

PROPUESTA DE LA UNIDAD DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EN AXA COLPATRIA

PRESENTADO POR:
ANA MARIA CORAL VELASCO

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
MAESTRÍA EN GESTIÓN SOCIAL EMPRESARIAL
BOGOTÁ D. C.

2018

Tabla de contenido

Introducción	4
Capítulo I. Contexto	6
Mundo asegurador.....	6
Mundo asegurador en América Latina.....	7
Mundo asegurador en Colombia	8
Recuento de actividades de RSE en AXA COLPATRIA	14
Competencia del sector asegurador.....	16
Capítulo II. Proceso de Investigación.	24
Problema de investigación.....	24
Objetivos de investigación.....	25
Objetivo general	25
Objetivos específicos.....	25
Justificación.....	26
Aspectos Metodológicos	28
Estilo de investigación	28
Enfoque de investigación	28
Temporalidad de la investigación	30
Procedimiento de investigación	30
Modo de investigación	30
Tipo de investigación	30
Aproximación de la investigación.....	31
Diseño de investigación	31
Técnicas de investigación	31
Capítulo III. Aspectos teóricos y conceptuales.....	32
Responsabilidad	32

Responsabilidad Social	33
Responsabilidad Social Empresarial	33
La Responsabilidad Social de la Empresa	35
Fases de la Responsabilidad Social Empresarial	36
Niveles de Compromisos de la RSE	39
Ámbitos de la RSE.....	39
Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	40
Responsabilidad ambiental.....	41
La RSE como actor importante para la sostenibilidad.....	44
Principales instituciones internacionales que promueven la RSE.....	47
Legislación nacional de la RSE.....	49
Actualidad RSE en Colombia	51
Grupos de interés de la RSE.....	53
Balance Social	54
Capítulo IV. Resultados de la investigación	57
Reporte de la investigación	57
Trabajadores	57
Intermediarios.....	60
Clientes.....	62
Entrevistas	65
Transversalidad de categorías.....	68
Conclusiones.....	69
Referencias bibliográficas	71

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que actualmente ha ejercido gran influencia en las organizaciones debido a que tiene un enfoque que atiende asuntos ambientales, económicos, sociales y de bienestar relacionados con la empresa. Según la orientación del negocio, cada organización tiene la obligación de investigar cuál es el impacto positivo o negativo que produce sobre el medio ambiente, la sociedad y la economía que se derivan de sus decisiones y actividades realizadas en el día a día con el fin de tomar las acciones correctas y pertinentes.

Es tal la importancia que se le ha dado a la aplicación de la RSE en el mundo organizacional que se han creado diversas normas para emplear dentro de las compañías. Una de ellas es la ISO 26000 la cual está enfocada en estimular a las organizaciones a nivel mundial para tener las mejores prácticas de RSE; una norma que ayuda a que las empresas operen de una manera social, ambiental y económicamente responsable, tal como en el presente la sociedad está exigiendo.

Dado que en los últimos años se aprecian serios inconvenientes sociales tales como pobreza, injusticia, inequidad y desigualdad; éstas circunstancias han hecho que la población humana cada día se interese más por los impactos sociales, ambientales y económicos que producen las empresas demandándoles la adopción de un comportamiento ético que contribuya al desarrollo sostenible en el lugar donde la organización se encuentra ubicada.

Es por tal razón que nace la importancia de investigar el tema de la RSE en AXA COLPATRIA, la cual es la actual organización donde trabaja el investigador de esta propuesta. En el año 2013, en Colombia, AXA COLPATRIA nace de la unión entre la aseguradora francesa número uno a nivel mundial y la empresa Seguros Colpatria con 51 años de experiencia que decidió vender el 51% de sus acciones al Grupo AXA. A partir de ese momento AXA COLPATRIA entró a hacer parte de un grupo empresarial que le exige a sus filiales en cada país el correspondiente compromiso con la implementación de acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables; las cuales son dimensiones importantes que hacen que cada empresa dentro del perímetro colombiano esté informada de manera

oportuna en la adopción de la RSE convirtiéndola en una práctica intrínseca de su ámbito organizacional.

AXA COLPATRIA actualmente no limita sus esfuerzos a la implementación de la RSE puesto que, dentro de su plan estratégico, más allá de satisfacer necesidades, expectativas y de generar buena experiencia a sus clientes, ha buscado diferentes maneras de retribuir a cada uno de sus grupos de interés por medio de acciones esporádicas en las dimensiones sociales, ambientales y económicas. Sin embargo, luego de revisar datos oficiales de la compañía, la RSE aplicada dentro de la empresa está limitada en acciones de RSE haciendo evidente que no hay un debido ejercicio planeado que beneficie a los diversos actores, tanto la empresa como sus grupos de interés.

Por tal motivo, el objetivo de esta investigación es realizar una propuesta de intervención que le proporcionen a AXA COLPATRIA diferentes acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables pertinentes y factibles para implementar dentro de la organización. Acciones que estén alineadas a la estrategia del Grupo AXA por medio del estudio de la viabilidad de crear un área de RSE que dé respuesta a las percepciones y realidades encontradas dentro de la organización alrededor de la RSE.

Capítulo I. Contexto

Mundo asegurador

Las aseguradoras tienen una importancia estratégica, social y económica. Éstas hacen parte de los tres pilares de mercados financieros que junto con la actividad bancaria y el mercado de valores están vigiladas con reglas propias para su funcionamiento, control e inspección, y a su vez están bajo un control estatal a través de la legislación que las rige y de la Superintendencia Financiera (El Mundo Economía y Negocios, 2016).

La historia del seguro se remonta a la época de las antiguas civilizaciones griega, romana, probablemente a los babilonios e hindúes quienes efectuaban contratos a la gruesa (el prestamista entrega dinero u otros bienes a un naviero para realizar el transporte marítimo, lo cual obliga al naviero a pagar al prestamista el precio del riesgo financiando las pérdidas). El Código de Hammurabi -un código legal de Babilonia, en lo que ahora se conoce como Irak- con casi 4.000 años de antigüedad, incluyó 282 cláusulas dedicadas al tema de "préstamo a la gruesa ventura"; un tipo de seguro marítimo empaquetado con un préstamo: un mercader recibía el dinero para financiar el viaje de un barco pero si éste naufragaba, no tenía que pagar el préstamo (BBC, 2018 a).

Así mismo, para la misma época los mercaderes chinos redujeron sus riesgos por medio del intercambio de bienes con otros barcos de manera que si alguna de las embarcaciones se hundía, todos perdían un poco. Sin embargo, fue más eficiente la manera como los romanos establecieron a los seguros como contratos financieros; ellos se brindaban asistencia mutua "mutualidad" un término que nació dentro de las propias familias o entre quienes tenían intereses mutuos para el préstamo de asistencia. Poco tiempo después, los comerciantes ingleses desarrollaron la costumbre de reunirse en los grandes cafés de Londres, especialmente en el Lloyd's, para contratar los seguros de sus barcos. Posteriormente, se organizaron grandes compañías de seguros marítimos siendo París la primera ciudad en 1688 en fundar una empresa de seguros (BBC, 2018 b).

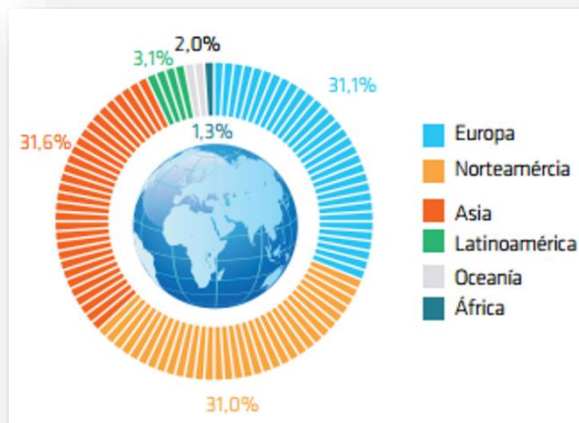
Los seguros financieros fueron creados principalmente para cubrir riesgos marítimos, su origen se dio en Italia en el siglo XV; época en la cual el aseguramiento marítimo se hacía por medio de préstamos. Éstos fueron una forma de establecer un centro común con el fin de garantizar por medio de solidaridad todas las expediciones de comercio y surgieron como una forma de compensación entre todos los éxitos y los fracasos. Por otro lado luego del gran incendio de Londres ocurrido en 1666 llamó la atención sobre la importancia de desarrollar los seguros de incendio, evento que le permitió el nacimiento a la compañía Sun Assurance para la protección contra incendios, también Phoenix y posteriormente empresas como Royal Exchange y London Assurance en 1720 (Junguito, s.f a).

En contraste, en 1706 surgieron los seguros de vida por medio de la creación de la compañía Amicable Society. Luego surgieron compañías de servicios de seguros mutuales, de daños, de daños industriales, de agricultura entre otras. Para el siglo XIX, la conceptualización y rol de los seguros y del contrato estaba muy avanzada, además la necesidad de establecer el valor de la cosa asegurada y la prima prometida a los aseguradores ya se encontraba. Es así que el seguro de carácter condicional y aleatorio según la revisión histórica para el siglo XIX se había extendido a Europa y Estados Unidos (Junguito, s.f b).

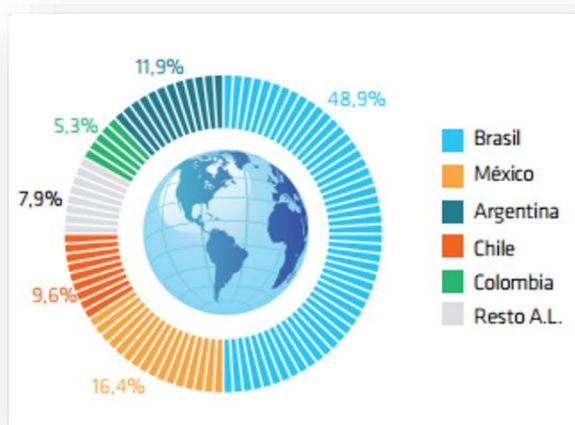
Mundo asegurador en América Latina

Los mercados emergentes se constituyeron en 2016 como los principales impulsores de los seguros del mundo, se destaca el comportamiento de China, que después de Estados Unidos y Japón, es la región más productora de seguros en el mundo. En América Latina, México se constituyó como el país de mayor crecimiento en los seguros con comportamientos similares en vida y no vida. Le siguen Argentina, Chile y Brasil en primer lugar, países que incrementaron la producción de seguros (Durán y Nájera, a 2017).

En cuanto a participación, el 93.7% del mercado mundial de seguros se encuentra concentrado en Asia, Europa y Norteamérica. Por su parte en América Latina, Colombia se constituye como el quinto país con mayor producción, manteniendo estable su participación en el mercado después de Brasil, México, Argentina y Chile (Durán y Nájera, b 2017).



Fuente: Tomado de Sigma Swiss Re (2017) citado por Fasescolda.



En Latinoamérica; Chile y Brasil están por encima del promedio total en la región en cuanto a la penetración de participación en los seguros del total de la economía. El indicador para Colombia es del 2.7% aumentando su

participación para 2016 en 0.1%. Cabe anotar que el consumo promedio en seguros por cada habitante en América Latina es de USD 257, sin embargo, el gasto en Colombia se redujo a 6 USD debido al efecto que produjo la tasa de cambio (Durán y Nájera, c 2017).

Mundo asegurador en Colombia

En Colombia la organización Fasescolda –Federación de Aseguradores Colombianos- cuyo propósito es “representar y defender los intereses legítimos de la industria aseguradora en el ámbito nacional e internacional así como ante organismos públicos y privados” (Fasescolda, s.f, párr. 10) desde hace 40 años ha reunido a todas las compañías aseguradoras del país siendo 35 compañías las afiliadas actualmente a su agremiación. Dentro de los ramos autorizados para comercializar se encuentran: automóviles, cumplimiento, incendio y

terremoto, responsabilidad civil, riesgos laborales, seguro de crédito, soat, transporte, vida y personas; entre otros (Fasecolda, s.f).

Colombia está actualmente en los ojos de grandes aseguradoras y reaseguradoras provenientes de Canadá, Reino Unido, Suiza, Alemania y China. Algunas ya han comprado y otras ya sellaron alianzas con el fin de explorar algunos nichos como los microseguros en el país. Durante el año 2017 el valor de las primas emitidas por las aseguradoras que operan en Colombia alcanzó los 26 billones de pesos –unos 8.700 millones de dólares– según la Superintendencia Financiera, entidad que indica que ese año esta industria reportó ganancias por 1,9 billones de pesos, 8,7 por ciento más que en el 2016 razón por la cual los países anteriormente mencionados quieren ser parte de este competitivo mercado (Fasecolda, 2018).

Carlos Alberto Sánchez (2018) presidente de BMI una de las aseguradoras estadounidenses que llegó en el 2018 a competir en el mercado colombiano de seguros de personas afirmó para una entrevista en el periódico El Tiempo que “Colombia es una de las principales economías de América Latina, donde la industria de seguros apenas llega al 2,8 por ciento del PIB, casi menos de la mitad de lo que aportan otros países similares de la región, con lo cual entendemos que hay una oportunidad grande para desarrollar mercado y hacer que más personas tengan la oportunidad de asegurarse. Queremos posicionarnos como una de las firmas líderes del mercado colombiano en la oferta de seguros de personas”.

Esta llegada de los nuevos inversionistas al sector asegurador demuestra que la creciente tendencia del sector atrae la participación de nuevos jugadores proporcionando fuertes alianzas estratégicas con grandes multinacionales, demostrando que no solo son las grandes aseguradoras las que están atrayendo inversión foránea a este sector; si no que las firmas de corretaje de seguros también hacen parte de esta nueva ola de compras (García, 2018).

Wilson Solano (2018), coordinador área económica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad El Bosque, manifestó en una entrevista para el diario La República que “los colombianos cada día y en especial los de estratos medios y bajos, están siendo más conscientes de la importancia de contar con microseguros en su canasta básica

de consumo, es por ello que no solo las entidades financieras y de seguros de forma directa ofertan este servicio, sino además a través de algunas empresas de servicios públicos o almacenes de cadena promueven este mecanismo de protección, ya que no salvaguarda únicamente los activos del solicitante”.

Dentro del mercado asegurador colombiano se encuentra AXA COLPATRIA unión entre el Grupo francés AXA, que atiende a 103 millones de clientes en 64 países y que administra activos cercanos a los US\$1.485 billones, con Seguros Colpatria en Colombia cuyo capital sólido y reputado le ha permitido destacarse en las líneas de negocio de Seguros Generales, Seguros de Vida, Salud, Riesgos Laborales y Capitalizadora. Una organización que está en la línea del negocio asegurador ocupando el séptimo lugar dentro del listado de las principales aseguradoras en el mercado colombiano según el estado mercadotécnico de las compañías a nivel general (Presentación de Introducción AXA COLPATRIA, 2014).

AXA COLPATRIA ocupa una de las 10 principales posiciones dentro de las aseguradoras más grandes del país con una participación del 7,4% en primas, según cifras de la Superintendencia Financiera; y actúa en un mercado que se hace cada vez más feroz a la competencia siendo vanguardista con su crecimiento, participación favorable y perceptible estando dentro de las 27 compañías de seguros generales y de las 20 de seguros de vida para el período 2011-2015.

Es una empresa que ha adoptado como filosofía de trabajo “incrementar la productividad de la organización dentro del concepto de exceder las normas contempladas en el Sistema General de Riesgos Laborales” constituyendo un original enfoque gerencial basado en la implementación del "Programa de Productividad". Por esta razón ha decidido ir más allá de las obligaciones que tienen con la sociedad y emprender la búsqueda por un mayor bienestar social, mejorar la calidad de vida por medio de accionar la RSE hacia los diferentes grupos de interés. (Presentación Corporativa AXA COLPATRIA, 2014).

Derivado de su programa de productividad, llega la intención de implementar acciones con un enfoque social y ambientalmente responsables desde el ámbito interno y externo; un

tema de gran importancia y relevancia por medio del cual diariamente la organización realiza actividades adicionales a las económicas de manera esporádica siendo una nueva actitud que la empresa ha tomado hacia el entorno social y ambiental para ir más allá de las obligaciones que tiene con la sociedad de prestar y vender únicamente productos y servicios (Presentación Corporativa AXA COLPATRIA, 2014).

Dentro de sus principales objetivos organizacionales AXA COLPATRIA está enfocada en ser la compañía de seguros número 2 en tamaño y la número 1 en rentabilidad en el mercado colombiano. Su visión está orientada en “cumplir con el compromiso de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y proyectar nuestros valores y beneficios ofrecidos más allá de las expectativas de los usuarios” (AXA COLPATRIA, s.f) y dentro de su misión está “satisfacer de manera integral las necesidades de nuestros clientes en cuanto a protección, salud, ahorro e inversión ofreciendo un completo y rentable portafolio de productos y servicios para familias o pequeñas y medianas empresas. Nos diferenciamos por nuestras alianzas con canales de distribución alineados por segmento de cliente, con óptima gestión de riesgos de proveedores, alta eficiencia financiera, administrativa y tecnológica, estableciendo una cultura orientada a la excelencia y el servicio, generando valor para nuestros accionistas y para nuestra organización con sentido de Responsabilidad Social Empresarial” (AXA COLPATRIA, s.f).

Es una organización que ha adoptado internamente algunos estándares de RSE del Grupo empresarial AXA, pero antes de realizar un acercamiento profundo de los estándares es importante resaltar que el GRUPO AXA considera a las acciones en RSE como una “herramienta que permite usar nuestra experiencia para construir una sociedad más fuerte y segura”. Su propósito es “articular la Responsabilidad Corporativa en el corazón del negocio, en el día a día en las interacciones con todos sus grupos de interés y a su vez, participar más eficazmente en el desarrollo social, ambiental y económico a través de un comportamiento responsable, así como de la sostenibilidad de productos y servicios con valores agregados”, (GRUPO AXA RSE, 2014).

