

**DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA
EMPRESA PROCARGO S.A.**

MARCELA PATRICIA CASTRO PEREZ

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.**

2014

**DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA
PROCARGO S.A.**

MARCELA PATRICIA CASTRO PÉREZ

PROYECTO DE GRADO

ASESOR

ADOLFO ENRIQUE CARBAL HERRERA

CONTADOR PÚBLICO

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.

2014

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartagena de indias, fecha (día, mes, año) _____

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a Jehová Dios por la sabiduría y entendimiento que me brindó durante estos cinco años de carrera, por acompañarme todo este tiempo, por ayudarme a salir adelante en cada uno de los inconvenientes que se pudieron presentar y por permitirme hoy ser una contadora pública.

A mi familia agradezco el apoyo brindado todo este tiempo, siempre acompañándome y dando ánimo para culminar mis estudios, en especial a mi madre, por su amor y dedicación, quien estuvo siempre allí en las buenas y malas conmigo.

A todos los profesores que me dieron clases durante estos cinco años, les agradezco los conocimientos impartidos, los cuales, me permitieron crecer como profesional de manera íntegra. A mi asesor de trabajo de grado, le agradezco la colaboración brindada para llevar a cabo este proyecto. A todo el personal académico y administrativo de la universidad, que las veces que necesité estuvieron allí para ayudarme.

Hoy, salgo de la universidad de Cartagena siendo una mejor persona y excelente profesional, como Contadora Pública, con conocimientos sólidos, dispuesta a aplicarlos de la mejor manera en mi vida laboral de forma íntegra.

Gracias a todas y cada una de las personas, que de una u otra forma hicieron posible el logro de esta meta. Prometo ser una excelente Contadora Pública.

CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCIÓN	6
0.1 Planteamiento y Formulación del Problema	7
0.2 OBJETIVOS	9
0.2.1 General	9
0.2.2 Específicos	9
0.3 DELIMITACIÓN	9
0.3.1 Espacio	9
0.3.2 Tiempo	9
0.4 JUSTIFICACIÓN	10
0.5 MARCO TEÓRICO	12
0.6 METODOLOGÍA	26
0.7 CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN DE PROCARGO S.A., CON RESPECTO AL TEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	27
0.8 CAPÍTULO II: IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DE PROCARGO S.A., SUS DEMANDAS Y REQUERIMIENTOS	39
0.9 CAPÍTULO III: DISEÑO DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PROCARGO S.A.	47
0.10 CONCLUSIONES	52
0.11 ANEXOS	53
0.9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA PROCARGO S.A.

0. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el tema de Responsabilidad Social es tomado muy en cuenta por las empresas, pues por medio de ella se busca el mejoramiento social, económico y ambiental de éstas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. Es importante que la gestión responsable de la empresa se haga a conciencia para que permita la conciliación entre los intereses de la empresa y las expectativas que la comunidad tiene de ella. Aplicando la RSE, las empresas apuntan hacia el desarrollo sostenible, que busca esencialmente, el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Es por eso, que las empresas que aún no son socialmente responsables, deben enfocar sus esfuerzos a lograr este objetivo, pues con el tiempo las organizaciones que no aporten al desarrollo sostenible, están destinadas a desaparecer. Es tan importante este tema que hoy por hoy, todo debe estar enfocado a la responsabilidad social; ser una empresa que aporte al desarrollo sostenible, ayuda a crear alianzas estratégicas de mercado con empresas que tengan la misma visión, la comunidad en general tiene muy en cuenta las organizaciones que aporten a la protección de sus intereses y del medio ambiente, entre otras. Por tal motivo, la empresa Procargo S.A., evidenciando la falta de éstas prácticas en su organización, necesita sea diseñado un Plan de Responsabilidad Social, que le permita ser competitivos y estar a la altura de sus pares en el medio del Transporte. Además, Procargo S.A. busca por medio de la RSE cumplir con los requerimientos que la ley exige según su objeto social a nivel ambiental y crear y mantener una imagen positiva en sus clientes internos como externos.

0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PROCARGO S.A. es una compañía colombiana fundada desde el año 2003, dedicada al transporte y distribución de mercancías en el territorio nacional, generando valor agregado en la cadena logística de la carga.

Desarrolla proyectos de transporte de carga y logística en la distribución de mercancías dentro del territorio colombiano, generando valor, eficiencia, confiabilidad y seguridad en el manejo de la carga, ofrece el servicio de transporte de carga suelta, contenedores en los diferentes trayectos a nivel local y nacional, con énfasis en los corredores de exportación e importación, a través de los puertos colombianos.

En la actualidad la empresa cuenta con un sistema de gestión en control y seguridad BASC (SGCS) que le permite contribuir en la facilitación y agilización del comercio nacional e internacional, aplicando estándares y procedimientos de seguridad en la cadena logística, en asociación con gobiernos, autoridades y empresas a nivel mundial. De igual manera la empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad (SGC), que le permite garantizar a sus clientes la excelencia en la prestación del servicio.

Pero para poder realizarlo se hace necesario tener claro, **¿Cuáles son los aspectos relevantes a tener en cuenta para diseñar un plan de Responsabilidad Social para la empresa Procargo S.A.?**

El diseño de este plan se hace necesario, pues en la actualidad la empresa no cuenta con uno, por tanto, no tienen claro si están cumpliendo con los requerimientos que el gobierno exige a las empresas del sector al cual pertenece. Igualmente, en Procargo no se están realizando prácticas a nivel de responsabilidad social, y con el diseño de este plan pueden

suplir la necesidad evidenciada; a la vez, que les ayuda a crear y mantener una imagen positiva en sus clientes internos y externos, si lo implementan en la organización. También ayuda a mejorar el ambiente laboral en la empresa.

0.2 OBJETIVOS

0.2.1 GENERAL

Diseñar un Plan de Responsabilidad Social para la empresa Procargo S.A., como herramienta que propenda a mejorar su competitividad e imagen corporativa.

0.2.2 ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico sobre la situación de Procargo S.A. con respecto al tema de Responsabilidad Social.
- Identificar sus grupos de interés, y sus demandas y requerimientos.
- Diseñar una estructura que permita mejorar las prácticas socialmente responsables de la organización.

0.3 DELIMITACIÓN

0.3.1 ESPACIO

El presente trabajo será realizado en la empresa de transportes Procargo S.A., que se encuentra ubicada en la ciudad de Cartagena, Mamonal Kilómetro 6 Parquiamérica bodega 8.

0.3.2 TIEMPO

Como referencia para el desarrollo de este trabajo, se verificará las acciones que la empresa haya realizado a nivel de responsabilidad social en el año 2012.

0.4 JUSTIFICACIÓN

El mundo empresarial actual exige que las empresas sean cada vez más competitivas al momento de prestar sus servicios y que sus actividades apunten hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social, es por esto, que las organizaciones optan por implementar planes de responsabilidad social que les permitan crear y mantener una imagen positiva ante sus grupos de interés.

La responsabilidad social empresarial juega un papel de suma importancia en las empresas, pues les sirve como herramienta para ser cada día más competitivas. Adicionalmente, ayuda a las organizaciones a realizar su objeto social, apuntando siempre al desarrollo sostenible. Ser una empresa socialmente responsable trae consigo muchos beneficios, entre los cuales se pueden mencionar, la mejora de la reputación de la organización frente a la comunidad, elevar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, la mejora de los bienes y servicios, reducir los niveles de contaminación de la empresa, entre otros.

En las empresas se hace necesario la existencia de un plan de responsabilidad social empresarial, pues les ayuda a saber si están cumpliendo con las exigencias que el gobierno ha estipulado para el sector al cual pertenecen con respecto al medio ambiente; igualmente, conocer la imagen que tienen ante sus clientes y comunidad, tanto interna como externa y si llena las expectativas que sus grupos de interés tienen para con ella.

Por tal motivo, en la empresas de transporte, revisando el caso de Procargo S.A., podemos notar que carecen de este tipo de herramienta, y se hace necesario el diseño de un plan de responsabilidad social que le permita obtener entre muchos beneficios, el ser una empresa competitiva con sus pares del medio de transporte, siendo socialmente responsable y

a la vez adquirir y mantener una imagen positiva ante sus grupos de interés.

El diseño de un plan de responsabilidad social empresarial ayudará a los estudiantes a poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, y proponer una posible solución a la problemática expuesta en este trabajo, además servirá para que los estudiantes que desarrollan este trabajo adquieran y profundicen en esta área del conocimiento a través del estudio y la investigación. La Universidad de Cartagena y la línea de investigación a la cual pertenece este trabajo se fortalecerán, obteniendo como evidencia los resultados y conclusiones del mismo, que servirán de consulta, referencia y puntos de apoyo para la formación de futuros profesionales.

La comunidad que será beneficiada con la realización de este trabajo está conformada por los trabajadores y familia, directivos, clientes, proveedores, comunidad periférica y medio ambiente. Igualmente, la imagen de Procargo S.A. Quedará en el mercado como una empresa que realiza su objeto social en pro de la sostenibilidad, realizando actividades de una manera socialmente responsable.

0.5 MARCO TEÓRICO

Para desarrollar el siguiente trabajo es necesario tener claros ciertos conceptos con respecto a la responsabilidad social empresarial, como son los siguientes:

Responsabilidad: es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral.

Responsabilidad Social: es un término que se refiere a la carga, compromiso u obligación que 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. El concepto introduce una valoración positiva o negativa, al impacto que una decisión tiene en la sociedad.

Impacto ambiental: Efecto que produce una acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Técnicamente es la alteración de la línea de base, debido a la acción antrópica o a eventos naturales.

El concepto de RSE tiene sus orígenes en el mundo académico desde 1853, cuando en el libro de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, se plantea por primera vez el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben o no asumir con la sociedad. Este concepto señala que el accionar de las grandes empresas provoca un impacto concreto en una cantidad importante de ciudadanos, por lo que se presenta como necesaria la vinculación de políticas y toma de decisiones en las firmas con base en los objetivos y los valores de la sociedad.

En la década de 1960, Davis propuso que la responsabilidad de las empresas se da en función de la cantidad de poder que éstas tienen sobre la sociedad. De tal modo, aquellas que

ejercen mayor impacto por la derrama económica y su cercanía con ciertos grupos de poder tendrán mayor responsabilidad social. En esas aproximaciones, la responsabilidad de los empresarios se aprecia como aquella labor que está en función no sólo de sus intereses, sino también de los de la sociedad en general (Davis, 1960).

En esa misma década, el Premio Nobel de Economía Milton Friedman ofreció una versión diferente al afirmar que la responsabilidad de los directivos no puede ser otra que aumentar los beneficios de sus accionistas; además, consideró a la RSE como una doctrina subversiva. Este mismo autor, en 1970 señaló como irresponsable la donación o el gasto del dinero en actividades que no están directamente asociados con el manejo del negocio, lo cual generó una vinculación de la RSE con la filantropía, pues la segunda está íntimamente ligada a la donación y el asistencialismo. De esta forma, se perciben en el debate dos posturas: una que habla de una responsabilidad amplia y otra que está centrada en los beneficios económicos hacia los accionistas.

En 1971, Johnson encontró cuatro visiones del concepto, mismas que se pueden complementar en la práctica. En la primera señala lo importante que es para las empresas conocer el entorno en que desarrollan sus actividades. La segunda se relaciona con la puesta en marcha de programas sociales con la intención de generar mayores ganancias. La tercera centra el interés de las empresas en obtener la máxima ganancia, tanto en lo económico como en lo social, con su accionar. La cuarta visión tiene que ver con con el peso específico de los grupos de interés y la generación de riqueza (Johnson, 1971).

Para mediados de la década de 1970 el análisis se enfocó en el modo en que se llevaba a cabo. Para ello, Sethi propuso un esquema de tres etapas en función de las obligaciones y responsabilidades que la empresa tiene y que va integrando en su operación: a) una etapa

obligatoria, ya sea por el mercado o por la regulación vigente; b) una etapa política, la cual está dada por las presiones que la sociedad genera alrededor de la empresa, y c) una etapa socialmente responsable dada por la capacidad de anticiparse y prevenir los impactos que genera una empresa en su accionar diario (Sethi, 1975).

En 1984 Drucker plantea que para lograr la puesta en marcha de la RSE es necesario que los negocios conviertan sus responsabilidades sociales en oportunidades de negocio, para de este modo generar capacidades, competencias, empleos mejor pagados y oportunidades para acceder a los servicios de salud para toda la sociedad (Drucker, 1984). La idea de Drucker dio como resultado el interés por establecer la relación que existe entre el desempeño financiero y la RSE, de tal manera que para la segunda mitad de la década de 1980 el interés se centraba en el desempeño socialmente responsable, para lo cual se tomaron como base las tres dimensiones propuestas por Carroll en 1979; responsabilidad social empresarial, problemas sociales y acciones responsables de las empresas. En esta línea, Ullman, además de encontrar una falta de evidencia empírica que dé sustento a lo escrito sobre la RSE, concluye su trabajo introduciendo la necesidad de generar un marco de referencia estratégico para el concepto, a la vez que señala la importancia de vincular el concepto con teorías que se estaban desarrollando como lo era la teoría de grupos de interés de Freeman.

Cochran y Wood, plantearon la idea de que la RSE debe ser implementada a través de la generación de principios que delimiten la actuación de la empresa, la puesta en marcha de políticas que busquen dar respuesta a las problemáticas sociales y la creación de procesos que apunten a generar acciones sociales. Lo anterior repercutió en la concepción de principios y normas escritas que debían constituirse en las formas de proceder de todos los miembros que integraran la firma (Cochran y Wood, 1984).

Durante este período se visualiza un esfuerzo por vincular algunos de los elementos que existían a nivel teórico, a través de la creación de modelos, con las prácticas que se realizaban en las empresas y con el desempeño de cada organización. Además, se comenzó una etapa de construcción de indicadores de RSE que tomaría mayor fuerza en el siglo XXI con la creación de instituciones y organismos orientados hacia tal finalidad.

A finales de la década de 1990, como una consecuencia del deterioro ambiental y la crisis ambiental causada por las acciones humanas, especialmente las realizadas por las empresas, el discurso ambiental comenzó a tomar más fuerza en la teoría administrativa. Hart señala que dados los retos ambientales a los que se enfrenta el mundo es necesario vincular la estrategia y el desarrollo tecnológico con el concepto de sustentabilidad expresado en 1986 por la ONU, con la finalidad de generar ventajas competitivas. De esta forma, se agrega una nueva dimensión a la RSE; por otro lado, conjuntamente con los aspectos económico y social (expresados en los grupos de interés), se considera también el aspecto ambiental (Hart, 1997). En este sentido, el modelo de Elkington, conocido como Triple Bottom Line o la Triple Cuenta de Resultados, vincula estas tres dimensiones, además de tomar en consideración las interacciones que resultan de ellas. En esta aproximación, y situándolo en un ámbito empresarial, presenta la necesidad de generar utilidades tomando en consideración la relación y mejora de los grupos de interés, así como reduciendo los impactos generados en el medio ambiente (Elkington, 1997).

