *Disponible:*
<http://www.fundacion-social.com.co/balance.html>

- ✚ INSTITUTO ETHOS, PARA LA FUNDACIÓN EMPRENDER Y REDES. Balance social y comunicación de la empresa para la sociedad. *Disponible:*
http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/archivo/0-A-3c7REDES_2.pdf

- ✚ Instituto para el desarrollo social de la Argentina, el Balance Social un enfoque integral. *Disponible:* http://www.ideared.org/doc/balance_social.pdf

- ✚ Rojas Muñoz Alfonso Lucas, Olaya Garcerá Jorge Eliecer, “Responsabilidad social empresarial su origen, evolución y desarrollo en Colombia”, *Disponible:*
<http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf> consultado el 23 de septiembre de 2013.

- ✚ United Nations Global Compact. Los diez principios del pacto mundial. *Disponible:*http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html consultado el 23 de septiembre de 2013.

ANEXOS



1 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Cultura organizacional				OBSERVACIONES
¿La empresa posee una misión y visión empresarial redactada por escrito?	x			
¿La misión y visión de la empresa son visibles tanto para el público interno como para el público externo?	x			
¿La empresa conoce el concepto de Responsabilidad social empresarial?	x			
¿Aplican actualmente prácticas de responsabilidad social como estrategias de la empresa?	x			A través de la Fundación Terpel
¿Los empleados demuestran familiaridad con los temas contemplados en el código de ética?	X			
Subtotales				

Resultado: 5*100/5= 100

2 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Legalidad				OBSERVACIONES
¿Esta empresa está constituida y registrada legalmente?	X			
¿Actualmente la empresa lleva una contabilidad transparente y registrada por un contador público titulado?		X		La contabilidad es llevada por un contador en la Organización Terpel.
¿Cumple puntualmente con el pago de los impuestos tanto nacionales como municipales?	x			
Subtotales				

Resultado: (2*100) + (1*50)/3= 83

3 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Políticas, compromisos éticos y valores.				OBSERVACIONES
¿La empresa posee un código de ética o declaración de valores, accesible y conocida por todos?	x			Publicado en su página, cada estación tiene un manual impreso.
¿La empresa difunde sus valores entre el público interno y el público externo?	x			
¿La empresa pone en práctica acciones que promuevan la transparencia entre empleados, clientes y proveedores?	X			
¿La empresa tiene reglas o aplican prácticas que rechazan la corrupción?	X			

¿La empresa posee prácticas de respeto hacia la competencia?	X			
¿En el código de ética o declaración de valores se abarcan temas como donación, prevención y tratamiento de fraudes, relación con la comunidad, nepotismo?	X			Algunos no todos
Subtotales				

Resultado: $6 \cdot 100 / 6 = 100$

4 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Medio ambiente				OBSERVACIONES
¿La empresa mantiene una política ambiental formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de ética?	X			
¿Mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas?	X			
¿Participa en comités locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?	X			Comité paritario y grupos primarios
¿Posee programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclados postconsumo?	X			
¿Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas	X			Videos, Campañas publicitarias, Revistas, Etc.

sobre daños ambientales resultantes del uso y de la destinación final de sus productos?				
¿Discute con empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?	x			
Subtotales				

Resultado: $6 \cdot 100 / 6 = 100$

5 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Consumidores y clientes				OBSERVACIONES
¿Ofrece Servicio de Atención al Cliente u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios?	x			018000518555 #462
¿Promueve entrenamiento continuo a sus profesionales de atención al cliente para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor?	X			
¿Entrena e incentiva a su profesional de atención al cliente a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?	X			
¿Tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o	X			

contratación de servicios?				
Subtotales				

Resultado: 4*100/4= 100

6 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Comunidad				OBSERVACIONES
¿La empresa reconoce a la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?	X			
¿Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones?	X			
¿Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar?	X			
Subtotales				

Resultado: 3*100/3= 100

7 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Empleados				OBSERVACIONES
¿La empresa promueve programas de capacitación formal en todos los niveles para sus empleados?	X			
¿La empresa ha elaborado normas que prohíban claramente cualquier tipo de discriminación, acoso, hostigamiento y abuso	X			LINEA DE DENUNCIAS PRIVADAS DE ABUSO

sexual, con sanciones establecidas para quienes lleven a cabo este tipo de prácticas?				
¿La empresa prohíbe cualquier práctica discriminatoria por edad, sexo, religión o raza en la selección de nuevo personal y en la promoción de cargos?	X			
¿Además de los beneficios de salud y seguridad social establecidos por ley, la empresa cuenta con un plan para la mejora de las condiciones de trabajo en lo referente a: ambiente adecuado, herramientas necesarias, instalaciones seguras e higiénicas?	X			
¿La empresa reconoce, y está establecido por escrito, el derecho de los empleados a asociarse en cumplimiento de la ley?	X			
¿La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar, posturas, sugerencias y críticas de los empleados?	X			
¿El plan de salarios y cargos de la empresa son transparentes y figuran en su código de	X			

ética?				
¿La empresa realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones?	X			
Subtotales				