A continuación, se enumeran algunas acciones que el Grupo AXA ha implementado a nivel internacional en RSE las cuales le han permitido ser en una empresa referente para el sector asegurador colombiano debido a su éxito. Según el Grupo AXA; si el mundo se calienta 4 °C, ya no será asegurable. Por tal motivo uno de sus principales esfuerzos invertidos ha sido en contra del cambio climático trabajando fuertemente en deshacer su actividad y relacionamiento con el carbón y además convirtiendo las inversiones verdes en una prioridad.

Según los datos publicados por el Grupo AXA en su página web (2018) se encuentra la siguiente información:

- Triplicó sus inversiones verdes para superar los 3.000 millones de euros en 2020. Su actual objetivo es cuadruplicar este compromiso y alcanzar € 12 mil millones en inversiones verdes para 2020.
- Realizó desinversión de 500 millones de euros de la industria del carbón. Actualmente está multiplicando esta desinversión por cinco para llegar a € 2,4 mil millones.
- Decidió desinvertir en la industria de las arenas petrolíferas y las tuberías asociadas y a su vez, no continuará asegurando proyectos que construyan centrales eléctricas de carbón o cualquier operación para la extracción de activos naturales.
- Asoció a la ONG CARE dentro de la empresa con el fin de ayudar a las poblaciones vulnerables a enfrentar mejor los riesgos climáticos (India, Tailandia, América Central, América del Sur).

Dado el cambio de propósito de la organización enfocado en empoderar a las personas para que vivan una vida mejor, es para la empresa trascendental cumplir en temas de sostenibilidad y responsabilidad. Por tal motivo ha creado un plan de sostenibilidad de 5 años para lograr un impacto en términos de una vida mejor.

En temas de medio ambiente su enfoque está en reducir su propia huella y aprovechar el negocio principal de seguros e inversión para ayudar al mundo a enfrentar mejor el riesgo climático:

- -25% de emisiones de CO2 vs. 2012
- 3x inversiones verdes vs. 2015
- 2 veces más primas de energía renovable en comparación con 2013
- + 45M € en primas de seguros paramétricos (seguros que varían en cuanto al monto) vs. 2015

Con la sociedad para 2020, su enfoque está en ser más inclusivos como empresa y encontrar formas inclusivas de extender la protección y el conocimiento del riesgo a quienes no lo tienen:

- 200,000 vidas protegidas a través de asociaciones globales de ONG
- € 100M invertidos en apoyo de la investigación académica sobre riesgo para 2018
- 45 millones de clientes emergentes atendidos
- 33% de mujeres en puestos de liderazgo
- € 350M invertidos en inversiones de impacto para 2020

Con las personas para el año 2020 esperan convertirse en un socio de confianza para sus clientes y a su vez empoderarán a las personas a lograr resultados positivos de salud y seguridad al usar sus datos de manera responsable:

- Aumento de 10x en usuarios activos de aplicaciones de prevención móvil
- Ayuda a los clientes a ser 50,000 * años más jóvenes a través de programas de bienestar
- El 100% de las compañías AXA están por encima del promedio en términos de puntaje del Net Promoter Score (NPS), la cual es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes basándose en las recomendaciones.

A raíz de las estrategias puestas en práctica por el Grupo AXA en materia de RSE, se hace evidente que sus acciones le han permitido ser una de las 50 marcas más verdes a nivel mundial según el reporte de Interbrand. En contraste, AXA COLPATRIA ha integrado acciones esporádicas con el fin de seguir la huella que el Grupo AXA está dejando social, ambiental y económicamente, sin embargo, la falta de no tener una estrategia para RSE

permite evidenciar que satisfacer necesidades, brindar experiencias y retribuir a sus grupos de interés su existencia empresarial de una manera voluntaria en términos ambientales, sociales y económicas no está dentro de su actuar organizacional actual.

Es conveniente decir que una organización es entendida como un grupo formal coordinado por personas que la operan con el fin de alcanzar metas específicas y que están obligadas a administrar los recursos de manera que creen una ventaja competitiva frente a sus competidores (Villalón, 2016), a su vez, es importante reconocer que no solo una organización debe estar enfocada en generar ganancias y crear productos o cumplir metas específicas, sino también en mantener un personal consciente con el propósito de generar un valor empresarial.

AXA COLPATRIA al implementar la RSE le ha dado más importancia al ámbito interno que el externo, en este sentido, hay que tener en cuenta lo que menciona Villalón (2016) que para visualizar y obtener efectos positivos, el contexto externo también es sumamente significativo dado que de su relación con los proveedores, clientes, sociedad y medio ambiente depende su vida organizacional.

Recuento de actividades de RSE en AXA COLPATRIA

Al momento de AXA COLPATRIA establecer sus estrategias de RSE, la organización identificó siete importantes actividades a llevar a cabo por medio de dos áreas de acción para dirigir la gestión de la RSE con el fin de mejorar los procesos y la operación de la empresa: la primera, hacer de la organización un agente activo dentro del desarrollo humano y sostenible de su entorno; y la segunda, hacer de AXA COLPATRIA una compañía más competitiva direccionando sus esfuerzos en RSE hacia los objetivos estratégicos de la organización con el involucramiento de sus grupos de interés tales como: comunidad, clientes, medio ambiente, empleados, proveedores y distribuidores, dirección y gobierno corporativo y, bienes y servicios (Reyno, 2015). Sin embargo son acciones que no se evidenciaron en su totalidad luego de conocer las realmente implementadas.

Entre las acciones que AXA COLPATRIA en materia de RSE ha realizado se encuentran:

- Participó en la adopción de Manatíes con el fin de conservar y cuidar la especie en vía de extinción en 2012 junto con la Fundación Omacha e invirtió en programas de educación ambiental, biológica y ecología.
- En 2015 implementó la CR WEEK, una campaña de comunicación enfocada en generar conciencia en sus trabajadores sobre los riesgos que la humanidad acarrea debido al cambio climático y a su vez dar a conocer cómo cada individuo puede ayudar al planeta por medio del cambio de sus hábitos.
- Creó una campaña enfocada en prevención vial #YoPuedoManejarlo.
- Anualmente reporta al Grupo AXA por medio del –Environmental Reporting- el progreso que ha tenido en el último año en temas de protección ambiental.
- Implementó en 2017 Insólito, un programa dirigido a estudiantes de un colegio público con el fin de educarlos en el manejo de finanzas, promover el emprendimiento y dar a conocer el mundo de los seguros.
- Implementó -Aprender a Emprender- programa cuyo fin es desarrollar capacidades de emprendimiento en integrantes de sus programas Plan Carrera y desarrollo Empresarial, facilitar procesos sostenibles de negocio y financiar y/o vincular a AXA COLPATRIA a las personas capacitadas.
- Y, con el fin de ayudar económicamente a jóvenes del Hogar San Mauricio AXA COLPATRIA por medio de la organización Wiki mujeres donó 20 millones de pesos destinados a la educación de los jóvenes de la misma fundación para ingresar a la educación superior.

Las acciones anteriormente mencionadas fueron realizadas por AXA COLPATRIA con el fin de ayudar a los grupos de interés involucrados, sin embargo, están fragmentadas y desconectadas de la vida del negocio y de la estrategia en general, a su vez no cumplen con las dos áreas de acción que decidieron en un primer momento atacar. Las acciones no obedecen a un plan social previamente definido como resultado de un análisis que demuestre y permita conocer cuáles son las acciones que realmente impactan positivamente a cada grupo de interés debido a la falta de indicadores medibles para establecer si su resultado realmente impacta con lo principalmente esperado.

Como Porter y Kramer (2006) lo mencionan; de un buen análisis de alternativas de acciones a implementar en RSE bajo los mismos marcos que orientan las decisiones del negocio, se descubre que la RSE puede ser mucho más que un costo, una limitación o un acto de beneficencia; puede ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva. También hacen mención a que las mejores iniciativas son las que están plasmadas en metas claras y medibles que permiten monitoreo de los resultados a lo largo del tiempo y que van más allá de firmar un cheque.

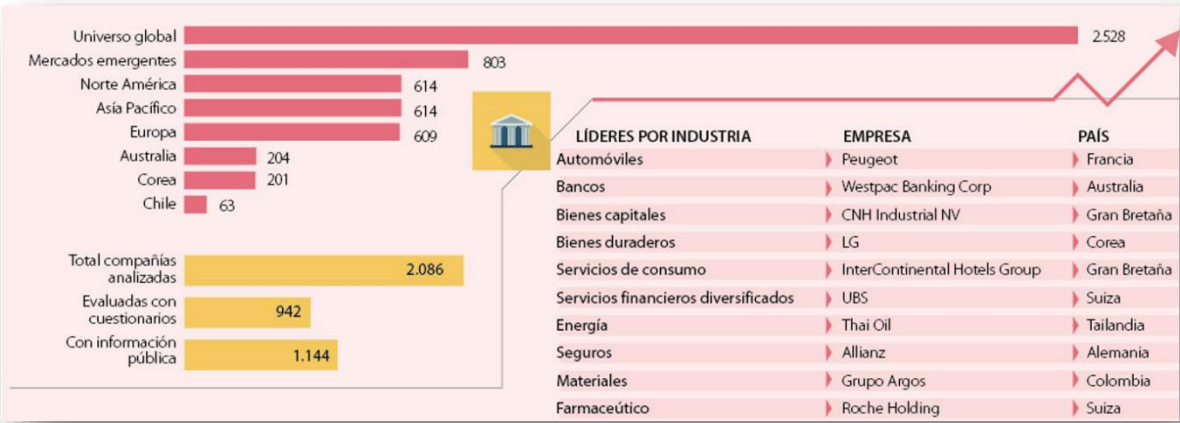
Se añade que el Grupo AXA, le ha solicitado reportes de sostenibilidad a AXA COLPATRIA con el propósito de conocer su contribución como empresa en Colombia, sin embargo, al analizar los reportes entregados por parte de AXA COLPATRIA se hace evidente la falta del cumplimiento de las expectativas esperadas.

Competencia del sector asegurador

En Colombia existen diferentes aseguradoras que son competencia de AXA COLPATRIA, entre ellas está el Grupo Empresarial SURA, una compañía latinoamericana actualmente líder en el mercado de pensiones de la región y reconocida por su experiencia en seguros e inversiones nacida en Medellín por iniciativa de 32 empresas y cerca de 150 accionistas y cuya actual presencia está en diez países de América Latina gracias a sus filiales Suramericana y SURA Asset Management (Grupo SURA, s,f).

Es una organización que considera a la RSE como un compromiso ético que se debe asumir integralmente para hacer empresa, para aportar a proyectos de desarrollo social y para participar en dinámicas públicas. El grupo SURA fue incluido por séptimo año consecutivo en el sector de Servicios Financieros Diversos como una de las organizaciones que tienen las mejores prácticas en sostenibilidad económica, ambiental y social dentro del ranking del Índice Global de Sostenibilidad de Dow Jones (I.G.S.D.J) y además hace parte del Anuario de Sostenibilidad de RobecoSAM convirtiéndose en un referente latinoamericano de la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa cuyos resultados son clave para la construcción del I.G.S.D.J a cargo de RobecoSAM (Grupo SURA, 2018, párr.2).

Este Grupo es la única entidad del sector de Servicios Financieros Diversos en Latinoamérica que hace parte del Dow Jones Sustainability World, índice que mide el desempeño de las principales compañías del mundo listadas en la bolsa de valores que evalúa tres dimensiones; entre ellas la económica: que evalúa aspectos como el gobierno corporativo, el código de conducta, los riesgos y el manejo de los clientes; la ambiental: que considera los riesgos, oportunidades, estrategia frente al cambio climático y ecoeficiencia; y la social: que valora asuntos como la gestión de cara a los Derechos Humanos, la inclusión financiera, el talento humano y la ciudadanía corporativa (Grupo SURA, 2018a, p. 23).



Fuente: Tomado de Down Jones (2018).

Por otro lado, el Grupo Sura es considerado como una de las organizaciones que tiene mejor percepción en temas de RSE según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa Merco (2017), ocupando el puesto número ocho y destacándose por su gran inversión en temas de RSE. Las inversiones que tiene el Grupo dentro de las empresas Multilanitas también fueron incluidas y reconocidas en sus respectivos sectores confirmado su compromiso con los temas empresarialmente responsables. Dentro de sus inversiones sostenibles se encuentran: Bancolombia (bancos), Grupo Nutresa (productos alimenticios) y Grupo Argos y su filial Cementos Argos (materiales de construcción) (Grupo SURA, 2018b).

Su compromiso también se centra con el desarrollo sostenible, siendo éste es un desarrollo transversal dentro de su direccionamiento estratégico (Grupo SURA, s.f). por medio de:

- Promover el desarrollo del entorno, mediante la inversión social en proyectos que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables.
- Mejorar la competitividad en los países donde tienen presencia mediante el desarrollo de negocios de servicios financieros que permitan el acceso a nuevos mercados y clientes bajo una perspectiva de inclusión responsable y de desarrollo de capacidades.
- Contribuir a que las personas, grupos, organizaciones y la sociedad puedan responder a las exigencias del mercado con procesos de formación de públicos en los temas asociados a los negocios.

Por otro lado, contribuyendo con el compromiso ambiental, el Grupo Sura trabaja para mitigar el impacto del cambio climático y una fuerza para cuidar el medio ambiente implementando las siguientes acciones sostenibles SURA (s.f. párr. 1-6):

- Promover en las compañías que hacen parte de su portafolio la adopción de prácticas que favorezcan el medio ambiente, el cumplimiento de las disposiciones normativas y la adopción del principio de precaución.
- Analizar periódicamente el desempeño ambiental de las inversiones estratégicas.
- Adoptar criterios ambientales en sus procesos de selección de proveedores y en las actividades asociadas a la operación.
- Considerar los aspectos e impactos ambientales en los análisis de los proyectos de inversión y desarrollo de los negocios.
- Generar espacios de divulgación y conocimiento que fortalezcan la cultura del cuidado de los recursos.
- Participar en alianzas encaminadas a la investigación, el desarrollo y el uso de tecnologías que favorezcan la protección y el cuidado ambiental.

Dentro de sus principales iniciativas de inversión social llevados a cabo hasta el reporte realizado en el 2016 están: 1. Felix y Susana; un programa de educación para la sana convivencia que contribuye al fortalecimiento de las relaciones entre los niños, la familia y la escuela, mediante el desarrollo de capacidades en los educadores como facilitadores del proceso formativo para potenciar el afecto, el cuidado y la comunicación. 2. Sabiduría Ancestral Indígena, programa que busca contribuir al conocimiento de los pueblos indígenas de Colombia y reconocer la multiculturalidad del territorio con el fin de valorar la ética y la estética indígena desde los primeros años como un componente fundamental para el desarrollo social y cultural. 3. Voluntariado Corporativo; el cual es una alternativa de participación que permite comprender la realidad, ser parte de su transformación y gestionar aprendizajes sociales, un espacio en el cual los colaboradores junto con sus amigos y familiares comparten tiempo, conocimiento y talento con la comunidad (Grupo SURA, 2016a).

Los grupos de interés en los que se enfocó el Grupo SURA (s.f, p. 15-16) para favorecer al cuidado del medio ambiente son:

- Los colaboradores con quienes desarrolla políticas de seguimiento en la actividad ambiental de la empresa, campañas institucionales para la optimización de recursos (papel, agua, energía eléctrica...), promueve la utilización de transportes masivos y alternativos entre ellos y trabaja para crear la cultura del reciclaje.
- Los proveedores con quienes verifica el cumplimiento de normas ambientales en la cadena de abastecimiento; desarrolla estudios de impacto ambiental y privilegia la selección de productos amigables con el medio ambiente.
- Los clientes con quienes promueve y participa en proyectos de pedagogía ambiental, desde los mensajes institucionales; además desarrolla y ofrece productos amigables con el medio ambiente.

- Los diversos públicos por medio de la promoción de eventos y las diversas piezas publicitarias y actividades donde se utilizan recursos y materiales amigables con el medio ambiente.

Desde el año 2007 el Grupo SURA (2016b) ha estado invirtiendo en cada una de las iniciativas ya sea en términos de RSE o de desarrollo sostenible durante los últimos diez años la suma de 36.6 millones de dólares para esta estrategia.

Otra de las aseguradoras que es competencia directa de AXA COLPATRIA es Allianz, una organización alemana nacida en Berlín en el año 1890 en un principio con enfoque de asegurar transporte y accidentes. Ha atendido más de 85 millones de clientes a nivel mundial y en 1999 en Colombia adquirió el 60% de las acciones de Colseguro (Allianz, 2017).

Allianz es una organización que considera a la RSE como una acción que se debe llevar a cabo de manera obligatoria debido a la capacidad que tiene de impactar positivamente a cada grupo de interés por medio de acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables. De igual manera ve a la RSE como una actividad que una aseguradora debe realizar por naturaleza debido a su fuerte componente social que la obliga a reinvertir en la sociedad, en la protección de las personas y en su bienestar. Por eso, actuar con responsabilidad en cualquiera de estos ámbitos es esencial para la compañía (Allianz, 2017a).

Por otro lado, es una organización que ve a los clientes, mediadores, profesionales, y en general a todos aquellos que se relacionan con ella, como los principales grupos de interés con quienes debe actuar con compromiso socialmente responsable teniendo en cuenta el impacto de sus actividades en la sociedad y en el entorno. Su compromiso de operar responsablemente se centra en los problemas medioambientales y sociales los cuales son relevantes para su negocio y sus grupos de interés. (Allianz, 2017b).