Durante la primera década del siglo XXI, como resultado del vínculo entre la RSE y los procesos de desarrollo sustentable y humano de los países, se percibe un mayor número de actores que inciden en la construcción, así como en el entendimiento y la implementación de la RSE en empresas y organizaciones. Este incremento ha sido en todos los niveles y en todas

las esferas sociales, lo que ha llevado a la consolidación de la RSE a convertirse en una prioridad dentro de la agenda global, especialmente en América Latina.

El concepto de RSE se ha definido y utilizado extensamente en las últimas décadas. Aquí algunas de ellas, para el filósofo alemán Hans Lenk, responsabilidad significa estar dispuesto o ser capaz de responder ante alguien por algo, es decir, somos responsables por algo (acción, decisión, tarea, etc.) y alguien o alguna instancia. En sentido estricto, ser responsable implica tener una disposición a hacerse cargo de las consecuencias de las acciones y decisiones. No se puede pedir responsabilidad a alguien por lo que no es capaz de hacer o de evitar. La responsabilidad deriva de nuestra posibilidad para hacer algo, es decir, cuando alguien está capacitado para entender, planificar, actuar y juzgar, así como si posee los conocimientos y el potencial de realización, tanto como la calificación exigida.

En 1979, Hans Jonas publicó el libro *El principio de responsabilidad*, donde sostiene que es necesario desarrollar un concepto de responsabilidad acorde con el enorme poder de la tecnología desarrollada. El hecho de que hoy seamos capaces de realizar acciones cuyos efectos pueden durar siglos y perjudicar a miles de kilómetros más allá de donde los efectuamos es lo que llevó a Jonas proponer su principio de responsabilidad, el cual afirma que debemos obrar de tal modo que los efectos de nuestra acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana auténtica en la Tierra. Se trata de una definición que luego se reformuló y se ha ampliado hasta sostener el principio de desarrollo sustentable (Jonas, 1979).

El concepto de responsabilidad nos lleva a hablar de sus valores asociados. La responsabilidad realmente efectiva conlleva implícitos cuatro valores clave: transparencia, comunicación, coherencia y rendición de cuentas.

- *Transparencia*: es estrictamente hablando, la capacidad de ver a través de algo. Una institución es transparente cuando deja ver qué ocurre dentro. La responsabilidad exige que el observador externo vea y conozca las razones, los procesos y los factores que han influido en una decisión. No se puede saber si una empresa está siendo responsable cuando no se sabe que está haciendo ni cómo ni por qué.

- *Comunicación*: Tal como se advierte fácilmente, la etimología de “responsabilidad” y de “responder” es común a ambos términos. Ejercer responsabilidad supone estar dispuesto a escuchar a quien nos pregunta y a responderle. Una organización irresponsable es aquella que no escucha las demandas de los grupos de interés ni les da explicaciones acerca de qué hace y por qué lo hace.

- *Coherencia*: En la RSE, la coherencia exige asumir responsabilidades en todos los ámbitos: laboral, prácticas comerciales, contaminación, acción social, etc. Una empresa que desarrolla buenos proyectos sociales, pero contamina indiscriminadamente, ofrece pésimas condiciones laborales a sus trabajadores o abusa de sus proveedores no se puede considerar una empresa responsable.

- *Rendición de cuentas*: Concepto derivado del inglés accountability. Una empresa responsable es la que está dispuesta a dar a conocer datos objetivos y a permitir que se evalúen los impactos que genera tanto a su interior como en su entorno.

Existen razones estratégicas para desarrollar la RSE lo cual se conoce como Business case o visión estratégica de la RSE, entre ellas encontramos la mejora de la imagen de la empresa, la generación de lealtad de los trabajadores, la atracción de personal más calificado, una mayor disposición a colaborar en los momentos difíciles, la captación de inversiones estables, entre otras.

Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial

El documento “Responsabilidad Social Corporativa: un mapa del territorio” nos presenta una interesante revisión de teorías en este ámbito. Nos presenta las teorías de Responsabilidad Social Corporativa en cuatro dimensiones relacionadas con los beneficios, la actuación política, las demandas sociales y los valores éticos; sistematizándolas en los siguientes cuatro grupos (Gárriga y Melé, 2004):

- *Teorías Instrumentales*: Este grupo considera solamente el aspecto económico de las relaciones entre negocios y sociedad. Asocian las actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos. Este grupo asume a las organizaciones como un instrumento de creación de riqueza y ésta es su única responsabilidad social.
- *Teorías Políticas*: Este grupo enfatiza el poder social de la organización en su relación con la sociedad y su responsabilidad en el contexto político asociado a este poder. Esto lleva a la organización a aceptar deberes sociales y derechos y a participar en ciertos tipos de cooperación social.
- *Teorías Integrales*: Consideran que los negocios debieran integrar demandas sociales, centrándose en la captación, identificación y respuesta de estas. Según este enfoque, los negocios dependen de la sociedad para su continuidad y crecimiento e incluso para su sobrevivencia. Bajo esta perspectiva, las empresas obtiene legitimidad y una mayor aceptación y prestigio social.
- *Teorías Éticas*: Este último grupo de teorías comprende la relaciones entre negocios y sociedad, en conjunción con valores éticos. Se observa la RSE desde una perspectiva ética y en consecuencia las organizaciones debieran aceptar sus responsabilidades sociales como una

obligación ética sobre cualquier otra consideración.

El Concepto de los Stakeholders

Son individuos o grupos con una multiplicidad de intereses, expectativas y demandas que una empresa debe proporcionar y proyectar a la comunidad. Los Stakeholders poseen atributos y los más importantes son: la legitimidad, el poder y la urgencia.

1.Legitimidad: Es la validez percibida de la demanda de un Stakeholders

2.Poder: La habilidad o capacidad para producir un efecto en la empresa

3.Urgencia: Es el grado de las demandas que exigen la atención inmediata

Para ello las empresas deben establecer la sensibilización y la comunicación con sus Stakeholders, para el desarrollo sostenible de los canales de monitoreo para identificar las necesidades y demandas que la empresa debe satisfacer permanentemente.

Las empresas y sus Stakeholders juegan un papel muy importante para liderar un futuro mejor exclusivamente en los niveles más altos de la gerencia y en la dirección de las grandes empresas con la necesidad de promover un desarrollo sostenible y del reconocimiento de la sociedad; para ello las empresas deben trabajar con responsabilidad social que debe ser una iniciativa voluntaria y orientada al cumplimiento de la política que cada empresa adopte.

Los Stakeholders es un enfoque integrador que no solo cumple con sus obligaciones económicas, legales, éticas y sociales con respecto a sus accionistas, si no también hacia los empleados, clientes, comunidades locales, medioambientales, proveedores y distribuidores.

ENFOQUES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Existen diversos enfoques de la responsabilidad social empresarial, entre los principales podemos encontrar:

- *Enfoque Libertario*: En este Milton Friedman afirma que la doctrina de la Responsabilidad Social Empresarial es una doctrina subversiva, porque ataca la libertad de elección de los agentes y distorsiona el funcionamiento del sistema de precios, provocando ineficiencias en la asignación de recursos. Es subversiva porque enfrenta a los empleados de la corporación ante el siguiente dilema: obedecer al objetivo empresarial de maximizar beneficios o al propósito de mejorar el bienestar social. Ante este dilema, Friedman responde con el teorema de la mano invisible de A. Smith; el bienestar social se maximiza permitiendo el libre funcionamiento del mercado y evitando cualquier intervención del Estado (Friedman, 1970) .
- *Enfoque Iluminado del Self-Interest*: Este modelo sostiene que las acciones socialmente responsables que lleven a cabo los empresarios, recibirán una contra-prestación por parte de la sociedad en determinadas circunstancias. Esta contra-prestación se generará por los siguientes factores: mejora sustancial de la imagen pública de la empresa, que aumentará el número de compradores de los productos o servicios que esta provee; aumentará la probabilidad de que los bancos ofrezcan financiamiento a tasas más bajas; se incrementará la moral de los trabajadores, y obtendrá ventajas en atraer y retener a buenos empleados; se incrementará el número de colaboradores para la búsqueda de negocios lucrativos. Este enfoque afirma que las empresas deben ser socialmente más responsables, ya que la ética empresarial demostró ser en los últimos años, una variable de gran importancia en la determinación del beneficio empresarial.

- *Enfoque de la Moral Personal:* Según este enfoque, si las corporaciones son definidas como “personas” y “agentes morales”, entonces son responsables morales por las acciones que lleven a cabo en el ámbito social, de la misma forma que lo son las personas reales y los agentes morales. Así mismo, Patricia Werhane adhiere a una posición intermedia afirmando que las empresas son agentes morales secundarios, y por lo tanto, no completamente responsables. Sin embargo, si las corporaciones no son definidas como personas, como afirman Roger Gibson y John Danley los reclamos a favor de una Responsabilidad Social Empresarial requerirán de un campo distinto al de la moral personal para su correspondiente justificación.

- *Enfoque de las Instituciones Sociales:* Este enfoque se fundamenta en la investigación acerca de la naturaleza social de los negocios, en general, y de las empresas, en particular, a fin de determinar el carácter y grado de Responsabilidad Social Empresarial. Define a la corporación como una “institución social” con responsabilidades sociales. Para este enfoque la empresa es por naturaleza una institución social. Por lo tanto, como institución social, está sujeta a los cambios que se produzcan en la sociedad, y como tal, tiene responsabilidades sociales que cumplir.

- *Enfoque Legal:* Este enfoque estudia la naturaleza social de la corporación con la relación a la ley. La corporación es creada por el estado y no existe fuera de él, y como el estado y la ley son ambas creaciones de la sociedad, por lo tanto, la corporación es una creación de la sociedad. En resumen, esta posición afirma que es el marco legal el que da validez a las empresas como instituciones sociales. Así mismo, afirma que como la ley es creada por el estado, y como el estado es obra de la sociedad, entonces por relación transitiva la corporación es creada por la sociedad. Y como toda creación se debe someter a su creador,

sin el cual no hubiera logrado la existencia, la corporación nunca debe oponerse al bienestar comunitario. En caso de que la creación fuera dañina para la comunidad, ésta la suprimiría y la reemplazaría por otro tipo de institución mucho más acorde a sus necesidades.

- *Enfoque De la Ciudadanía Empresarial:* Este enfoque analiza la naturaleza social de la empresa, a partir de su carácter de ciudadano de la sociedad en la cual lleva a cabo sus actividades. La empresa es un integrante más de la nación donde se encuentra, y como tal está sujeta a ciertos deberes y derechos inherentes a la posición que ocupa en la sociedad: Como cualquier otro ciudadano, no puede nunca oponerse al bienestar general de la nación, y está en muchos aspectos obligada a promoverlo con diversas actividades específicas. Para este enfoque, la obligación social de la empresa es anterior a sus objetivos privados.

- *Enfoque de los Stakeholders:* Este enfoque establece que la obligación de la empresa no está limitada a los accionistas, sino que comprende a un grupo más amplio denominado Stakeholders. El propósito de los empresarios es la maximización del owner value de largo plazo, y por lo tanto, los demás objetivos deben estar subordinados a este propósito. Generalmente, el owner value se refiere al valor de la empresa, medido por los beneficios de largo plazo que esta le reporta a los accionistas o shareholders. En la actualidad, es muy importante el cuidado de los Stakeholders para maximizar el owner value. Por lo tanto, el bienestar de los demás Stakeholders es un medio esencial para el objetivo principal que es la maximización del valor de la empresa, pero no es un fin en sí mismo. La base para una acción ética en los negocios consiste en ser fiel al objetivo de la empresa; es decir, es el logro del objetivo principal el que determina el contexto para el accionar ético, y éste último no puede restringir el objetivo principal de la organización.

- *Enfoque Basado en la Virtud*: este enfoque parte del principio de que “la caridad empieza por casa”. La excelencia individual llevará a la excelencia en la práctica empresarial y al cumplimiento de los objetivos de la corporación; y la excelencia empresarial contribuirá a lograr una comunidad moralmente buena. Sin embargo, si los empresarios no disponen las condiciones laborales para el desarrollo de la excelencia de sus empleados, entonces estas falencias de la corporación se reflejarán en el bienestar social.
- *Enfoque Teológico o Religioso*: Este enfoque afirma desde el punto de vista religioso que el objetivo de los individuos en la tierra es su desarrollo moral: Por lo tanto, las empresas, como instituciones sociales dentro de las cuales el individuo se desarrolla, deben promover las condiciones necesarias para este progreso moral. Dentro de este enfoque podríamos incluir la posición de la Doctrina Social de la Iglesia, que afirma la necesidad de mejorar las condiciones laborales para el desarrollo pleno del ser humano. La Doctrina Social de la Iglesia rechaza de plano las condiciones infrahumanas en que se desempeñan muchas corporaciones hoy en día, ya que de esta forma tornan muy dificultoso el desarrollo moral de los individuos, fin último de los hombres ordenados a Dios.

Con respecto a la Responsabilidad Social se han elaborado muchos trabajos y artículos que buscan enriquecer los conocimientos con respecto al tema y crear conciencia en todos los actores del diario vivir. Como ejemplo podemos mencionar los siguientes trabajos de grado presentados por estudiantes de la universidad de Cartagena:

- ***Responsabilidad Social Empresarial Desarrollo Histórico Del Concepto Caso Cartagena (González, 2010)***: Con este trabajo se realizó un acercamiento descriptivo del desarrollo histórico que ha tenido la Responsabilidad Social Empresarial en

Cartagena, y a la vez se identificaron aquellas manifestaciones que se han dado en la ciudad con respecto al tema. Como resultado se evidenció que aunque el tema ha evolucionado en Cartagena, aún falta más conocimiento acerca del tema por parte de las empresas y trabajadores, y por ende un poco más de compromiso.

- ***Diagnóstico de la Aplicabilidad de la Responsabilidad Social en la Empresa de Transporte Público de Pasajeros Vehitrans S.A. de la ciudad de Cartagena (García, 2009)***: Se basó en analizar si la empresa en cuestión, en su objeto social tenía en cuenta la Responsabilidad Social como medio, para lograr brindar un servicio de calidad; de igual manera, se verificaron cuales habían sido las disposiciones legales realizadas en la ciudad de Cartagena con respecto al tema y qué principios de Responsabilidad Social aplicaba la empresa para realizar su objeto social. Como resultado, se logró que todas las personas que hacían parte de la empresa Vehitrans S.A., tuvieran claro el tema de Responsabilidad Social, se identificaron las debilidades que se tenían con respecto al tema y se dieron las recomendaciones que se deberían seguir, para lograr ser una empresa socialmente responsable.

- ***La Contabilidad Social como Herramienta para Evaluar y Controlar la Responsabilidad Social de la Empresa (Mejía, 2009)***: Este trabajo afianzó la afirmación de que la Contabilidad Social es una herramienta que ayuda a evaluar y controlar que tan socialmente responsable es una empresa. En él se argumentó la importancia de la Contabilidad Social en la consecución una mejor calidad de vida para los agentes internos y externos de las empresas. Al final se propusieron mecanismos de acción para que por medio de una mayor aplicabilidad de la Contabilidad Social se impulsara la Responsabilidad Social en las empresas.