Resultado: $8 \cdot 100 / 8 = 100$

8 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Proveedores				OBSERVACIONES
¿La empresa evalúa si el proveedor es una entidad socialmente responsable?	X			
¿La empresa discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, buscando el entrenamiento y adecuación de los mismos a sus criterios?	X			
¿La empresa conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes aspectos como los derechos humanos y el medio ambiente es respetado?	X			
¿La empresa incluye entre sus proveedores a			X	Solo proveedores con certificación de calidad

individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos comúnmente excluidos?				
¿La empresa cuenta con una política clara y transparente respecto al pago a proveedores?	x			
Subtotales				

Resultado: $(4*100) + (1*0)/5= 80$

9 Indicador	SI	EN PROCESO	NO	
Gobierno				OBSERVACIONES
¿La empresa cumple puntualmente con los pagos de impuestos tanto distritales como de orden nacional?	x			
¿La empresa cumple puntualmente con la presentación de informes requeridos por entidades del estado?	x			
¿La empresa tiene una postura crítica frente a las campañas políticas? Promueve el debate, estimula el voto consciente y, en caso de que apoye a candidatos, es transparente?			x	No participa en política por el impacto del sector combustible en el PIB y la economía del país.
¿La empresa patrocina programa público o privado de beca escolar?	x			A través de la fundación

Subtotales				
-------------------	--	--	--	--

Resultado: $(3*100) + (1*0)/4 = 75$

INDICADORES	RESULTADOS
Cultura Organizacional	100
Políticas, valores y compromisos éticos	100
Legalidad	83
Medio Ambiente	100
Consumidores y clientes	100
Comunidad	100
Empleados	100
Proveedores	80
Gobierno	75
TOTAL	838



FORMATO INDICADORES AMBIENTALES

GB.F.102.COL - Prevención de Eventos en SSAC

Versión:	1
Fecha:	3 de Enero de 2013

Regional: NORTE

Centro de Trabajo: Tesca

Año: 2012

Responsable: CARLOS LOPEZ MATOS

GENERACION DE RESIDUOS	TIPO DE RESIDUOS			GENERACIÓN MENSUAL												TOTAL GENE RADO ANUA L	TOTAL GENE RADO ANUA L KG		
				ENERO	FEBR ERO	MA RZO	AB RIL	MA YO	JU NI O	JU LI O	AGO STO	SEPTIE MBRE	OCT UBR E	NOVIE MBRE	DICIE MBRE				
	PELIGROSOS SOLIDOS	Material Oleofilico (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Filtros (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Envases de aceite (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Carton contaminado (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Vidrio Contaminado (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Plastico Contaminado (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Material Absorbente (kg)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Lodos (kg)		0	0	0	0	0	0	12 5	0	0	0	0	40	0	0	165	165
		Cintas o tonner de		0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6	6

		impresora (kg)														
		Trapos / balletillas (kg)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Pilas / baterias (kg)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Tubos o bombillos fluorescentes (kg)	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	4	4	
		Mangueras/Pistolas (kg)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Otros:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		TOTAL	0	1	2	1	0	12 8	0	1	0	41	0	1	175	175
		VARIACION MENSUAL		1	1	-1	-1	12 8	- 12 8	1	-1	41	-41	1		
	PELIGROSOS LÍQUIDOS	Aceite Usado (Gal)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Agua con HC / Borrás (Gal)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Otros:							0	0	0	0	0	0	0	0
		TOTAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		VARIACION MENSUAL		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	ORDINARIOS	METALICOS (kg)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		ORGANICO (kg)	10	15	10	13	15	10	8	12	10	11	10	10	134	134
		PAPEL Y/O CARTON (kg)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		PLASTICO Y/O VIDRIO (kg)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		TOTAL	10	15	10	13	15	10	8	12	10	11	10	10	134	134
	VARIACION MENSUAL		5	-5	3	2	-5	-2	4	-2	1	-1	0			
	ANÁLISIS DE LA															

	VARIACIÓN DE RESIDUOS																	
	TIPO DE FUENTE HÍDRICA	CAUDAL OTORGADO (m3/mes)	INDICADORES	CONSUMO MENSUAL												TOTAL CONSUMO		
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE			
CONSUMO DE AGUA	Acueducto	NA	Consumo Hidrico (m3/Mes)														0	
			Variación en m3/Mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Pozo Profundo		Consumo Hidrico (m3/Mes)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			Variación en m3/Mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cuerpo de agua Superficial		Consumo Hidrico (m3/Mes)	59	70	66	65	76	118	85	119	153	94	88	129	1122		
			Variación en m3/Mes		11	-4	-1	11	42	-33	34	34	-59	-6	41	70		
	Compra de Agua	NA	Consumo Hidrico (m3/Mes)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			Variación en m3/Mes		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN CONSUMO HIDRICO								fuga									
	CONSUMO DE ENERGÍA	Consumo Energético (Kw/Mes)			1408	1122	1559	1429	1553	1590	1736	1836	1534	1861	1808	1839	19275	
Variación en (Kw/Mes)				-286	437	-130	124	37	146	100	-302	327	-53	31	431			
ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN CONSUMO ENERGETICO																		