Su primer informe de sostenibilidad se basó en un ejercicio de transparencia frente a sus grupos de interés y al mismo tiempo en un ejercicio de diagnóstico y de reflexión interna. Estableció su primera política de Responsabilidad Social Empresarial sobre cuatro ejes con

los cuales generó valor en la compañía y a sus grupos de interés: prevención, educación, medio ambiente e inclusión; ejes que llevaron a la organización a obtener la Certificación en Responsabilidad Social de la Corporación Fenalco Solidario (Allianz, 2017c).

Respecto a su segundo informe de sostenibilidad (2016) continuó su actuación bajo los cuatro ejes en RSE con los diferentes grupos de interés. Para sus más de 800 colaboradores creó una estrategia basada en: escalas salariales para evitar injusticias, programas de formación como la Universidad Corporativa Allianz, beneficios entre los que se incluyen seguros de vida y accidentes, pólizas médicas, préstamos, becas y primas extralegales, cultura de autocuidado por medio del programa Vivo Saludable y programas de formación y desarrollo (Allianz, 2016 a).

Con sus intermediarios optó en promocionar el desarrollo brindando auxilios operativos, descuentos para obtener los productos de la compañía, programas de cómo vivir saludable, entre otros. Para sus clientes creó una estrategia encaminada al bienestar de cada uno por medio de la prevención y la promoción de sus centros médicos. Para su enfoque con el medio ambiente se comprometió en detener el deterioro ambiental y legitimar sus acciones para ser una organización más verde acorde con su política global de una sociedad baja en carbono, además, redujo el uso del papel y aumentó sus niveles de reciclaje (Allianz, 2016 b).

Dentro de su enfoque con la sociedad creó espacios los cuales permiten celebrar la vida, promueven el cuidado de la salud e impactan las vidas futuras a través de la educación. Ha beneficiado a 29 personas con el seguro agrícola y son 500.792 las personas que han adquirido sus micro-seguros. Son 80 millones de pesos los cuales ha destinado para ayudar en la continuación de educación y también dentro de su carrera paralímpica de Allianz incluyó una nueva categoría haciendo mención a la inclusión y, desde el 2016 implementó un programa de prevención vial “Conduce Seguro” el cual promueve hábitos seguros en la vía (Allianz, 2016).

A continuación se presenta un benchmarking o cuadro comparativo de cada una de las acciones que AXA COLPATRIA y su competencia realizan en términos de RSE ambiental, social y económica, sustento que corresponde a una elaboración propia del investigador.

	ACCIONES		
	AMBIENTALES	SOCIALES	ECONÓMICAS
AXA COLPATRIA	CR - WEEK: campaña de comunicación enfocada en generar conciencia en sus trabajadores sobre los riesgos que la humanidad acarrea debido al cambio climático	Campaña de prevención vial (Bogotá) #Yopuedomanejarlo	Aprender a emprender en seguros: impulsar en su fuerza comercial el emprendimiento dentro del sector coasegurador
	Voluntariado de siembra de árboles	Voluntariado Insólito: programa para educar a estudiantes de últimos años en el manejo de finanzas personales y conocimiento del mundo asegurador.	
	Empleados: Entrenatupower - campaña enfocada en crear conciencia de apagar equipos, luces, hacer reciclaje en las urnas ecológicas.	Environmental Reporting: reporte que muestra el progreso que ha tenido en el último año en temas de protección ambiental Donación de \$20 millones al Hogar San Mauricio por medio de WikiMujeres	Selección responsable de proveedores
SURA	Analizar periódicamente el desempeño ambiental de las inversiones estratégicas	Inversión social en proyectos que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables	Inclusión responsable y de desarrollo de capacidades en el desarrollo de negocios de servicios financieros dentro de cada país donde tienen presencia
	Crear espacios de divulgación y conocimiento que fortalezcan la cultura del cuidado de los recursos	Felix y Susana; un programa de educación para la sana convivencia que contribuye al fortalecimiento de las relaciones entre los niños, la familia y la escuela, mediante el desarrollo de capacidades en los educadores, para potenciar el afecto, el cuidado y la comunicación como facilitadores del proceso formativo	Criterios ambientales en sus procesos de selección de proveedores y en las actividades asociadas a la operación.
	Desarrollar políticas de seguimiento a la actividad ambiental de la empresa, campañas institucionales para la optimización de recursos (papel, agua, energía eléctrica...)	Sabiduría Ancestral Indígena el cual busca contribuir al conocimiento de los pueblos indígenas de Colombia y reconocer la multiculturalidad del territorio, para que haya una valoración de la ética y la estética indígena desde los primeros años como un componente fundamental para el desarrollo social y cultural	
	Promover la utilización de transportes masivos y alternativos entre ellos, trabajar en la cultura del reciclaje	Voluntariado Corporativo; el cual es una alternativa de participación que permite comprender la realidad, ser parte de su transformación y gestionar aprendizajes sociales.	Verifica el cumplimiento de normas ambientales en la cadena de abastecimiento con sus proveedores, desarrolla estudios de impacto ambiental, privilegia la selección de productos amigables con el medio ambiente.
	Promueve y permite participar a sus clientes en proyectos de pedagogía ambiental, desde los mensajes institucionales; desarrollando y ofreciendo productos amigables con el medio ambiente		
ALLIANZ	Campana WalktoWork y BiketoWork promueve la activación del corazón, al caminar con amigos al trabajo e inició como parte de las estrategias para promover que sumáramos pasos dentro del reto de Allianz World Run además de dejar a un lado el uso de transporte público o automóvil.	Programas de nutrición para clientes para vivir saludable #VivoSaludable por medio de campañas de promoción de la salud y prevención de enfermedades mediante actividades de bienestar emocional, alimentación balanceada y actividad física	
	Prestamo de bicicletas para el desplazamiento de los trabajadores		
	Allianz Seguros forma parte de un programa para reducir sus emisiones de CO2. Entre otras cuestiones, trabaja intensamente para promover los formatos digitales y, de este modo, reducir de forma considerable su consumo de papel.		
	Asimismo, Allianz Seguros cuenta con productos para asegurar, por ejemplo, instalaciones de energías renovables.		
	Desde el año 2012 asumen el rol de ser una empresa no-contaminante. Siembran anualmente árboles de Acacia Mangium Wild que compensen la huella de carbono que emiten en su operación. Tienen el Bosque Allianz el cual está conformado por más de 6.000 árboles que ayudan a capturar su huella de carbono anual.	Programa Home Office su fin reducir tiempos de desplazamiento, dar la oportunidad de compartir más tiempo con sus familias y aumentar su autogestión	No implementa
Participan anualmente con sus colaboradores en charlas de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental y apoyan las jornadas de forestación organizadas por la Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana.			

*Acciones implementadas en cada aseguradora a partir de 2014

Capítulo II. Proceso de Investigación

Problema de investigación

Implementar la RSE en una empresa significa proyectarse a largo plazo para cumplir grandes retos y oportunidades de cara al lugar donde se sitúa territorialmente la organización (Gándara, 2017). Es por eso que su implementación acarrea acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables que le permitan a cada uno de los grupos de interés de la empresa obtener consecuencias favorables que le generen a la misma competitividad en el mercado alcanzando sus objetivos y logrando con eficacia y eficiencia las metas establecidas (Alfaro, 2007).

El problema actual en AXA COLPATRIA es la falta de un área de RSE que se encargue de plantear y llevar a cabo acciones sociales, económicas y ambientales que le permitan a la organización adoptar un comportamiento ético, un desarrollo sostenible y le de valor y competitividad a la empresa y que por medio de indicadores medibles se pueda visualizar los resultados.

Un área de RSE le concederá a la organización ser reconocida y competitiva por medio de los programas sostenibles que implemente con el fin de impactar a gran proporción en la solución de problemas sociales, económicos y ambientales dentro de su entorno. Se debe tener en cuenta que la RSE es una práctica que está trazada sobre la estrategia corporativa para lograr que sea sostenible en el tiempo (Pesce, 2005). Por otro lado, es conveniente la creación de una área de RSE que cuente con los requerimientos de la casa matriz y que sobretodo que responda a la vocación de una organización que impacta en la seguridad de los individuos, comunidades y organizaciones.

Luego de revisar los documentos oficiales de AXA COLPATRIA no se evidencia que los temas sociales, económicos y ambientalmente responsables estén incluidos dentro de su estrategia corporativa demostrando la falta de interés en los mismos y por otro lado, no existe un ejercicio planeado en RSE a pesar de que el Grupo AXA los ha plasmado dentro de su estrategia corporativa. El Grupo considera que “el valor que crea la compañía no puede

medirse simplemente por mirar su balance financiero, debido a que el enfoque del negocio de seguros es utilizar el capital para generar riqueza no solo financiera sino también riqueza humana, social y comunitaria para el bien de la sociedad en su conjunto”(Grupo AXA, 2014).

Se hace manifiesto que el interés de la dirección de AXA COLPATRIA por implementar acciones ambientales y socialmente responsables es poco perceptible debido a que sus acciones ambientales, económicas y socialmente responsables no están siendo demostrables en el ámbito organizacional. La falta de una unidad muestra que está perdiendo una gran oportunidad de llevar a cabo el ejercicio de la RSE a pesar de tener como aliado principal a una organización que tiene el tema dentro de su línea estratégica de negocio y que percibe el gran valor añadido con relación al manejo de riesgos, continuidad del negocio, rentabilidad económica, reputación de marca e impacto en la sociedad y el medio ambiente.

Por otro lado, también se refleja que su competencia empresarial considera a la RSE como un acto estratégico que le da valor a la organización, sin embargo, AXA COLPATRIA se queda atrás respecto a este tema.

Objetivos de investigación

Objetivo general

Identificar la pertinencia de la creación de la unidad de RSE en AXA COLPATRIA

Objetivos específicos

1. Describir las acciones implementadas interna y externamente desde lo social, económico y ambientalmente responsable en AXA COLPATRIA
2. Comparar el efecto que tiene la competencia aseguradora en RSE respecto a AXA COLPATRIA
3. Detallar las acciones por cada categoría para implementación en AXA COLPATRIA según sus grupos de interés.

Justificación

En los últimos años las responsabilidades que una organización tiene con su entorno han evolucionado. El desarrollo sostenible, generar valor y un relacionamiento constructivo con sus grupos de interés son acciones que han pasado de ser opcionales a convertirse en condiciones que deben ser cumplidas con el fin de satisfacer las expectativas del mercado y del entorno.

Actualmente el papel de las empresas según la sociedad se basa en impactar y reparar el entorno donde se encuentran. Siendo éste el punto de inicio de partida para crear sus estrategias e implementar acciones organizacionales que le permitan mantener su posición empresarial y continuar con el incremento de su crecimiento. Además es una forma de contribuir con la conservación de la población en el tiempo (Universidad Externado de Colombia y Red Pacto Global Colombia, 2016).

En Colombia la implementación de la RSE no es obligatoria, por lo tanto, este es un tema que constantemente es debatido en el medio organizacional. Tanto a nivel internacional como nacional se fundamenta en un marco jurídico dentro de documentos que enmarcan el comportamiento que deben tener las organizaciones en sus operaciones, sin embargo, no es una actividad que se deba realizar obligatoriamente dado que en la actualidad la normatividad no la hace vinculante.

Se considera que si de alguna manera en Colombia se llegase a establecer como obligatoria ésta cambiaría su manera de ejecución debido a que el ser responsable constituye una parte integral de cualquier entidad. Sin embargo, también es claro que algunas organizaciones llevan a cabo acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables como respuesta a las exigencias y presiones de los consumidores responsables, la prensa y los organismos internacionales, entre otros actores puesto que podrían ser “sancionados” en términos sociales y económicos (Vargas,2006). Se debe reconocer que en la actualidad las actividades sociales, económicas y ambientalmente responsables benefician a la empresa y le permiten ser rentable, siempre y cuando las acciones de RSE estén estructuradas y sean realizadas de manera estratégica, centradas como actividad principal de la compañía.

De hecho la RSE obtuvo su importancia dentro de las organizaciones luego de ser reconocida como una práctica que crea valor e incrementa la competitividad empresarial; es por ello que juega un papel importante en las empresas convirtiéndose en un reto internacional (Duque, Cardona y Rendón, 2013).

Dado ese marco, en este trabajo de investigación se da una mirada a las acciones sociales, económicas y ambientales que el Grupo AXA realiza con el fin de analizar e interpretar qué acciones de las cuales el Grupo tiene establecidas se pueden adaptar en AXA COLPATRIA de forma que impacten positivamente en la organización y el entorno, generando también valor empresarial y valor competitivo.

El buen manejo, una estructura fuerte, un consolidado estudio de impacto de acciones en RSE y un área encargada de operar el tema dentro de la organización son aspectos importantes para alcanzar el objetivo de generar valor y alcanzar la competitividad empresarial. Uno de los retos a enfrentar organizacionalmente para desarrollar de manera seria la RSE son los costos que esta puede acarrear respecto al presupuesto que implica su implementación y aplicación. Se debe considerar que estos recursos son una inversión debido a que la RSE retribuye a la empresa en la creación de valor, implanta desafíos para sostenibilidad de la compañía y genera una cultura de eco-eficiencia que crea valor económico, social y ambiental en cada una de sus actividades (Nación, 2008).

Es por esto que la actual investigación surge a partir de la necesidad de llenar el vacío de conocimiento sobre el estado de las mejores prácticas sociales, económicas y ambientales a nivel organizacional que permitan la creación de valor y generación de competitividad para la organización seleccionada como caso de estudio. De forma complementaria se consideró importante alinear a AXA COLPATRIA con el Grupo AXA en lo referente a crear estrategias y acciones de RSE que generen un impacto positivo en la organización dentro de sus grupos de interés.

La importancia de tener claras las tendencias y mecanismos que el mundo actual ha determinado son trascendentes para transformar la gestión empresarial. La nueva agenda de necesidades sociales, económicas y ambientales evidencian cuales son las oportunidades que abren brechas para generar negocios innovadores y estrategias de creación de productos sostenibles para responder las necesidades.

Aspectos Metodológicos

Con base en Sanabria (2016) se toma el siguiente esquema para realizar el marco metodológico.

Estilo de investigación

Esta investigación está dentro de la perspectiva constructivista debido a que el conocimiento generado es una construcción propia a partir de la comprensión de cada fenómeno estudiado, con el fin de conocer la viabilidad del montaje de una unidad de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la organización AXA COLPATRIA (Hernández, 2014).

El estilo de investigación constructivista asume que el conocimiento es el resultado de la construcción mental que realiza el investigador a partir del análisis e interacción con disposiciones internas y externas (Hernández, 2014). Este aprendizaje obtenido incluye un proceso activo puesto que se debe recopilar, extraer, restaurar e interpretar la información relevante y necesaria para enmarcar el problema de investigación y lograr el objetivo final.

Enfoque de investigación

El enfoque para generar el conocimiento de la investigación es cualitativo utilizando cinco fases relacionadas entre sí (Grinnell, 1997).

- Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos
- Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas
- Prueban y demuestran el grado en el que las suposiciones o ideas tienen fundamento

- Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base para las pruebas o del análisis
- Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; incluso para generar otras

Por medio de las características especiales del enfoque cualitativo se busca la especificidad de la interpretación de documentos y de la observación; un enfoque utilizado para descubrir y refinar las preguntas que surgen (Grinnell,1997) a partir de la recolección de datos sin medición numérica, cuyo propósito “es reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores del sistema que se está investigando. Una realidad que se va descubriendo sin tener una secuencia lineal razón por la cual se lleva a cabo el análisis y la recolección de datos en paralelo (Hernández, 2014).

A continuación se presentan las fases de la investigación, cabe señalar que la estructura que actualmente se le da puede tener modificaciones sin tenerse en cuenta la fase del proceso por la que esté pasando.

Fase 1: idea; fase 2: planteamiento del problema; fase 3: inmersión inicial en el campo; fase 4: concepción del diseño de estudio; fase 5: definición de la muestra inicial del estudio y acceso a ésta; fase 6: recolección de los datos; fase 7: análisis de los datos; fase 8: interpretación de los resultados; fase 9: elaboración del reporte de los resultados. Las fases que giran entorno a la literatura existente (marco de referencia) se dan en forma circular (Hernández, 2014).

Una de las características a resaltar de la investigación cualitativa es el uso de diferentes técnicas para recolectar datos, entre ellas se encuentran la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, evaluación de experiencias personales e interacción con diferentes grupos las cuales fueron usadas dentro de esta investigación. Es importante destacar que una de las ventajas del uso de diferentes técnicas es tener varios puntos de vista desde el inicio hasta el final de la investigación (Creswell, 2013 y Neuman,1994).

Temporalidad de la investigación

Temporalidad de la investigación se refiere al transcurso en el tiempo en el que se obtienen datos de la investigación. Esta investigación es transversal debido a que se recolectan en un solo momento del tiempo (Lui, 2008 y Tucker, 2004) como es en el caso de las entrevistas y el focus group ya que solo se dan una vez en el trascurso de la investigación.

Procedimiento de investigación

El procedimiento de la investigación se refiere a la manera de dar avance a la misma. Es una investigación sintética debido a que tiene un proceso de racionamiento que reconstruye un todo a partir de diferentes elementos. Es decir, los temas sociales, ambientales y económicos reconstruyen los cuales le dan forma al concepto de la RSE (Hernández, 2014).

Modo de investigación

Es una investigación inductiva debido a que se busca en la teoría para mirar la realidad. Dentro de su realización se recolectaron datos de situaciones particulares para encontrar conclusiones generales basadas en la observación, estudio y experimentación. Es una investigación enfocada en descubrir y hallar más que en comprobar y verificar (Hernández, 2014).