Con la información contenida en estos trabajos se afianzó la importancia de la Responsabilidad Social en las empresas, como herramienta para lograr el mejoramiento social, económico y ambiental de ellas.

0.6 METODOLOGÍA

El presente trabajo pertenece al tipo de investigación Descriptivo Analítico, dado que su objeto es determinar en primera instancia la situación de Procargo S.A. en términos de responsabilidad social empresarial, y con la información obtenida, diseñar un plan en RSE para suplir las falencias identificadas y aportar al mejoramiento de su competitividad. Recordemos que la investigación descriptiva tiene como objetivo llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, y con los datos obtenidos predice e identifica las relaciones que existen entre dos o más variables.

El Diseño de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para PROCARGO S.A., se realizará con base en una observación directa de los procesos y políticas de la empresa, se utiliza un método con un carácter **Cualitativo**, el cual busca recolectar la información pertinente que conduzca al diseño de un plan de Responsabilidad Social. Todo el trabajo se desarrollará como una práctica de consultoría interna para la empresa PROCARGO S.A. En primera instancia se hará una revisión bibliográfica sobre la fundamentación teórica y legal de Responsabilidad Social Empresarial. Luego se definirá cuáles son los factores que intervienen para el diseño de un plan de plan de Responsabilidad Social.

Se identificarán los procedimientos y políticas que se tienen actualmente en Procargo S.A. sobre responsabilidad social, y se validará su aplicabilidad con los requerimientos que actualmente el Estado exige con respecto al tema. Considerando los puntos antes mencionados, se diseñará el Plan de Responsabilidad Social, que se considera más adecuado para la empresa.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN DE PROCARGO S.A. CON RESPECTO AL TEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Se diagnosticó el estado de la situación que actualmente posee Procargo S.A. con respecto a la responsabilidad Social, por medio de las encuestas de acuerdo a la guía de autoaplicación de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial IARSE – ETHOS; cuyos resultados fueron fundamentales para detectar las falencias o fortalezas que la compañía tiene con respecto a este tema. Las encuestas fueron aplicadas a los empleados de la empresa, luego los datos obtenidos se analizaron y arrojaron los resultados descritos a continuación. Inicialmente, se describe cada indicador y al finalizar se encuentra el análisis global.

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

Aquí se agrupan 6 indicadores que son: **Compromisos Éticos, Arraigo en la cultura organizativa, Gobierno Corporativo, Relaciones con la competencia, Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (Stakeholders) y Balance Social/ Memoria de RSE/ Reporte de Sostenibilidad.** Veamos cómo le fue a Procargo en estos puntos.

- **Compromisos Éticos:** En la empresa no se expone públicamente por ningún medio los compromisos que están estipulados en el manual de ética. Se encuentran falencias en los temas abarcados por este como lo son, cumplimiento de las leyes y pagos de impuestos, pagos o recibos cuestionables, corrupción pasiva, prevención y tratamiento de fraudes, fraudes en concursos públicos (licitaciones), no son explícitos en relación al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones brindadas a todas las partes interesadas. Entre otras falencias, se encuentra que no existe un comité que se encargue de las cuestiones éticas tanto internas como las reconocidas exteriormente. No existen procedimientos que permitan que todos sus empleados conozcan las leyes que están vinculadas al ejercicio de las actividades de la organización o en beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente.

- **Arraigo en la Cultura Organizativa:** A nivel de clima organizacional la empresa no aborda las cuestiones éticas, sus empleados no demuestran familiaridad en su día a día con los temas y conductas contemplados en el código de ética, pues no los aplican espontáneamente, y al no existir un comité de ética en la compañía, la estructura organizacional no desarrolla procedimientos que permitan lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento de su manual de ética.
- **Gobierno Corporativo:** En este indicador se encuentra que aunque tiene puntos positivos son más los negativos, entre los cuales podemos citar, que no existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la compañía; no existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.); no existe un esquema de capacitación formal en RSE dentro de la estrategia de desarrollo de capital humano de la empresa; no se utilizan estudios o encuestas, ni el apoyo de especialistas para fundamentar mejor la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos; tampoco existen indicadores de sustentabilidad en el tablero de control de la compañía; entre los miembros del directorio el porcentaje de mujeres es 0%. Todo esto lleva a la conclusión que en gobierno corporativo se hacen necesarios muchos cambios.
- **Relaciones con la Competencia:** Aunque Procaro en los últimos dos años no fue sancionada ni advertida por prácticas de competencia desleal y tampoco fue denunciada por organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil de defensa al consumidor por irregularidades en sus procesos y servicios; si hay que decir que en el manual de ética no se encuentran estipulados principios relacionados a la competencia leal, por tal motivo, no son expuestos públicamente entre sus trabajadores; tampoco, estipulan pautas a seguir con respecto a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos. La anterior situación presume, que el hecho que aún no se hayan presentado inconvenientes con relación a estas falencias, no indica que no se puedan dar a futuro.

- **Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders):** Este indicador se encuentra en un nivel cero, puesto que al realizarse la encuesta se encontró que, no se mantiene una comunicación con los grupos o partes interesadas; no se tienen políticas o procedimientos para responder prontamente cualquier sugerencia, reclamo o demanda de sus stakeholders; la empresa no cuenta con políticas ni indicadores que promuevan el diálogo con sus grupos de interés y que luego, el resultado obtenido de éste sea utilizado en el proceso de planeamiento general de la empresa.
- **Balance Social / Memoria de RSE / Reporte de Sostenibilidad:** Al analizar este indicador se encuentra que en la empresa, nunca se ha realizado un balance social y mucho menos un reporte de sostenibilidad; por tal motivo, no están estipulados los principios como Transparencia, Alcance, Equilibrio, Exactitud, Claridad, Verificabilidad, Relevancia y/o Materialidad, Participación de los Públicos de Interés y Comparabilidad, los cuales son fundamentales al momento de producir un Balance Social en una compañía. Adicional a que nunca se ha hablado de Balance Social en Procargo, cabe resaltar, que la compañía no se ha interesado en indagar sobre el tema.

Luego del análisis hecho de los indicadores que componen el tema de **VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO** en Procargo S.A., se puede decir, que la compañía tiene grandes falencias en cada uno de ellos, a grandes rasgos se concluye, que la cultura de responsabilidad social empresarial en la organización no ha llegado, sus directivos no la fomentan, de hecho no saben qué beneficios le puede traer a la empresa, no tienen estipulado unos principios de competencia leal y nunca se ha realizado un balance social. Al presentarse esta situación, lo aconsejable es que las directivas de la compañía se reúnan y verifiquen las falencias encontradas, planifiquen los pasos a seguir para contrarrestarlas, ponerlo en marcha y verificar los resultados alcanzados.

PÚBLICO INTERNO

Ahora es el turno para los indicadores de: **Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados, Gestión Participativa, Compromiso con el Futuro de los Niños, Compromiso con el Desarrollo Infantil, Valoración de la Diversidad, Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial, Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género, Relaciones con Trabajadores Tercerizados / Subcontratados, Política de Remuneración, Beneficios y Carrera, Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones Laborales, Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad, Comportamiento en los Despidos y Preparación para la jubilación.** Aquí están los resultados de cada uno.

- **Relaciones con Sindicatos u otras Asociaciones de Empleados:** En Procargo no existen sindicatos, no se suministra información a sus trabajadores y no se permiten reuniones en horario de trabajo para facilitar una actividad gremial; la empresa no posee una comisión interna de empleados y trabajadores que esté garantizada por convenio colectivo; solo se pone a disposición del Ministerio de Trabajo (cuando lo solicita), la información básica sobre derechos y deberes tales como acuerdos salariales, contribuciones sindicales, etc..
- **Gestión Participativa:** Este indicador no aplica a Procargo pues al no existir un sindicato, no se realizan elecciones para formarlos y la empresa no incentiva ni gestiona para que se conforme uno.
- **Compromiso con el Futuro de los Niños:** Procargo cuenta con un programa específico para la contratación de aprendices, a los cuales les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal con el debido acompañamiento, evaluación y orientación. Pero no discute ni propone con otras empresas propuestas para combatir el trabajo infantil en su sector; al concluir los

aprendices sus prácticas no son incorporados como trabajadores a la empresa y tampoco otorga oportunidades con empresas u organizaciones asociadas.

- **Compromiso con el Desarrollo Infantil:** En este indicador como en los anteriores, se puede constatar que Procargo presenta muchas falencias, puesto que, no ofrece programas específicos para la salud de la mujer embarazada; no existen programas de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño; la empresa no incluye en sus estrategias el acompañamiento a los hijos de sus trabajadores durante su desarrollo, ni personal ni educativo; en la empresa no se destinan recursos para contribuir con organizaciones dedicadas al desarrollo de la infancia. La empresa no ofrece a sus empleados (mujeres y hombres) beneficios para sus hijos como guardería en el lugar de trabajo o por convenio, auxilio para la educación de los hijos, entre otros; tampoco se tiene un control o conocimiento de cuántos hijos de sus trabajadores están en rangos de edades de 0 a 3 años (infantes) y de 4 y 5 años (niños), los cuales necesiten cuidados especiales. Como resultado se puede ver, que la empresa no da importancia a este indicador en el desarrollo de su objeto social.
- **Valoración de la Diversidad:** Al evaluar este indicador, se puede constatar que aunque en el manual de ética se contempla explícitamente la cuestión de género y la cuestión religiosa para los trabajadores; no se abordan temas puntuales como la cuestión étnico racial, la orientación sexual, personas con necesidades especiales, la apariencia física y tampoco la edad. Cabe resaltar que en Procargo nunca se contrata una persona que tenga algún tipo de discapacidad; para el cargo de conductor solo se aceptan empleados que tengan menos de 50 años, y para los cargos de oficina hasta los 45 dependiendo si cumple con los requisitos exigidos por la empresa. En la compañía no hay oportunidad de trabajo para expresidarios. Al no existir una política de valoración de la diversidad y no discriminación, se hace imposible que en Procargo se dé oportunidad a posibles empleados con algún tipo de discapacidad, edad en particular, orientación sexual o de origen geográfico, lo cual, limita las vacantes a las características que estipula la compañía; en caso tal de presentarse con algún

trabajador alguna de las situaciones antes expuestas, tampoco hay mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimientos de hechos que involucren posibles casos de discriminación.

- **Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial:** Este indicador, al igual que el anterior, presenta grandes falencias, pues al no existir una política de valoración de la diversidad, tampoco hay lugar para una política de promoción de la equidad y no discriminación. No se realizan campañas internas sobre la importancia de estos temas, entre el personal de la compañía, lo cual facilite la comprensión de los mismos.
- **Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género:** Con este indicador se presenta algo en particular, los cargos de jefatura y coordinación de Procargo en su gran mayoría están ocupados por mujeres, excepto el de gerencia, con una relativa igualdad de sueldos entre hombres y mujeres. Pero en la empresa no existen como tal políticas que avalen o promuevan la equidad de género, no se prohíben expresamente actividades que puedan intimidar o constreñir a las mujeres en el ambiente de trabajo, no se contempla la prohibición expresa de la discriminación contra las mujeres con problemas de salud y tampoco se tienen procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo.
- **Relaciones con Trabajadores Tercerizados / Subcontratados:** El resultado del análisis de este indicador es cero (0), puesto que Procargo no tiene entre sus empleados ninguno que sea tercerizado o subcontratado.
- **Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera:** Este indicador permite constatar por medio de su análisis, que en Procargo no existe un plan de cargos y salarios; existen trabajadores que ganan el mínimo legal vigente, mientras que hay

otros devengando salarios integrales. No se cuenta con un programa de bonificación para los empleados. En la compañía no se realizan encuestas para medir la satisfacción de los empleados en lo que se refiere a la remuneración y beneficios que ofrece la compañía, lo cual, no permite saber si el personal se siente a gusto con sus funciones y el salario que devenga.

- **Cuidados de la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo:** Procargo no cuenta con un programa de prevención y tratamiento para la dependencia de drogas y de alcohol. Durante las jornadas laborales no se promueven ejercicios físicos y programas para combatir el estrés, especialmente para los cargos que realizan funciones más estresantes. No poseen en la empresa una política de compensación de horas extras para los empleados, inclusive gerentes y ejecutivos. Aunque no se han presentado accidentes laborales que hayan terminado en muerte de empleados, falta más control en las condiciones de trabajo de los trabajadores.
- **Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad:** Este indicador muestra que la empresa, no se interesa por saber si la remuneración y los beneficios que reciben sus empleados, les permiten el libre desarrollo tanto profesional como personal. Entre sus trabajadores existen personas analfabetas funcionales, otros con enseñanza técnica, como también profesionales, cada uno con sueldos y beneficios totalmente distintos. Con respecto a los pasantes, se les ofrece buenas condiciones laborales, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en la respectiva área de estudio a la cual pertenece, con el debido acompañamiento y asesoría; pero al finalizar esta etapa práctica, el aprendiz no es contratado por la compañía y no se busca emplearlos en empresas socias.
- **Comportamiento Frente a Despidos:** Cabe resaltar que Procargo no ha sido demandado laboralmente por ningún antiguo trabajador, pues al momento de despedir a alguien le dan la respectiva indemnización. En la empresa no se evalúa

periódicamente la rotación de empleados; no cuentan con un programa de capacitación y estímulo para aquellos trabajadores que son emprendedores.

- **Preparación para la Jubilación:** Este indicador no aplica para Procargo, pues en la empresa aún no se ha jubilado ningún trabajador, y en caso tal que llegara a pasar, no se cuenta con un programa de jubilación complementaria para los empleados.

Luego de analizar los indicadores correspondientes a **PÚBLICO INTERNO**, se puede concluir que, en Procargo existen demasiadas falencias respecto a este tema; no hay políticas estipuladas sobre la equidad, salud, remuneración, desarrollo profesional, jubilación, la discriminación y la diversidad, temas fundamentales para que el clima laboral esté en óptimas condiciones; al no existir ésta, se puede caer en el desánimo laboral y la empresa se puede ver expuesta a que tus trabajadores busquen otros empleos que si los valoren como humanos y como piezas fundamentales para el buen funcionamiento de la organización.

MEDIO AMBIENTE

Este tema abarca los indicadores de **Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental , Educación y Concientización Ambiental, Gerenciamiento del Impacto en el Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios, y el último que es Minimización de Entradas y Salidas de Insumos**; a continuación se encuentran sus resultados.

- **Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental:** Al evaluar este indicador se puede constatar que Procargo no tiene un compromiso explícito con la mejora de la calidad ambiental, puesto que, no posee una política ambiental formal que la conozcan todos los empleados de la compañía; no hay una persona en la empresa que sea la responsable del área de medio ambiente; no dispone de procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejora de la calidad ambiental. Lo anteriormente expuesto, indica que en la empresa el tema de la mejora en la calidad ambiental, no ha sido estudiado por sus directivas y mucho menos transmitido el compromiso a sus trabajadores.