Tipo de investigación

Esta investigación se caracteriza por tener un alcance descriptivo – propositivo; descriptivo porque considera al fenómeno estudiado y sus componentes, es decir, estudia a la RSE y el todo que la lleva a su forma; se miden los conceptos y se definen las variables, en este caso lo social, económico y ambiental e implica un estudio descriptivo debido a que se recolectan y analizan datos para su resultado (Hernández, 2014).

Con este estudio descriptivo se busca especificar características, propiedades, perfiles de personas y procesos. Mide y recoge información de la RSE junto con sus variables de manera independiente y algunas veces en conjunto con el fin de conocer el panorama del fenómeno al cual se hace referencia (Hernández, 2014).

Aproximación de la investigación

El fin de la investigación es identificar cuáles son las acciones sociales, ambientales y económicamente responsables con actuar positivo en cada grupo de interés que AXA COLPATRIA debe implementar a través de la propuesta de creación de la unidad de Responsabilidad Social Empresarial, por tal motivo es propositiva. Las acciones identificadas se encuentran en el documento adjunto.

La aproximación de esta investigación es empírica debido a que se recolectan y analizan datos y durante el proceso desarrolla una teoría coherente para representar lo observado (Esterberg, 2002).

Diseño de investigación

El diseño de la investigación se refiere al plan o a la estrategia concebida para obtener la información necesaria para que responda el planteamiento del problema (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Creswell, 2013a, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Kalaian, 2008) por tal motivo la clasificación del diseño que se tendrá en cuenta es la no experimental debido a que se realiza sin manipular las variables social, económico y ambiental, es decir, es una investigación que no permite variar de forma intencional cada variable independientemente para ver el efecto. Esta investigación no experimental se enfoca en observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos (The SAGE Glossary of the social and behavioral Sciens, 2009b).

Técnicas de investigación

Se utilizaron diferentes técnicas para recolectar datos; entre ellas: la observación no estructurada debido a que el autor de la investigación hace parte del área que maneja los temas de RSE en la organización; entrevistas abiertas y semiestructuradas cuyo fin es profundizar en las características específicas del candidato, a su vez mayor libertad y flexibilidad en la obtención de información; revisión de documentos organizacionales tanto del Grupo AXA como de AXA COLPATRIA, autores que han estudiado el tema trabajado dentro de la investigación, revisión de información de otras empresas por medio de un cuadro comparativo o benchmarking que detalla las actividades de RSE que cada empresa a

comparar ha realizado y evaluación de experiencias personales e interacción con diferentes grupos de interés por medio del focus group el cual se detalla a continuación.

Se realizaron tres focus group con los grupos de interés de la organización; clientes, intermediarios y trabajadores bajo la técnica de Grupo Nominal cuyos beneficios se centran en generar ideas por escrito, registrar cada idea principal por medio de la retroalimentación, discutir las ideas principales y hacerles una priorización por medio de una votación para dar respectiva puntuación y dar orden a las categorías (Aiteco Consultores, s.f).. Este método de recolección de datos cualitativo se escogió dado que su fin es conocer la percepción y generar una discusión en torno a la RSE de AXA COLPATRIA y del sector asegurador con el fin de extraer las principales categorías de la investigación y ver las causas y efectos de la actualidad que cada grupo de interés percibe.

Capítulo III. Aspectos teóricos y conceptuales

Responsabilidad

Hablar de responsabilidad implica abarcar diferentes posiciones; según Schvarstein (2013) existen dos tipos de responsabilidad: la responsabilidad que siente un individuo la cual es transformada en un compromiso personal que lo lleva a actuar y que se convierte en un juicio de valor individual realizado internamente frente a sus principios y conciencia que lo motiva a actuar sin alguna obligación y la responsabilidad a la que está obligado a asumir y cumplir el individuo, es decir es exigible, es decir que un tercero tiene la autoridad para que se efectúe.

Por otro lado, Gustavo Yepes, entre las definiciones que encontró para este término, utiliza la de María Moliner (2007), del diccionario de uso del español como la “cualidad de responsable (consciente de sus obligaciones), que se explica con las palabras aceptar, asumir, contraer, afrontar declinar, rechazar, exigir, atribuir, alcanzar, incumbir, tener, sentir, gravitar, pensar, imputar y prescribir.

Se comprende que el término de responsabilidad hace referencia a una obligación, ya que por medio de ella hay consecuencias de los actos derivando así la toma de conciencia, reconocimiento y efecto de causas, motivos, acciones, pensamientos, deseos e intenciones (Yepes, Peña y Sánchez, 2007).

Responsabilidad Social

Yepes (2007) hace referencia al concepto de social al momento de involucrar la responsabilidad, quien acudiendo a conocer su significado por el Léxico de Antropología es la “necesidad natural del hombre, que solo busca regular las interdependencias sociales y minimizar los efectos negativos de la actividad humana”, una condición de los individuos que los lleva a satisfacer sus necesidades e incluso a sobrevivir por medio de la ayuda cooperativa de su conjunto.

El término social a su vez se ve ligado al de red social entendido como un conjunto de actores sociales vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades y se encuentran en red; el término es definido por James Mitchell como el “conjunto bien delimitado de actores (individuos, grupos, organizaciones, comunidades) vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (Lozares, 1996, p. 108). Estos conceptos llevan a analizar la importancia que tienen las relaciones interpersonales dentro de cada rol, debido a que el mundo está permanentemente ligado y porque el ser humano es social por naturaleza (Santos, 1989).

Responsabilidad Social Empresarial

Existen diferentes conceptos que definen la RSE; a continuación se encontrarán algunas definiciones que reconocen el poder que tiene la RSE pues se ha convertido en una acción favorable que debe ser integrada como parte primordial de la estrategia empresarial.

En la actualidad se considera que tener implementada en una organización el área de RSE es un factor competitivo. Esta unidad indispensablemente lleva a las mismas organizaciones a autoevaluarse periódicamente para otorgarse una calificación al respecto de tal y, de la

misma manera tomar acciones que continúen generando valor y proporcionado un reconocimiento positivo dentro de la sociedad (Meza, 2007).

Entonces la RSE constituye un concepto por medio del cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor, una economía rentable y un medioambiente más limpio y que es expresado a los trabajadores y, en general, a los grupos de interés de la empresa que influyen en su éxito (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Se aclara que puede ser vista como aquella expresión de la ética sobre lo público, implicando un discernimiento sobre la realidad a partir de la valoración que podemos hacer de la RSE sobre los criterios de la justicia, equidad y democracia; a su vez hace referencia a los actos y omisiones de los actores sociales y la forma como estos enfrentan las manifestaciones y sentires morales o jurídicos que generan sus interrelaciones (Fundación Prohumana, 2002).

Es importante tener en cuenta que al momento de implementar la RSE, se deben considerar las expectativas y las necesidades de la sociedad y del medio ambiente puesto que están en continuo cambio. A su vez se debe reconocer y analizar la influencia que generan los cambios en las condiciones espacio-temporales, la forma de gestionar la información y los conocimientos para la aplicación de la RSE (Yepes, 2007).

La RSE debido a que su aplicación impacta las decisiones y actividades de una organización, la sociedad y el medio ambiente debe contener un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; adicionalmente, es allí donde se deben tomar en consideración las expectativas de las partes interesadas; por otro lado se debe considerar que dichas acciones cumplan con la legislación aplicable y que sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento, y, que estén integradas en toda la organización, llevándose a la práctica en sus relaciones (ISO, 26000).

Es así como la RSE no se trata de una actividad marginal adicional a la económica, oportunista y esporádica, su nueva actitud empresarial hacia el entorno social le ha permitido

ser vista como una obligación que debe tener la organización con la sociedad en búsqueda de mayor bienestar social y mejor calidad de vida por medio de actividades cambiantes de acuerdo a las características y condiciones de cada organización y a su vez el constante cambio en el que se mueve la población mundial (Melé, 2007).

La Responsabilidad Social de la Empresa

Debido a la creciente influencia que tienen las organizaciones en el presente siglo, sus intereses y comportamientos con la sociedad han sido modificados para establecer relaciones fuertes y sostenibles, crear efectos positivos y obtener mejores resultados en su situación organizacional.

De acuerdo a las necesidades humanas, las organizaciones han establecido y actualizado sus funciones sociales configurando diferentes tipos: las que se constituyen con el objetivo de proteger y brindar cuidado y atención a la sociedad en general (las cuales son llamadas organizaciones públicas y cuya función social es de carácter teleológico -doctrina que presume la existencia de unas causas finales a las que obedecen los procesos del universo-), las que buscan apoyar la labor del cuidado de la sociedad de las organizaciones públicas (llamadas del tercer sector y constituidas por organizaciones no gubernamentales, ONG'S, corporaciones, etc. y cuya función social es de carácter deontológico -ciencia o tratado de los deberes-) y las organizaciones cuyo objetivo es prestar un servicio a la sociedad esperando a cambio una retribución económica (llamadas empresas y las cuales cumplen una función de carácter utilitarista) (Yepes, Peña and Sánchez, 2007).

Una evolución y diversificación organizacional que se ha visto influenciada por la globalización, la liberalización del comercio y sus reformas regulatorias, el desarrollo ambiental sostenible, los códigos de buen gobierno, la acelerada degradación del medio ambiente y la exclusión de sectores de la sociedad como resultado del desarrollo, entre otras. Su relación con el derecho humanitario y los derechos humanos, aspectos laborales fundamentales en las sociedades modernas, el respeto por el medio ambiente y por las normas éticas básicas han impulsado su gran desarrollo dentro de la actividad empresarial creando así obligaciones como lo ha dicho la Organización de las Naciones Unidas (ONU) frente a

los principios que la sociedad ha establecido dentro de los aspectos básicos de convivencia y desarrollo (Correa, 2007).

Según la ONU, se han definido diez principios los cuales enmarcan la RSE a nivel mundial e insisten en la interiorización de diez factores: apoyar y respetar la protección del derecho humano, garantizar que sus propias organizaciones no sean cómplices de abusos en derechos humanos, reconocer los derechos humanos de libre asociación y de negociación colectiva, eliminar todas las formas de trabajo forzado u obligatorio, abolir el trabajo infantil, eliminar toda discriminación laboral, apoyar un enfoque preventivo en los retos ambientales, apoyar y desarrollar iniciativas para promover la responsabilidad ambiental, promover e incentivar el desarrollo y difusión de tecnologías ambientales amigables y trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno (González, 2011).

Fases de la Responsabilidad Social Empresarial

Desde sus inicios la RSE ha tenido grandes cambios. El desarrollo del término y sus acciones han tenido una evolución muy importante y su reconocimiento en la actualidad genera gran impacto en la sociedad, la cultura, el medio ambiente y en la economía. Es así que se consideró necesario enunciar las fases que ha vivido la RSE para lograr un conocimiento más profundo y, a su vez, para conocer cada periodo de su evolución.

Fase	Práctica	Periodo de tiempo
Precursora	Maximización de utilidades, producción eficiente, satisfactoria demanda de los mercados y control por parte de los accionistas. RSE como caridad, servicio, filantropía.	Desde la Revolución Industrial, el nacimiento de Estados Unidos como nación, hasta la década de 1990.

Filantrópica	Donativos voluntarios, caridad. La preocupación de la administración se extiende más allá de los accionistas y se compromete con otros grupos.	1900-1950 Se caracteriza por paternalismo, caridad, reforma, relaciones públicas y administración de custodia.
Fase crítica	Punto de partida para la conceptualización y toma de conciencia de las empresas sobre sus responsabilidades sociales. Compromiso activo de las empresas con la comunidad.	1950-1967
Problemas	Las empresas y negocios aceptan voluntariamente las responsabilidades sociales y responden a las demandas políticas y públicas. Importancia sobre la ética de los negocios, se ve la sociedad como un complejo de organizaciones. Aumenta la sensibilidad social empresarial y se enfoca a la calidad de vida. Se integran los stakeholders a los beneficios y dinámicas de la RSE.	1967-1973
Reconocimiento	Hay profusión de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que velan por la	1973-1980

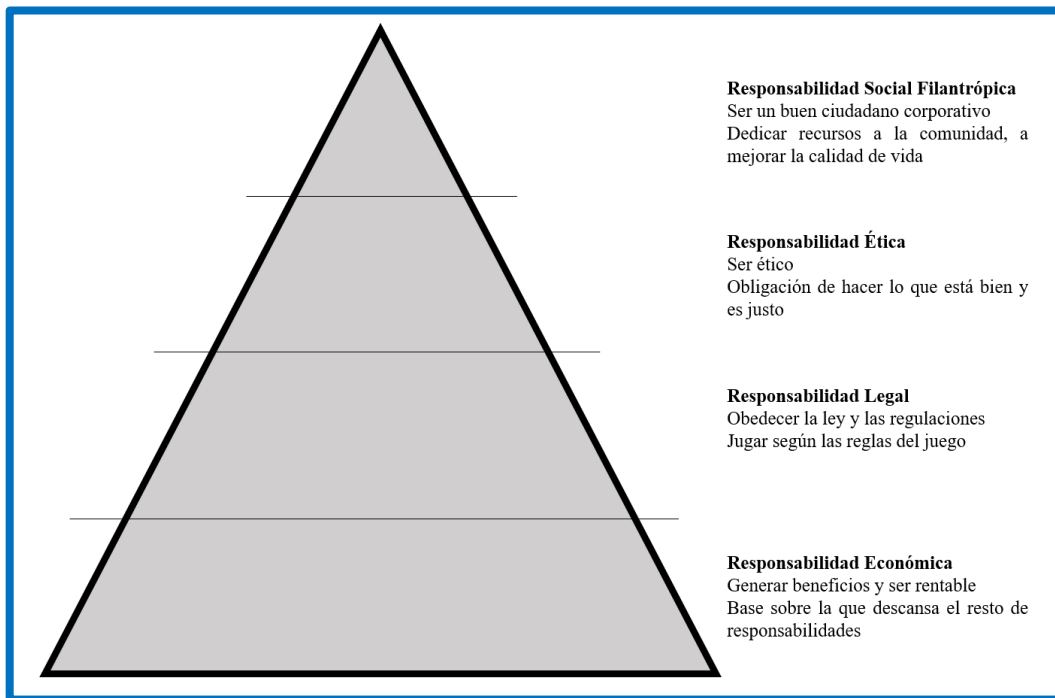
	<p>ética en los negocios y el comportamiento de las empresas.</p> <p>La academia demanda conocimiento y desarrollo de nuevas formas de compromiso entre empresa-sociedad con el fin de satisfacer el interés general y aportar valor a los gestores o dueños del negocio.</p> <p>Surge compromiso con la inclusión social en términos de responsabilidad e inclusión en el sentido económico, social, cultural y político.</p>	
Compromiso	<p>Salvaguarda de la cultura, respeto por las minorías y la integridad humana</p> <p>Se advierte el impacto de las organizaciones y su compromiso con el equilibrio social.</p> <p>Aparece la ética en el escenario de las relaciones comerciales como un indicador transversal, fundamento de las negociaciones.</p> <p>La responsabilidad social se vincula al concepto de sostenibilidad.</p>	1980- actualidad

Fuente: Tomado de Yepes, G., Peña, W. y Sánchez, L. (2007)

Junto con las fases de la RSE que permiten reconocer su evolución, también se hace necesario comprender sus diferentes niveles de compromiso de los cuales se considera que depende el éxito de la compañía.

Niveles de Compromisos de la RSE

Según la pirámide de Carroll (1991), la RSE tiene diferentes niveles de grupos de interés que son vitales para el desarrollo de la actividad. Para que se dé cumplimiento a la misma debe considerarse la siguiente pirámide.



Fuente: Carroll, A (1991).

Ámbitos de la RSE

La implementación de RSE que desee hacer la organización se cumple en dos ambientes: interno y externo. Estos dos ambientes están bajo la identificación de dimensiones de desarrollo de la misma para mantener una coherencia con su compromiso tanto dentro como fuera de la organización.

En el ámbito interno se encuentran las acciones que realiza una organización responsablemente por sí misma y de acuerdo con la autonomía que la caracteriza, en relación con buenas prácticas en materia laboral y social que afectan positivamente y de forma directa

al conjunto de los trabajadores y sus representantes (directores, empleados, accionistas o dueños de la empresa) sin importar el tamaño, lugar y objeto de la misma (Merino, 2005).

Internamente es imprescindible la creación de un marco general en los recursos humanos que determine las líneas base para la formulación de prácticas responsables en cada uno de los temas que se relacionan con la gestión y desarrollo de los recursos humanos ya que es aquí donde la RSE puede enriquecer los contenidos de los mismos y contribuir a mejorar las condiciones de los trabajadores (Merino, 2005).

Dentro del mismo ámbito interno, el empleador también puede ir más allá de la ley otorgando una serie de beneficios de diferentes circunstancias sociales, económicas, administrativas, etc, que contribuyan a elevar la calidad de vida en el empleo y que generen cierto goce o disfrute por parte de los trabajadores o de sus familias. La RSE aquí aboga por políticas que beneficien a los trabajadores y fortalezcan sus derechos dentro de la empresa (Jaramillo, 2013).

Por otra parte, en el ámbito externo se encuentran aquellas acciones que no solo afectan a la organización sino a las filiales, sucursales, socios comerciales, cadenas de suministro, etc., que se encuentran domiciliados en otros países, en su mayoría con legislaciones débiles y mecanismos judiciales y administrativos casi inexistentes. Desde esta perspectiva la responsabilidad social va más allá de fronteras demarcadas territorialmente por la empresa al incluir de forma directa a los integrantes de toda la cadena de producción de bienes o servicios (Jaramillo, 2013). Al respecto se debe agregar que las organizaciones han concebido la RSE como un objetivo principal para poner en práctica en el ámbito empresarial como consecuencia de las discusiones que se han generado sobre la función de la organización y su responsabilidad con la sociedad dentro de aspectos que describen a la RSE.

Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial

Dentro de este marco, en esta investigación se consideraron las tres dimensiones de la RSE las cuales serán relevantes para conocer los aspectos fundamentales de la misma: ambiental, social y económico. En este caso son cuatro aspectos de la RSE referidos a las

iniciativas de una empresa que evalúa y asume la responsabilidad de sus impactos (Proyecto de Ley N. 153, 2006), a saber:

- Aspecto laboral-bienestar: Cumplimiento de las normas de trabajo, respeto al trabajador en todos los niveles jerárquicos y puesta en marcha de códigos de conducta y principios de la Organización Internacional del Trabajo.
- Aspecto económico: Elaboración de cuentas transparentes y públicas, e inversiones socialmente responsables (utilizando criterios éticos y de exclusión, a la hora de invertir).
- Aspecto ambiental: Respetando el medio ambiente y usando sellos de calidad ecológicos, o alusión directa al consumidor de cómo se obtuvo el producto o se prestó el servicio.
- Aspecto social: Invirtiendo un porcentaje de las ganancias en proyectos que ayuden a mejorar el nivel de vida de personas sin recursos y/o tener proyectos de vinculación a colectivos desfavorecidos

Estos son aspectos que económica, medioambiental y socialmente implican incurrir en costos a corto plazo los cuales no proporcionan ganancias financieras inmediatas a la compañía, pero que promueven cambios positivos en el mediano plazo. Por tal motivo cada organización tiene la decisión para utilizar y hacer RSE desde la dimensión que más le conviene, convirtiéndose en una ventaja competitiva y herramienta de protección en estados de crisis empresariales creando valor en todo su sistema organizacional (Espinoza, 2007).

Responsabilidad ambiental

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre medio ambiente en Estocolmo en el año de 1972, el medio ambiente es definido como el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos dentro de un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas, es decir, afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad y a su vez implica la relación entre seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y elementos tan intangibles como la cultura. (Desarrollo, 2016).

Esta es una conferencia que pre anuncia la preocupación e involucramiento que se debe tener sobre el medio ambiente y por el llamado *Cambio Climático* y otros impactos ambientales que se dan sin barreras de tiempo, lugar o jurisdicción.

No obstante, la actividad humana está relacionada con el medio ambiente debido a que ésta actividad consume los recursos naturales y contamina el ambiente con sus emanaciones y desechos; la contaminación de los recursos hídricos es uno de los efectos más graves de la actividad industrial e incluso de la agrícola, el vertido de sustancias químicas, así como el uso de plaguicidas y herbicidas en la agricultura los cuales han contaminado directa o indirectamente los cursos de agua (Milán, Rosa y Villarroel, 2009). Sin embargo, el aumento de la actividad humana no solo ha afectado el agua, si no también ha alcanzado a los suelos, el aire y los ecosistemas y ha engendrado un problema difícil de resolver: la disposición de la “basura”, aquellos desechos no utilizados por el hombre y cuyo destino afecta directamente al medioambiente (Milán, Rosa y Villarroel, 2009).

Y aquí es donde se reconoce la importancia del rol empresarial puesto que la sociedad civil ha exigido a las organizaciones mayor participación en la solución de problemas mientras se generan normas de transparencia que garanticen los derechos de todos los grupos de interés (propietarios - accionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general). Es por ello la empresa se ha transformado en un ente regulador y en un motor de cambio y de progreso para la sociedad, más que en una entidad destinada solamente a la maximización de beneficios (Milán, Rosa y Villarroel, 2009).

Pese a que las empresas afectan el medio ambiente; no todas lo hacen de la misma manera de forma que el efecto que se produce dentro de una misma industria depende de la locación y varía a lo largo del tiempo, sin embargo los empresarios no siempre tienen conciencia de ello (Porter, 2006). La implementación de prácticas de RSE medioambientales previene potenciales accidentes, evita sanciones y multas, mejora la imagen de la empresa y aumenta su posicionamiento en los mercados globalizados (Gutiérrez, 2011). Una empresa socialmente responsable puede mitigar el impacto que su actividad produce en el medio

ambiente, siempre y cuando tenga claro el compromiso real que tiene con el desarrollo sustentable (Milán, Rosa y Villarroel, 2009).

En materia ambiental para la empresa es importante dar cumplimiento legal de las normas que existan de manera general y específica por actividad o por su sector según la regulación a nivel local y nacional. De igual manera, como lo especifica la Ley 1124 de 2007, es deber de cada organización desarrollar programas que involucren a todos los grupos de interés de forma que asuma conciencia de la importancia de la preservación del medio ambiente y procure un desarrollo sostenible que permita obtener resultados reales y medibles, que incidan de forma positiva en la comunidad en la que interactúa.

El avance en este aspecto depende también de la cultura que cada país tiene en la materia, de las medidas que se hayan creado y de los mecanismos para lograr una verdadera efectividad en las mismas. Necesariamente la vigilancia, por parte de las administraciones públicas hacia las empresas en el cumplimiento de protocolos y normas a seguir es casi inexistente en países en vía de desarrollo, lo cual ha permitido cierta libertad en el actuar de las mismas (Jaramillo, 2013).

Las empresas deben adoptar políticas para que haya una coexistencia entre las actividades sociales de la empresa y la conservación y/o protección de la biodiversidad, midiendo de forma objetiva los impactos que a nivel ambiental pueden ocasionar e igualmente fijar objetivos en los que haya mínimas emisiones contaminantes, buenas prácticas en la producción de los productos y servicios y una mayor vigilancia y control de los sistemas de calidad ambiental.

Las políticas a aplicar deben mantener una línea que les permita marcar objetivos, medir el desempeño y gestionar el cambio con el propósito de tener operaciones sostenibles, por esta razón, la elaboración de memorias de sostenibilidad ayuda a mantenerlos y marcar desde el principio hasta el fin del cambio. Aquellas memorias de sostenibilidad contienen información sobre la incidencia positiva o negativa en las organizaciones, en el medio ambiente, la sociedad y la economía. De ese modo, las memorias convierten lo abstracto en

tangible y concreto y, por tanto, ayudan a comprender y gestionar las consecuencias que las novedades en materia de sostenibilidad tienen sobre las actividades y la estrategia de cada organización. (Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, 2015).

Una empresa que piensa en el desarrollo sostenible tiene dentro de sus estrategias el propósito de incorporar un justo equilibrio entre los tres ejes fundamentales: lo social, lo económico y lo medioambiental, generando permanentemente una mayor calidad de vida para las generaciones presentes y futuras (Jaramillo, 2013).

La RSE como actor importante para la sostenibilidad

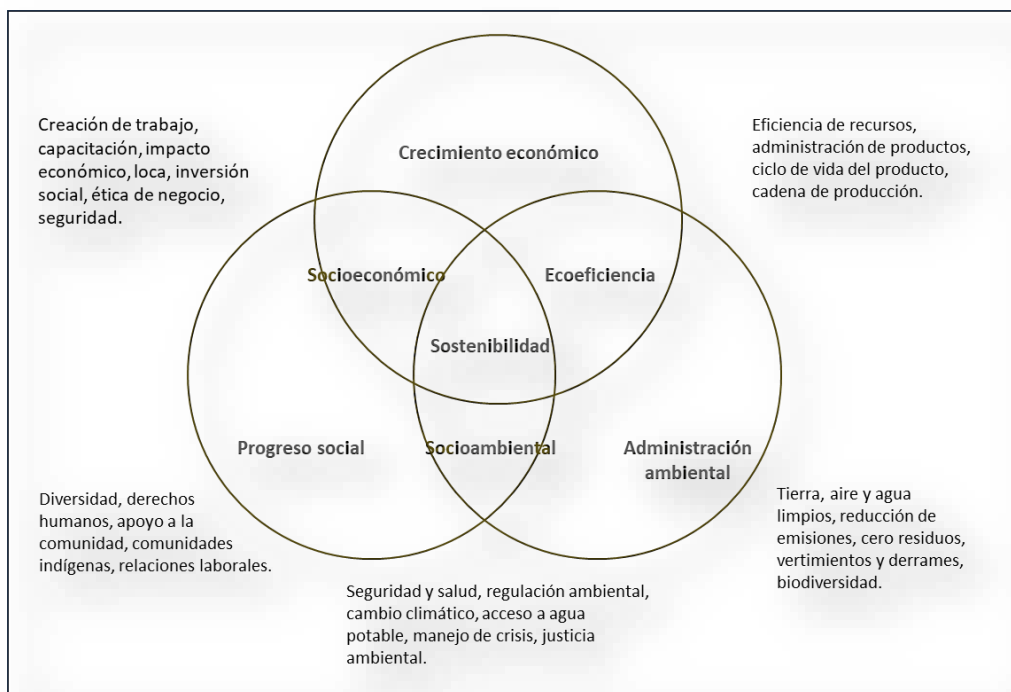
La RSE contribuye a la solución de problemas de orden económico, social y ambiental derivándose del ambiente ya sea interno o externo a las organizaciones ejecutoras. En conjunto, la Unión Europea de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el World Business Council for Sustainable Development y el Global Reporting Initiative - organismos promotores de la RS- identifican las siguientes temáticas y los principales campos de acción de la responsabilidad social (Benbeniste,2002).

- Económicas: Competitividad, innovación, calidad, captura de mercados, transmisión de conocimiento, capacitación del recurso humano, clima laboral, seguridad industrial, negocios inclusivos, entre otros.
- Sociales: Educación, salud, vivienda, pobreza, exclusión derechos humanos, discriminación, trabajo infantil y forzoso, libertad de asociación, lucha contra la corrupción, consumo responsable, libertad, entre otros
- Ambientales: Manejo adecuado de residuos sólidos, vertimientos, emisiones de gases efecto invernadero, consumo de energía, uso de los recursos naturales, contaminación, entre otros.

Se incorpora dentro de la actividad organizacional estas tres dimensiones a las cuales se les denomina acción de triple cuenta de resultados, lo cual conduce a un modelo de

sostenibilidad, es decir, a tener un modelo que busca el equilibrio razonable entre el crecimiento económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental.

La sostenibilidad se puede alcanzar por medio de una acción responsable (responsabilidad social) de los distintos actores sociales – individuos, grupos o instituciones-, en la medida en que se hagan cargo de los impactos económicos, ambientales, sociales y de Derechos Humanos que genera su administración, gestión y operación en relación con todos sus grupos de interés. Además, tiene doble propósito, garantizar la sostenibilidad de las organizaciones y contribuir a la sostenibilidad de la sociedad en su conjunto.



Fuente: Tomado de Elkington, J (2010).

Aportar al desarrollo sostenible de la sociedad es adoptar la RSE. Según el informe Brundtland (1987), el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. Sus tres paradigmas prácticos son el desarrollo que debe estar al servicio de las personas, a su vez debe considerarse los impactos a corto y largo plazo y, además debe

analizarse de manera conjunta cada variable económica, social y ambiental (Naciones Unidas, 1987).

Dentro de este contexto las empresas tienen un rol fundamental que deben jugar debido a que son el principal motor de desarrollo en la sociedad y un aliado del estado para la resolución de los problemas públicos. Su peso económico organizacional día a día se incrementa debido a que tiene una relación con los actores sociales y su creciente influencia dentro del sector privado conlleva a obtener responsabilidades dentro de la adecuada gestión de los impactos económicos, sociales y ambientales de sus actividades (Rincón, 2016).

Si no existe un equilibrio en los negocios dentro de lo económico, lo ambiental y lo social en la lógica empresarial se acentúan impactos ambientales relacionados con la contaminación, deforestación, destrucción de la capa de ozono, calentamiento global, disminución de selvas y bosques tropicales, pérdida de biodiversidad y extinción de especies, entre otros, y además pasa de escalas locales a regionales y globales, generando grandes desequilibrios que se manifiestan en datos los cuales indican que menos de una tercera parte de la población, consume cerca del 80 por ciento de los recursos disponibles del planeta; poniendo en riesgo no solo la satisfacción de las necesidades de la generaciones futuras, sino de gran parte de las presentes (Zapiain, 2003).

La RSE constituye un medio que facilita el logro que plantea el World Business Council on Sustainable Development -Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible - (2002) el cual se resume en el compromiso continuo por parte de las empresas a comportarse de forma ética y contribuir al desarrollo económico sostenible, al tiempo que mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como de la comunidad local y la sociedad en general. A nivel internacional, la RSE se puede definir como el Libro Verde (2001) la plantea como la integración voluntaria por parte de las empresas, en las preocupaciones sociales y medioambientales de sus operaciones comerciales y de sus relaciones con sus interlocutores. Sin embargo, para tener un contexto más amplio que abra campo para conocer diferentes y principales definiciones de la RSE son algunas organizaciones internacionales que promueven la RSE.

Principales instituciones internacionales que promueven la RSE

Existen diferentes organizaciones que trabajan y promueven la RSE, de igual manera también existen normas internacionales que la regulan.

- **ISO 26000:** Esta norma internacional ofrece una guía en RSE diseñada para ser utilizada por organizaciones que trabajan dentro del sector público y privado en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. Su propósito es ayudar a aquellas empresas que quieren operar de manera socialmente responsable tal como la sociedad lo está exigiendo basada en principios como: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normativa internacional de comportamiento y respeto a los derechos humanos (ISO 26000: 2010,p.4)

Los principios nombrados según la norma deben estar aplicados de manera horizontal dentro de la función de la organización y a su vez se deben fundamentar dentro de siete ejes verticales de actuación: Gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, el medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad (ISO 26000: 2010,p.3).

La guía de aplicación voluntaria además de proporcionar ayuda para la buena aplicación de la RSE con sus esfuerzos de normalización se orienta a maximizar la contribución del desarrollo sostenible por parte de las organizaciones.

- **Indicadores GRI:** La Global Reporting Initiative (o GRI) en colaboración con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) desarrollaron indicadores que tienen como finalidad desarrollar y difundir una guía que le permita a las empresas contar con indicadores estandarizados para la elaboración de informes sobre la sostenibilidad de sus operaciones, con el fin de conocer el grado de responsabilidad ambiental y social derivado de la implantación

de medidas de regulación y control de sus actividades en este sentido (SDStrandberg, 2010: 15).

Dentro de las ventajas que le proporciona a la organización la implementación de estos indicadores se encuentran: mejor comunicación de los factores materiales que crean valor en el corto, mediano y largo plazo, contribuir a la estabilidad financiera y el desarrollo económico sostenible, compatibilidad con la toma de decisiones del inversor y la asignación eficiente del capital y promover el pensamiento integrado y la ruptura de los departamentos estancos dentro del negocio.

- **SA8000:** Esta norma internacional fue creada por la organización Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI) y tiene como misión contribuir al respeto de los derechos humanos de los trabajadores en todo el mundo mediante la promoción de condiciones de trabajo ético, los derechos laborales, la responsabilidad social corporativa (RSC) y el diálogo social (Social Accountability International: 2001, p. 3).

Esta norma la cual es certificable y auditable establece 10 normas básicas: Trabajo infantil, trabajo forzado, salud, seguridad, libertad de asociación, derecho de intercambio colectivo, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, compensaciones laborales.

Su normatividad se basa en la legislación nacional, en las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención de las naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

- **AA1000:** Esta norma de aseguramiento de sostenibilidad tiene como misión garantizar la calidad de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. La norma brinda las

herramientas para la comunicación y se ocupa del modo en que la organización debe estructurar sus sistemas de comunicación, de igual manera el modo en que estos sistemas se relacionan con los valores, objetivos y metas organizacionales (Social Accountability International: 2001, p. 3).

Legislación nacional de la RSE

En Colombia la RSE se ha implementado a partir de diferentes preocupaciones, entre ellas la violación de los derechos humanos, los impactos negativos en el medio ambiente, el desmejoramiento de la calidad de vida de la población, los escándalos corporativos por la ausencia de ética empresarial y el trabajo infantil, entre otros.

Colombia hace parte de la Declaración del Milenio del año 2000, esta contiene ocho objetivos para ser cumplidos que encaminan a erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la educación universal, generar igualdad entre los géneros, reducir la mortalidad de los niños, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, lograr la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar una asociación mundial, los cuales son los objetivos de desarrollo del milenio. No obstante, han pasado ya 17 años y todo esto aún no está legislado por medio de normas o políticas en el país.

Sin embargo, en Colombia no se regula la RSE y no se dispone de elementos técnicamente normativos, la implementación de la RSE se basa en elementos y normas internacionales por tal motivo su aplicación no es obligatoria sino voluntaria; a esto se le llama *Derecho Suave*.

Según el Oficio 220-014835 del 08 de febrero de 2013 de la Superintendencia de Sociedades se afirma que dentro de la legislación colombiana no se encuentra norma alguna que regule expresamente la RSE, ni existen los requisitos para que se configure la misma, se imponga sanciones por su inobservancia, y el procedimiento a seguir para tal efecto. Sin embargo, la doctrina y algunos tratadistas han definido RSE como una herramienta importante para garantizar el éxito y la sostenibilidad de cualquier modelo de negocio.

Debido a que en el país no se han establecido los requisitos mínimos para configurar la RSE, ni mucho menos para su implementación, las organizaciones interesadas en implementar prácticas y políticas de orden económico, social y medioambiental (RSE) pueden contratar fundaciones que desarrollen e implementen estos temas al interior de la sociedad. Ahora bien, en el estatuto tributario existe una norma expresa que otorga beneficios tributarios a los contribuyentes, específicamente a las empresas que lleven a cabo programas, planes y/o proyectos implementados en materia de RSE. (Superintendencia de Sociedades, 2013).

El Estado ocupa el rol de intermediador y delegador de funciones con las organizaciones; por ello, es quien actualmente utiliza a las empresas como vehículos para intervenir en el medio social, a través de lo político, económico y social.