- **Educación y Concientización Ambiental:** Al no existir una política ambiental formal en la empresa, no se educa ni concientiza a los trabajadores sobre el cuidado al medio ambiente. En Procargo, muy rara vez se hacen campañas internas de reducción del consumo de agua y energía, solo promueven la reutilización del papel entre los empleados de oficina y nunca se han desarrollado campañas de educación para el consumo consciente. Esto como consecuencia de la falta de compromiso con la protección del medio ambiente que viene directamente de las directrices de la compañía.
- **Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios:** Este indicador como resultado de su análisis se puede decir que es cero (0), pues al no existir la política ambiental formal en la empresa, por ende, no se verifica, si por realizar el objeto social de la compañía se está afectando el medio ambiente, controles para mitigar los posibles daños que se estén ocasionando y estrategias para mejorar cada día más. Cabe resaltar que la empresa nunca ha recibido certificaciones ambientales.
- **Sustentabilidad de la Economía Forestal:** Este indicador no es aplicable a Procargo por las anteriores razones que se dieron de la falta de política y compromiso ambiental en la compañía.
- **Minimización de Entradas y Salidas de Insumos:** Aunque a los vehículos que son utilizados para prestar el servicio de transporte en la compañía se les hace la revisión tecnomecánica; adicional a esto la empresa no tiene ningún tipo de control que busque minimizar por ejemplo, el consumo de agua o la generación de residuos sólidos. Procargo no invierte dinero ni en programas o proyectos de mejora ambiental.

PROVEEDORES

Ahora el turno es para los siguientes indicadores: **Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores, Trabajo Infantil en la Cadena Productiva, Trabajo Forzado en la Cadena Productiva y Apoyo al Desarrollo de Proveedores**; para saber qué tan bien está Procarco en estos aspectos.

- **Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores:** Como en Procarco la responsabilidad social de manera formal es nula, de igual forma al momento de escoger sus proveedores, no se preocupan por verificar si los mismos realizan su objeto social siempre encaminado a la Responsabilidad Social Empresarial y la sostenibilidad.
- **Trabajo Infantil en la Cadena Productiva:** La empresa si verifica que en su cadena productiva no exista mano de obra infantil, exigiendo documentación comprobatoria del hecho.
- **Trabajo Forzado en la Cadena Productiva:** El resultado de este indicador es nulo, pues la empresa no verifica que en su cadena productiva no se presenten casos de mano de obra forzada.
- **Apoyo al Desarrollo de Proveedores:** Procarco no posee una política la cual le permita apoyar al desarrollo de proveedores; de hecho, todos los proveedores de la empresa son entes ya desarrollados y con amplia referencia en el mercado.

Al revisar los resultados de estos indicadores, se puede concluir que Procarco no tiene un procedimiento específico para seleccionar proveedores, para los cuales la responsabilidad social empresarial ocupe un lugar fundamental en sus valores. Lo anterior, viene del hecho que en la empresa la Responsabilidad Social no tiene la importancia necesaria.

CONSUMIDORES Y CLIENTES

Los indicadores que abarcan este tema son **Política de Comunicación Comercial y Excelencia de la Atención.**

- **Política de Comunicación Comercial:** En este indicador se puede visualizar que la empresa no tiene una situación favorable, pues presenta las siguientes falencias: no tienen políticas de comunicación comercial, no se realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios y tampoco posee políticas específicas para asegurar que la comunicación orientada al público sea responsable.
- **Excelencia de la Atención:** Fácilmente se puede decir que Procargo no cuenta con una oficina de servicio al cliente, encargada de recibir las quejas o sugerencias que puedan hacer los clientes por los servicios que presta la compañía. No existe una política de servicio al cliente, que facilite la mejora de los servicios de la empresa.

COMUNIDAD

En este tema solo se evaluó el indicador correspondiente a **Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de su Entorno**, del cual se puede decir que, a Procargo no se le puede aplicar este indicador, puesto que, la empresa se encuentra ubicada dentro de un bloque empresarial, el cual no colinda con un barrio específico, sino más bien está inmerso en la zona industrial de Mamonal. Por tal razón, no reconoce a la comunidad en la cual está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios; no posee indicadores para monitorear los impactos que puede causar por sus actividades en la comunidad a la cual pertenece.

GOBIERNO Y SOCIEDAD

Aquí se encuentran los tres últimos indicadores evaluados en Procargo, los cuales son **Contribuciones para Campañas Políticas, Prácticas Anticorrupción y Anticoima y por último Liderazgo e Influencia Social.**

- **Contribuciones para Campañas Políticas:** Cabe resaltar que en el último año la empresa no fue mencionada de manera negativa en la prensa por apoyar financieramente a campañas políticas; pero, no tiene normas explícitas de no utilización de poder económico para influenciar contribuciones de otras empresas.
- **Prácticas Anticorrupción y Anticoima:** Aunque Procargo no se ha visto involucrada en escándalos de coima o práctica de corrupción de agentes públicos; se evidencia la falta de políticas explícitas de no apoyo y no participación en procesos que tiene por objetivo la manipulación de edictos de la competencia.
- **Liderazgo e Influencia Social:** Al analizar este indicador se evidencia que la compañía no interactúa activamente con instituciones de enseñanza para la mejora de la calificación de la mano de obra del sector en el que actúa; tampoco estimula proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica.

Por conclusión de este tema se puede decir que, Procargo es una empresa que no interactúa ni con el gobierno y mucho menos con la sociedad; no se inmiscuye en asuntos diferentes a los que tienen relación con su objeto social.

Finalmente, luego de todos los análisis antes descritos, se puede decir que a nivel de Responsabilidad Social Empresarial Procargo S.A., tiene muchas falencias que empiezan desde el hecho que no se cuenta con una política ambiental establecida y a la vez divulgada entre el personal de la compañía. Las directivas no le han dado la importancia que este tema se merece, no conocen los beneficios que trae consigo el implementarse en la empresa. No se conoce la realidad del clima organizacional y mucho menos la imagen que Procargo pueda tener ante sus grupos de interés; no se conocen las necesidades o requerimientos que los stakeholders puedan tener para con la empresa. De esta forma es muy difícil para la gerencia determinar el camino a seguir, si en el que se está es el correcto o si hay que tomar otro, corregir errores y mejorar.

CAPÍTULO II

IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DE PROCARGO S.A., SUS DEMANDAS Y REQUERIMIENTOS

Se identificaron los grupos de interés de Procargo S.A., y adicionalmente se conocieron sus demandas y requerimientos para con la empresa. La información se obtuvo por medio de la aplicación de encuestas de acuerdo a la guía de auto-evaluación de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial MEDIRSE 2008, las cuales fueron modificadas y adaptadas para los fines que se buscaban obtener. Por el diagnóstico realizado en el primer capítulo, se identificaron los grupos de interés de la empresa, los cuales son los siguientes: EMPLEADOS, PROVEEDORES, CLIENTES y ESTADO. Las encuestas fueron aplicadas a cada uno de estos grupos; luego los datos obtenidos se analizaron y arrojaron los resultados descritos a continuación.

EMPLEADOS

¿La empresa debe evaluar su desempeño con fines de mejorar su salario?

Según el 100% del personal encuestado, Procargo S.A. Sí debe evaluar el desempeño de los trabajadores pero con fines de mejorar su salario, pues alegan que la empresa no tiene en cuenta los resultados obtenidos y simplemente quedan en el papel.

¿Se deben promover reuniones sociales para acercamiento con los empleados?

El 100% de las personas encuestadas opinan, que Procargo S.A. Sí debe promover reuniones sociales para lograr de esta forma un mayor acercamiento con los empleados, quienes afirman sentir que no son tenidos en cuenta en la compañía.

¿La empresa debe ofrecerle programas o beneficios adicionales como seguro de vida o bono vacacional?

En esta pregunta no se dio unanimidad, pues el 20% de los encuestados opina que la empresa no debe ofrecerle a los trabajadores este tipo de programas o beneficios; pero el otro 80% contestó que Procargo sí debe ofrecerlos sin que estos generen un costo o deducción en el salario del trabajador.

¿La empresa debe establecer para los empleados un plan carrera?

Para el 80% de los encuestado, Procargo S.A. Sí debe establecer un plan carrera para los empleados, el cual les permita crecer a nivel profesional y especializarse en el cargo que desempeñan. El 20% se encuentra en desacuerdo y piensa que un plan carrera no es necesario.

¿Cree que deben mejorar las normas que prohíban las discriminaciones, acosos, hostigamientos y abuso sexual dentro de la empresa?

Según el 80% de la población encuestada, en la empresa Si se deben mejorar las normas que prohíban este tipo de situaciones, pues dicen que como tal no son divulgadas al personal y no tiene certeza que existen. El 20% opina que no es necesaria esa medida.

¿Se deben establecer sanciones a jefes y supervisores, en caso de abuso de autoridad?

El 90% de la población encuestada opina que Sí se deben mejorar las sanciones que se impongan a jefes y supervisores, en los casos que se presenten abusos de autoridad, pues el personal no ha sentido el apoyo que deberían. El 10% dice que No es necesario establecerlo.

¿Al momento de existir una vacante en la empresa, el primer reclutamiento debe hacerse en el interior de la misma?

Para el 90% de la población encuestada, al momento de existir una vacante en la empresa Si se debe hacer el reclutamiento primero en el interior de la misma, no hacer pública la oferta, para de esta forma darle la oportunidad de ocuparla a alguien que ya está dentro de la compañía. El otro 10% opina que no es necesario que el reclutamiento se haga en primera instancia dentro de la empresa.

¿Al momento de realizar sus funciones, la empresa le brinda un ambiente adecuado y las herramientas necesarias para realizarlas?

El 80% de los encuestados opinan que la empresa Sí les brinda un ambiente adecuado y las herramientas necesarias para realizar sus funciones, el otro 20% está en desacuerdo y dicen que no se les brindan, y que este punto se debe mejorar.

¿Está inscrito en el seguro social?

Por unanimidad el 100% de la población encuestada opina que Sí, todos están inscritos en el seguro social.

¿Sus condiciones de trabajo deben mejorar con el transcurrir del tiempo?

El 100% de la población encuestada opina que sus condiciones de trabajo Sí deben ser mejoradas con el transcurrir del tiempo, y no deben estancarse.

¿Debe ofrecer la compañía un programa de guarderías infantiles para los empleados que lo necesiten?

El 90% de los encuestados opina que no es necesario un programa de guarderías infantiles para los empleados de la empresa, el otro 10% está en desacuerdo y piensa que este programa si es necesario.

¿La empresa debe ofrecer un plan médico privado adicional al seguro social para sus empleados?

En esta pregunta las opiniones fueron divididas, el 50% de los encuestados opina que Sí es necesario que la empresa ofrezca un plan médico privado adicional al seguro social que por ley les corresponde, pero que este no genere una deducción adicional en su salario; pero el otro 50% piensa que no es necesario implementar este tipo de programas en la empresa.

¿Se deben mejorar las instalaciones de alimentación y aseo de la empresa, con respecto a seguridad e higiene?

El 50% de la población encuestada opina que Sí se deben mejorar las instalaciones de alimentación y aseo de la empresa con respecto a seguridad e higiene, pues alegan que están un poco descuidadas; el otro 50% contestó que no es necesario mejorarlas que las que están en estos momentos se encuentran bien.

¿Debe realizar la empresa campañas de vacunación y prevención de enfermedades?

El 100% de los encuestados opina que Sí es necesario que Procargo realice campañas de vacunación y prevención de enfermedades entre los trabajadores, pues así se evitan situaciones no deseadas.

¿Por la ubicación de la empresa, se hace necesaria la implementación de ruta de transporte para los empleados?

Para el 100% de los encuestados Sí es necesario que la empresa disponga para los empleados una ruta de transporte que los lleve y recoja al lugar de trabajo, pues Procargo se encuentra ubicada en una zona de difícil transporte.

¿La empresa debe dar incentivos a los empleados que terminen sus estudios formales?

El 90% de la población encuestada opina que la empresa Sí debe dar incentivos a los empleados que terminen sus estudios formales, pues eso los motiva a seguirse superando; el otro 10% está en desacuerdo y piensa que No es necesario que la empresa de incentivos por esta clase de motivos.

¿Se deben realizar capacitaciones a los empleados, de acuerdo al área y necesidad del cargo, de forma permanente?

El 100% de las personas encuestadas opina que Sí es necesario que de forma permanente, la empresa realice capacitaciones a los empleados de acuerdo al área y necesidad del cargo, pues esto permite que las funciones se ejecuten de manera correcta y eficiente.

¿Se debe tener en cuenta más su opinión, para la elaboración de los planes y programas de la compañía?

Para el 90% de los encuestados, Sí es necesario que Procargo tenga en cuenta su opinión para la elaboración de los planes y programas de la compañía, pues dicen que directa o indirectamente a ellos los afectan; el otro 10% opina que No es necesario que su opinión sea tenida en cuenta.

¿Se hace necesaria la creación de un sindicato en Procargo?

El 90% de la población encuestada opina que Si es necesario que en Procargo se cree un sindicato, y el otro 10% piensa que esa figura No se amerita en la empresa.

¿La empresa debe contratar personas con algún tipo de discapacidad?

El 70% de los encuestados opina que Sí deben contratar personas con discapacidad, para que se les dé la oportunidad; el otro 30 % piensa que No se deben contratar personas de este tipo pues no es necesario.

¿Siente que al momento de realizar selecciones de personal, se da algún tipo de discriminación ya sea por edad, sexo, religión o raza?

Solo el 10% de los encuestados opina que Sí se han presentado este tipo de situaciones al momento de realizar selecciones de personal en la empresa; el otro 90% dice que No ha sentido discriminaciones de estos tipos en las selecciones de personal.

PROVEEDORES

¿La política de pagos de Procargo es clara y transparente?

Para el 80% de los encuestados la política de pagos de Procargo Sí es clara y transparente, desde el momento que inician relaciones comerciales; el 20% restante está en desacuerdo y opina que no es del todo clara.

¿Los períodos de pago son cumplidos en el tiempo indicado, según los acuerdos hechos al momento de brindar sus servicios a Procargo?

El 50% de la población encuestada opina que los períodos de pago Sí son cumplidos en el tiempo indicado, según lo pactado al momento de iniciar relaciones comerciales con Procargo; el 50% restante piensa que los períodos No son cumplidos, y que en algunos casos se demoran en las fechas pactadas para pago.

¿Al momento de solicitarle productos o servicios, la información debe ser más clara y precisa por parte del personal de Procargo?

Según el 30% del personal encuestado la información Sí debe ser más clara y precisa por parte del personal de Procargo, al momento de solicitarles productos o servicios, pues en algunos casos se han presentado inconvenientes. El 70% de diferencia opina que No es necesario, que los servicios o productos son solicitados con la información precisa.

¿Debe brindar Procargo algún tipo de incentivo por buen uso o producto brindado?

Solo el 10% de los encuestados opina que Sí se deben dar incentivos por buen producto o servicio brindado; el otro 90% piensa que esta medida No es necesario de aplicarla.

CLIENTES

¿Debe mejorar el canal de comunicación que tiene la empresa con ustedes para quejs y reclamos?

El 70% de los clientes encuestados opina que el canal de comunicación Sí debe ser mejorado y que actualmente tiene muchas fallas en ese aspecto. El 30% restante piensa que No es necesario y que así como están, está bien.

¿Cuándo entabla una queja o reclamo a Procargo, el tiempo de respuesta debe ser más rápido y eficiente?

Para el 50% de la población encuestada Sí debe ser más rápido y eficiente el tiempo de respuesta, pues dicen que es muy demorado y que muchas veces sus quejas no son atendidas; el otro 50% opina que No es necesario mejorarlo, que así está bien.

¿La atención que le brindan en Procargo es cordial e idónea?

El 90% opina que la atención brindada en Procargo Sí es cordial e idónea, que son bien atendidos; el 10% de diferencia dice que debe mejorar pues No es cordial e idóneo en muchos casos.

¿Debe mejorar el servicio que le presta Procargo, en cuanto a tiempo y eficiencia?

El 70% de los encuestados contestó que Sí debe mejorar el servicio que les presta Procargo en cuanto a tiempo y eficiencia, pues se presentan casos en que se demoran o no lo prestan de la manera correcta. El otro 30% opina que No es necesario mejorarlo, que así está bien.

¿Su información personal y confidencial es protegida por Procargo?

Para el 100% de la población encuestada, Procargo Sí protege la información personal y confidencial que le entregan al momento de iniciar relaciones comerciales.

¿Deben mejorarse las condiciones y tiempo de cartera?

Solo el 20% de los encuestados opina que Sí se deben mejorar; el otro 80% piensa que así están bien, que no han tenido inconvenientes con las que les ha ofrecido la empresa.

ESTADO

¿Su función de intermediario entre el Estado y la comunidad la cumple a cabalidad, cobrando y descontando los impuestos a los que haya lugar, cuando se realizan operaciones?

El resultado de esta pregunta es el 100%, Procargo Sí cumple su función como intermediario entre Estado y comunidad a cabalidad.

¿Presenta y paga puntual sus impuestos y declaraciones al Estado?

El porcentaje obtenido en esta pregunta es del 100%, pues la empresa Sí paga puntual sus impuestos y declaraciones al Estado.

CAPÍTULO III

**DISEÑO DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA
PROCARGO S.A.**

**PLAN DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA
PROCARGO S.A.**

OBJETIVO RSE	SUBOBJETIVO	RESPONSABLE	ACTIVIDADES	INDICADOR	SUBINDICADOR
Fomentar la Responsabilidad Social Empresarial en Procaro	Capacitar al personal de Procaro en RSE, incluyendo a las directivas	Gerencia y Recursos Humanos	Contratar personas idóneas, que capaciten a todo el personal de Procaro en RSE	Realizar capacitaciones cada mes durante el año	Asistencia del 100% de personal a las capacitaciones
Crear y promover una política ambiental	Elaborar una política Ambiental y divulgarla a todo el personal	Gerencia y Recursos Humanos	* Contratar personas idóneas que elaboren una política ambiental que se adapte a la actividad comercial de la compañía * Realizar reuniones con el personal para divulgar la política ambiental de Procaro y promoverla	* Tener en dos meses la Política Ambiental de Procaro * N° de reuniones de divulgación realizadas / N° de reuniones programadas	Asistencia del 100% del personal en las capacitaciones
Promover un buen clima laboral	Establecer políticas sobre equidad, salud, remuneración, desarrollo profesional, jubilación, la discriminación y la diversidad, para mantener un buen clima laboral	Gerencia y Recursos Humanos	Realizar reuniones los directivos donde establezcan las políticas sobre estos temas, que ayuden a mantener un buen clima laboral; y luego divulgarlas a los empleados	* N° de Reuniones realizadas directivas / N° de reuniones programadas directivas * Las políticas deben ser elaboradas en un tiempo máximo de 3 meses * N° de Reuniones realizadas con el personal / N° de reuniones programadas con el personal	Asistencia del 100% a las reuniones programadas

OBJETIVO RSE	SUBOBJETIVO	RESPONSABLE	ACTIVIDADES	INDICADOR	SUBINDICADOR
<p>Evaluar a los empleados con fines de mejora salarial y promover acercamientos entre los empleados</p>	<p>*Aplicar a los empleados evaluaciones de su desempeño con fines de mejorar su salario, dependiendo de los resultados obtenidos</p> <p>*Promover reuniones sociales para que se den acercamientos entre la dirección y los empleados en forma periódica</p>	<p>Gerencia y Recursos Humanos</p>	<p>*A partir de los resultados obtenidos en las evaluaciones de desempeño de los empleados, analizar si se tienen méritos para mejorar los salarios</p> <p>*Realizar reuniones sociales en la cuales interactuen directivos y empleados, con el fin de lograr acercamiento entre las partes</p>	<p>*Rendimiento del 100% en la evaluación, análisis para tomar decisiones con respecto a mejoras salarior</p> <p>*N° de reuniones sociales realizadas/N° de reuniones programadas al año</p>	<p>*Número de empleados con mejoras salariales en el año</p> <p>*Asistencia del 100% de empleados y directivos en la reuniones programadas</p>
<p>Mantener la flota de transporte amable con el medio ambiente</p>	<p>Vigilar que la flota de transporte cumpla con las normas ambientales</p>	<p>Mantenimiento</p>	<p>* Programar revisiones mecánicas a la flota de transporte mensualmente</p> <p>* Programar la revisión Técnico-mecánica anualmente</p>	<p>* Hacer el calendario de reviones mecánicas a los carros</p> <p>* Programar la fecha en que se realizará la técnico-mecánica para todos los carros</p>	<p>* Revisión mensual del 100% de todos los carros de la compañía</p> <p>* Revisión técnico-mecánica del 100% de los vehículos de la compañía</p>

OBJETIVO RSE	SUBOBJETIVO	RESPONSABLE	ACTIVIDADES	INDICADOR	SUBINDICADOR
Evitar las discriminaciones, acosos, hostigamientos, abuso sexual, y abusos de autoridad en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar las normas que prohíban las discriminaciones, acosos, hostigamientos y abuso sexual dentro de la empresa * Establecer sanciones en casos de abuso de autoridad en jefes y supervisores 	Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> * Revisar el manual de ética de la compañía y verificar si tiene falencias con respecto a estos temas, para hacer las respectivas correcciones * Indagar entre el personal si en la empresa se presentan estos hechos, y si la respuesta es positiva, con qué frecuencia 	<ul style="list-style-type: none"> * Un mes de plazo para revisar y corregir el manual de ética *N° de casos presentados de éstas situaciones 	<ul style="list-style-type: none"> * Poner en conocimiento al personal de Procargo el código de ética con las correcciones que se hayan presentado *Reducción al 0% de abusos de autoridad, acosos hostigamientos, abuso sexual y discriminaciones en la compañía
Realizar campañas de salud	Realizar campañas de vacunación y prevención de enfermedades entre los empleados	Recursos Humanos	Programar periódicamente campañas de salud para los empleados	Realizar cada 4 meses campañas de salud	Asistencia del 100% de los empleados a las campañas programadas
Brindar transporte a los empleados de la compañía	Implementar una ruta de transporte para los empleados, por la ubicación de la empresa	Gerencia	Contratar los servicios de transporte para que lleve y recoja al personal de Procargo los días laborales	Transportar el 100% de los empleados con la ruta contratada	Verificar mensualmente que todo el personal esté utilizando la ruta contratada

OBJETIVO RSE	SUBOBJETIVO	RESPONSABLE	ACTIVIDADES	INDICADOR	SUBINDICADOR
Solucionar los problemas, quejas y sugerencias de los clientes	* Fidelización de los clientes. * Crear canal de comunicación entre la empresa y clientes para quejas y reclamos.	Ejecutiva Comercial	* Crear una línea de acceso directo para clientes (número de teléfono, dirección electrónica, etc.). * Realizar un seguimiento de la resolución de quejas y problemas. * Estudiar e implementar las sugerencias realizadas por los clientes que sean viables en la empresa	* N° de quejas recibidas/N° de quejas resueltas * Tiempo de Resolución * N° cartas enviadas, N° llamadas emitidas * Encuesta de satisfacción a clientes * N° sugerencias recibidas/N° sugerencias implementadas	* Reducción de quejas 5% mensual * Período aceptado menor o igual a 30 días * Reducción 20% anual * Incremento de satisfacción de clientes 10% anual * Estudio e implementación de sugerencias período aceptado menor a 60 días
Mantener una política de pagos y períodos cumplidos con proveedores	* Mantener una política de pagos clara y transparente con los proveedores * Procurar que los períodos de pago sean cumplidos en el tiempo indicado según acuerdos previos	Contadora	* Al momento de solicitar productos o servicios a proveedores, dejar clara y definidas la forma y fecha de pago. * Cumplir con las fechas pactadas de pago, haciendo un listado por días con recordatorio a cada uno de ellos, con el fin que no sea olvidado.	* N° de pagos pactados por mes / N° de pagos realizados al mes * N° de cobros por no pago en el mes / N° de pagos pactados al mes	* Período de pago aceptado menor o igual a 30 días * Reducción de cobros por no pago puntual en 5% mensual * Reducción 30% anual de cobros por no pago puntual

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de los objetivos planteados en este proyecto, se aplicaron gran cantidad de conocimientos adquiridos durante la carrera, los cuales ayudaron a mi formación profesional.

Se conceptualizó sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial, desde sus orígenes hasta la actualidad. Por medio de herramientas, se diagnosticó la real situación que tenía Procargo con respecto a este tema, evidenciándose las falencias y debilidades que poseía. Se identificaron los grupos de interés, conociéndose los requerimientos y necesidades que tenían para con la empresa.

Luego de obtener la información antes descrita se diseñó el Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Procargo S.A., el cual servirá para que la empresa apunte al desarrollo sostenible, se familiarice con el tema, lo promueva y mantenga entre sus empleados.

Para la implementación de este plan en la empresa, se hace necesario que se involucren todos los empleados en el proceso, lo cual permita la socialización y retroalimentación efectiva del mismo, pues debe ser acorde al propósito o misión de la organización; y debe existir un compromiso de la alta dirección en su definición, documentación y respaldo.

ANEXOS

COMPROMISOS ÉTICOS

LA EMPRESA	SI	NO
1.1. ¿Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por internet o de otra manera que sea adecuada a sus partes interesadas?		
EL CÓDIGO DE ÉTICA Y/O DECLARACIÓN DE VALORES DE LA ORGANIZACIÓN:		
1.2. ¿Contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?		
1.3. ¿Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como corrupción, extorsión, coima, doble caja) para la obtención de ventajas comerciales?		
1.4. ¿Son explícitos con referencia al compromiso ético de la gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores, etc.)?		
El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:		
1.5. ¿Cumplimiento de las leyes y pago de impuestos?		
1.6. ¿Coimas, pagos o recibos cuestionables?		
1.7. ¿Reglas explícitas en la relación con funcionarios públicos?		
1.8. ¿Conflicto de intereses, donaciones?		
1.9. ¿Corrupción activa en actividades en Argentina o en el extranjero?		
1.10. ¿Corrupción pasiva?		
1.11. ¿Improbidad administrativa?		
1.12. ¿Fraude en concursos públicos (licitaciones)?		
1.13. ¿Límite de las actividades y contribuciones políticas?		
1.14. ¿Relaciones con la comunidad?		
El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:		
1.15. ¿Nepotismo?		
1.16. ¿Procesos judiciales y arbitrajes?		
1.17. ¿Prevención y tratamiento de fraudes?		
1.18. ¿Son explícitos en relación al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones brindadas a todas las partes interesadas?		
1.19. ¿Posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) que se ocupe de las cuestiones éticas internas?		
1.20. ¿Posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) que se ocupe de las cuestiones éticas reconocidas exteriormente?		
1.21. ¿Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?		
1.22. ¿Vincula expresamente la actuación de asesorías jurídicas y contables al código de ética /declaración de principios?		
1.23. ¿Más allá de atender todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los impuestos, tiene procedimientos para que todos sus		

empleados conozcan las leyes que están vinculadas al ejercicio de las actividades de la organización o en beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente?		
1.24. ¿Viene implantando, consolidando y divulgando procedimientos internos para efectuar consultas jurídicas a instituciones aplicables a sus actividades en su condición de contribuyente del Estado, en el ejercicio de su ciudadanía corporativa y en su condición de integrante de la comunidad, proveedor, cliente o consumidor, etc.?		

ARRAIGO EN LA CULTURA ORGANIZATIVA

	SI	NO
2.1. ¿Las cuestiones éticas son abordadas en encuestas de clima organizacional, por evaluación 360° o herramientas análogas?		
2.2. ¿Los empleados de la empresa demuestran familiaridad en su día a día con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?		
2.3. ¿La estructura organizacional desarrolló procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento de su código de conducta y/o su declaración de valores?		

COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD RACIAL

LA EMPRESA	SI	NO
12.1. ¿La política de promoción de la equidad y no discriminación es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
12.2. ¿De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales?		
12.3. ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros, o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación étnica o por origen nacional?		
12.4. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que atenten contra la dignidad de la población de diferente origen étnico o nacionalidad?		
	2012	2013
12.5. Porcentual de personal de diverso origen étnico o nacional en relación al total de empleados		

GOBIERNO CORPORATIVO

LA ALTA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA	SI	NO
3.1. ¿Cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes?		
3.2. ¿Posee estructura que contemple comité de auditoría, auditoría externa independiente, buscando: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; desanimar el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de “contabilidades paralelas” o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?		
3.3. ¿Para nombrar miembros del comité de auditoría tiene en consideración habilidades, conocimientos, especialización e independencia para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)?		
3.4. ¿Utiliza estudios, encuestas y el apoyo de especialistas para fundamentar mejor la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos?		
3.5. ¿Incluye el respeto a los derechos humanos ⁵ como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?		
3.6. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ⁶ ?		
3.7. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ⁷ ?		
3.8. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con los principios del Pacto Global ⁸ y/o en apoyo a las Metas del Milenio ⁹ ?		
3.9. ¿La declaración de la visión y la estrategia de la organización contempla contribuciones y dilemas de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sustentable?		
3.10. ¿Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la compañía?		
3.11. ¿Existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.)?		
3.12. ¿Existe un esquema de capacitación formal en RSE, dentro de la estrategia de desarrollo de capital humano de la compañía?		
	SI	NO
3.13. ¿Existen indicadores de sustentabilidad en el Tablero de Control de la compañía?		
3.14. ¿Existe una base cultural que permita incorporar partidas presupuestarias significativas para actividades de RSE?		
	2012	2013

3.15. Número de miembros del Directorio		
3.16. Porcentual del Directorio formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos		
3.17. Porcentual de mujeres en el Directorio		

RELACIONES CON LA COMPETENCIA

LA EMPRESA	SI	NO
4.1. ¿Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o declaración de valores de la empresa?		
4.2. ¿Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de internet, de material institucional, de informe anual, etc.)?		
4.3. ¿Posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos y/o servicios?		
4.4. ¿La política sobre competencia desleal alcanza a la cadena productiva de la empresa?		
LA POLÍTICA SOBRE COMPETENCIA DESLEAL ABORDA LOS SIGUIENTES ITEMS:		
4.5. ¿Piratería?		
4.6. ¿Evasión fiscal?		
4.7. ¿Contrabando?		
4.8. ¿Adulteración de productos o marcas?		
4.9. ¿Falsificación de productos?		
LA EMPRESA		
4.10. ¿En los dos últimos años, fue advertida o sancionada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) por prácticas de competencia desleal?		
4.11. ¿En los últimos dos años, fue denunciada por organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil de defensa al consumidor por irregularidades en sus procesos, servicios o productos?		