Las instituciones más destacadas a nivel nacional son: Global Compact Colombia, Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES), Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial, Asociación Nacional de Industriales (ANDI), Escuela de Responsabilidad Social Empresarial (CERSE), Dividendo por Colombia, Iniciativa de Emprendimientos Sociales - Universidad de los Andes, Universidad Javeriana, Universidad Externado de Colombia, Fundación Corona, Fundación Carolina – Colombia - Colombia Incluyentes.

Además existen normas internacionales que proveen guías para ayudar a las organizaciones con la implementación de la RSE, entre ellas están las anteriormente nombradas. Cabe destacar que en los últimos años en Colombia se han creado varios proyectos de ley sobre RSE, los cuales no han sido aprobados por el Congreso Colombiano tales como el Proyecto de Ley 153 de 2006, Proyecto de Ley 031 de 2007, Proyecto de Ley 058 de 2009 y el Proyecto de Ley 70 de 2010 cuyos objetivos se fundamentan en la promoción de comportamientos responsables por parte de las empresas con el fin de poner en marcha las medidas políticas, planes, programas y proyectos sobre RSE.

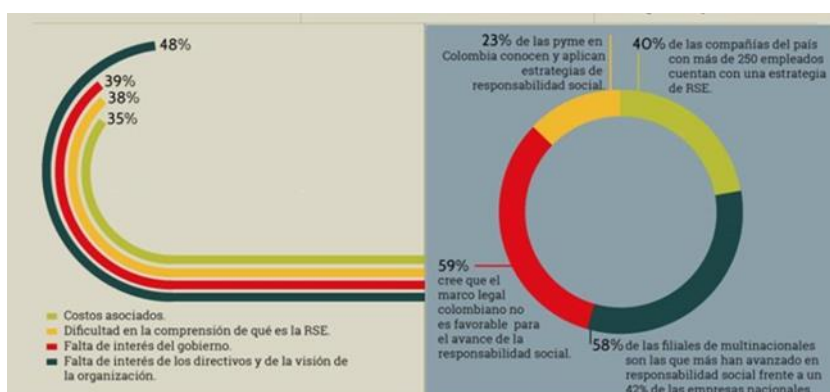
Actualidad RSE en Colombia

En Colombia según un estudio realizado por El Tiempo (2014), son 350 las entidades que conforman la Red Local del Pacto Global. El 70% son organizaciones del sector privado y el 30 % restante son fundaciones, gremios, asociaciones y entidades del sector público.



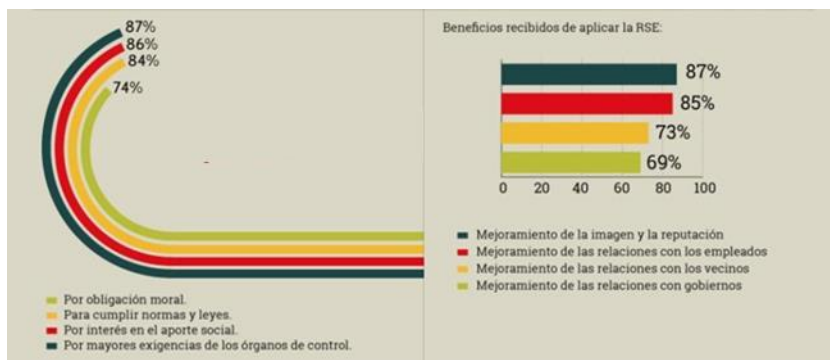
Fuente: Tomado de El Tiempo (2014 a).

Por otro lado, estas organizaciones dentro de las consideraciones que plasmaron sobre las principales dificultades a la hora de gestionar la RSE en las empresas se encuentran los costos que se asocian a la implementación de las actividades, la dificultad en la comprensión de RSE, la falta de interés del gobierno, la falta de interés de los directivos y de la visión de la organización.



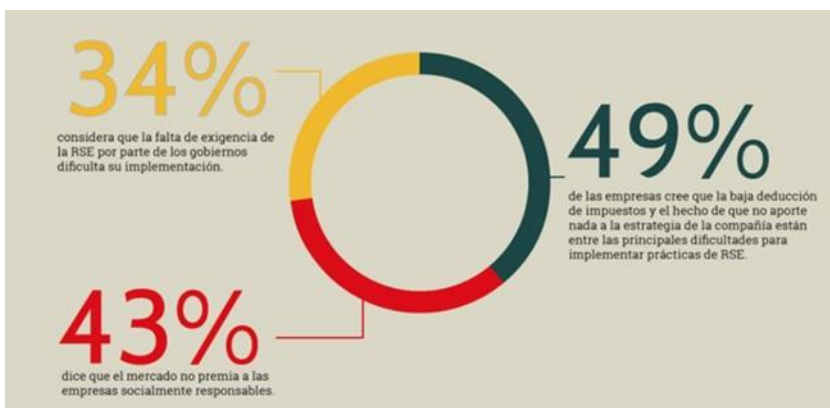
Fuente: Tomado de El Tiempo (2014 b).

Es importante anotar que el 58% de estas organizaciones multinacionales son las que más han avanzado en la implementación de la RSE, mientras que el 42% restante son empresas nacionales. Por otro lado, dentro de las principales razones para hacer RSE se evidencian aspectos tales como: obligación moral, por cumplir normas o leyes, por interés y aporte social y por las exigencias de los órganos de control.



Fuente: Tomado de El Tiempo (2014 c).

Es así como dentro de las categorías que se nombran como beneficios que aporta la RSE el mejoramiento de imagen y reputación, mejoramiento de relación con empleados, mejoramiento de relación con los vecinos y mejoramiento de relaciones con el gobierno. Según los comentarios relacionados por parte de las organizaciones, se considera importante resaltar que el 49% de las organizaciones considera que la baja deducción de impuesto y el hecho que no aporte nada a la estrategia de la compañía son las principales dificultades al momento de implementar la RSE.



Fuente: El Tiempo (2014 d)

En Colombia varias empresas han tomado la iniciativa de promover la RSE y gracias al compromiso que la Cámara de Comercio Colombo Británica ha tenido con la RSE durante los últimos siete años, se ha creado LAZOS, un premio que reconoce la labor de empresas nacionales por su gran labor en temas de RSE convirtiéndose en una fuente de aprendizaje para las compañías que buscan implementar nuevos programas.

Para el 2013, dentro de las empresas ejemplares por su desempeño en RSE se encontraban Alpina, Aviatour, Bavaria, Cemex, Chevron, Coca Cola Femsa, Diageo y Fundación Casa Ronald McDonald.

La consolidación de las buenas prácticas empresariales que han sido implementadas a nivel global bien sean como resultado de la aplicación de la legislación internacional, de acciones voluntarias, o como resultado de diversas iniciativas de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales; instituciones educativas y diversos autores han permitido el diseño de propuestas metodológicas de la RSE para la adopción de buenas prácticas a lo largo de las diferentes etapas del ciclo de vida (Ballén, 2012 a).

Una de estas propuestas fue realizada por estudiantes de la Universidad Externado de Colombia, la cual dentro de su contenido se encontraban diferentes fases que pueden ser implementadas por todo tipo de organización; ya sea grande, pequeña o mediana empresa (Pyme), convirtiéndose en una opción estratégica que permite fortalecer la gestión, disminuir los impactos socio-ambientales, reducir costos operativos, mejorar la imagen de la organización ante sus clientes y consumidores, generar ventajas competitivas, acceder a nuevos mercados (Ballén, 2012 b).

La gestión ambiental se ha tornado en un factor crítico, que influye en varios ámbitos de la empresa debido a que la misma enfrenta a un consumidor que cada día está más comprometido con criterios ecológicos. En este contexto, la gestión medioambiental ha pasado a integrar una concepción global y estratégica permitiendo la revisión de la situación medioambiental de la empresa para identificar, evaluar y controlar los riesgos en cuestiones relacionadas con el medio ambiente, determinar errores o deficiencias presentes en el proceso productivo o en la gestión y ofrecer alternativas posibles a estos problemas (Milán, N. Macarena; V & Rosa, M, 2009).

Grupos de interés de la RSE

Las responsabilidades de la empresa involucran un grupo amplio denominado “stakeholders” o grupos de interés quienes son los grupos a los que impactan las actividades

de la empresa permitiéndole su existencia, además el logro de los objetivos de la misma correspondiente a la maximización de las ganancias. “El propósito de los empresarios es la maximización del owner value de largo plazo”, (Vallance E, 2007) que corresponde al valor de la empresa en términos de los beneficios de largo plazo reportados a los accionistas. Por esto, mantener buenas relaciones con los stakeholders o grupos de interés, se refleja al contar con guías éticas que regulen las actividades empresariales, las cuales darán las pautas de sobrevivencia de la organización en un entorno competitivo en el largo plazo, ayudando a la consecución del objetivo empresarial logrando el Balance Social (Chandler G, 1996).

Balance Social

A partir de la filantropía muchas organizaciones lograron convertir sus esfuerzos y obras benéficas en acciones empresariales socialmente responsables que generan beneficios para la sociedad, medio ambiente y para la misma empresa en términos económicos. Sin embargo, el término de RSE se ha extendido cubriendo aspectos tales como: derechos humanos, aspectos laborales, medio ambiente y corrupción (Correa, 2007 a).

Cada organización, con el fin de expandir la concepción que tiene sobre sí misma respecto a sus acciones responsablemente sociales; realiza una demostración de su estado por medio de un acercamiento a la contabilidad por medio del Balance Social, un sistema de evaluación para conseguir un crecimiento sostenido que valora la actividad realizada por la empresa o entidad dentro de los aspectos sociales y éticos (Correa, 2007 b).

El balance social, surge como una estrategia para evaluar, medir y controlar cuantitativa y cualitativamente la gestión social de la organización con el fin de progresivamente mejorar tanto al interior como al exterior de la misma. Dentro de toda su interrelación surgen expectativas tales como: crecimiento, rentabilidad, mejoramiento de calidad de vida, calidad en los productos y servicios, bajos costos, equidad social, desarrollo integral del hombre y la sociedad, etc (Gallego, 2012 a).

Se precisa el término de Balance Social como un estado de pérdidas y ganancias en materia social, comparación entre presupuestos y resultados después de un periodo determinado.

Dentro de las actividades que permite auditar el instrumento de balance social se encuentran: capacitación y desarrollo, relaciones de trabajo, administración de compensación, selección de personal, imagen corporativa, relaciones con la comunidad, con el sector público entre muchos otros aspectos contribuyendo al desarrollo de la organización y al mejoramiento del impacto de la misma en la sociedad (Gallego, 2012 b).

Esta evaluación le permite a las organizaciones hacer una intra – evaluación permitiendo el acceso a repasar su funcionamiento, objetivos y resultados de los aspectos empresariales y de la materia social. Además refleja con objetividad e integridad la situación real de la organización, explicando los impactos positivos y negativos del periodo a consideración basado en tres principios como son el comportamiento ético en los negocios, compromiso con los grupos de interés y compromiso con el medio ambiente (Correa, 2007c).

Objetivos del balance social:

- ✓ Información: brindar información generadora de valor, reconocimiento, sentido de pertenencia, compromiso y dar a conocer su función social a los diferentes sectores con los cuales se relaciona.
- ✓ Planeación: planear su gestión a partir de la información que aporta su metodología, con el fin de tener una gestión social eficiente y productiva por medio del diagnóstico de la realidad social.
- ✓ Concertación: crear acuerdos o convenios de la organización con las partes (sindicatos, proveedores, gobierno, comunidad, etc) respecto a la información que brinda el balance social.

En la actualidad, las empresas han enfocado sus esfuerzos en lograr competitividad y eficiencia. Para alcanzar juntos objetivos sus metas deben dirigirse a la reducción de costos, mejorar productos y procesos, innovación tecnológica, mayores rendimientos en las inversiones, etc, por medio de auditorías internas basadas en la evaluación, medición y control como parte de una estrategia empresarial que permita mejorar progresivamente el sustento de la empresa (Gallego, 2012 c) y se espera que el Balance Social sea “el instrumento que permita gestionar con eficiencia un proceso de mejora continua de la empresa” (Mugarra,

2004). Sin embargo, hay muchas organizaciones que aún no le otorgan el valor a lo social y más aún, no han notado que el Balance Social, además de evaluar la gestión social con sus grupos de interés tiene fines de mejoramiento organizacional generando valor a la empresarial.

Para aplicar la metodología del Balance Social es necesario que esté a cargo de un área responsable que maneje y tenga una mirada 360° de la organización para su implementación. Cabe añadir que aplicar esta metodología implica la existencia de la filosofía social dentro de la organización además del compromiso de la alta dirección debido a que se llevarán a cabo cambios internos, ajustes de presupuestos, redefinición de funciones etc. A su vez es necesario el compromiso corporativo, debido a que es concebido como un proyecto que involucra a toda la empresa no solo en la realización sino también al momento de definir y cumplir metas o presupuestos (Gallego, 2012 d).

El área responsable de la ejecución de esta metodología en la organización, debe ser una unidad orientada a coordinar las actividades y procedimientos requeridos para el éxito de este proyecto así como de mantener la continua búsqueda de evaluación de la gestión social. En la práctica se encuentra que este proyecto está bajo la coordinación de áreas como: Gerencia de Recursos Humanos, Desarrollo Social, Comunicaciones, Gestión Humana, entre otras.

Para la etapa del desarrollo del plan de trabajo, se debe definir el tiempo de intervalo que se tomará para iniciar con el diagnóstico. Es importante definir si se hará sobre el presente o pasado, es decir, información del año anterior, tiempo presente o periodo siguiente. Por otro lado, es necesario definir el cronograma que oriente las diferentes actividades tales como: elaborar el modelo específico que incluya las variables e indicadores, etapas de recolección de información, etapas de análisis e interpretación de cifras y presentación de documento final (Gallego, 2012 e).

Capítulo IV. Resultados de la investigación

Reporte de la investigación

Se realizó con cada grupo de interés de la organización (trabajadores, clientes e intermediarios) un focus group por medio de la técnica de grupo nominal (TGN) cuyas preguntas estuvieron enfocadas al tema de RSE respecto a AXA COLPATRIA, Grupo AXA y competencia empresarial. Con cada grupo se identificaron diferentes categorías las cuales se plasman a continuación con sus respectivos comentarios y análisis.

El fin de cada focus group con los grupos de interés de la organización se centró en generar ideas por escrito, registrar cada idea principal por medio de la retroalimentación, discutir las ideas principales y hacerles una priorización por medio de una votación para dar respectiva puntuación y orden a las categorías (Aiteco Consultores, s.f). A continuación se presentan los resultados por grupo de interés:

Trabajadores

Más allá de conocer la percepción de este grupo de interés en la dimensión ambiental se pudo recoger y plasmar las acciones que consideraron importantes y relevantes para que AXA COLPATRIA implemente dentro de su actuar responsable teniendo en cuenta la realidad organizacional y su competencia empresarial.

Ambiental	Crear acciones que protejan el medio ambiente y las poblaciones vulnerables	Crear productos y servicios que no generen impacto negativo en la sociedad ni medio ambiente	Disminuir el uso de los recursos ambientales y convertir sus procesos y productos a más digitales	Disminuir del consumo de la energía y reutilizar los recursos	Invertir en negocios éticos con empresas que no contaminen (emisiones de CO2)
------------------	---	--	---	---	---

Se destaca la importancia que este grupo de interés le da al medio ambiente dado que le imponen a la organización evaluar y dar cumplimiento a acciones que conlleven a ser responsable con el medio ambiente. Éstas deben convertirse en brindar protección

ecológicamente por medio de negocios éticos con organizaciones que no vulneren los recursos naturales, en crear productos y servicios que no generen impacto negativo y en disminuir el consumo de energía.

Alrededor de esta categoría cabe anotar que el uso indebido y la ausencia de protección al medio ambiente son aspectos que causan efectos directos o indirectos a corto o largo plazo sobre los seres vivos y en las actividades humanas, así como el impacto que genera en el cambio climático.

Social	Velar por el desarrollo social del público con el que interactúa	Velar por el bienestar y la protección de la sociedad	Invertir en programas reales y efectivos de prevención	Desarrollar programas de capacitación en riesgos generales para niños y adultos en zonas marginales	Crear un voluntariado que apoye a las comunidades vulnerables
	Lograr un equilibrio de bienestar y equidad con los grupos de interés	Vincular a la población vulnerable por medio del aseguramiento	Crear campañas de prevención de accidentes y de educación financiera	Promover programas de vida saludable	Prestar sus centros médicos a la población vulnerable

Ser un actor perceptible por contribuir a la solución de problemas sociales convierte a una organización en una entidad socialmente responsable que va más allá de las ganancias que puede obtener de su público objetivo. Dentro de esta categoría se observa la demanda que el grupo de interés ve sobre la organización como ente ejecutor de actividades que velen por el desarrollo social, protección, educación; acciones basadas sobre su actuar empresarial como aseguradora.

Económica	Sustentar la empresa de manera ética y responsable dentro de sus actividades	Promover acciones responsables que ayuden a la economía	Pagar oportunamente los siniestros que están dentro de su obligación	Invertir social y responsablemente por medio de donaciones	Apoyar investigaciones sobre prevención en riesgos, iniciativas de cuidado del medio ambiente y creación de negocios amigables con el medio ambiente.	Crear alianzas con organizaciones sin ánimo de lucro conservar los bosques verdes
------------------	--	---	--	--	---	---

Esta categoría hace parte de la acción triple que una organización debe alcanzar y de la lógica empresarial. Económicamente una organización debe ser competitiva, innovadora, de calidad y accionaria de negocios inclusivos, por tal motivo dentro de su creciente influencia debe estar el ser promotora de acciones que ayuden a la economía junto con la creación de alianzas que promuevan acciones económicamente responsables e inclusivas de negocios que impacten a la sociedad y medio ambiente.