DIÁLOGO E INVOLUCRAMIENTO DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

LA EMPRESA	SI	NO
5.1. ¿Mantiene comunicación con grupos o partes interesadas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?		
5.2. ¿Tiene políticas y/o procedimientos para responder prontamente a cualquier sugerencia, reclamo, esfuerzo o demanda de sus partes interesadas?		
5.3. ¿En el proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones?		
5.4. ¿Tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones obtenido del proceso de diálogo sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas?		
5.5. ¿Esos indicadores/datos/informaciones son utilizados en el proceso de planeamiento general de la empresa?		
5.6. ¿Esos indicadores/datos/informaciones son insertados en el balance social de la empresa?		
5.7. ¿Utiliza metodologías de diálogo estructurado con las partes interesadas, tales como la Norma AA1000 o similares?		

RELACIONES CON SINDICATOS U OTRAS ASOCIACIONES DE EMPLEADOS

LA EMPRESA	SI	NO
7.1. ¿Suministra información a sus trabajadores y permite reuniones en horario de trabajo para facilitar su actividad gremial?		
7.2. ¿Posee una comisión interna de empleados y trabajadores que esté garantizada por convenio colectivo?		
7.3. ¿Pone a disposición de terceros información básica sobre derechos y deberes tales como acuerdos salariales, contribuciones sindicales, etc.?		

GESTIÓN PARTICIPATIVA

LA EMPRESA	SI	NO
8.1. ¿Todos los integrantes de comisiones internas de trabajadores son electos por los trabajadores sin interferencias de la empresa?		
8.2. ¿La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?		
8.3. ¿La empresa posee un programa de incentivo y reconocimiento de las sugerencias de los empleados para la mejora de los procesos internos?		

BALANCE SOCIAL/ MEMORIA DE RSE/ REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

	SI	NO
6.1. ¿Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros?		
6.2. ¿Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros?		
6.3. ¿En el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra por lo menos a cuatro de las siguientes partes interesadas: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades orientadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.)?		
6.4. ¿La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?		
6.5. ¿El proceso de divulgación del balance social contempla por los menos cuatro de las siguientes partes interesadas: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general?		
6.6. ¿La empresa expone datos sobre aspectos económicos-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía internet?		
6.7. ¿La empresa contempla en su balance social datos e indicadores de monitoreo de la distribución de la riqueza, la demostración de valor agregado, por ejemplo?		
6.8. ¿Los datos recolectados y utilizados para el balance social son empleados en la planificación estratégica de la empresa?		
AL PRODUCIR EL BALANCE SOCIAL LA EMPRESA TIENE EN CONSIDERACIÓN LOS PRINCIPIOS:		
6.9. ¿Participación de los públicos de interés?		
6.10. ¿Relevancia / Materialidad?		
6.11. ¿Transparencia?		
6.12. ¿Alcance?		
6.13. ¿Equilibrio?		
6.14. ¿Comparabilidad?		
6.15. ¿Exactitud?		
6.16. ¿Periodicidad?		
6.17. ¿Claridad?		
6.18. ¿Verificabilidad?		
	2012	2013
6.19. Liste las partes interesadas (Ej.: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad, etc.) comprendidas en la elaboración del balance social		
6.20. Liste las partes interesadas contempladas en el demostrativo de distribución de la riqueza		

COMPROMISO CON EL FUTURO DE LOS NIÑOS

LA EMPRESA	SI	NO
9.1. ¿Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general)?		
9.2. ¿Tiene un programa específico para contratación de aprendices?		
9.3. ¿Considerando su rol social en relación a los aprendices, les ofrece a ellos buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal con el debido acompañamiento, evaluación y orientación?		
9.4. ¿Al concluir el período referente al programa de aprendizaje busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones asociadas?		
	2012	2013
9.5. Número de aprendices en la empresa		
9.6. Porcentaje de aprendices contratados luego de finalizado el período de aprendizaje		
9.7. Cantidad de actuaciones que la empresa recibió del Ministerio de Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil		

COMPROMISO CON EL DESARROLLO INFANTIL

LA EMPRESA	SI	NO
10.1. ¿Ofrece programas específicos para la salud de la mujer embarazada?		
10.2. ¿Ofrece programas de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados al nacimiento, alimentación saludables, prevención de dolencias, protección de la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos)?		
10.3. ¿Hace acompañamiento periódico de la cobertura de vacunas, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el carnet de vacunación?		
10.4. ¿Promueve campañas de inmunización a los empleados y sus dependientes de vacunas no ofrecidas por la salud pública o no cubiertas por las obras sociales del personal?		
10.5. ¿Hace acompañamiento a la inclusión de los hijos de los empleados en la escuela (solicitando comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con necesidades especiales)?		
10.6. ¿Posee política específica para empleados padres o responsables de niños con necesidades especiales de forma de garantizarles la posibilidad de acompañar el desarrollo de los hijos de forma adecuada?		
10.7. ¿Destina recursos (humanos y/o económicos) para contribuir con organizaciones dedicadas al desarrollo de la infancia?		
10.8. ¿Estimula a los empleados a realizar trabajo voluntario y a apoyar a instituciones que promueven los Derechos del Niño y el Adolescente?		
10.9. ¿Estimula a los proveedores, contratistas y empresas socias a interesarse y a apoyar la promoción de los Derechos del Niño y el Adolescente?		

OFRECE LA EMPRESA LOS BENEFICIOS ABAJO MENCIONADOS PARA EMPLEADOS (MUJER Y HOMBRES), INDISCRIMINADAMENTE, INCLUYENDO TODOS LOS NIVELES JERÁRQUICOS:	SI	NO
10.10. ¿Brinda servicios que complementan las prestaciones de la obra social que corresponde?		
10.11. ¿Guardería en el lugar de trabajo o por convenio?		
10.12. ¿Flexibilidad de horario para empleados con hijos menores de 6 años?		
10.13. ¿Auxilio para la educación de los hijos?		
10.14. ¿Los mismos beneficios de sus empleados directos se dan para los trabajadores tercerizados?		
10.15. ¿La empresa posee políticas de acompañamiento del post-parto, particularmente para la identificación de la depresión post-parto?		
10.16. ¿La empresa facilita la utilización de los descansos diarios por lactancia, conforme a la ley en vigor?		
DE LOS EMPLEADOS PROPIOS	2012	2013
10.17. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)		
10.18. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)		
10.19. Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)		
10.20. Porcentual de hijos de empleados con necesidades matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)		
10.21. Porcentual de hijos de empleados con vacunación al día para la edad conforme al calendario básico establecido por el Ministerio de Salud		
10.22. Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad		
10.23. Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad		
10.24. Número de empleadas embarazadas		
10.25. Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales		
10.26. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria		
10.27. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria		
10.28. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)		
10.29. Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación obligatorio		
10.30. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)		
10.31. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en preescolar		
10.32. Total de empleadas que ejercieron efectivamente su derecho de		

descansos diarios por lactancia		
DE LOS EMPLEADOS TERCERIZADOS		
10.33. Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad		
10.34. Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad		
10.35. Número de empleadas embarazadas		
10.36. Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieran siete o más consultas prenatales		
10.37. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria		
10.38. Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria		
10.39. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados/as		
10.40. Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación		
10.41. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)		
10.42. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en preescolar		
10.43. Total de empleadas con horario flexible para amamantar a su hijo hasta los 6 meses		

VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD

	SI	NO
11.1. ¿La política de valoración de la diversidad y no discriminación consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
ESA POLÍTICA CONTEMPLA EXPLÍCITAMENTE:		
11.2. ¿La cuestión étnico racial?		
11.3. ¿La cuestión de género?		
11.4. ¿La cuestión de la edad?		
11.5. ¿La cuestión religiosa?		
11.6. ¿La cuestión de la orientación sexual?		
11.7. ¿La cuestión de origen geográfico y clase social?		
11.8. ¿La cuestión de las personas con necesidades especiales?		
11.9. ¿La cuestión de la apariencia física?		
11.10. ¿La empresa incluye requisitos de diversidad en los procesos y herramientas de gestión de personas para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades en relación a los segmentos arriba citados, entre otras situaciones?		
11.11. ¿De esta política son derivados procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido?		
11.12. ¿En esta política están claramente previstos mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimientos de hechos que involucren posibles casos de discriminación?		

11.13. ¿La empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y atiende rigurosamente la legislación de cantidad de plazas para ese público?		
11.14. ¿La empresa prioriza en sus relaciones comerciales y compra de productos e insumos, ante iguales condiciones, a empresas que tienen programas específicos de contratación de personas con discapacidad?		
11.15. ¿De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad?		
11.16. ¿La empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias en relación a accesibilidad, de acuerdo con las legislaciones de vigor?		
11.17. ¿De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación se derivan políticas para la contratación de personas de edad superior a los 45 años?		
11.18. ¿De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos que aborden la cuestión de la franja etaria de los empleados?		
11.19. ¿La empresa procura evitar la desvinculación de individuos con edad superior a los 45 años?		
11.20. ¿La empresa ofrece la oportunidad de trabajo para ex presidiarios?		
11.21. ¿De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación se derivan políticas específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas?		
	2012	2013
11.22. Porcentual de personas con discapacidad en la empresa		
11.23. Porcentual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos		
11.24. Porcentual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura		
11.25. Salario medio mensual de personas con discapacidad		
11.26. Salario medio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos		
11.27. Salario medio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura		
11.28. Porcentual de personas con edad superior a los 45 años		

COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD DE GÉNERO

	SI	NO
13.1. ¿La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
13.2. ¿De esta política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejora la calificación y promover mujeres?		
13.3 ¿La política prohíbe expresamente la contratación, desvinculación o promoción basados en estado civil o condición reproductiva?		

13.4. ¿La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social, acceso a capacitaciones y becas de estudio?		
13.5. ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importación de la valoración de la mujer?		
13.6. ¿El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para el cuidado de la salud de la mujer?		
13.7. ¿La empresa tiene metas de contratación, capacitación y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas?		
13.8. ¿La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?		
13.9. ¿La empresa promueve, cuando es necesario, adecuación de espacios de trabajo y equipamientos para que sean compatibles con las condiciones físicas de las mujeres?		
13.10. ¿La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o constreñir a las mujeres en el ambiente de trabajo?		
13.11. ¿La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?		
13.12. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar una figura femenina estereotipada o que atente contra la dignidad de las mujeres?		
13.13. ¿La política de promoción de la equidad contempla la prohibición expresa de la discriminación contra mujeres con problemas de salud, inclusive HIV positivas?		
13.14. ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo?		
13.15. ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?		
	2012	2013
13.16. Porcentual de mujeres en relación al total de empleados		
13.17. Porcentual de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles		
13.18. Porcentual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles		
13.19. Salario medio mensual de mujeres en cargos ejecutivos – en pesos		
13.20. Salario medio mensual de hombres en cargos ejecutivos – en pesos		
13.21. Salario medio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura – en pesos		
13.22. Salario medio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura – en pesos		

**RELACIONES CON TRABAJADORES
TERCERIZADOS/SUBCONTRATADOS**

	SI	NO
14.1. ¿El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa contemplan cuestiones referidas a la no discriminación de los trabajadores con los cuales la empresa terceriza actividades, servicios, etc.?		
LA EMPRESA		
14.2. ¿Integra a los trabajadores en sus programas de capacitación y desarrollo profesional?		
14.3. ¿Posee un número de trabajadores tercerizados inferior a un 20% (veinte por ciento) del total?		
14.4. ¿Posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?		
	2012	2013
14.5. Total de mujeres y hombres tercerizados		
DEL UNIVERSO DE ESTOS TRABAJADORES		
14.6. Porcentual de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados		
14.7. Porcentual de personas con discapacidad		
14.8. Porcentual de personas mayores de		
EN ESTE UNIVERSO DE TRABAJADORES TERCERIZADOS		
14.9. Remuneración media mensual de las mujeres		
14.10. Remuneración media mensual de los hombres		

POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA

	SI	NO
15.1. ¿El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y es abordado en el código de conducta y/o declaración de valores de la empresa?		
15.2. ¿La remuneración variable de la empresa representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?		
LA EMPRESA	SI	NO
15.3. ¿Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programas de bonificaciones)?		
15.4. ¿Aumentó, en los últimos dos años, la relación entre el menor salario de la empresa y el salario mínimo vigente?		
15.5. ¿Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados en lo que se refiere a su política de remuneración y beneficios?		
EL PROGRAMA DE PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA, EN CASO DE QUE LO POSEA		
15.6. ¿Fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o sindicato?		
EL PROGRAMA DE BONIFICACIÓN DE LA EMPRESA, EN CASO DE LO POSEA:		
15.7. ¿Fue establecido por medio de negociación con comisión de		

empleados o con sindicato?		
15.8. ¿Ofrece a los empleados bonificaciones adicionales orientadas por elementos de sustentabilidad, como éxitos a mediano y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?		
	2012	2013
15.9. Total anual de la masa salarial y beneficios – en pesos		
15.10. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente		
CON RELACIÓN AL PROGRAMA DE PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA:		
15.11. Porcentual de los valores distribuidos en relación a la masa salarial		
15.12. Porcentual de empleados beneficiados		
CON RELACIÓN AL PROGRAMA DE BONIFICACIÓN DE LA EMPRESA		
15.13. Porcentual de valores distribuidos en relación a la masa salarial		
15.14. Porcentual de empleados beneficiados		
15.15. Porcentual de acciones de la empresa en poder de los funcionarios		

CUIDADOS DE LA SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO

LA EMPRESA	SI	NO
16.1. ¿Fue certificado por la norma SA8000, por la OHSAS 18001 o por norma equivalente?		
16.2. ¿Ofrece un programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y de alcohol?		
16.3. ¿Ofrece un programa específico para portadores de HIV/SIDA?		
16.4. ¿El código de ética posee una política explícita de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?		
16.5. ¿Esa política prevé la no discriminación por HIV/SIDA?		
16.6. ¿Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutra de denuncia y exámen de hechos?		
16.7. ¿Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutra de denuncia y exámen de hechos?		
16.8. ¿Promueve ejercicios físicos durante el horario de trabajo?		
16.9. ¿Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call centers, cajas, etc.)?		
16.10. ¿Posee programa de orientación alimentaria y nutricional?		
16.11. ¿Desarrolla una política de equilibrio trabajo-familia que aborden cuestiones relacionadas al horario de trabajo y horas extras?		
16.12. ¿Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, inclusive gerentes y ejecutivos?		
	2012	2013
16.13. Media de horas extras por empleado/año		
16.14. Media de accidentes de trabajo por empleado/año		

16.15. Porcentual de accidentes que resultaron en alejamiento temporario de empleados y/o prestaciones de servicio		
16.16. Porcentual de accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o prestadores de servicios, con alejamiento permanente del cargo		
16.17. Porcentual de accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o prestadores de servicios		

COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD

LA EMPRESA	SI	NO
17.1. ¿Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados en el sentido de estimar sus estrategias de remuneración y beneficios y de educación y desarrollo?		
17.2. ¿Mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?		
17.3. ¿Posee un programa de mapeo para la identificación de capacidades potenciales a ser desarrolladas?		
17.4. ¿Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados?		
17.5. ¿Posee programas de orientación sobre el planeamiento de carreras de forma auxiliar a los empleados en la reflexión sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo?		
17.6. ¿Considerando su papel social con relación a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento?		
17.7. ¿Al concluir el período referente al programa de pasantías busca emplearlos en la propia empresa y en caso de imposibilidad, procura oportunidades con empresas u organizaciones socias?		
	2012	2013
17.8. Porcentual de facturación bruta invertida en desarrollo profesional y educación		
17.9. Número total de analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo		
17.10. Porcentual de mujeres analfabetas funcionales en la fuerza de trabajo		
17.11. Porcentual de mujeres con enseñanza primaria completa en la fuerza de trabajo		
17.12. Porcentual de mujeres con enseñanza secundaria completa en la fuerza de trabajo		
17.13. Porcentual de mujeres con enseñanza terciaria o técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo		
17.14. Porcentual de mujeres con enseñanza universitaria completa en la fuerza de trabajo		
17.15. Porcentual de hombres analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo		

17.16. Porcentual de hombres con enseñanza primaria completa en la fuerza de trabajo		
17.17. Porcentual de hombres con enseñanza secundaria completa en la fuerza de trabajo		
17.18. Porcentual de hombres con enseñanza terciaria o técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo		
17.19. Porcentual de hombres con enseñanza universitaria completa en la fuerza de trabajo		

COMPORTAMIENTO FRENTE A DESPIDOS

LA EMPRESA	SI	NO
18.1. ¿Tuvo reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?		
18.2. ¿Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para la indemnización y mejora de ese indicador?		
18.3. ¿Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONG's y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de recorte de personal?		
18.4. ¿Busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo a emprendedores?		
18.5. ¿Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida para los empleados remanentes sobre los criterios que orientaron las decisiones tomadas?		
	2012	2013
18.6. Número de empleados al final del período		
18.7. Total del pasivo laboral al final del período		
18.8. Total de demandas laborales habidas en el período		
18.9. Número total de despidos en el período		
18.10. Número total de incorporaciones en el período		
18.11. Porcentual de desvinculados mayores de 45 años de edad en relación al número total de desvinculados		

PREPARACIÓN PARA LA JUBILACIÓN

LA EMPRESA	SI	NO
19.1. ¿Ofrece un programa de jubilación complementaria a todos sus empleados?		
19.2. ¿Involucra a familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación?		
19.3. ¿Participa de la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad?		
19.4. ¿Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de la tercera edad?		

	2012	2013
19.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para la jubilación		
19.6. Número de líderes y jefaturas capacitadas en relación a la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado		

COMPROMISO CON LA MEJORA DE LA CALIDAD AMBIENTAL

LA EMPRESA	SI	NO
20.1. ¿Posee política ambiental formal, de conocimiento de todos los empleados, y que consta en el código de conducta y/o declaración de valores de la empresa?		
20.2. ¿Tiene una persona responsable en el área de medio ambiente que participa de sus decisiones estratégicas?		
20.3. ¿Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?		
20.4. ¿Contribuye a la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados?		
20.5. ¿Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales, etc.)?		
20.6. ¿Dispone de procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejora de la calidad ambiental?		

EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

LA EMPRESA	SI	NO
21.1. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?		
21.2. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en las tres R's: Reducción, Reutilización y Reciclaje?		
21.3. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente?		

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

LA EMPRESA	SI	NO
22.1. ¿Posee un plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que envuelven situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?		

22.2. ¿Posee una política y sistema de monitoreo que busca el aumento de la calidad ambiental de la logística y gestión de flota (tanto para vehículos de la empresa como para los de terceros que brinden servicios a la empresa)?		
22.3. ¿Posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, y para la recolección de materiales tóxicos o el reciclaje post-consumo?		
22.4. ¿Brinda a sus consumidores y clientes información detallada sobre daños ambientales resultantes del uso y del destino final de sus servicios?		
22.5. ¿Debate con los empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?		
22.6. ¿Prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental?		
22.7. ¿Posee certificaciones ambientales como la ISO 14001, FSC, etc.?		
	2012	2013
22.8. Cantidad media de incidentes, sanciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental		
22.9. Total del pasivo ambiental del período (en pesos)		

SUSTENTABILIDAD DE LA DE LA ECONOMÍA FORESTAL

LA EMPRESA	SI	NO
23.1. ¿Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos madereros forestales?		
23.2. ¿Incentiva a sus proveedores a buscar la certificación ambiental?		
23.3. ¿Prioriza y apoya a proveedores contratados en la búsqueda de la sustentabilidad forestal?		
	2012	2013
23.4. Visitas programadas o no programadas para monitorear el origen de sus insumos		
23.5. Cantidad de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con origen verificado		
23.6. Cantidad de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena productiva certificada		

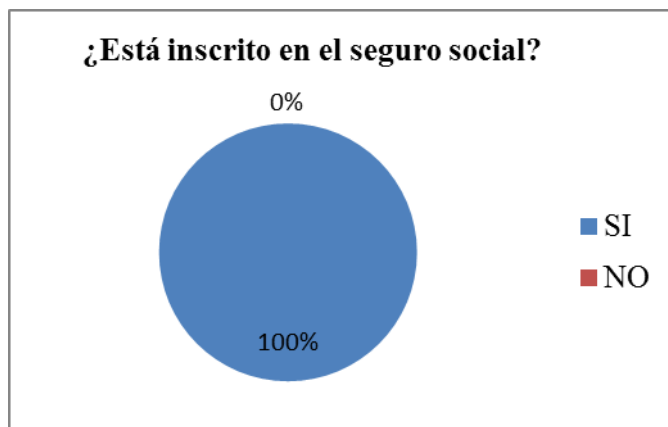
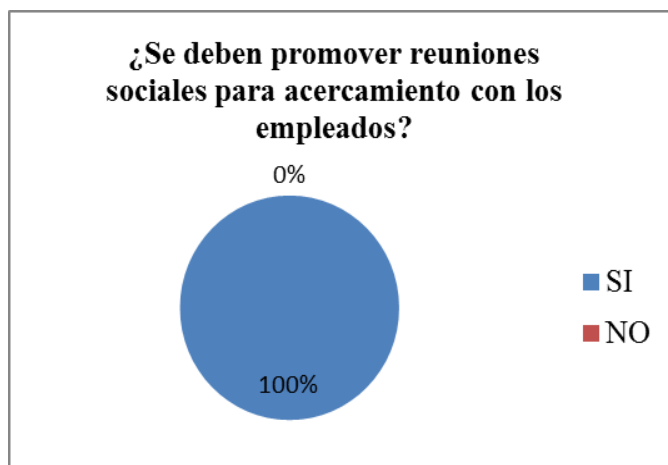
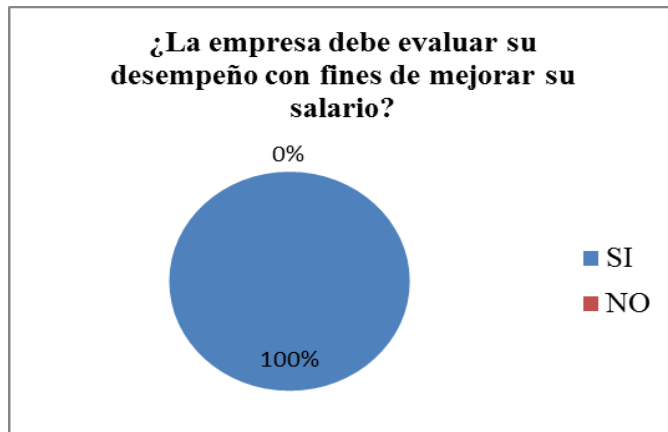
MINIMIZACIÓN DE ENTRADAS Y SALIDAS DE INSUMOS

LA EMPRESA	SI	NO
24.1. ¿Posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?		
24.2. ¿Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?		
LA EMPRESA POSEE UN SISTEMA DE MONITOREO CON METAS ESPECÍFICAS PARA:	SI	NO
24.3. ¿El aumento de la eficiencia energética?		
24.4. ¿La reducción del consumo de agua?		
24.5. ¿La reducción de la generación de residuos sólidos?		
24.6. ¿La reducción de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?		
	2012	2013
24.7. Total invertido en programas y proyectos de mejora ambiental (en pesos)		
24.8. Porcentual de facturación bruta gastado en programas y proyectos de mejora ambiental		
24.9. Consumo anual de energía (en kWh)		
CONSUMO ANUAL DE COMBUSTIBLES FÓSILES		
24.10. Gasolina/Diesel (en litros)		
24.11. Aceite combustible (en toneladas)		
24.12. Gas – GLP/GN (en m ³)		
24.13. Consumo anual de agua (en m ³)		
24.14. Volumen medio anual de CO ₂ y otros gases de efecto invernadero emitidos a la atmósfera (en toneladas)		
24.15. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros)		

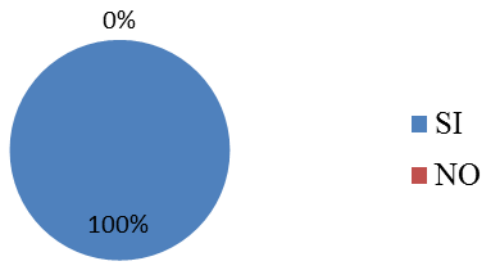
ENCUESTA EMPLEADOS

PARA USTED	SI	NO
¿La empresa debe evaluar su desempeño con fines de mejorar su salario?		
¿Se deben promover reuniones sociales para acercamiento con los empleados?		
¿La empresa debe ofrecerle programas o beneficios adicionales como seguro de vida o bono vacacional?		
¿La empresa debe establecer para los empleados un plan de carrera?		
¿Cree que deben mejorar las normas que prohíban las discriminaciones, acosos, hostigamientos y abuso sexual dentro de la empresa?		
¿Se deben establecer sanciones a jefes y supervisores, en caso de abuso de autoridad?		
¿Al momento de existir una vacante en la empresa, el primer reclutamiento debe hacerse en el interior de la misma?		
¿Al momento de realizar sus funciones, la empresa le brinda un ambiente adecuado y las herramientas necesarias para realizarlas?		
¿Está inscrito en el seguro social?		
¿Sus condiciones de trabajo deben mejorar con el transcurrir el tiempo?		
¿Debe ofrecer la compañía un programa de guarderías infantiles, para los empleados que lo necesiten?		
¿La empresa debe ofrecer un plan médico privado adicional al seguro social para sus empleados?		
¿Se deben mejorar las instalaciones de alimentación y aseo de la empresa, con respecto a seguridad e higiene?		
¿Debe realizar la empresa campañas de vacunación y prevención de enfermedades?		
¿Por la ubicación de la empresa, se hace necesaria la implementación de ruta de transporte para los empleados?		
¿La empresa debe dar incentivos a los empleados que terminen sus estudios formales?		
¿Se deben realizar capacitaciones a los empleados, de acuerdo al área y necesidad del cargo, de forma permanente?		
¿Se debe tener en cuenta más su opinión, para la elaboración de los planes y programas de la compañía?		
¿Se hace necesaria la creación de un sindicato en Procargo?		
¿La empresa debe contratar personas con algún tipo de discapacidad?		
¿Siente que al momento de realizar selecciones de personal, se da algún tipo de discriminación ya sea por edad, sexo, religión o raza?		

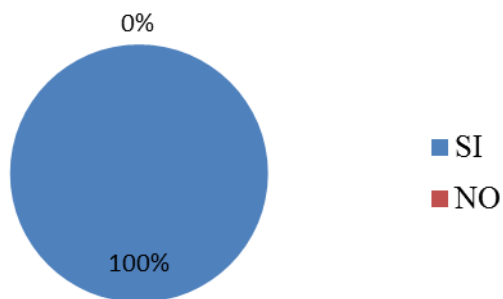
GRÁFICAS ENCUESTAS EMPLEADOS



¿Sus condiciones de trabajo deben mejorar con el transcurrir el tiempo?



¿Está inscrito en el seguro social?



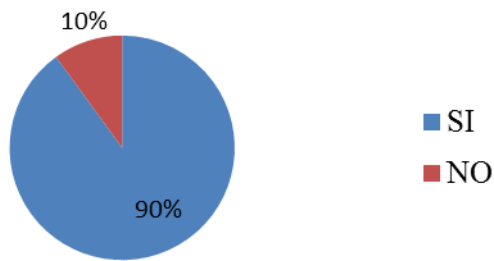
¿Por la ubicación de la empresa, se hace necesario la implementación de ruta de transporte para los empleados?



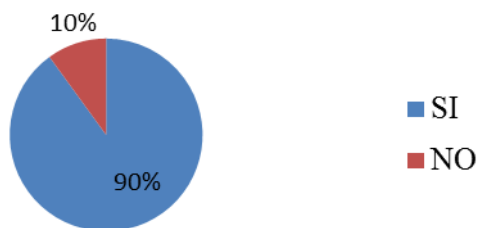
¿Se deben realizar capacitaciones a los empleados, de acuerdo al área y necesidad del cargo, de forma permanente?



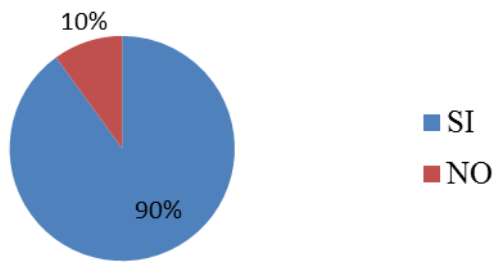
¿Se deben establecer sanciones a jefes y supervisores, en caso de abuso de autoridad?



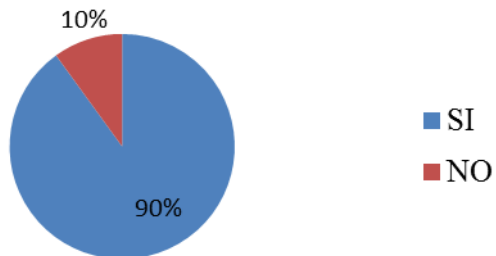
¿Al momento de existir una vacante en la empresa, el primer reclutamiento debe hacerse en el interior de la misma?



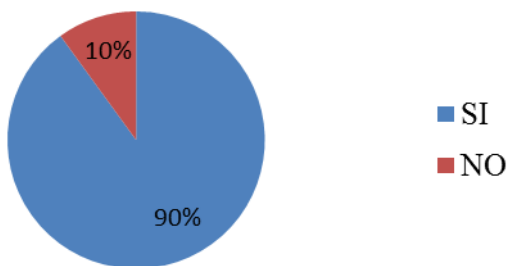
¿La empresa debe dar incentivos a los empleados que terminen sus estudios formales?