Valor Compartido	Definir y ejecutar prácticas que generen retorno y ayuden a los diferentes grupos de interés	Retornar a la sociedad el aporte que han brindado a la empresa por medio de su adquisición de productos y servicios	Ganar con responsabilidad por medio del involucramiento de todos los grupos de interés en diferentes acciones que generen valor a ambas partes
-------------------------	--	---	--

Contribuir a la estabilidad financiera, solución de problemas sociales y al desarrollo de los diferentes grupos de interés permite que una organización cree para sí misma valor y permita que otros ganen de diferentes maneras. Esta es una acción que debe tomar como bandera para generar el valor compartido, sin embargo, el valor que más destaca este grupo de interés se encuentra dentro del involucramiento de cada grupo de interés para la empresa con el fin de crear acciones que aporten a ambos actores.

Intermediarios

Dentro del contexto de este grupo de interés es importante señalar que participaron dentro del focus group intermediarios que venden diferentes ramos de seguros de la compañía. De igual manera asesores que con AXA COLPATRIA llevaban laborando menos de un año; entre 2 y 4 años, más de 6 años y algunos que trabajan en la venta de productos y servicios tanto de AXA COLPATRIA y de la competencia.

El enfoque que los intermediarios le dan a la RSE revela una gran importancia dentro de la investigación debido a que ellos son la cara de AXA COLPATRIA al momento de ofrecer productos y servicios de la compañía a los clientes y, como se mencionó dentro de este mismo documento: existen consumidores responsables que exigen acciones sociales, económicas y ambientales a las empresas (Vargas,2006) y debido a que ellos son la principal conexión siendo la cara de la empresa; en varias ocasiones son quienes deben dar a conocer y responder a las preguntas de cuáles son las acciones de RSE que AXA COLPATRIA implementa con sus grupos de interés.

A continuación se presentan las acciones que proponen implementar y consideran importantes respecto a cada dimensión.

Ambiental	Ejecutar programas que permitan concientizar la buena utilización de los recursos naturales	Conocer el impacto ambiental que su actuar empresarial genera en el medio ambiente	Desarrollar programas de prevención que mejoren la movilidad y eviten accidentes.	Crear campañas ambientales que promuevan el uso de lo digital y olvidar el uso de recursos naturales
------------------	---	--	---	--

La RSE en materia ambiental dentro de este grupo focal cobra importancia debido a que dentro de la moda de los resultados se demuestra que las campañas y programas que concientizan el buen uso de los recursos naturales son las principales acciones a implementar. El fundamento de estas respuestas se basa en la creación de conciencia ambiental en la sociedad y la importancia que las compañías le deben dar al tema por medio de acciones que permitan su protección.

Social	Generar acciones que impacten positivamente la dimensión social a diferentes grupos de interés frente a sus necesidades	Brindar programas de educación financiera	Crear el hábito de ahorro de aseguramiento como anticipación a eventos catastróficos	Facilitar la adquisición de los seguros en la población vulnerable
	Aportar al crecimiento personal, calidad de vida y progreso social de los grupos de interés de la compañía	Invertir ganancias en proyectos que beneficien a la sociedad	Crear la cultura de prevención y mostrar factores de riesgo que pueden afectar a clientes potenciales y actuales de seguros	Fomentar en la sociedad la cultura del ahorro y de la protección tanto de vida como del patrimonio

Por otro lado, en temas sociales es relevante la posición que toma este grupo de interés frente a la responsabilidad que le otorgan a la empresa por medio de la demanda de acciones que beneficien a las poblaciones vulnerables y a los demás grupos de interés en inversión, educación financiera, prevención y aseguramiento, entre otros con el fin de aportar bienestar.

Cabe añadir que una empresa es socialmente responsable cuando sus directivos y propietarios son conscientes del efecto que las operaciones de la organización pueden ocasionar al interior y al exterior de la compañía (Antelo & Robaina, 2015).

Económica	Dar cumplimiento a cada uno de los compromisos y acuerdos ofrecidos por medio de sus productos o servicios	Satisfacer las expectativas de los clientes por medio de acciones de cumplimiento	Respaldar proyectos que están enfocados en apoyar y ayudar al desarrollo del país
------------------	--	---	---

En temas económicos este grupo de interés sostiene que por medio del cumplimiento y la inversión en cumplir lo establecido, la organización debe crear desarrollo sostenible tanto para ella misma como para sus grupos de interés, en este caso para sus clientes. La parte económicamente responsable dentro de la organización se centra en la obtención de beneficios y factor de supervivencia: aquellas firmas que descuidan este aspecto, corren

serios riesgos de perder su legitimidad social y, por tanto, el papel económico que detentan (Torrassa, 2010).

Valor Compartido	Proveer productos y servicios que brinden bienestar a sus grupos de interés con el fin que ellos adquieran productos y servicios de la compañía	Desarrollar nuevos productos y servicios que le permitan facilitar el acceso y atención de los productos
-------------------------	---	--

Las prácticas de RSE se sitúan dentro de un marco no reglamentado en la ley, sin embargo, se consideran como un conjunto de políticas empresariales que deben adoptar libre y voluntariamente las organizaciones con el fin de contribuir a la sociedad de forma adecuada, a la conservación del medio ambiente con el fin de mantener relaciones beneficiosas con sus grupos de interés (Dahlsrud 2008). Es así como se relaciona la referencia con este grupo de interés debido a que sostienen que la organización se debe enfocar en proveer productos y servicios que facilite a los clientes y a la misma valor compartido, mencionando que la RSE no es una carga sino un verdadero factor esencial de supervivencia dentro del mercado.

Por otro lado, indagando sobre el impacto de las acciones que hasta el momento AXA COLPATRIA ha realizado en cuanto a RSE con este grupo de interés, se puede evidenciar la percepción de ausencia de las mismas dentro de este grupo de interés quienes ni lo tuvieron en cuenta en cada una de sus respuestas, dando como conclusión que no en dado caso que la organización las especifique en documentos, los partidarios de la organización, no lo conocen.

Clientes

Respecto a este grupo de interés, se escogieron clientes que tenían planes de Medicina Prepagada, productos de ahorro (Títulos de Capitalización) y seguros de automóviles. El conocimiento más importante para rescatar de este grupo de interés es debido a que ellos tienen diferentes productos y servicios con compañías de las cuales reciben información a diario conforme al actuar de las mismas en temas de RSE, es decir, tienen un conocimiento amplio para opinar y dar a conocer sobre las acciones sociales, económicas y ambientales

que una aseguradora debe tener en cuenta. A continuación se presentan los comentarios realizados por cada categoría:

Ambiental	Desarrollar acciones que ayuden a disminuir el cambio climático	Crear conciencia en la sociedad para la buena utilización de los recursos naturales	Focalizar sus productos en cuidado del medio ambiente por medio de la digitalización	Involucrar a los clientes en el desarrollo de productos digitales
------------------	---	---	--	---

En la categoría ambiental, dentro de este grupo focal realizado con los clientes, se destaca la demanda del desarrollo de programas que una organización debe llevar a cabo con el fin de crear conciencia del adecuado cuidado del medio ambiente, sin embargo, se rescata que la acción más importante para su cuidado es por medio de productos y servicios amigables con el medio ambiente o por medio de la migración a productos digitales.

Social	Invertir en prevención para evitar siniestros	Ser miembro activo de la sociedad, más allá de la simple búsqueda de generar ganancias económicas	Protección a clientes	Crear programas de desarrollo en poblaciones vulnerables que ayuden a su crecimiento
		Apoyar a todos los sectores de la pirámide y a aquellas poblaciones menos favorecidas	Generador de empleo	

Se rescata dentro de esta categoría la amplia importancia que le dan al ámbito social. Una categoría en la que consideran que la empresa debe estar continuamente implementando operaciones comerciales y administrativas que ayuden y permeen los cambios continuos que se presentan dentro del mercado, consumidores, mayor contaminación, escasez de recursos naturales y materias primas por medio de una nueva manera para preservar lo que actualmente está vigente en la sociedad.

Económica	Invertir y promover productos ambiental y socialmente responsables	Llevar a cabo acciones (sociales, económicas y ambientalmente responsables) que desarrollen y promuevan el cambio debido a que gracias al contacto directo que mantienen con las personas, su economía y el medio ambiente se demuestran influyentes y pueden ser un medio para lograrlo rápidamente.	Apoyar a todos los sectores y más aún a aquellos que son menos favorecidos
------------------	--	---	--

Cabe señalar la semejanza que este grupo de interés le da a la definición de RSE con la que añade Antelo & Robaina (2015) quienes sostienen que la RSE es "el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general". De acuerdo con esto, en la categoría económica y como resultado de las respuestas del grupo se resalta el rol que debe tener la organización en temas de inversión y promoción como promotoras del cambio dado la necesidad dentro de la sociedad, así mismo como apoyo a los sectores menos favorecidos para su desarrollo.

Valor Compartido	Generar una estrategia que de valor a la organización y generar impacto positivo en la sociedad	Compartir bienestar y utilidades con stakeholders dada la retribución recibida	Invertir en prevención	Desarrollar programas sociales en sectores vulnerables, servicio responsable desde los cobros y productos, consumo interno responsable, disminución de energía no renovable, control de papel, entre otros.
-------------------------	---	--	------------------------	---

Sin lugar a dudas existe gran importancia dentro de una estrategia de RSE la cual está enfocada en generar un resultado que produzca valor compartido y a su vez permita la obtención de buenos resultados financieros por medio del compromiso con los diferentes grupos de interés ya sean actores internos; colaboradores y accionistas, y actores externos; clientes, proveedores y distribuidores. El rendimiento e inversión económica que una organización realiza con los grupos de interés le permite crecer, mantener y crear una excelente gestión de procesos y también ahorro dentro de la actividad a largo plazo además de mostrar su transparencia con el fin de obtener crecimiento y reconocimiento (Henríquez

& Oreste, 2015). Se rescata dentro de este grupo de interés la importancia que le dan a la inversión y disminución de acciones que le permitan crecer y desarrollarse a la empresa y a la sociedad.

De igual manera, dentro de este grupo de interés ocurre lo mismo que con los intermediarios, quienes tampoco evidencian o conocen el impacto de las acciones que AXA COLPATRIA ha llevado a cabo en temas de RSE, lo cual demuestra por segunda vez que no hay un ejercicio planeado dentro de la organización que describa el impacto de las acciones generadas tanto internas y externas desde lo social, económico y ambientalmente responsable en AXA COLPATRIA.

Por otro lado, para dar respuesta a la necesidad de esta intervención se realizaron tres entrevistas a las personas que enmarcan de manera importante las acciones que se realizan en temas de RSE en AXA COLPATRIA; Victoria Jaramillo, líder de Gestión Humana; Laura Parra, líder del área de Marketing y Bernardo Serrano, presidente de la compañía. De igual manera se tuvo en cuenta dentro de sus entrevistas las categorías de los grupos focales y salieron dos nuevas categorías.

Entrevistas

Con el fin de conocer la percepción que tienen respecto a la RSE los líderes que toman las decisiones en AXA COLPATRIA sobre cuáles son las acciones de RSE a implementar; se entrevistó a Laura Parra, líder de Marketing y de RSE; a Victoria Jaramillo, líder de Gestión Humana y Bernardo Serrano; presidente de la compañía. Es importante mencionar que se hizo una sistematización de las entrevistas por medio de la edición y extracción de contenido contemplado las categorías anteriormente dadas como resultados de los Focus group (ambiental, económica, social y valor compartido).

Categorías	Líder Marketing y RSE - Laura Parra	Líder Gestión Humana Victoria Jaramillo	
Ambiental	No invertir en negocios que no sean responsables con el medio ambiente	Cuidar el medio ambiente por medio de negocios que sean responsables con el medio ambiente	
Social	Sensibilizar en jóvenes sobre los riesgos que existen entre ellos están los generales y de prevención con el fin	Acercar a la organización a las poblaciones vulnerables. Colombia tiene baja penetración en temas de seguros porque no hay	Invertir en temas de educación y sensibilización para ver el fruto del retorno

	de no tener un gran impacto al momento de que sucedan	cultura, la sociedad improvisa. En la medida en que AXA empiece a educar a las poblaciones que tenemos como país podrá generar mejores acciones, es por esto que hacemos seminarios que se acercan al contexto colombiano los cuales permiten entender los riesgos y asesorar y acompañar industrias		
Económica	Invertir en prevención para ayudar a la sociedad y al negocio	Enfocarnos en los trabajadores y hacer negocios responsables	Crear actividades sostenibles	Medir el impacto generado en las acciones para conocer los beneficios alcanzados en la sociedad si no, se debe replantear el foco
	Invertir en educación financiera para sensibilizar y concientizar sobre los riesgos que se pueden provocar			
Reputacional	-	Al hablar de RSE y se habla de donaciones *filantropía* tiene una trascendencia en la sociedad a la que impactas. La reputación de la empresa está atada a la medida en que te vean como una empresa responsable lo cual genera una buena recordación.		
Valor compartido	Generar emprendimiento garantizando la sostenibilidad del negocio	Ser coherentes con sus principios y ver el impacto que tiene sus acciones y a su vez conocer bien las alianzas con las empresas que asegurará	Ejecutar acciones que le den valor a la organización y que impactan positivamente	

Se debe tener en cuenta la importancia que ambas entrevistadas le dan a las acciones que realiza el GRUPO AXA. Ellas consideran que activar estas acciones en Colombia derivan alto impacto ya que generan resultados medibles dentro de los ámbitos social, ambiental y económico las cuales se pueden mejorar con el paso del tiempo y además, activar y tener en cuenta indicadores de las acciones que permitirán ver la retribución que éstas tienen con la empresa las cuales no solamente están basadas en inversión.

Sin duda alguna, cabe resaltar el comentario que hace la líder de Gestión Humana “las acciones de AXA tienen foco, estrategia y orden, sin embargo, siento que nos quedamos cortos para hacer todo lo que se quisiera. Si hubiese un área de RSE, nos podríamos vincular más con el negocio y hacer acciones de impacto”, comentario que soporta que las acciones que AXA COLPATRIA realiza están fragmentadas y desconectadas de la vida del negocio y de la estrategia en general. Son acciones que no obedecen a un plan social previamente definido y carecen de análisis por la falta de un área encargada de RSE que especifique metas claras e indicadores medibles con el fin de monitorear los resultados a lo largo del tiempo para que las mismas le den retribución a la compañía, además, se corrobora que con las acciones implementadas dentro de la organización no se ha realizado la tarea de describir el impacto que han tenido debido a que son acciones esporádicas no han sido pensadas para en un futuro conocer cuál es el impacto que han generado interna y externamente desde lo social, económico y ambientalmente responsable en AXA COLPATRIA.

Dentro del cuadro donde se señalan los comentarios de las líderes de la organización no se agregan los comentarios que realiza Bernardo Serrano, presidente de AXA COLPATRIA debido a que el enfoque de su entrevista está basada en comentarios más estratégicos de acuerdo a su experiencia como presidente de otras AXA en países como Brasil, España, entre otros. Cabe anotar que él considera que la RSE no es un tema estratégico como actualmente lo ve el Grupo AXA debido a que AXA COLPATRIA en Colombia aún está iniciando el negocio y la madurez de la empresa aún no lo permite.

Un comentario relevante que él realiza es ver que la RSE no trae consigo un retorno financiero debido a que aún no ha visto ni evidenciado cuáles son los resultados de la RSE que puede dar respecto a la inversión que se hace con la misma. Él espera que esta evidencia esté plasmada en un documento que soporte numéricamente el objetivo y meta que tiene la RSE, junto con conclusiones fuertes que apoyen la continuidad de las actividades. Esta es una razón por la cual se deduce que actualmente AXA COLPATRIA lleva a cabo acciones que se basan simplemente en filantropía o que no demuestran su conexión con el negocio junto con indicadores medibles, razón que hace que el presidente tenga esta percepción de la RSE.

Es así como la visión que tienen tanto los líderes de la empresa como cada grupo de interés son de gran insumo para la investigación ya que por medio de ellos se recogen las principales acciones que consideran se deben implementar las cuales se plasmarán en la propuesta de intervención. Por esta y las demás razones planteadas se llevará a cabo una propuesta de intervención para identificar las acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables con consecuencias favorables para cada uno de los involucrados y además estratégicamente alineadas a las acciones del Grupo AXA.

Transversalidad de categorías

Prosiguiendo con el tema de las categorías; existe la necesidad de plasmar y evaluar la transversalidad de la información recogida en cada una, respecto a cada grupo de interés por medio de los focus group y las entrevistas.

Dimensiones RSE	Acciones
Ambientales	Focalizar sus productos en cuidado del medio ambiente por medio de la digitalización
	Crear acciones que protejan el medio ambiente y las poblaciones vulnerables
Sociales	Crear la cultura de prevención y mostrar factores de riesgo que pueden afectar a clientes potenciales y actuales de seguros
	Facilitar la adquisición de los seguros en la población vulnerable
	Crear programas de desarrollo en poblaciones vulnerables que ayuden a su crecimiento
Económicas	Respaldar proyectos que están enfocados en apoyar y ayudar al desarrollo del país
	Apoyar investigaciones sobre prevención en riesgos, iniciativas de cuidado del medio ambiente y creación de negocios amigables con el medio ambiente.
Valor compartido	Invertir en prevención y crear programas de educación financiera

En esta tabla se demuestra la importancia que todos los stakeholders (intermediarios, trabajadores, clientes y líderes) le dan a las acciones sociales, ambientales, económicas junto

con el valor compartido que generan; acciones a tener en cuenta para la implementación de un área de RSE por medio de la propuesta a llevar a cabo.

Conclusiones

Según la orientación del negocio, como se mencionó antes, cada organización tiene la obligación de investigar cuál es el impacto positivo o negativo que produce sobre el medio ambiente, la sociedad y la economía derivado de sus decisiones y actividades realizadas en el día a día con el fin de tomar las acciones pertinentes. Es así como se puede concluir luego de la información recogida por medio de los grupos focales, entrevistas y benchmarking realizados para la investigación que existen actualmente actividades establecidas en AXA COLPATRIA las cuales no evidencian estar dentro de un plan estructurado y alineado con las acciones del Grupo AXA, y que además no son eficaces, sostenibles y activamente participantes en el desarrollo social, ambiental y económico por tal motivo es imperceptible el impacto de las acciones actuales debido a que no están siendo medibles.

De ahí se destaca que AXA COLPATRIA no está viendo a la RSE como una fuente de oportunidad, innovación, ni ventaja competitiva como lo ve su competencia directa del sector asegurador siendo el caso del Grupo Sura quien hace parte del ranking del Índice Global de Sostenibilidad de Dow Jones y es una de las mejores empresas con excelente percepción en temas de RSE según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa y a su vez, como es el caso de Allianz quien tiene una certificación en Responsabilidad Social de la Corporación Fenalco Solidario.

Es importante señalar que para la alta dirección de AXA COLPATRIA es prioritario que las acciones implementadas en RSE estén conectadas a resultados e indicadores que señalen las mejoras y retribución para la misma con el fin de que en el momento pertinente y necesario la RSE se incorpore dentro de su estrategia organizacional.

Por otro lado, la RSE es considerada por la líder de gestión humana y la líder de marketing como una práctica que crea valor e incrementa la competitividad empresarial, pero lastimosamente no es el mismo pensamiento por parte del presidente de la compañía quien como se menciona antes; se necesita de datos coherentes que retribuyan la inversión realizada

en estos temas, sin embargo éste es un pensamiento que puede cambiar al momento de involucrar la RSE al negocio si se ajustan las acciones y se implementan aquellas que sean social, económica y ambientalmente responsables, alineadas a la estrategia del Grupo AXA y que además proporcionen indicadores medibles con el paso del tiempo para demostrar un buen resultado.

De igual forma, se evidenció dentro del trabajo investigativo realizado, que no se conoce y a su vez se ausenta el impacto de las acciones implementadas tanto interna y externamente desde lo social, económico y ambientalmente responsable en AXA COLPATRIA debido a que las mismas hasta el momento se han hecho de manera esporádica, salidas de un plan debidamente realizado el cuál no está pensado en el futuro para evidenciar el impacto lo cual hacen que estos resultados sean aspectos relevantes de la investigación que conducen a la necesidad de consolidar y crear un área de RSE.

Esto lleva a la conclusión que AXA COLPATRIA necesita implementar acciones sociales ambientales y económicas que demuestren resultados medibles, que se hagan evidentes dentro de cada grupo de interés ya que las percepciones que surgieron de cada grupo es que las acciones actuales no lo son. Es así como se hace necesaria la unidad de RSE anteriormente descrita, sin embargo, por el momento y como resultado de la investigación aplicada, se sugieren acciones para cada una de las categorías tanto social, económica y ambiental a implementar con el fin de dar una respuesta a cada una de las sugerencias que los grupos de interés realizaron y a la necesidad de la organización.

Referencias bibliográficas

AccountAbility. (2003). Norma de Aseguramiento AA 1000. Recuperado de www.accountability.org/index.html

Aiteco Consultores. (s.f). Técnica de Grupo Nominal. Recuperado de <https://www.aiteco.com/tecnica-de-grupo-nominal/>

Alcaldía de Bogotá. (17 de 11 de 2016). Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=40284>

Allianz. (2016). Así generamos valor a nuestros públicos. Recuperado de <http://somosallianz.com/sostenibilidad2016/>

Allianz (2016). Sociedad. Recuperado de <http://somosallianz.com/sostenibilidad2016/home/sociedad/>

Allianz. (2017a). Reseña histórica. Recuperado de <https://www.allianz.co/>

Allianz. (2017b). Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado de <https://www.allianz.co/sobre-allianz/rse/>

Allianz. (2017c). De la Responsabilidad Social Empresarial a la Sostenibilidad. Recuperado de <http://somosallianz.com/sostenibilidad2016/home/carta/>

Alpina - Medio Ambiente. (2008). Recuperado de <http://www.alpina.com.co/final/home.php?&est=001>

Antelo, Y., y Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-

69. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es

Antelo, Y., y Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-

69. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es

Ballén, N. (2012) *Cinco Pasos Para La Adopción De Buenas Prácticas Empresariales En El Ciclo De Vida De Los Productos*. Ed Universidad Externado de Colombia, Bogotá.

Bolaños, M (18 de abril de 2018). Colombia tiene 12,5% de cobertura en microseguros en la región según informe. *Diario La República*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/finanzas/colombia-tiene-125-de-cobertura-en-microseguros-en-la-region-segun-informe-2715363>

Bueno, E; Cruz, I; Durán, J.J. (1989): *Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Ed. Pirámide, Madrid.

CARROLL, A.B. (1991): «The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders», *Business Horizons*, nº 34, pp.

Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility [Figura]. Toward the moral management of organizational stakeholders», *Business Horizons*, nº 34, pp.

Colombobritanica.com. (2013). *Los Top 30 de la Responsabilidad Social en Colombia*. [En línea] Disponible en: <http://www.colombobritanica.com/web/la-camara/responsabilidad-social/libro-los-top-30-de-la-rse-en-colombia/284-los-top-30-de-la-responsabilidad-social-en-colombia.html> [Fecha de acceso 20 Nov. 2016].

Colpatria. (2014). Misión. [En línea] Disponible en: <http://www.axacolpatria.co/portal/QuienesSomos/tabid/113/ArticleId/204/Mision.aspx>
[Fecha de acceso 5 Dic. 2016].

Comisión de las Comunidades Europeas (CCE). (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Bélgica: Comisión de las Comunidades Europeas (CCE).

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Publicación Comisión de las Comunidades Europeas.

Correa, J. (2007). Evolución histórica de la Responsabilidad Social Empresarial y balance social). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>

Costa, J., & Lurcovich, P. (2013). Comunicación Empresarial. Escritos en la facultad, 77-78.

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, pp. 1-13. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/full>

Desarrollo, P. d. (18 de 11 de 2016). PNUD en los Medios para Medio Ambiente y Energía. Obtenido de <http://www.undp.org.uy/entourage.asp>.

Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispano, vol iv, Madrid, edit Gredos, 1981, p 887.

Duque, Y., Cardona, M. and Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, 29(50), pp.1-11.

Durán, V., Nájera, A (2017) Mercado mundial de seguros 2016. *Revista Fasecolda*, 167, 18-23.

Ecodes, tiempo de actuar. Qué es la Responsabilidad Social. Disponible en <http://ecodes.org/responsabilidad-social/que-es#.WMnOODE2vIU> [Fecha de acceso 15 Mar. 2017].

El Tiempo, (2014). Más sobre la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. [Imagen] Disponible en: <http://www.eltiempo.com/multimedia/infografias/mas-sobre-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia/14968843> [Fecha de acceso 18 Nov. 2016].

Fuente: El Tiempo (2014). Más sobre Responsabilidad Social Empresarial en Colombia [Figura] (2014). Recuperado de <http://www.eltiempo.com/multimedia/infografias/mas-sobre-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia/14968843>

Ernst Wolfgang Böckenförde, Estudios sobre Estado de Derecho y democracia, Ed. Trotta, Madrid 2000, p. 37.

Espinosa, A. M. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial Como Factor De Competitividad. Obtenido De Eumed.Net: <Http://Www.Eumed.Net/Libros-Gratis/2007a/223/Respon-Soc.Htm>

Fasecolda (2018). Fasecolda en acción. Los diez inversionistas foráneos que aterrizan en los seguros del país. Recuperado de http://www.fasecolda.com/index.php?cID=2458&utm_campaign=website&utm_source=Masiv&utm_medium=Email

Foley, D. (1989). Para entender el capital. México: Textos de Economía. Fondo de Cultura Económico. 185 p

Frederick, W.C. Corporate Social Responsibility in the Reagan Era and Beyond. Calif. Manag. Rev. 1983, 25, 145–157.

Friedman, M. (1967): Capitalism and Freedom. Phoenix Libros, Chicago.

Fundación Prohumana. “La responsabilidad social: construyendo sentidos éticos para el desarrollo” Primera Feria de Responsabilidad Social, Chile, noviembre de 2002, p7.7.

Gallego, M. (2012). El Balance Social como herramienta de auditoría organizacional. Recuperado de <http://plataforma.responsable.net/sites/default/files/auditoriasocial.pdf>

García, A. (7 de mayo de 2018). Los diez inversionistas foráneos que aterrizan en los seguros del país. El Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/sector-financiero/aseguradoras-extranjeras-en-colombia-214642>

GIL ACOSTA, Edicson Jair (2007). Entrevista - Entrevista realizada a Mario Muñoz Bernal 23 de noviembre de 2007 - Analista especializado en gestión ambiental Alpina S.A.

Global Reporting Initiative (GRI). (s.f). La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje? Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-Starting-Points-2-G3.1.pdf>

González, E. (21 de septiembre de 2017). Colombianas incluidas en el índice Dow Jones de sostenibilidad. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/colombianas-incluidas-en-el-indice-dow-jones-de-sostenibilidad-2550432>

GONZÁLEZ, M. (2011). El Pacto Global, una oportunidad para Colombia. [en línea] Dinero.com. Disponible ent: <http://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/articulo/el-pacto-global-oportunidad-para-colombia/117077> [Fecha de acceso 21 Sep. 2017].

Grupo SURA (2016) Informe de Gestión. Recuperado de https://www.gruposura.com/Responsabilidad/LsGestionInforme/Informe_Fundacion_SURA_2016.pdf

Grupo SURA (2018). Grupo SURA es referente latinoamericano en sostenibilidad. Recuperado de <https://www.gruposura.com/sala-de-prensa/noticias/Lists/EntradasDeBlog/Post.aspx?ID=799>

Grupo SURA (s.f) Política de inversión responsable. Recuperado de <https://www.gruposura.com/Responsabilidad/inversion-responsable/Documents/Politica-Inversion-Responsable.pdf>

Grupo SURA (s.f) Responsabilidad corporativa- Un imperativo ético para la sostenibilidad. Recuperado de

Grupo SURA (s.f). Presentación. Recuperado de <https://www.gruposura.com/Responsabilidad/fundacion-sura/Paginas/default.aspx#>

Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad. (2015). 1st ed. [pdf] Amsterdam, p.2. Disponible en: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf> [Fecha de acceso 25 Agosto. 2017].

Gutiérrez, C. (2004). Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Actividad Empresarial- Artículos CCRE. Bogotá.D.C. Colombia. [en línea]. http://ccre.org.co/upload/Sep04_g.pdf. [Extraído 15.05.08 20:15].

Gutiérrez, E. (2011). RS: Responsabilidad Social – Modelos de aplicación. INGECAL, 12.

Harford, T. (3 de febrero de 2018). La fascinante historia del origen de los seguros y su relación con las apuestas. BBC Mundo. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-38973945>

Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. 6th ed. México D.F: Mc Graw Hill Education, p.10.

Ingecal.(2011). Responsabilidad Social – Modelos de aplicación Parte 6. SGE21 – Sistema de Gestión ética y socialmente responsable. Revista Forum Calidad.

Instituto Ethos. (2003). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social. Recuperado de http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/documents/Indicadores_2003_ESP.pdf Organización Internacional de Normalización (ISO). (2010).

International Organization for Standardization (ISO). (2010). ISO 26000 Social Responsibility. Recuperado de www.iso.org/iso/social_responsibility

J. Clyde Mitchell, “The Concept and Use of Social Networks”, en J. Clyde Mitchell (ed.), Social Networks

Jaramillo, Constanza y Ángel, Juan Alejandro. Artículo: Responsabilidad social en Colombia, resultado de una investigación en Empresa privada y responsabilidad social. Compendio de TORO, Olga Lucía. Bogotá, 1996. Página 60

Jaramillo, I. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial Base fundamental para el cumplimiento y fortalecimiento de los derechos laborales. 1st ed. Bogotá, pp.79-82.

Junguito R, (s.f) Reseña sobre la historia de los seguros, 1-3. Recuperado de https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/pt/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1060618

Lazovska, D. (2017). Los 30 mejores sitios de responsabilidad social. [online] ExpokNews. Disponible en: <http://www.expoknews.com/los-30-mejores-sitios-de-responsabilidad-social/> [Fecha de acceso 6 Mar. 2017].

¿La Responsabilidad Social Empresarial y sus enfoques? (2013). [Blog] Perú Minería. Disponible en: <https://perumineria.wordpress.com/2013/01/15/rse-12/> [Fecha de acceso 17 Nov. 2016].

Léxico de antropología, Editorial Estela S.A. 1970, p. 155

MERINO, Amparo. (2005) Responsabilidad Social Corporativa: su dimensión laboral, Documentación Laboral, nº 75, pp. 51 ss.

Meza Espinosa, A. (2007) La Responsabilidad Social Empresarial como Factor Competitivo (Trabajo de Grado, Pontificia Universidad Javeriana) Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>

Milán, N. Macarena, V & Rosa, M. (2009). Responsabilidad y Medio Ambiente. Maestría. Universidad de la República.

Ministerio de trabajo y asuntos sociales. (2007). Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas.

Mugarra, A. (2004). Balance social y responsabilidad social en las empresas de economía social. Mediterráneo Económico, volumen (6), [314].

MUÑOZ BERNAL,, Mario (2007). Presentación - Alpina Gestión Ambiental; Sopó (Cundinamarca).

Nación, L. (2008). Cuánto le cuesta la RSE a la empresa. [En línea] La Nación. Available at: <http://www.lanacion.com.ar/1053943-cuanto-le-cuesta-la-rse-a-la-empresa> [Fecha de acceso 29 Aug. 2017].

Organización Internacional de Normalización (ISO). (2010). ISO 26000 Responsabilidad Social. Recuperado de www.iso.org/iso/social_responsibility

Pesce D. (2005). En qué está la RSE en el mundo, cómo estamos en Chile y comentarios de estudio RSE de Concepción. Concepción, 4 de Mayo. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Porter, M., Kramer, M., (2006). Estrategia y Sociedad -The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. HBR Spotlight.

Presentación - Gestión Estratégica Ambiental Corporativa (2006). - Objetivos; Sopó (Cundinamarca).

Proyecto de Ley N° 153. Congreso de la República, Bogotá, 24 de octubre de 2006.

Responsabilidad. (2003). Norma de Aseguramiento AA 1000. Recuperado de www.accountability.org/index.html Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). (2003). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid, España: AECA.

Reyno, M. (2015). Responsabilidad Social como Ventaja competitiva. [en línea] Eumed.net. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/223/respon-soc.htm> [Fecha de acceso 19 Nov. 2016].

Rincón, I. (2016). Como entendemos la RSE y el Desarrollo Sostenible - Sumar Consultores Innovación en RSE y Sostenibilidad. [en línea] Sumar.com.co. Disponible en: <http://www.sumar.com.co/como-entendemos-la-rse-y-el-desarrollo-sostenible> [Fecha de acceso 20 Nov. 2016].

S, Rincón, E; Calderón, J.; (Eds.) Temas De Derecho Financiero Contemporáneo Ed.

Sanabria Rangel, P. E. (2016). Investigación en ciencias sociales y de gestión: Guía para el desarrollo de marcos metodológicos y procesos de investigación (Working Paper). Bogotá D.C.: Universidad Militar Nueva Granada

Santos Molano, Enrique “La Misión Kemmerer” Credencial Historia, 2003. Galindo, H. “Los seguros hace 25 años y como se visualizan en los próximos 25” Rodriguez,

Santos, F. (1989). El concepto de red social. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, [en línea] 48, pp.140-142. Disponible en: http://www.jstor.org/stable/40183465?seq=5#page_scan_tab_contents [Fecha de acceso 22 Sep. 2017].

Sarmiento, S. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de empresas. Dimens. empres, 6-15.

Schvarstein, L “La Inteligencia Social de las Organizaciones” Editorial Piados, 2003 Pag. 47

Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas. Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Business School, Universidad de Navarra, (9). Recuperado de <http://www.iese.edu/es/ad/catedras/caixa/Newsletters2009/Newsletter9Formato-Base.asp>

Superintendencia de Sociedades. (2013). Algunos Aspectos Sobre la Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá, pp.1-4.

Torassa, S. (2010). Más allá de la teoría: Responsabilidad Social Empresarial en Casos Prácticos. INCAE Business Review, 1 (11), pp. 1-7.

Universidad Externado de Colombia y Red Pacto Global Colombia. (2016). Casos de Incentivos sociales y de mercado con impacto en el desarrollo sostenible. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/305773409_Casos_de_Incentivos_Sociales_y_de_Mercadeo_con_Impacto_en_el Desarrallo_Sostenible

Velasco Fernández, F. (2004). La Responsabilidad Social Corporativa o la Soteriología Empresarial: hacia una ontología como fundamento de la ética empresarial. Ponencia presentada en el IX Congreso Internacional del CLAD, sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Madrid España.

Villalón Cañas, R. (2016). La cultura organizacional enfocada a la Responsabilidad Social Empresarial y la relación con el recurso humano: una propuesta de estudio. In: 1st ed. Buenos Aires.

Yepes, G., Peña, W. and Sánchez, L. (2007). Responsabilidad Social Empresarial Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. 1st ed. Bogotá D.C, p.22.

Yepes, Ospina, (2005) Buenas prácticas de RSE, Serie Avances de Entorno de los Negocios, No 3, Ed. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.