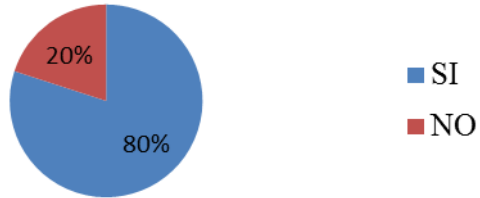
¿Se debe tener en cuenta más su opinión, para la elaboración de los planes y programas de la compañía?



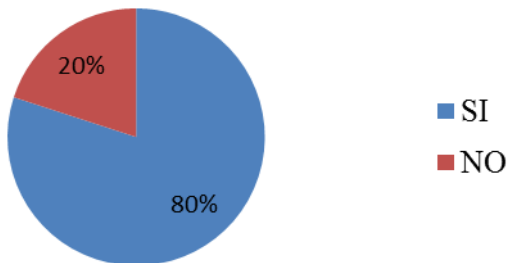
¿Se hace necesario la creación de un sindicato en Procargo?



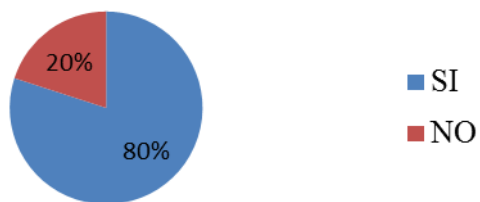
¿La empresa debe ofrecerle programas o beneficios adicionales como seguro de vida o bono vacacional?



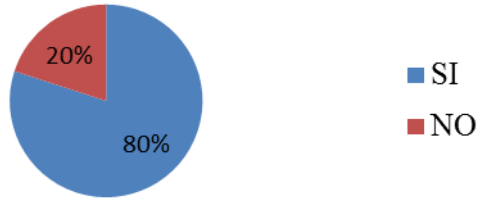
¿La empresa debe establecer para los empleados un plan de carrera?



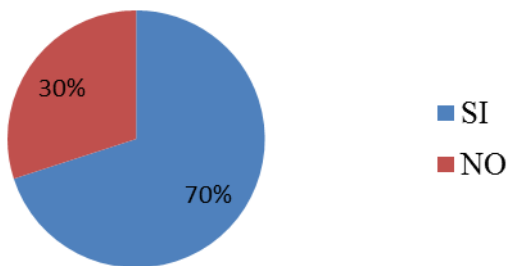
¿Cree que deben mejorar las normas que prohíban las discriminaciones, acosos, hostigamientos y abuso sexual dentro de la empresa?



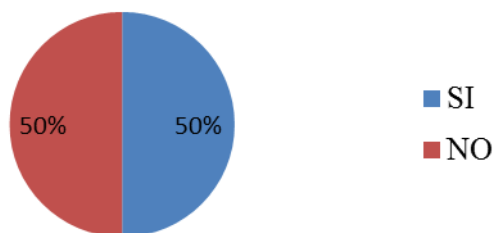
¿Al momento de realizar sus funciones, la empresa le brinda un ambiente adecuado y las herramientas necesarias para realizarlas?



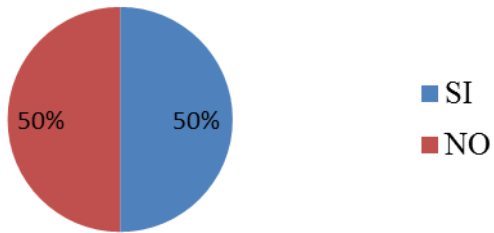
¿La empresa debe contratar personas con algún tipo de discapacidad?



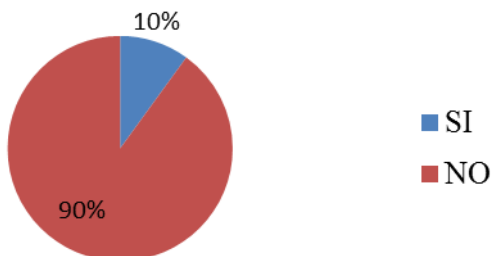
¿La empresa debe ofrecer un plan médico privado adicional al seguro social para sus empleados?



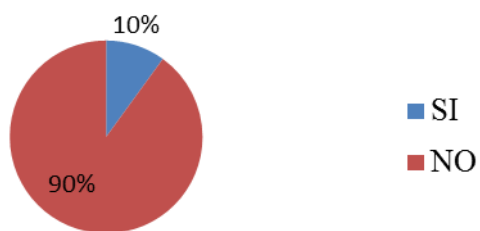
¿Se deben mejorar las instalaciones de alimentación y aseo de la empresa, con respecto a seguridad e higiene?



¿Debe ofrecer la compañía un programa de guarderías infantiles, para los empleados que lo necesiten?



¿Siente que al momento de realizar selecciones de personal, se da algún tipo de discriminación ya sea por edad, sexo, religión o raza?

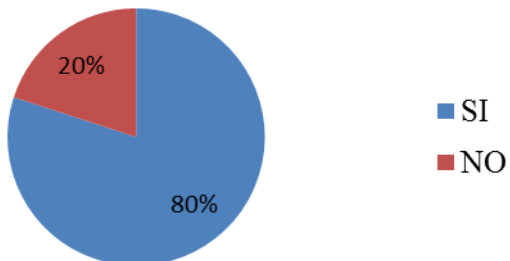


ENCUESTA PROVEEDORES

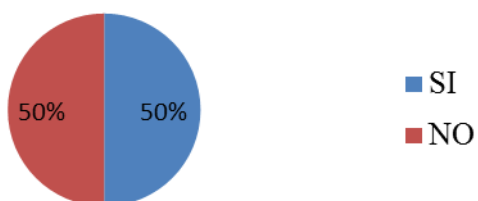
PARA USTED	SI	NO
¿La política de pagos de Procargo es clara y transparente?		
¿Los períodos de pago son cumplidos en el tiempo indicado, según los acuerdos hechos al momento de brindar sus servicios a Procargo?		
¿Al momento de solicitarle productos o servicios, la información debe ser más clara y precisa por parte del personal de Procargo?		
¿Debe brindar Procargo algún tipo de incentivo por buen servicio o producto brindado?		

GRÁFICAS ENCUESTAS PROVEEDORES

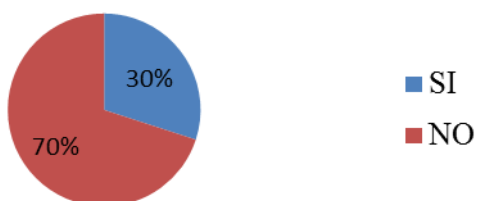
¿La política de pagos de Procargo es clara y transparente?



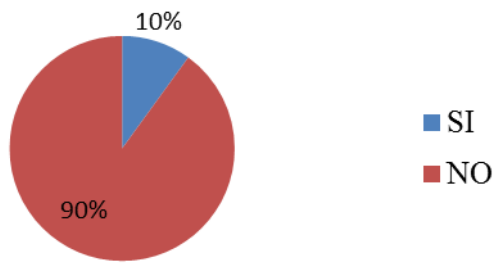
¿Los períodos de pago son cumplidos en el tiempo indicado, según los acuerdos hechos al momento de brindar sus servicios a Procargo?



¿Al momento de solicitarle productos o servicios, la información debe ser más clara y precisa por parte del personal de Procargo?



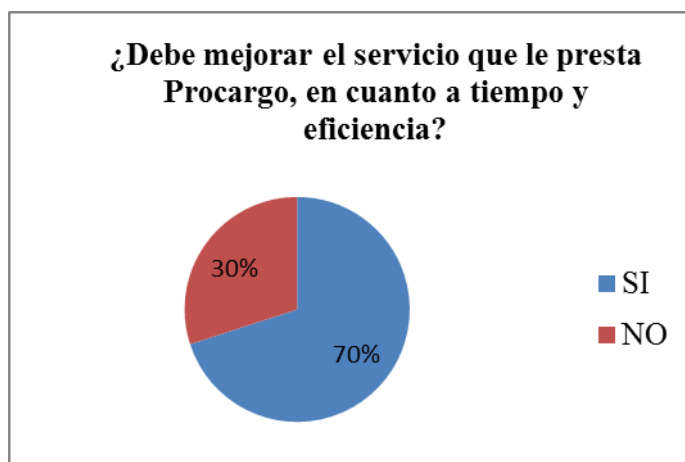
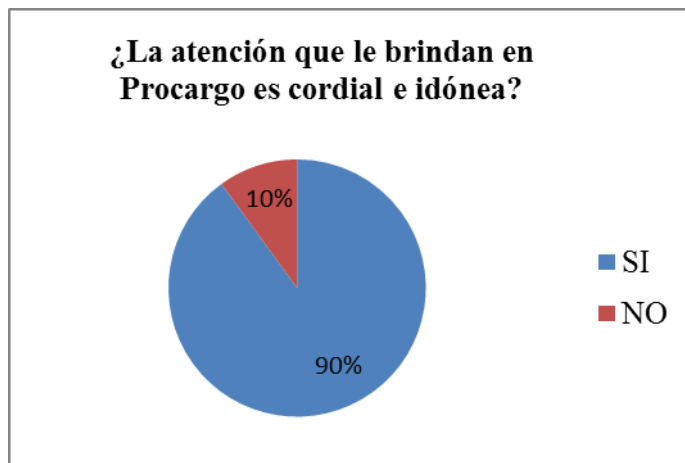
¿Debe brindar Procargo algún tipo de incentivo por buen servicio o producto brindado?



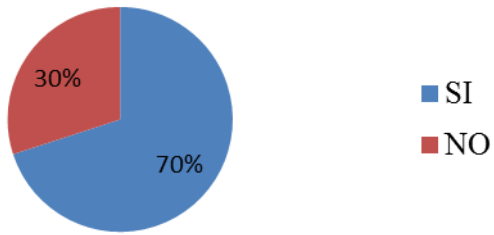
ENCUESTA CLIENTES

PARA USTED	SI	NO
¿Debe mejorar el canal de comunicación que tiene la empresa con ustedes para quejas y reclamos?		
¿Cuándo entabla una queja o reclamo a Procargo, el tiempo de respuesta debe ser más forma rápido y eficiente?		
¿La atención que le brindan en Procargo es cordial e idónea?		
¿Debe mejorar el servicio que le presta Procargo, en cuanto a tiempo y eficiencia?		
¿Su información personal y confidencial es protegida por Procargo?		
¿Deben mejorarse las condiciones y tiempo de cartera?		

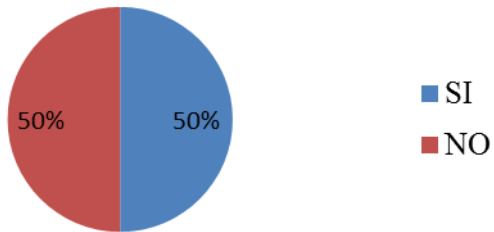
GRÁFICAS ENCUESTAS CLIENTES



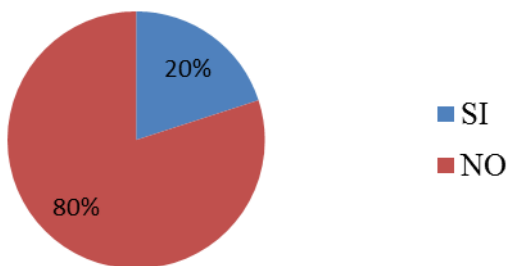
¿Debe mejorar el canal de comunicación que tiene la empresa con ustedes para quejas y reclamos?



¿Cuándo entabla una queja o reclamo a Procargo, el tiempo de respuesta debe ser más forma rápido y eficiente?



¿Deben mejorarse las condiciones y tiempo de cartera?



ENCUESTA ESTADO

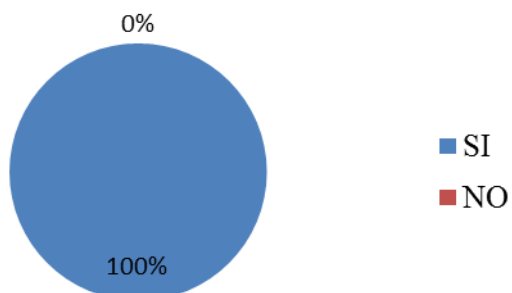
USTED	SI	NO
¿Su función de intermediario entre el Estado y la comunidad la cumple a cabalidad, cobrando y descontando los impuestos a los que haya lugar, cuando se realizan operaciones?		
¿Presenta y paga puntual sus impuestos y declaraciones al Estado?		

GRÁFICAS ESTADO

¿Su función de intermediario entre el Estado y la comunidad la cumple a cabalidad, cobrando y descontando los impuestos a los que haya lugar, cuando se realizan operaciones?



¿Presenta y paga puntual sus impuestos y declaraciones al Estado?



0.9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Calderón, N. (2005). *Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/canales5/ger/lostake.htm>

Cochran, P.L. y Wood, R.A. (1984). *Corporate social responsibility and financial performance*. *Academy of Management Journal*, 12(2) (s.l.)

Davis, K. (1960). “*Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?*”. California: *Management Review*, 2(3)

Drucker, P. F. (1984). “*The New Meaning of Corporate Social Responsibility*”. California: *Management Review*

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: the triple bottom line of 21st century Business*. Oxford

Friedman, M. (1970). “*Social Responsibility: A Subversive Doctrine*”. *The Sunday Times Magazine*. (s.l.)

García, G. (2009). ***DIAGNOSTICO DE LA APLICABILIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJERO VEHITRANS S.A DE LA CIUDAD DE CARTAGENA*** (Trabajo de grado). Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia

Gárriga, E; Melé, D. (2004), “*Responsabilidad Social Corporativa: un mapa del territorio*”, *Journal of Business Ethics* (s.l.)

González, R. (2010). **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. DESARROLLO HISTORICO DEL CONCEPTO. CASO CARTAGENA.** (Trabajo de grado).

Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia

Gross, M. (2010). *Conozca 3 Tipos de Investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.*

Recuperado de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

Hart, S. L. (1997). *Beyond Greening: "Strategies for a Sustainable World"*. Cambriedg:

Harvard Business Review

Johnson, H.L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues.* Belmont,

Cal.: Wadsworth Pub.

Jonas, H. (1979). *El Principio de la Responsabilidad.* Barcelona: Círculo de lectores

Mejía, J. (2009). **LA CONTABILIDAD SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA EVALUAR Y CONTROLAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA.** (Trabajo de grado). Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia

Sethi, S. P. (1975). *"Dimensions of corporate social performance – an analytical Framework"*. California: Management Review

Sierra Montoya, J (2007). **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, LECCIONES CASOS Y MODELOS DE VIDA,** Bogotá, Colombia, Seguros Bolívar, 288p.

Tula, S. (SF). *Responsabilidad social y naturaleza de las empresas.* Ensayo disponible: http://iesecleston.buenosaires.edu.ar/Normas_APA.pdf

Wikipedia La Enciclopedia Libre, (consultado el 18 de marzo de 2013) *Responsabilidad Social*

Corporativa. Disponible en internet:

http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa