

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TRANSPORTE TERRESTRE DE  
PASAJEROS: UN CASO DE ESTUDIO EN LA EMPRESA EXPRESO BRASILIA S.A.

KAROL ORTIZ POLO

MARGARITA ROSA QUINTERO DE LA HOZ



UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
BARRANQUILLA, COLOMBIA

2020

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TRANSPORTE TERRESTRE DE  
PASAJEROS: UN CASO DE ESTUDIO EN LA EXPRESO BRASILIA S.A.

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN

TUTORES:

OSVALDO ARÉVALO MARTÍNEZ

ODETTE CHAMS ANTURI



UNIVERSIDAD  
DE LA COSTA  
1970

UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
BARRANQUILLA, COLOMBIA  
2020

Nota de aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

### Resumen

El presente trabajo tiene como objeto de investigación describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa de transporte Expreso Brasilia S.A. Para conocer las prácticas de RSE realizadas por Expreso Brasilia S.A. se aplicó una encuesta en línea a 20 colaboradores del área administrativas de la organización tomando como base las dimensiones económica, ambiental y social y los principios de memoria de sostenibilidad de la Guía GRI, los resultados evidencian que las actividades de RSE han contribuido con el aumento de la participación de la organización en el mercado mejorando su rentabilidad económica. Así mismo, los colaboradores reflejan una mayor importancia en la dimensión social y ambiental, siendo la disposición final de residuos el programa que más se destacó en la gestión ambiental. El estudio concluye que la visión de las organizaciones va más allá de la riqueza, que implica un compromiso con la sociedad y el bienestar ambiental. Además, la investigación resalta la importancia de las RSE en las empresas del transporte, ya que existen pocos estudios que describen el impacto de las RSE en este sector, especialmente en Colombia.

**Palabras clave:** Responsabilidad social empresarial, dimensiones de responsabilidad social; transporte urbano, gestión empresarial

**Abstrac**

The purpose of this study is to describe the Corporate Social Responsibility (CSR) practices in the transportation company Expreso Brasilia S.A. To know the CSR practices carried out by Expreso Brasilia S.A. An online survey was applied to 20 employees of the administrative area of the organization based on the economic, environmental and social dimensions and the principles of sustainability memory of the GRI Guide, the results show that CSR activities have contributed to the increase of the organization's participation in the market, improving its economic profitability. Likewise, the collaborators reflect a greater importance in the social and environmental dimension, being the final disposal of waste the program that stood out the most in environmental management. The study concludes that the vision of organizations goes beyond wealth, which implies a commitment to society and environmental well-being. In addition, the research highlights the importance of CSR in transportation companies, since there are few studies that describe the impact of CSR in this sector, especially in Colombia.

**Keywords:** Corporate social responsibility, dimensions of social responsibility; urban transport, business management

## Contenido

Resumen.....	4
Capítulo I .....	12
1. Introducción .....	12
1.2 Planteamiento del problema.....	15
1.2.1 Formulación del problema. ....	18
1.2.2 Sistematización del problema. ....	18
1.3 Objetivos .....	19
1.3.1 Objetivo general.....	19
1.3.2 Objetivos específicos .....	19
1.4 Justificación .....	19
1.5 Delimitación de la investigación.....	21
Capítulo II.....	22
2. Marco referencial .....	22
2.1 Antecedentes .....	22
2.1.1 Responsabilidad social empresarial. ....	24
2.1.2 Responsabilidad social empresarial en sector transporte.....	29
2.2 Marco teórico .....	42
2.2.1 Clasificación de teorías de Responsabilidad Social.....	42
2.2.2 Modelo de Responsabilidad Social Empresarial.....	47
2.2.3 Principios y conductas de Responsabilidad Social Empresarial.....	48
2.2.4 Normas de Responsabilidad Social Empresarial. ....	52
2.3 Marco conceptual.....	56

2.3.1 Responsabilidad económica.....	57
2.3.2 Responsabilidad social.....	58
2.3.3 Responsabilidad medioambiental .....	59
2.3.4 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	61
2.3.5 Dimensiones de Responsabilidad Social Corporativa según el GRI. ....	63
2.3.6 Dimensiones de la Guía para la elaboración de memoria de sostenibilidad. .....	64
2.3.6.1 Dimensión Economía.....	64
2.3.6.2 Dimensión Medio ambiente.....	65
2.3.6.3 Dimensión Social.....	66
2.3.7 Principios de elaboración de memoria de sostenibilidad.....	68
2.3.7.1 Principios para determinar el contenido de la memoria.....	68
2.4 Operacionalización .....	69
Capítulo III.....	71
3. Metodología .....	71
3.1 Enfoque epistemológico.....	71
3.2 Tipo y diseño de investigación.....	71
3.3 Población y muestra .....	71
3.4 Técnicas y fuentes de recolección de información .....	72
3.5 Técnicas de procesamiento de la información .....	73
Capítulo IV.....	74
4. Resultados .....	74
4.1 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial .....	74

4.1.1 Dimensión Económica.....	74
4.1.2 Dimensión Social.....	76
4.1.3 Dimensión Ambiental.....	81
4.2 Principios de memoria de Sostenibilidad.....	84
4.3 Discusiones.....	90
4.3.1 Definir acciones que contribuyen al fortalecimiento de las prácticas de RSE.....	94
4.4 Conclusiones.....	97
4.5 Recomendaciones.....	99
Referencias.....	100



**Lista de tablas y figuras.****Tablas**

Tabla 1 Antecedentes sobre la RSE en las empresas del sector transporte .....	39
Tabla 2 Clasificación de las teorías RSE .....	46
Tabla 3 Modelo de Responsabilidad Social Empresarial.....	47
Tabla 4 Normas y conductas de RSE .....	48
Tabla 5 Normas de RSE.....	53
Tabla 6 Informes de RSE .....	56
Tabla 7 Operacionalización.....	70
Tabla 8 Total, de encuestados.....	72
Tabla 9 Estrategias .....	94

**Figuras**

Figura 1 Participación en el mercado económico .....	75
Figura 2 Rentabilidad económica .....	75
Figura 3 Inversión de la empresa en RSE.....	76
Figura 4 ¿La empresa proporciona empleo a la comunidad local?.....	76
Figura 5 Programa para el desarrollo y formación de los empleados.....	77
Figura 6 ¿La empresa cuenta con un programa de capacitación para los conductores?.....	77
Figura 7 ¿La empresa cuenta con programas de para prevenir discriminación laboral? .....	78
Figura 8 ¿La empresa evalúa las medidas de seguridad de sus colaboradores? .....	78
Figura 9 La empresa brinda información de sus colaboradores para prevenir accidentes laborales, enfermedades y manejo de emergencias. ....	79
Figura 10 Principal fuente de información sobre seguridad y salud.....	79
Figura 11 ¿Conoce alguna estrategia que lleve a acabo la empresa para brindar un servicio adecuado a sus clientes?.....	80

Figura 12 ¿Qué estrategias implementa la empresa para brinda un buen servicio a sus clientes?.....	80
Figura 13 La empresa implementa prácticas de mejora continua para garantizar la seguridad de sus clientes. ....	81
Figura 14 La empresa informa a sus clientes sobre las medidas de seguridad.....	81
Figura 15 ¿La empresa cuenta con política de gestión ambiental?.....	82
Figura 16 ¿La empresa realiza monitoreo para disminuir los impactos de materiales particulados que producen los buses? .....	82
Figura 17 Actividad de seguimiento para la disminución de gases contaminantes. ....	82
Figura 18 ¿La empresa cuenta con programas de reciclaje?.....	83
Figura 19 Programas de reciclaje.....	84
Figura 20 ¿La empresa informa sobre el uso responsable de energía y agua? .....	84
Figura 21 ¿Usted conoce los principios que se basa la empresa para elaborar los informes de sostenibilidad sobre RSE?.....	85
Figura 22 Los principios que destaca el informe de sostenibilidad de Expreso Brasilia.....	85
Figura 23 ¿La empresa mide el impacto de sus actividades de RSE en los ámbitos económico, social y ambiental?.....	86
Figura 24 ¿Qué aspecto se evalúa más dentro de la empresa? .....	86
Figura 25 Aspecto Económico .....	87
Figura 26 Aspecto Social .....	87
Figura 27 Aspecto Ambiental.....	88
Figura 28 Aspecto Legal .....	88
Figura 29 Aspecto Político.....	88
Figura 30 Aspecto Grupo de interés.....	89
Figura 31 La empresa informa a sus empleados sobre las actividades de RSE.....	89

Figura 32 ¿Qué beneficio esperaría usted con las prácticas que desempeña la empresa en  
relación con la RSE? .....90

## Capítulo I

### 1. Introducción

Una de las temáticas más discutidas y analizadas en el ámbito organizacional ha sido la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el impacto que genera en las actividades sociales, ambientales y económicas dentro de las empresas. Con los diferentes escenarios complejos que se están moviendo actualmente las organizaciones, cada vez hay una mayor demanda de compromiso social, transparencia con sus públicos y en el mercado en general (Martínez & Frias, 2015). Por ello, las organizaciones convergen sus estrategias empresariales con RSE convirtiéndose en un elemento importante a la hora de tomar decisiones estratégicas.

Asimismo, con este enfoque de negocio que integra la visión empresarial con los valores éticos, sociales y medioambientales, las organizaciones en el ejercicio de su función, no solo son consciente de maximizar sus utilidades, sino que además, buscan mejorar la calidad de vida de las partes contribuyendo a la disminución de los impactos y efectos reales de sus acciones sobre el entorno.

En consecuencia, las empresas han sentido la coacción del mercado y de la sociedad sobre el nivel de compromiso en relación con la responsabilidad social. La sociedad cada vez está más consciente de los problemas ambientales, el cambio climático, y, sobre todo, como algunas actividades empresariales inciden en estos factores. Incluso, el cumplimiento con los derechos humanos, la práctica de ética laboral también ha provocado cambios en el aspecto organizacional evidenciado un entorno más competitivo. Nowajewski et al. (2016) señala que, en la actualidad no se puede construir empresas sin considerar estos entornos, es decir, se hace necesario que los objetivos de las empresas integren los aspectos sociales y medioambientales.

Del mismo modo, la relación con los grupos de interés también se ha diversificado en cuanto las acciones que permite satisfacer las necesidades de ellos. De hecho, los gobiernos y las administraciones también se han acogido a normas y marcos regulatorios para encaminar a las empresas hacia la práctica de Responsabilidad Social Empresarial.

En Colombia, específicamente el transporte, es uno de los sectores más importante para el progreso económico del país y a su vez, también es uno de los sectores que más contribuye a la contaminación (Ministerio de Minas y Energía, 2016; Congreso de la República, 2019). También se encuentran las problemáticas como alta informalidad, ilegalidad y los altos índices de accidentalidad.

No obstante, el Ministerio de Transporte ha empezado a promover acciones de RSE para contrarrestar los problemas que aqueja el sector. Por ejemplo, en el 2018, el sector transporte promovió sus estrategias en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente, planes de trabajos para consolidar tres metas: incrementar uso de transporte público, incrementar número de vehículo eléctrico y reducir el número de víctimas por siniestros viales (Informe Ministerio de Transporte, 2018).

Del mismo modo, las empresas de transporte también han empezado a implementar estas prácticas en sus estrategias empresariales de acuerdo con los lineamientos y/o estándares internacionales. Sin embargo, los pocos estudios que se enfocan en examinar las prácticas de RSE en las organizaciones de transporte da cuenta de las falencias en la implementación de esta práctica (Arimany et al., 2019; Naranjo, 2017; Delgado, Herrera, Gallon, & Alvarez, 2015).

Teniendo en cuenta que, el acrecentamiento de una nación se encuentra estrechamente relacionado con la utilidad de los servicios de transportes, es fundamental que las organizaciones de este sector empiecen a adoptar políticas y normas de regulación

encaminadas a la responsabilidad social que les permita tomar decisiones más eficiente en el ámbito social, económico y medioambiental.

En ese sentido, el presente trabajo de investigación tiene interés de seguir explorando las prácticas de RSE al sector transporte, ya que es un tema poco abordado en la literatura académica. Específicamente, el estudio tiene como objetivo de investigación identificar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Expreso Brasilia S.A. con relación a las dimensiones de la Guía Global Reporting Initiative (GRI).

En este orden de ideas, el presente trabajo de investigación está conformado de la siguiente manera: en el primer capítulo se plantea la pregunta de investigación y se presenta los objetivos del estudio y las limitaciones de este. Asimismo, se describe los beneficios que se derivan de la elaboración de la tesis. En el segundo capítulo se presentan los antecedentes de la investigación, marco teórico y conceptuales que sirvieron como base para el estudio. Además, se muestra la tabla de la operacionalización que describen las variables que se analizarán. El tercer capítulo plantea y desarrolla el abordaje metodológico, en el cual se describe el tipo de investigación, la muestra, la población de estudio y el instrumento utilizado para la recolección de datos. En el capítulo cuarto se presenta los resultados del estudio y las discusiones con relación al estado del arte sobre RSE y, finalmente, se presentan conclusiones de la tesis junto con las recomendaciones dirigidas a las empresas de sector transporte en Colombia en relación con las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

## 1.2 Planteamiento del problema

El transporte es un sector fundamental para el crecimiento en el ámbito económico de una nación que, a través del adecuado desarrollo es posible el desplazamiento y la comunicación hacia diferentes zonas garantizando una efectiva circulación de mercancías, personas y de otras actividades como turismo, construcción, etc, aumentando así la competitividad (Delgado et al., 2016). Del mismo modo, resulta estratégico para el desarrollo social, ya que la movilidad permite atender las necesidades de los ciudadanos, generando bienestar, calidad de vida y equidad.

No obstante, este sector también presenta varios problemas y desafíos en temas medioambientales, accidentalidad, altos niveles de informalidad, ilegalidad e infraestructura. A pesar de todo, el gobierno ha empezado a implementar estrategias para fortalecer el sector y lograr una verdadera movilidad sostenible que permita reducir los impactos del cambio climático (Agencia Nacional de Seguridad Vial, 2019).

En materia medioambiental, el transporte genera CO<sub>2</sub> y otros contaminantes. De acuerdo con el Plan de Acción Indicativo de Eficiencia Energética 2017-2022, del Ministerio de Minas y Energía (MME) junto a la Unidad de Planeación Minero-Energética (UPME), muestra que en Colombia el sector transporte tiene el mayor consumo de energía con un 40,2%, seguido del sector industrial presentando un porcentaje de 28,9% y, en el sector residencial con puntaje de 16,5%.

Cabe destacar que, este sector presenta otros cinco subsectores que son: marítimo, fluvial, carretero, aéreo y ferroviario. El sector carretero tiene el 88% de consumo energético siendo el porcentaje de mayor valor con respecto a otros subsectores (Unidad de Planeación Minero-Energética, 2016). Según un estudio realizado por la UPME en el 2014, el consumo de energía del transporte interurbano de pasajeros fue mayor que el transporte interurbano de carga.

El sector transporte tiene como plan de trabajo el incremento de vehículos eléctricos; el gobierno nacional tiene como meta para 2030 tener registrados aproximadamente 600.000 vehículos eléctricos en el sistema RUNT, lo cual reduciría hasta 3,7 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> (Agencia Nacional de Seguridad Vial, 2019). En ese sentido, se debería conocer si las empresas de transporte del país están siendo socialmente responsables con el tema del medio ambiente. Un estudio sobre el Área Metropolitana del Valle de Aburrá señala que, de las 64 empresas de transporte urbano analizadas, solo 6 de ellas implementaron prácticas de RSE en la categoría del medio ambiente (Delgado et al., 2016).

Otro aspecto importante que presenta el sector de transporte es la infraestructura vial, donde han persistido dificultades para finalizar los proyectos en ejecución debido a la gestión predial, social y ambiental. Incluso, la concesión de las 4G no se ha desarrollado de la mejor manera y comprometiendo más de 90 billones de pesos. De 30 proyectos, solo 6 han logrado el 35% de los avances, 3 proyectos han presentado problemas y el resto están en un estado regular. Por lo tanto, la infraestructura es un desafío que enfrenta el país para lograr efectividad en la movilización de los ciudadanos (Ministerio de Transporte, 2018; Agencia Nacional de Seguridad Vial, 2019).

Dadas las dificultades que presenta el sector, el Ministerio de Transporte acoge a la Declaración de los Derechos Humanos y a Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para desarrollar planes y acciones estratégicas y minimizar los impactos. Ante el ejercicio de la responsabilidad, el Ministerio de Transporte (2018) busca: “Respetar, proteger, garantizar y promover derechos de carácter civil, económico, político y social por medio de implementación de normas y políticas que permitan mantener el cumplimiento del sector” (p.6).

Del mismo modo, las empresas de transporte privado, público, masivo, urbano y/o intermunicipal han empezado a incorporar en sus actividades empresariales prácticas de RSE



e implementación de políticas con el fin de buscar un equilibrio social, económico y ambiental. Sin embargo, los escasos estudios sobre RSE en las empresas de transporte revelan la poca implementación de estas en sus organizaciones. Por ejemplo, los estudios presentados por Delgado et al (2016); Solano, Casado y Flores (2015); Naranjo (2017) evidencian la poca implementación de prácticas de RSE en sus empresas. También, algunas compañías centran su atención en mostrarse socialmente responsables con el propósito de posicionar su imagen, para incrementar su economía (Barroso, 2008).

Es claro que las empresas socialmente responsables son aquellas que van más allá de cumplir las leyes. Las empresas buscan un equilibrio y manifestar hacia fuera los aspectos sociales, económico y medioambientales (Toca, Grueso & Carrillo, 2012). Asimismo, dar reconocimientos a los diferentes grupos de interés de la empresa. En cualquier modo, si las empresas de transporte en Colombia no incorporasen prácticas y estrategias de RSE sería muy difícil reducir los riesgos que involucra el sector como contaminación, accidentalidad, informalidad, entre otros. Este hecho trae consigo una gran desventaja en tema de competitividad, calidad y equidad, ya que el transporte es uno de los sectores más importante para la economía del país. Por lo tanto, es necesario seguir explorando si las empresas de transporte, especialmente en Colombia son socialmente responsables, ya que este sector ha sido poco estudiado a profundidad (Villar & Gimeno, 2010).

Dado la importancia que implica el sector en nuestro país, el presente trabajo tiene la intención de seguir aportando a la literatura sobre RSE en las compañías de transporte. Según la Asociación para el Desarrollo Integral del Transporte Terrestre Intermunicipal (Aditt) el transporte intermunicipal fue una de las elecciones de los ciudadanos para viajar en el 2018, la cual 134,7 millones de ciudadanos se movilizaron a través de este servicio (Comunicado Aditt 1311, 2019). De acuerdo con lo anterior, este proyecto tiene el interés por explorar una empresa colombiana dedicada al transporte público terrestre de pasajeros y carga en el

territorio nacional e internacional: Expreso Brasilia S.A. En este orden de ideas es importante conocer las prácticas y acciones de Responsabilidad Social de la empresa Expreso Brasilia.

Expreso Brasilia S.A es una empresa constituida como sociedad anónima, con sede principal en la ciudad de Barranquilla. Su actividad principal es el servicio de transporte terrestres automotor de pasajeros por carretera, potencializando su servicio público especial corporativo y turístico, transporte de carga terrestre y mensajería y servicios complementarios. La empresa tiene como visión lograr que sus clientes experiencias placenteras de viajes siendo líderes en cobertura y cumplimiento en el servicio de transporte de pasajeros, así como en el crecimiento de negocios conexos, garantizando el desarrollo sostenible de la organización.

Expreso Brasilia recorre 70 millones de kilómetros al año, conectando más de 750 destinos nacionales e internacionales como Lima, Perú, ofreciendo atención, servicio, tecnología y un parque automotor moderno.

### **1.2.1 Formulación del problema.**

Una vez indagado sobre la importancia y situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial y de acuerdo con lo descrito en los párrafos precedentes se considera pertinente formular las siguientes preguntas, las cuales servirán de eje central del presente trabajo de investigación.

¿Cuáles son las prácticas de Responsabilidad Social de la empresa Expreso Brasilia S.A.?

### **1.2.2 Sistematización del problema.**

¿Cuáles serían las dimensiones de las prácticas de responsabilidad social que utilizan en Expreso Brasilia?

¿Cuáles son los principios de sostenibilidad en las prácticas de responsabilidad social utilizadas por expreso Brasilia??

¿Cuáles serían las acciones a utilizar en expreso Brasilia en sus practica de responsabilidad social?

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Expreso Brasilia S.A.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Describir las dimensiones de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Expreso Brasilia S.A.
- Identificar los principios de sostenibilidad que aplica Expreso Brasilia S.A. en sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Definir acciones para mejorar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Expreso Brasilia S.A.

### **1.4 Justificación**

El sector empresarial ha tenido grandes cambios gracias a la globalización, entre ellos se encuentra el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que ha venido posicionándose en las instituciones internacionales dando como resultado importantes iniciativas. Así como el Pacto Mundial de Naciones Unidas (1999, 2004) ha surgido como una de las inspiraciones de la RSE para incorporar principios y valores (Velásquez, 2009).

En ese sentido, las organizaciones se están incorporando cada vez más a las prácticas de RSE en sus estrategias empresariales convirtiéndose en una ventaja competitiva, crecimiento financiero y mejorando su reputación. Por ello, la literatura académica se ha interesado en analizar el comportamiento socialmente responsable de las empresas para conocer sus fortalezas y debilidades. Sin embargo, son pocos los análisis que se centran específicamente en las empresas de transporte público terrestre automotor de pasajeros, a

pesar de que es uno de los sectores más importante para el crecimiento económico y que juega un papel destacado en los procesos de globalización y en las estrategias competitivas en Colombia.

Desde el punto de vista teórico, el presente trabajo de investigación escogió examinar la variable objeto de estudio en una organización reconocida dedicada al transporte público terrestre automotor de pasajeros en Colombia, y que servirá de base para el desarrollo de futuras investigaciones en el área, con el propósito de aportar conocimiento en la literatura académica y empresarial generando aportes significativos para que futuros estudios se interesen en seguir analizando ese tipo de empresas.

Desde el punto de vista práctico, explorar las prácticas de RSE en las empresas de transporte público terrestre automotor de pasajeros nos da una idea del cómo estas organizaciones, especialmente en Colombia, estarían realizando sus actividades y de qué manera están contribuyendo para disminuir las problemáticas sector. Cabe destacar que, la práctica de RSE no anularía la problemática, sin embargo, ayudaría a minimizar estos factores implementando acciones de acuerdo con la misión que integra el sector.

Asimismo, este trabajo permite ser guía de buenas prácticas de RSE para las empresas de este tipo, presentando información valiosa para entender y comprender el proceso que implica las prácticas y cómo esta puede convertirse en una estrategia empresarial que permita proporcionar una ventaja competitiva en el sector transporte del país.

De acuerdo con los objetivos de este estudio, se utilizará como técnica de investigación la encuesta, ya que nos permitirá identificar y describir las prácticas de RSE que lleva a cabo la empresa Expreso Brasilia S.A. resaltando sus debilidades y fortalezas para así plantear acciones que permitan una mejora en sus prácticas dándole un valor al trabajo investigativo.

En definitiva, teniendo en cuenta el contexto donde cada práctica empresarial debe estar proyectada a tener consecuencias justas para toda la sociedad y estar enfocada en ser socialmente responsable y, al mismo tiempo la búsqueda un beneficio equitativo entre todas sus partes interesadas, es pertinente profundizar el desarrollo y la aplicabilidad de la RSE en el sector transporte publico terrestre automotor de pasajeros.

### **1.5 Delimitación de la investigación**

El trabajo se enmarca en la línea de investigación gestión organizacional, dentro del eje temático Responsabilidad Social Empresarial, de la Maestría de Administración de la Universidad de la Costa, desde el año 2018 al 2020, de igual manera, esta investigación se aplicó en la sede principal de la empresa Expreso Brasilia S.A, ubicada en la ciudad de Barranquilla, enfocada a Describir la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial del servicio de transporte terrestre automotor de pasajeros.

## Capítulo II

### 2. Marco referencial

Esta sección desarrollará los siguientes temas: en un primer punto, se abordará los antecedentes históricos sobre la Responsabilidad Social Empresarial. En una segunda parte, se describe investigaciones que se han llevado a cabo con respecto a las prácticas de RSE. Asimismo, se mencionará, los estudios previos que se han realizado en el sector transporte de acuerdo con la RSE. En un tercer punto, se describe la clasificación de teorías de Responsabilidad Social y los modelos de responsabilidad social. Se menciona cuatro tipos de teorías de RSE: la instrumentalista, las políticas, las integrativas y las éticas. Luego, se describe algunos principios, conductas, normas e informes de instituciones y de organismos internacionales que describen las prácticas socialmente responsables. En una cuarta parte, se presenta el marco conceptual donde se detalla el concepto de responsabilidad empresarial desde el ámbito económico, social, ambiental y, asimismo, se muestran los diferentes conceptos que han abordados diversos autores sobre lo que es RSE. Posteriormente, se define las dimensiones de RSE y los principios de la Guía Global Reporting Initiative (GRI) de sostenibilidad: G4. Finalmente, en la quinta parte, se presenta la operacionalización del presente trabajo.

#### 2.1 Antecedentes

Las investigaciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) presentan un desafío debido a la proliferación de definiciones, modelos y teorías. Incluso desde la perspectiva histórica, su concepción ha sido disgregada

Los académicos han debatido y reflexionado sobre el rol de la empresa para la sociedad, por tal razón, la RSE, como preocupación social, ha tenido un recorrido histórico. Los primeros pasos de la RSE se instalaron desde final del siglo XIX y principios del XX, en el ámbito interno de las empresas en relación con los trabajadores como sujetos. Es decir, se

impusieron normas protectoras con el fin de que las empresas desarrollaran sus actividades de forma socialmente responsable con los trabajadores (Baltera & Díaz, 2005). También cabe destacar que, con el surgimiento y crecimiento de grandes fortunas, gracias a la Revolución industrial, tanto en algunos países en Europa y Estados Unidos, varias empresas colocaron en práctica actividades benéficas con fines humanitarios, públicos y sociales para ayudar con los problemas presentados durante la época. Así nació la filantropía empresarial (Baca, 2016).

Otro acontecimiento que dio impulso a la RSE fue el cuidado del medio ambiente que, se vio afectado por el uso de los recursos de producción y maquinaria. Con el desarrollo tecnológico y los intereses capitalistas, el progreso económico recibió mayor atención que el aspecto social. En ese sentido, las naciones del mundo, promovidas por el inconformismo de la sociedad y por el actuar de las unidades productivas, se interesaron en encontrar un método que les permitiera generar un cambio (Correa, 2007). Así surge la teoría de Desarrollo Sostenible, que buscaba conciliar el progreso económico con el bienestar ambiental y social (Baca, 2016).

En la década de los setenta, las empresas no concebían el crecimiento económico y las normas de preservación del medio ambiente, por los altos costos que generaban. Sin embargo, a comienzos de los años ochenta, el RSE tuvo mayor relevancia en el contexto social generando presión en las empresas (Castillo-Clavero, 2002).

Si bien, la RSE fue destacándose en la academia empresarial donde aparecieron conceptos de autores como Freeman (1984) que son considerados importante en la evolución del concepto. Freeman define la RSE desde el enfoque de los Stakeholders o grupos de interés. El modo de relacionarse de la empresa con su entorno (accionista, clientes, proveedores, trabajadores, comunidad, entre otros) permite generar un valor agregado sus grupos de interés, como estrategias de sostenibilidad empresarial (Freeman, 2001).

En la década de los noventa, la RSE empezó a destacarse en organismos internacionales donde se desarrollaron diferentes iniciativas, tales como códigos de conducta, normas, estándares, principios y directrices que tienen como objetivo presentar una guía para el desarrollo de la RSE en las organizaciones. Según Baca (2016) esto representa dos expresiones:

Primero, la asunción y gestión por parte de la empresa de su RSE, mediante la formulación de estrategias y planes sociales, así como el establecimiento de un sistema de gestión; y segundo, la promulgación de normas legales conducentes a asegurar ciertos estándares sociales mínimo. (p.25)

En el siglo XXI, se destaca el Libro Verde de la Comisión Europea (2001), la cual señala que la RSE: “es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (p. 7). Si bien, en el 2011, la Comisión Europea propuso una nueva definición de RSE donde destaca el reconocimiento de los derechos humano, los valores éticos y la generación de valor compartido con los grupos de interés (Comisión Europea, 2011).

En definitiva, las empresas han comprendido que si quieren ser competitivas deben dar respuestas a los lineamientos y los requerimientos de las normas. Pérez-Aranda (2016) manifiesta que si las empresas quieren incrementar sus beneficios deben, maximizar su reputación entre los grupos de interés, fidelizando sus clientes aprovechando las nuevas oportunidades de negocio que propone la RSE con la apertura de nuevos mercados.

### **2.1.1 Responsabilidad social empresarial.**

Con el desarrollo sostenible la RSE se convierte en una actividad fundamental de las empresas. Las instituciones internacionales como la ONU y la OIT que vela por la seguridad de sociedad, los Derechos Humanos y el medio ambiente se hace cada vez más relevante. Por



lo tanto, el interés académico por las prácticas de RSE y el desempeño de algunas empresas públicas y privadas ha tenido mucha atención con el pasar de los años.

Si bien, tener un comportamiento socialmente responsable trae efectos positivos a largo plazo a las empresas beneficiando la competitividad (Rodríguez et al., 2001), a la imagen corporativa y la reputación organizacional (Porter y Kramer 2006). Knox et al. (2005) señalan que las empresas deben prestar atención al desarrollo sostenible por dos motivos. Primero, por la propia permanencia de las empresas y de la sociedad. Y segundo, el desarrollo sostenible como competencia para mejorar la reputación.

Zambrano, Acosta y Cortés (2016) realizaron un estudio de las pequeñas empresas productoras de derivados lácteos en Boyacá para conocer el equilibrio social y económico de las mismas de acuerdo con los parámetros de la RSE. A través de un cuestionario, el resultado del estudio demostró que la mayoría de las compañías no identificaron ningún proceso social y ambiental. Tampoco cuenta con una plataforma de estrategias que definan los compromisos con el desarrollo sostenible. Un hallazgo relevante fue que la mayoría de las organizaciones establecieron los valores que guían el propósito de sus empresas. Sin embargo, el 35% de las empresas declararon que no realizan actividades de voluntariado y no tienen compromisos con el medio ambiente.

La dimensión mejor evaluada fue producto y servicio, seguida de ética y gobierno corporativo, mientras que la dimensión gobierno y sociedad fue la menos evaluada. Los autores concluyeron que la RSE se transforma en una ventaja competitiva cuando las empresas realizan acciones transparente y buenas prácticas de gestión y producción. No solo con los clientes, sino con sus trabajadores, con el gobierno y la sociedad, y el medio ambiente (Zambrano, Acosta y Cortés, 2016).

Por su parte, las micros, pequeñas y medianas empresas también desarrollan actividades RSE y evidenciando que no solo es un asunto exclusivo de las grandes

organizaciones. Hernández y Sánchez (2016) lo demostraron en su estudio. Los autores analizaron la influencia de la RSE en los Resultados Empresariales (RE) de las MiPymes utilizando la Teoría de sostenibilidad. Esta teoría considera tres dimensiones de la responsabilidad social: económica, social y medioambiental. La investigación revela que las MiPymes que realizan actividades RSE mejoran sus RE. De hecho, las tres dimensiones influyeron positivamente en los RE, siendo la económica la más relevante. Hernández y Sánchez (2016) concluyeron que las MiPymes en relación con la RSE se preocupan más por los aspectos económicos que los aspectos sociales y medio ambientales.

Por otra parte, también se evidenciaron estudios sobre la percepción que tiene los propietarios de las empresas de lo que es RSE. Barba-Bayas (2015) realizaron este tipo de investigación. Los autores llevaron a cabo un cuestionario a 12 empresas de Acción Empresarial (Chile), y los autores concluyeron que las empresas desconocen el concepto de RSE; desconocen las leyes o certificaciones de RSE como la ISO 26000 o ambientales como la ISO 14000. Sin embargo, solo dos empresas desarrollaron programas ambientales en temas como: control y manejo de residuos. El autor manifiesta que se podrían considerar estas empresas socialmente irresponsables, pero no sería lo ideal. Para buscar solución se necesitaría encontrar elementos teóricos y científicos que se sustenten desde la academia para proponer programas de RSE, con el fin de que las empresas se vinculen con las técnicas sociales, económicas y ambientales en el tema (p.57).

Asimismo, Barroso (2008) encontró en su estudio empresas que no son socialmente responsables. El autor analizó 40 empresas de Yucatán, México con el propósito de verificar si los directivos entienden lo que consiste la RSE, y si creen que son necesaria para el éxito sus organizaciones. A través de una entrevista semiestructurada, el estudio reveló que los entrevistados relacionaron la RSE con la calidad de vida en la organización y la contribución a la sociedad, incluso, algunos lo relacionan con filantropía. Sin embargo, sus esfuerzos están

encamino hacia la imagen empresarial para atraer a los clientes por medio la calidad de sus productos y servicios, lo cual “es un actitud mercantilista y limitada” (p.8).

Cabe resaltar que, pocas empresas relacionaron la RSE con la protección del ambiente. En ese sentido, Barroso (2008) concluyó que no solamente las ganancias económicas, el apoyo a los trabajadores sociales ni el mejoramiento de la calidad de negocio lo que hace una empresa socialmente responsable. “Si las empresas practican la RSE en el sentido amplio del concepto, las ganancias serán el resultado de su compromiso hacia todos y la sociedad, serán la recompensa de su compromiso social éxito.” (Barroso, 2008, p.8).

Hay estudios que confirman que las empresas en los tiempos de crisis aumentan su preocupación por los asuntos medioambientales y sociales promoviendo proyectos sostenibles que van encaminados al bienestar de los grupos de interés y los resultados de la empresa (Miras-Rodríguez et al., 2015). Sin embargo, Padilla, Bustamante y Vidal (2017) determinaron en su estudio que no existe una relación significativa entre la RSE y el desempeño financiero.

En concreto, los autores analizaron la relación de las prácticas de RSE y el desempeño financiero de varias empresas ecuatorianas del sector industrial del plástico. El estudio llevó acabo un cuestionario cualitativo-cuantitativo a 192 empresas. El estudio reveló que existe una relación significativa entre los pilares de responsabilidad económica y ambiental con respecto al patrimonio y, además, entre la responsabilidad social y el rendimiento sobre las ventas o activos. De esta forma, Padilla, Bustamante & Vidal (2017) señalan que:

las inversiones a favor de las comunidades y del medio ambiente generan un impacto positivo sobre el rendimiento del capital invertido”; y que el incremento del nivel de ingresos puede verse positivamente influenciado por las estrategias dirigidas a la satisfacción de clientes y trabajadores. (p.100)

Por su parte, estudios previos como Cheung (2011) y Hillman y Keim (2001) respaldan el efecto positivo que tiene las prácticas sostenibles en el rendimiento empresarial. Por ejemplo, Martínez y Frías (2015) manifiestan que existe una relación bidireccional entre la RSE y el desempeño financiero. Especialmente, las empresas que invierten más en prácticas económicas, sociales y ambientales, generan un efecto positivo en esa área. Asimismo, Battaglia et al. (2014); Frynas y Yamahaki (2016), señalan que la inversión de la RSE produce beneficios en las ganancias empresariales. Incluso, mejora la relación con stakeholders, aumento el capital, recursos y mejora el rendimiento financiero.

Ali, Danish & Asrar-ul-Haq (2019) también evidencia la relación positiva entre la RSE y el rendimiento financiero. Los autores estudian la imagen corporativa y la satisfacción del cliente en relación con la RSE y el desempeño financiero. A través de un diseño transversal, los autores llevaron a cabo 520 cuestionarios en 229 empresas que cotizan en la bolsa de valores en Pakistán. Los resultados de la investigación muestran que las empresas que inviertan en las prácticas de RSE puede obtener ganancias y además influyen positivamente en la imagen corporativa y aumentando así la satisfacción de los clientes. Ali, Danish & Asrar-ul-Haq (2019) concluyen que la RSE afecta el rendimiento financiero de una empresa al desarrollar una imagen positiva por parte de los clientes.

Por otro lado, así como hay estudios que se enfocaron en conocer la percepción que tienen los propietarios de las empresas sobre las prácticas de RSE, del mismo modo, se evidencia estudios sobre la percepción de los empleados. Por ejemplo, López, Ojeda y Ríos (2017) analizaron desde la perspectiva del capital humano, los factores que tuvieron mayor incidencia sobre la RSE. El estudio adoptó el modelo de RSE basado en la norma ISO 26000, la cuales examinan las variables como medio ambiente, derechos humanos, prácticas laborales, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación y desarrollo

de la comunidad. El estudio realizó encuestas a 68 empleados en una empresa que elabora de productos de fumigación.

Los resultados demuestran que las variables como el medio ambiente, calidad laboral, la ética entre las relaciones con grupos de interés, participación con la comunidad influyen positivamente en la percepción del capital humano sobre la RSE. Un hallazgo relevante del estudio es la percepción cambia de acuerdo con el género. Es decir, el género femenino percibe con mayor relevancia las prácticas de RSE, como, el respeto a los derechos humanos y el compromiso de la empresa con la sociedad (p.44).

En resumen, las empresas cada vez son más consciente en la incidencia que tiene las prácticas empresariales sobre el medio ambiente y el entorno social (Correa, Gallopin y Núñez 2005). Ahora, el reto es ser capaz de alinear sus objetivos empresariales con los retos que surgen en el entorno ambiental.

### **2.1.2 Responsabilidad social empresarial en sector transporte**

El sector público está cada vez más activo en la práctica de RSE (Perrini et al., 2006). Fox et al. (2002) señalan que las entidades públicas sobre la RSE consisten en varios requisitos como facilitar, colaborar y promocionar; sin embargo, éstos deben ser socialmente responsables.

Lamprinidi y Kubo (2008) señalan las razones por la cuales el sector público debería tener más interés en informar sobre sostenibilidad. Por un lado, se encuentra la necesidad de demostrar los esfuerzos por el cambio climático; asimismo, compartiendo los informes de sostenibilidad y los beneficios que ha traído. Y por el otro lado, presentar información sobre sus acciones con los stakeholders, liderazgo, entre otros.

En el caso del transporte público cobra mayor relevancia debido al impacto que tiene sus actividades sobre el ecosistema y la rentabilidad social que esta genera. Hay evidencias de estudios donde examinan las prácticas de RSE que están implementado este sector; sin

embargo, falta analizar con mayor profundidad el sistema de transporte, en especial en Colombia.

El estudio *“Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España”* que expone Solano, Plaza & Flores (2015) se observaron si las empresas de transporte público urbano difunden información sobre RSE. Para ello, los autores analizaron las páginas web de 17 empresas de transporte público urbano. A través de un análisis de contenido, los resultados demostraron que la información que divulgan las páginas web en relación con RSE son escasas. En cuanto a las dimensiones analizadas, existe una claridad sobre la visión de seguridad y salud laboral en la categoría social; pero son pocos los programas que fomentan la satisfacción laboral. En cuanto a la dimensión económica, la información que más resaltó fue la transparencia. No obstante, las acciones medioambientales fueron la más completa. Los autores concluyeron en su estudio que las empresas presentan un nivel bajo en cuanto a la divulgación de información sobre RSE.

Por su parte, también se evidencia modelos aplicables para medir las prácticas de RSE. Se destaca el estudio *“Modelo de indicadores de responsabilidad social empresarial social para el sector de la logística y el transporte”* de González, Gento y Olivella (2013). Los autores propusieron un modelo de indicadores para ayudar a las empresas pertenecientes al sector de la logística y transporte evaluar y mejorar sus objetivos de RSE, con el fin de maximizar sus ganancias económicas y beneficiar a sus grupos de interés. El modelo que desarrollaron estuvo alineado con el GRI, ETHOS o el AECA y la norma internacional ISO 26000:2010.

Asimismo, en Gualaceo, Ecuador se estudió la compañía de transporte urbano *“Gualacense Flota Bus S.A.”* Hernández y Villa (2014), analizan el grado de RSE en la compañía de transporte urbano. Los autores hallaron que la empresa no tiene claro cuáles son

las prácticas de la RSE, lo cual se convierte en obstáculo para sus actividades de responsabilidad social.

En Brasil, se destaca el estudio *“La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad en la cadena de suministro: Estudio de caso en las empresas de logística y transporte brasileñas”* de Gento, Ferreira, Pascual y Redondo (2013). Los autores identificaron y analizaron las prácticas de RSE y visión de sostenibilidad en 20 empresas de logística y transporte de acuerdo con las dimensiones ambiental, social interna, social externa y económica. Los autores encontraron que las empresas analizadas se destacaron por la implementación de actividades de sostenibilidad a través de las directrices de la Guía GRI mostrando una mayor madurez en la implementación de dicho concepto. Asimismo, las empresas tienen relaciones con organizaciones e instituciones que promueven la RSE y el desarrollo sostenible.

De acuerdo con la información de divulgación, las empresas poseen un espacio especial en sus páginas web para describir y listar las actividades que llevan a cabo con respecto a la RSE, reflejando el interés de las organizaciones por comunicar sus acciones a sus grupos de interés. Además, las herramientas utilizadas por las organizaciones para la sostenibilidad de sus operaciones son: Gestión integrada de Calidad, Medio Ambiente, Salud y Seguridad y metas financieras con las certificaciones de ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001.

De acuerdo con la Guía GRI, los autores señalan que estos indicadores y evaluar ayudan a las organizaciones a medir sus acciones de acuerdo con las dimensiones de la RSE, lo cual les permite un mayor control en las prácticas que realizan. Gento et al. (2013) concluyeron en su estudio que las organizaciones poseen una visión clara sobre la trascendencia de las prácticas y acciones de RSE y de sostenibilidad a pesar de que

actualmente hay una gran demanda por parte de los grupos interés y de la sociedad por exigir que las empresas sean socialmente responsables.

En contraste, estos resultados no se evidenciaron en el estudio de titulado “*Corporate Social Responsibility in passenger transport companies*” de Arimany, Sabata y Uribe (2019). Los autores de esta investigación evaluaron la interacción de datos financieros del sector y no financieros (RSE) de las empresas de transporte de pasajeros en el área metropolitana de Barcelona. Los autores utilizaron el análisis de los estados financieros de 30 empresas que compone la marca Busmet en el período 2008 al 2016 y una metodología exploratoria de la RSE identificados por la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresa (AECA). En la RSE evaluaron los sitios webs de las empresas y los indicadores ambientales, sociales, de gobierno corporativo y estabilidad laboral, a través de un cuestionario.

El estudio resalta que los datos financieros entre 2008 y 2016 han venido creciendo, la cual las empresas Busmet han planteado un modelo exitoso proporcionando equilibrio en el sector del transporte. Ahora bien, en el estudio exploratorio, el 50% de los sitios web carecen de indicadores de RSE (gobierno, ambiental, social y corporativo). El 66% muestran indicadores sobre emisiones de gases y generación de residuos, y el 33% brindan información sobre consumo de agua y energía. De hecho, ninguna plataforma incluye indicadores de Gobierno corporativo.

Sin embargo, algunos sitios web publican las certificaciones, como, ISO 9001 (calidad de sus servicios) ISO 14001 (aspectos ambientales), OHSAS 18001 (prevención de riesgos laborales) y ISO 50001 (gestiones eficientes de energías). Cabe destacar que el 60% de sitios webs brindan información sobre los empleados y solo 30% especifica temas sobre diversidad de género del persona, capacitación y creación de empleo. Arimany, Sabata & Uribe (2019) concluyeron que, a pesar de que las empresas poseen los estándares reconocidos no comunican de forma efectiva los datos no financieros, por lo que sería importante señalar



los indicadores ya que el sector transporte tiene una repercusión en lo social, ambiental y en lo económico.

Por otra parte, dependiendo del servicio que ofrece las empresas de transporte la satisfacción de los pasajeros puede ser positiva o negativa. Yu-Hern y Chung-Hsing (2017) manifiestan que las prácticas de RSE puede ser un aporte para lograr satisfacer las necesidades en la medida de que las empresas sean coherente con el medio ambiente y sean socialmente responsables con los servicios que ofrece a los usuarios.

En ese sentido, Yu-Hern y Chung-Hsing (2017) se interesaron en examinar el efecto que tiene las políticas de RSE sobre la lealtad de los clientes en los servicios de los autobuses de Taiwán. El estudio titulado “*Corporate Social Responsibility and customer loyalty in intercity bus services*”, específicamente propone un nuevo modelo para examinar cómo la RSE afecta la lealtad del cliente en los servicios de autobuses interurbanos y cómo esto tiene una relación con la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

La investigación utilizó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para probar las hipótesis y una encuesta que se distribuyó aleatoriamente a 386 pasajeros de la compañía en cuatro ciudades de Taiwán. Los resultados indicaron que la RSE tiene un impacto positivo en la imagen corporativa y en la calidad del servicio. En contraste, la RSE no generó ese mismo efecto en la satisfacción del cliente y en la lealtad del cliente. Por su parte, la imagen corporativa incidió positivamente en la satisfacción del cliente y esta a su vez presentó un efecto directo con la lealtad del cliente. Sin embargo, la calidad del servicio no tuvo efecto en la lealtad del cliente.

Para examinar porque la RSE no tuvo efecto positivo en los indicadores mencionados, los autores llevaron a cabo un estudio adicional para examinar los efectos de los medidores. El estudio halló que la RSE ayudaría a fortalecer la lealtad de los clientes a través de la

satisfacción de los usuarios; y también influiría en la satisfacción de cliente por medio de la imagen corporativa.

En ese sentido, Yu-Hern y Chung-Hsing (2017) concluyen en su estudio que, la imagen corporativa es importante como medidor para una relación positiva entre RSE y la lealtad de los clientes. En otras palabras, si la empresa de autobuses interurbanos de Taiwán pone en práctica la RSE ayudaría a construir una mejor imagen corporativa y podría tener efectos positivos en la satisfacción del cliente lo que conlleva a la lealtad de los consumidores.

Por otro lado, se destacan otros estudios que analizan los efectos de RSC en el consumidor. Por ejemplo, el estudio *“Efectos de la RSE sobre el consumidor: una aplicación al sector de transporte público terrestre”* de Vila y Gimeno (2010), comprobaron los efectos que incita el desarrollo de acciones sostenibles de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el transporte público terrestres en áreas urbanas. El interés de los autores por enfocarse en este sector es por los esfuerzos que están realizando los distintos operadores en la práctica de RSC: mejora de calidad de sus servicios y medidas con el medioambiente.

Vila y Gimeno (2010) encontraron que, una organización que promueve y es reconocida por las actividades de RSC permite una mejoría en la imagen percibida, la cual conlleva a generar una actitud favorable hacia dichas empresas y sus productos. Es decir, la RSC tiene un impacto positivo directo en la imagen de la empresa. Asimismo, él estudio confirmó que la mejora de la imagen tiene resultados directos en las actitudes y en las intenciones de compra por parte de los usuarios.

Con respecto al sector transporte terrestre, los autores sugieren que los directivos del transporte público presten mayor atención a las prácticas de RSC, especialmente por el alcance que tiene sobre la imagen en una empresa. Asimismo, se les recomienda ser empresas socialmente responsables porque le permitirá generar cambios en las actitudes de los usuarios

y en la intención de compra. De hecho, utilizar de forma estratégica las RSC les permitirá posicionar una nueva imagen siendo más competitivo en el mercado.

Ahora bien, con el avance tecnológico de la información, la economía compartida ha empezado a modificar la sociedad y el mundo empresarial actualmente (Lee, Chan, Balaji & Chong, 2018). Por ejemplo, en el contexto de transporte, Uber ha sido un modelo que ha crecido rápidamente (PwC, 2015). Los servicios de transporte compartido han permitido que las empresas implementen de forma aceleradas prácticas de RSE, por ejemplo, estudios como de Nina (2017) y Wu & Wang (2014) se destacan por explorar cómo la economía compartida y las actividades de RSE pueden obtener beneficio en la economía y la comunidad.

En el estudio de Nina (2017) titulado *“The Sharing Economy, Uber, and Corporate Social Responsibilities”*, expone que Uber como organización se adentra en la discusión entre la economía colaborativa y su papel de acatar las normas de responsabilidad social; incluso ha permitido redefinir lo que es el concepto de Responsabilidad Social.

En ese contexto, surgen investigaciones como de Jeon, Lee & Jeong (2020) que analizan cómo las prácticas de RSE (medio ambiente, economía y ética) de una empresa influye en las actitudes de los clientes y en la preferencia de empresas de servicios de viajes compartido como Uber. En su estudio *“Perceived corporate social responsibility and customers behaviors in the ridesharing service industry”*, los autores llevaron a cabo una encuesta y se realizaron pruebas de modelo de ecuaciones estructurales (SEM) y análisis factorial (CFA) para confirmar la hipótesis planteada por la investigación.

Los resultados del estudio determinaron que la RSE tuvo impacto significativo en las actitudes de la marca por la percepción de los clientes y la conexión propia de la marca. Sin embargo, no se evidenció un efecto directo con la preferencia de marca de los clientes. Además, la investigación reveló que los clientes perciben la dimensión ética como más significativa dentro de las dimensiones de prácticas de RSE en una organización.

De acuerdo con estos resultados, Jeson, Lee & Jeong (2020) concluyen que, cuando los usuarios observan que una empresa de servicios de transporte compartido implementa actividades de RSE enfocados en la dimensión económica, ambientales y éticas, las percepciones que tienen sobre dicha empresa influyen positivamente en la actitud de la marca y a su vez, en la conexión de la marca. En ese sentido, los autores afirman que esta investigación demuestra cómo las prácticas de RSE puede mejorar en las actitudes de los clientes y su conexión con la marca influyendo en los resultados empresariales.

En el contexto colombiano, también se evidencian estudios sobre prácticas de RSE en el sector del transporte. El parque automotor en el Valle de Aburrá en Antioquia ha sido analizado por investigadores como Delgado, Herrera, Gallón y Álvarez (2016) y Naranjo (2017). Una de las razones por la que esta Área Metropolitana ha sido estudiada es debido a la contaminación que sufre Medellín y su alrededor, a pesar de que la ciudad cuenta con el mejor sistema de transporte público.

Delgado et al. (2016) en su investigación titulado *“La responsabilidad social empresarial una mirada a la aplicación en el s*

*ector transporte público automotor”*, analizaron todas las empresas dedicadas a esta actividad intermunicipal del Área Metropolitana conforme a las tres dimensiones de la Guía GRI: económico, social y ambiental. A través de un enfoque mixto, el estudio reveló que solo el 25% de las empresas del sector realizaron prácticas socialmente responsables. De hecho, se encontró que el 17% de las empresas divulgan información en sus páginas web sobre actividades relacionadas con RSE. Delgado et al. (2016) señalaron que el RSE es nuevo para el sector, por lo que algunas empresas están empezando a explorar las prácticas para obtener un impacto económico, equilibrio ambiental y desarrollo sostenible en su entorno.

De acuerdo con la Guía GRI (2013), de las 56 actividades que identificaron los autores sobre RSE que realizan en el Área Metropolitana, solo 26 se realizan en la categoría

desempeño social, 8 en el tema económico y social, 7 solo económico, 8 en la categoría medio ambiente y 1 combina económico y lo ambiental, y, finalmente, solo 1 empresa aplicó las tres categorías. De hecho, algunas empresas tenían actividades que no se ajustaban a las RSE. Los autores concluyeron que solo dos empresas implementan las prácticas de RSE de manera sobresalientes.

Delgado et al. (2016) manifiestan que las empresas analizadas aplican la RSE de forma empírica, es decir, sin ningún sustento teórico y metodológico. Por lo que, es necesario proponer modelos en la integración del sistema de transporte en el Valle de Aburrá.

Un año más tarde, Naranjo (2017) en estudio *“Responsabilidad social empresarial en las empresas de transporte público urbano del Área Metropolitana del Valle de Aburrá”* examinó las empresas del Código de clasificación internacional uniforme -CIU- 492: “Transporte de pasajeros”, específicamente, las formas de gestión medioambiental, aspectos teóricos y legales que están practicando, con el fin de conocer si sus actividades económicas están causando daño al medio ambiente.

A través de encuestas realizadas a 61 empresas, el estudio reveló que las empresas están cumpliendo con la normativa legal para desempeñar sus actividades. Sin embargo, sus iniciativas para promover la RSE para minimizar el daño ambiental son escasas. En palabras del autor, “no hay interés por generar medidas medioambientales que contrarresten los fenómenos causados por su actividad económica” (p.73).

El autor manifestó que, los resultados de su investigación no concuerdan con lo que la comunidad percibe, ya que el Área Metropolitana del Valle de Aburrá junto con la ciudad de Medellín, son unas de las regiones más contaminadas de Suramérica. Por lo tanto, Naranjo (2017) sugiere que otras investigaciones formulen otras preguntas como “¿cuál es el rol que están cumpliendo los entes encargados de regular y vigilar que las leyes medioambientales

que rigen a las empresas de transporte público urbano se cumplan?” (p.73); ya que, según las encuestas, de las 61 empresas solo una ha sido sancionada por incumplir las normas.

Naranjo (2017) concluye en su investigación que:

las iniciativas particulares y autónomas de Responsabilidad Social Empresarial -RSE- o sostenibilidad ambiental de cada empresa de transporte público urbano son limitadas, puesto que las acciones que hacen lo ven como un gasto y no como una inversión. (p.74)

En definitiva, estudios como Hernández y Villa (2014); Solano, Casado & Flores (2015); Delgado et al. (2016) y Naranjo (2017); Arimany, Sabata & Uribe (2019) en transporte público y urbano evidencia falencias y dificultades de las prácticas de RSE en ese sector. Especialmente, en la falta de información y de sustento teóricos que les permitan conocer a profundidad la importancia de la implementación de la RSE y, sobre todo, porque perciben estas prácticas como gastos y no una inversión.

No obstante, otros estudios como el de Vila & Gimeno (2010) y Yu-Hern & Chung-Hsing (2017) confirman el valor que tienen las prácticas de RSC en la imagen corporativa y en los usuarios si las organizaciones del sector transporte empiezan a implementar esta práctica. Los autores coinciden que la imagen corporativa por medio de RSE puede ser una estrategia para llegar a los clientes que conlleva un efecto positivo en las actitudes de las marcas.

Por otra parte, investigadores de Nina (2017); Wu y Wang (2014); Jeon, Lee y Jeong (2020) han destacado en sus estudios la importancia de las prácticas de RSE en la economía compartida, específicamente en el servicio de transporte compartido como Uber. En ese sentido, las prácticas de RSE en el sector de transporte sigue siendo un desafío por seguir explorando, ya que aún existe pocos estudios que exploren a mayor profundidad esta temática. Además, estos hallazgos arrojan luz sobre cómo las organizaciones del sector transporte implementan las actividades de RSE mostrando sus fortalezas y debilidades dentro

de la práctica, lo que nos lleva a examinar esta temática en el contexto local. En consecuencia, el presente estudio pretende abordar esta temática para conocer en materia las prácticas de RSE en una empresa de transporte reconocido en Colombia.

Tabla 1

*Antecedentes sobre la RSE en las empresas del sector transporte*

<b>Autor</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Interpretación</b>	<b>Dimensión</b>
<b>Vila &amp; Gimeno (2010)</b>	Hasta qué punto las actividades de RSE tiene un efecto en el consumidor. Específicamente, el estudio escoge una empresa de transporte público para verificar si las acciones de RSE tiene una incidencia en la actitud de compra y en sus productos y/o servicios. Se concluye que las acciones de RSE tiene impacto positivo en la imagen percibida, la cual conlleva a una actitud adecuada hacia dichas empresas y sus productos.	Las acciones de RSE no solo trae ventaja en el negocio competitivo, sino que además tiene un efecto en los usuarios y en su imagen percibida.	Dimensión económica; social; ética; legal; medioambiental. El conocimiento de una empresa y sus productos; La actitud que despierta en el consumidor, y el comportamiento de compra.
<b>Gento, Ferreira, Pascual &amp; Redondo (2013)</b>	Teniendo en cuenta el concepto de Desarrollo Sostenible, la Responsabilidad Social (RS) como entidad social le concierne la responsabilidad de la sociedad y el medio ambiente para un desarrollo sostenible. Brasil, país que se destaca en temas de RSE, se analiza las empresas logística y transporte en tema de sostenibilidad. Se concluye que las empresas poseen una visión clara sobre la estrategia de negocio sostenible.	Las organizaciones que implementan RSE y estrategias de negocios sostenible pueden tener la capacidad de atender la demanda actual y crear valor a los grupos de interés aumentando la ventaja competitiva en el sector.	Principios de la sostenibilidad; política de RSE, ambiental y salud/seguridad. Certificaciones
<b>Hernández &amp; Villa (2013)</b>	Analizan el grado de RSE en la compañía de transporte urbano de Ecuador. Los autores hallaron que la empresa no tiene claro cuáles son las prácticas de la RSE, lo cual se convierte en obstáculo para sus actividades de responsabilidad social.	Algunas empresas de transporte tienen poco claro la visión de ser consideradas socialmente responsables. Por lo general, sus prácticas están orientadas en aspectos medioambientales, dejando por fuera otras dimensiones que son importantes dentro de la práctica.	
<b>Escamilla, Casado &amp; Flores (2015)</b>	Debido a los cambios gubernamental sobre la transparencia, se realizó una estudio de las empresas de transporte público urbano en	El poco valor que le da las empresas de transporte público a la divulgación de RSE y a la implementación de esta.	Dimensión social Dimensión medioambiental Dimensión económica

---

	relación con el impacto que genera su actividad en PIB y en el desarrollo sostenible en las ciudades de España. Se concluye que las estrategias de divulgación de políticas de RSE tiene un nivel bajo en las empresas, siendo la dimensión ambiental la más completa.	No solo es necesario las estrategias de divulgación de RSE para justificar transparencia, sino darle un valor diferenciador.	
<b>Delgado, Herrera, Gallón &amp; Álvarez (2016)</b>	El desarrollo sostenible es una pieza fundamental en la responsabilidad social, específicamente las RSE, la cual muchas empresas por su afán de generar utilidades no cumplen con las regulaciones en materia ambiental y social. En ese sentido, el sector del transporte del Área metropolitana del Valle de Aburrá ha sido objetivo de estudio para verificar las prácticas de RSE. Se concluye que las empresas aplican la RSE de forma empírica sin ningún sustento teórico y metodológico.	El transporte público y urbano evidencia falencias y dificultades de las prácticas de RSE en ese sector.	Guía GRI: dimensión económica, social y medioambiental.
<b>Naranjo (2017)</b>	Las empresas del Código de clasificación internacional uniforme -CIIU- 492: "Transporte de pasajeros", se analizan con el fin de conocer si sus actividades económicas están causando daño al medio ambiente. Este estudio se centra en el Valle de Aburrá y se concluye que las prácticas de RSE son limitadas, lo cual son vista como un gasto más no como una inversión. Aunque las empresas cumplen con normas, la respuesta de la comunidad no concuerda con lo que demuestra las empresas.	Se plantea cuestionamiento sobre el trabajo que están realizando los entes de control a las empresas para el cumplimiento de las leyes en el sector de transporte en Colombia.	Normativas ambientales (Decreto 02 de 192, 948 de 1995) Resolución 005 de 1995. Certificación ISO 14001
<b>Yu-Hern &amp; Chung-Hsing (2017)</b>	En el transporte público, la funcionalidad de los viajes puede ser un indicador para que la satisfacción de los viajeros aumente o disminuyan; sin embargo, las prácticas de RSE también puede ser una respuesta para satisfacer las necesidades de los viajeros cuando la imagen de la organización está lineada con los aspectos medioambientales y sociales. Se concluye que la imagen corporativa es importante como medidor para una relación positiva entre RSE y la lealtad del cliente.	Si las empresas de sector transporte implementan las actividades de RSE ayudaría aumentar el valor positivo de la imagen corporativa y, a su vez, podría tener un impacto en la satisfacción de los viajeros. La imagen corporativa es una condición fundamental que está relacionada con las prácticas de RSE en una empresa.	

---



<b>Nina (2017)</b>	<p>Dentro de la económica colaborativa, específicamente, servicios de transporte compartidos se adentra en la discusión de las prácticas de RSE. De hecho, la cultura de la economía compartida se inserta en la sociedad para el bien común y buscar equilibrio. En el caso de Uber, una industria no tradicional con pocas regulaciones se adentra en la sociedad para promover el bien común; sin embargo, ha afectado la industria tradicional de taxis.</p> <p>Como menciona Matten y Moon (2008) Uber explora el equilibrio “explícito” de la responsabilidad social y un lado “implícito”.</p>	<p>Dentro de la economía compartida surgen nuevas preguntas y cuestiones entorno a servicios de transporte compartido. Siendo Uber uno de los negocios más populares dentro de la economía colaborativa, cuestionarse sobre la práctica de RSE y evaluar el bien común social que plantea permite explorar más esta temática.</p>	
<b>Arimany, Sabata &amp; Uribe (2019)</b>	<p>En análisis financiero del sector transporte, derivado de la preocupación y el desafío de la sostenibilidad, se debe examinar la interacción entre los datos financieros y no financieros como la RSE en el sector. Esta interacción es fundamental para la toma de decisiones económicas en el sector transporte en tema de actividad financiera.</p>	<p>Teniendo en cuenta que el sector transporte tiene un impacto en el medioambiente debido a los gases que emite los vehículos, invertir en el negocio sostenible se quiere de financiación, de manera que, explorar tantos datos económicos y las prácticas de RSE es relevante en la toma de decisiones empresarial.</p>	<p>Indicadores ambientales; indicadores sociales; indicadores de gobierno corporativo;</p>
<b>Jeon, Lee &amp; Jeong (2020)</b>	<p>El comportamiento del consumidor ha venido cambiado con la nueva cultura de la economía compartida. Incluso, se ha venido estudiando la relación de la RSE con las empresas de economía compartida. En ese sentido, investigar cómo las prácticas de RSE de viajes compartido como Uber afectan la actitud de los clientes y su conexión de la marca arroja luz sobre el comportamiento de los usuarios con respecto a las prácticas de RSE. Se concluye que las prácticas de RSE puede mejorar en las actitudes de los clientes y su conexión con la marca influyendo en los resultados empresariales.</p>	<p>La relación entre la economía compartida y la RSE ha cobrado interés por parte de la academia. Seguir explorando esta área, nos permitirá conocer con mayor profundidad el concepto de RSE en cultura de la economía colaborativa, y como está tiene un impacto de en las empresas y en los consumidores.</p>	<p>Medio ambiente, economía y ética.</p> <p>Actitud de marca de los clientes, conexión de marca propia y la preferencia de marca</p>

Fuente: elaborado por los autores.

## 2.2 Marco teórico

### 2.2.1 Clasificación de teorías de Responsabilidad Social.

El estudio *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory* de Garriga y Melé (2004) agrupa las teorías de RSE en cuatro grupos:

#### 1. Teorías instrumentalistas:

Esta teoría acoge la RSE solo como una estrategia para objetivos económicos y creación de riqueza (Friedman, 1970; Murray & Montanari, 1986; Porter & Kramer 2002, entre otros). Específicamente, las empresas buscan desarrollar actividades de RSE que puedan obtener más beneficios económicos para sus accionistas (Cancino & Morales, 2008).

Dentro de la práctica, se evidencia estudios que determinan la relación entre las prácticas de RSE con el aumento financiero empresarial. Autores Roman, Hayibor, & Agle (1999); Rowley & Berman (2000); Battaglia et al. (2014); Martín y Frías (2015); Frynas y Yamahaki (2016); Ali, Danish & Asrar-ul-Haq (2020) han analizados la relación entre la RSE y el incremento financiero.

Bajo esta teoría se destaca autores como Milton Friedman (1970), la cual señala que “la única responsabilidad de las empresas hacia la sociedad es la maximización de las ganancias para los accionistas dentro del marco legal y la costumbre ética del país” (p.133). En ese sentido, el autor establece que la responsabilidad social recae en el individuo y no en las empresas poniendo énfasis en la separación entre los objetivos socioeconómico y los netamente económico. “Mientras la empresa es un agente generador de riqueza para los accionistas, los individuos deberían ser los encargados de generar actos socialmente responsables” (Cancino y Morales, 2008, p.17).

Por otra parte, bajo esta teoría se destaca el enfoque basado en cómo designar recursos para lograr objetivos sociales y llevar a cabo ventaja competitiva. Autores como Litz (1996) señala que las empresas pueden crear nuevos recursos incluso modificarlos para

generar nuevas estrategias de valor. Dentro de los recursos se habla de la gestión del conocimiento para generar ventaja competitiva. Este conocimiento busca ser compartido entre los miembros que se encuentra adentro (empleados), y fuera de la empresa como cliente, proveedores, contratista, entre otros. (Cancino & Morales, 2008)

Asimismo, hay un tercer enfoque dentro de las teorías instrumentales relacionado con el marketing. Es decir, el marketing social puede ser útil para aumentar las ventas, mejorar imagen y reputación, específicamente, causas benéficas. Dentro de este grupo se destaca autores como Murray & Montanari (1986) donde manifiestan que las actividades socialmente responsables también generan beneficios en la reputación empresarial. En ese sentido, las actividades de RSE también implica un cambio en la percepción en los clientes, es decir, la empresa otorgará responsabilidad social a cambio de que los clientes tengan una percepción sobre la calidad de los productos y/o servicios.

## **2. Teorías políticas:**

Estas teorías centran la RSE en el poder de las empresas y su uso responsable en la sociedad (Davis; 1960; Donaldson & Dunfee, 1994). Específicamente, las empresas tienen que participar activamente en lo social.

Davis (1960) es autor pionero de las teorías políticas, donde señala que mientras que una empresa sea más grande en la sociedad, las decisiones empresariales afectan en el entorno donde se desarrolla. En palabra de Cancino y Morales (2008), Davis da entender que las organizaciones entre más grande sean pueden ser vista como una entidad política, de manera que al tomar dictamen este adquiere un poder que influye dentro de sociedad. A partir de la responsabilidad que asume las organizaciones con la comunidad se origina un “constitucionalismo” donde los objetivos económicos deben estar alineados de acuerdo con el marco institucional y justicia con las relaciones entre los interesados y se deben tener en cuenta tres valores: técnicos, económicos y humanos (Davis, 1960).

Por otro lado, también se destaca Donaldson & Dunfee (1994) donde describen dos enfoques para analizar la ética empresarial. El primero enfoque hace referencia a las normas que establecen las organizaciones de acuerdo con lo que se observa en la realidad de las relaciones entre los individuos (lo que es); y el segundo enfoque corresponde a las normas de acuerdo con el deber ser. De acuerdo con lo anterior, los autores llaman a la interconexión entre los dos enfoques (ética y normativa) como Teoría Integradora de Contratos Sociales (ISCT), en inglés, *Integrative Social Contracts Theory*. Esta teoría busca unir las dos clases de contrato; por un lado, se encuentra el marco-social y el micro-social con el fin de buscar un equilibrio entre ambas.

Asimismo, dentro de las teorías políticas se habla sobre el concepto de ciudadano corporativo que ha ido evolucionando a largo del tiempo. Por ejemplo, Matten, Crane, & Chapple (2003) proponen tres puntos de vista de la “ciudadanía corporativa”. Primero como una vista limitada, es decir, va muy de cerca con la filantropía. Segundo, una vista equivalente a la RSE, el papel de las empresas en la sociedad y tercero la visión extendida de la ciudadanía corporativa donde algunas empresas han ido reemplazando el concepto tradicional de ciudadanía.

Por su parte, Wood & Lodgson (2002) analizan dos componentes del concepto, primero establece un nivel de análisis que corresponde a observar al ciudadano desde una perspectiva local y/o un enfoque global. Y segundo, observar un ciudadano individual y un ciudadano corporativo, es decir, que el ciudadano dentro de la empresa es uno más con derechos y deberes.

### **3. Teorías sobre la ética y la moral:**

Este grupo de teorías destaca autores como Freeman & Reed (1983) Kaku (1997), Annan (1999) y Chomalí y Majluf (2007), que en general, este enfoque señala que las

actividades de RSE están orientadas a los derechos universales o espirituales para lograr el bien en la sociedad.

Por ejemplo, Freeman y Reed (1983) propone que las actividades de RSE, no solo están enfocadas a la gestión interna de la empresa, sino que además deben tener en cuenta a todos los actores que pueden verse afectados directa o indirectamente en el desarrollo de las acciones. Por su parte, Kaku (1997), quien analiza la RSE desde la filosofía japonesa Kyosei llamada “*la filosofía del espíritu de la cooperación*” que consiste en la relación entre las personas y las organizaciones que trabajan para el bien común. Dentro de las teorías también se encuentra el concepto basado en valores como el Desarrollo sostenible, que en un principio se definió con un enfoque ambiental como lo propuso la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (1987), que más tarde se extendió a una dimensión social Gladwin y Kennelly (1995), luego pasó al enfoque corporativo. Wheeler et al (2003) (citado por Garriga y Melé, 2004) señala que la sostenibilidad “es un ideal hacia el cual la sociedad y las empresas pueden esforzarse continuamente, formando valor, recreando resultados que sean sostenibles a largo plazo en relación con la dimensión social, ambiental y económica” (p. 17).

Por parte, en este grupo de teorías se destaca El Pacto Global de la Naciones Unidas planteada inicialmente por Kofi Annan, donde invita a las empresas a cumplir con los diez principios universales para lograr una economía más sostenible. Los diez principios abarcan los Derechos Humanos, Relaciones laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la corrupción.

#### **4. Teorías integradoras:**

Este grupo hace referencia a las empresas que dependen de las demandas y valores sociales para su crecimiento y continuidad. Dentro de estas teorías se destacan autores como Carroll (1979), donde señala que la RSE se debe englobar en diferentes categorías: económica, legal, ética y contribuciones sociales.

Tabla 2

## Clasificación de las teorías RSE

<b>Teoría Instrumentales</b>		
<b>Enfoque</b>	<b>Descripción</b>	<b>Autores</b>
Maximizar el valor de los accionistas.	El objetivo de la RSE es la creación de riqueza del accionista dentro de un marco ético y respetando las leyes.	Friedman (1970).
Asignar recursos para obtener ventajas competitivas a largo plazo.	Inversión en lo social. Visión basada en los recursos. Estrategias para fondo de la pirámide económica.	Porter Kramer (2002); Litz (1996)
Marketing relacionado con la causa.	Actividades socialmente responsables que genere mejoras en la imagen y reputación en la empresa.	Murray y Montanari (1986); McWilliams y Siegel (2001).
<b>Teorías Políticas</b>		
Constitucionalismo corporativo	“Las responsabilidades sociales de los empresarios surgen de la cantidad de poder social que tienen”.	Davis (1960).
Ciudadanía corporativa	Las empresas pasan a ser ciudadanos más con derechos y deberes en un marco que regula sus acciones.	Wood & Lodgson (2002) Matten et al. (2003)
Teoría del contrato social integrador	El contrato social incorpora la realidad de las relaciones entre individuos (lo que es), y las normas de acuerdo con el deber ser.	Donaldson & Dunfee (1994)
<b>Teoría sobre la ética y la moral</b>		
Teoría de los stakeholder	La responsabilidad debe integrar la visión de los grupos de interés.	Freeman (1983).
Derechos universales	La RSE está basada por los derechos universales.	Annan (1999) Pacto Mundial (1999); The Global Sullivan Principles.
Desarrollo sostenible	Integración de consideraciones sociales, ambientales y económicas.	Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo (1987); Wheeler et al. (2003)
El bien común	Las empresas, como grupo social, debe contribuir al bien	Melé (2002); Kaku (1997),

	común o bienestar de la sociedad.	
	<b>Teorías Integradoras</b>	
Gestión de problemas	Las organizaciones pueden identificar y dar respuestas a los problemas y amenazas sociales y políticos que afectan significativamente el entorno.	Wartick & Rude (1986); Greening y Gray (1994).
Principio de responsabilidad pública	Ley y Marco regulatorio que defina las acciones y los compromisos empresariales con los mercados que participan.	Preston y Post (1975; 1981); Jones (1980).
Gestión de las partes interesadas	Integrar las partes interesadas que participan a las tomas decisiones empresariales.	Bendheim et al (1998); Mitchell et al. (1997); Berman et al. (1999).
Desempeño social corporativo	La RSE aborde todos los aspectos de las categoría económica, legal, ética y discrecional.	Carroll (1979; 1991); Schwartz & Carroll (2003); Wartick & Cochran (1985)

Fuente: elaborado por los autores basado en Cacino y Moralas (2008); Garriga y Melé (2004).

### 2.2.2 Modelo de Responsabilidad Social Empresarial.

A analizar el concepto de RSE, Argandoña (2007) propone tres modelos de empresas: el primero se denominado como mecanicista, el segundo psicosociológico, y un tercer antropológico o institucional.

Tabla 3

#### *Modelo de Responsabilidad Social Empresarial*

Modelo	Descripción	Forma de expresión
<b>Mecanicista</b>	Las preferencias se definen bajo un criterio económico, un índice de utilidad y máxima satisfacción en las decisiones.	Maximización de la eficiencia de sus procesos, mayor beneficio y valor económico.
	Motivación que conlleva a la satisfacción en medida de sus acciones.	Adquisición de ventajas competitivas. Marketing con causa.
	Incluye el grado de satisfacción de los miembros, entre los que se pueden destacar: la motivación, hacer que su trabajo sea útil y genere aprendizaje.	Filantropía Voluntariado. Buen ciudadano

<b>Psicosociológicos</b>	Satisfacción por las acciones realizadas y por las personas que las llevan a cabo.	
	Mayor Interés de la persona en lo que hacer, que puede ser motivado extrínseca e intrínseca.	
<b>Antropológicos</b>	Permite ver las consecuencias de sus actos sobre ellos mismos y sobre los demás, sus acciones están enfocadas en lo que necesitan todos, no solo en las ventajas materiales que puedan causar.	Dinamismo, varían en función de las necesidades de todas las partes interesadas.  Desarrollo sustentable.
	Satisfacciones que genera ciertas acciones que puede producir beneficios a corto plazo, pero tiene consecuencias en tiempo futuro en una empresa de acuerdo a las circunstancias.	

Fuente: elaborado por los autores basado en Argandoña (2007).

El modelo antropológico es el que sustenta la teoría de RSE, ya que abarca las consecuencias que produce las acciones y decisiones a largo plazo en una empresa. Además, ayudan al desarrollo sostenible de las actividades ambientales, sociales y económicas.

### 2.2.3 Principios y conductas de Responsabilidad Social Empresarial.

En ámbito de la RSE responden a una serie de principios y conductas universales, que si bien, no conlleva un cumplimiento legal sino una obligación moral a las empresas (Baca, 2015). Para Arrieta & De la Cruz (2005, p.85) un código es una guía de orientación que refleja la meta que la organización quiere alcanzar. En general, lo considera como un documento público escrito que agrupa todos los objetivos, los valores y los principios que rige la política empresarial. A continuación, se presenta algunas iniciativas internacionales.

*Tabla 4*

Normas y conductas de RSE

	<b>Descripción</b>	<b>Colombia</b>	<b>Referencias</b>
<b>Principios intergubernamentales y códigos de conductas</b>			
Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política	La Declaración EMN proporciona orientación directa a las empresas en lo que respecta a la política social y	OIT en Colombia presenta	<a href="http://www.ilo.org/">http://www.ilo.org/</a>



Social de la OIT (1997). 5ª edición (marzo de 2017).	<p>a prácticas incluyentes, responsables y sostenible en el lugar de trabajo.</p> <p>La OIT introduce nuevas enmiendas a la Declaración que incluye nuevas normas del trabajo adoptadas por la Conferencias Internacional del Trabajo (CIT), la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, los Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos, aprobados por Consejo de Derechos Humanos en 2011.</p> <p>Los principios incorporados que abordan los temas de trabajo decentes son: seguridad social (los gobiernos deben poner en práctica pisos de protección social en el marco de estrategias de extensión de la seguridad social); mecanismo de reparación e indemnización a víctimas de abusos y explotación laboral y el trabajo forzoso (los gobiernos deberían optar medida para prevenir y eliminar trabajo forzoso y proporcionar orientación, y apoyo a los empleados y empresas para mitigar los riesgos); salarios y transición de la economía informal a la formal.</p>	programas realizados en colaboración con los mandatos tripartitas.
Declaración relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la OIT y su seguimiento (1998).	<p>La Declaración, adaptada en 1988, implica a los Estados Miembros a respetar y promover los principios y derechos comprendidos en cuatro categorías. Esta declaración se aplica a todas las personas en todas las naciones independientes de su nivel económico. Las categorías son: libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, eliminación del trabajo forzoso y obligatorio, la abolición del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en el empleo.</p> <p>La Declaración y su seguimiento ofrece tres modalidades a los países, los empleados y trabajadores para ayudar a cumplir sus objetivos de la Declaración:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Examen anual de las memorias</li> <li>(ii) Informe Global.</li> <li>(iii) Proyectos de cooperación técnica.</li> </ul> <p>Las acciones de la OIT en Colombia para 2020-20201 son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(a) Promover el empleo pleno y productivo hacia la formalidad.</li> <li>(b) Generar un entorno propicio para las empresas productivas, sostenible y responsables.</li> <li>(c) Promover una agenda de trabajo decente.</li> <li>(d) Protección a la población migrante.</li> </ul>	Es miembro de la OIT desde 1919 y ha ratificado 61 convenios. El convenio más reciente es el núm. 189 sobre las trabajadoras y trabajadores domésticos ratificado en mayo 2014.
Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE (2011).	La OCDE contienen principios y normas conformes con las leyes aplicables y las normas reconocidas internacionalmente. Las Directrices tienen como objetivo promover la contribución positiva de las empresas al progreso económico, medioambiental y social en todo el mundo.	Colombia se convertirá en miembro de la OCDE una vez que haya tomado las medidas apropiadas a

<http://www.ilo.org/>

<http://www.oecd.org/about/>

	<p>Los gobiernos de 42 países miembros y no miembros de la OCDE llevaron a cabo, en mayo de 2010, la actualización de las Directrices.</p> <p>Los cambios fueron los siguientes: (a) un nuevo apartado sobre derechos humanos, acorde a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos. (b) Un enfoque nuevo y amplio en relación con el principio de la debida diligencia y con la gestión responsable de la cadena de suministro. (c) Empleo y relaciones laborales. (d) Lucha contra la corrupción, las peticiones de soborno y otras formas de extorsión. (e) Medio ambiente; Intereses de los consumidores (f) Divulgación de información y Cuestiones tributarias. Y finalmente, una agenda con el propósito de ayudar a las organizaciones en el cumplimiento de sus responsabilidades a medida que surgen nuevos retos.</p>	<p>nivel nacional para adherirse al convenio de la OCDE.</p>
<p>Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos (2011).</p>	<p>Los Principios Rectores tiene como objetivo de mejorar las normas y prácticas en relación con los temas en relación con las empresas y los derechos humanos a fin de obtener resultados tangibles con el fin de ayudar a las personas que son afectadas.</p> <p>Estos principios se en varios reconocimientos: (a) las obligaciones que deben tener los Estados de respetar, proteger y cumplir los derechos humanos y las libertades fundamentales. Esto incluye el deber de proteger contra las violaciones de derechos humanos cometidas por terceros, incluidas las empresas. (b) El papel que deben cumplir las empresas con todas las leyes aplicables y respetar los derechos humanos. (c) seguimiento de los casos que se están presentando por incumplimiento.</p>	<p>Colombia tiene una guía de los Principios Rectores sobre Empresa y DDHH financiado por la Cooperación Española en alianza con Sustenta Innovación Social de España y Fundación DIS de Colombia.</p>
<p>Iniciativa de Comercio Ético (1998).</p>	<p>Es una alianza entre miembros de empresas, sindicatos, organizaciones voluntarias, ONG, gobiernos, sindicatos que acuerdan optar el Código Base de prácticas laborales de ETI para establecer colectivamente buenas prácticas en el comercio ético. Además, desarrollan capacitación y recursos para el aprendizaje, proporcionando herramientas para ayudar a las empresas a poner en prácticas las políticas comerciales éticas.</p> <p>El Código Básico de la ETI tiene nueve principios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) El empleo libre.</li> <li>(2) Se respetarán la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva.</li> <li>(3) Las condiciones de trabajo serán seguras e higiénicas.</li> <li>(4) No se permitirá el trabajo infantil.</li> <li>(5) salario digno.</li> <li>(6) No exceso de horas laborales.</li> <li>(7) No habrá discriminación.</li> <li>(8) Se proporcionará un trabajo regular.</li> <li>(9) No es permitido el trato inhumano.</li> </ol> <p>La Perspectiva 2020 es una estrategia para que ETI junto con los miembros permanezcan a la vanguardia del comercio ético. Esta estrategia significa ser</p>	<p>68 compañías que operan en más de 140 países de todo el mundo están afiliadas a la ETI.</p> <p>Colombia hace parte de los miembros.</p>

---

Pacto Mundial (Global Compact).	Transparente en la realización de actividades y Responsable de aceptar la responsabilidad de las acciones.	Colombia hace parte del Pacto Mundial y creó un programa titulado “Corporación Red Local del Pacto Global Colombia”. El objetivo de la Red Colombiana es establecer una plataforma de participación que promueva el respeto, apoyo y compromiso de las organizaciones en la construcción del desarrollo sostenible.	<a href="https://www.pactoglobal-colombia.org/">https://www.pactoglobal-colombia.org/</a>  <a href="https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/">https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/</a>
Principios voluntarios sobre la seguridad y los derechos humanos para el sector extractivo (2000).	<p>Los Principios Voluntarios (PV) es una iniciativa de gobiernos, organizaciones internacionales no gubernamentales, entre otros, que fortalecen la capacidad de abordar problemas de seguridad para sus operaciones y los derechos humanos en temas comerciales a nivel mundial. Los principios se dividen en tres componentes: (i) Evaluación de riesgos; (ii) empresas y seguridad pública y (iii) empresas y seguridad privada.</p> <p>Los Principios Voluntarios tiene como base algunas normas de orden internacional como: Declaración universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948) Derecho Internacional Humanitario.</p>	Desde el 2009, Colombia es miembro vinculado a la iniciativa internacional de los Principios Voluntarios (PV).	<a href="http://www.voluntaryprinciples.org/">http://www.voluntaryprinciples.org/</a>

---

	<p>Código de Conducta de las Naciones Unidas para Funcionarios encargados de hacer cumplir la ley. (ONU, 1979).</p> <p>Principios Básicos sobre el empleo de la fuerza y armas de fuego por funcionarios de hacer cumplir la ley (ONU, 1990).</p>	
<p>Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas: fomentar la responsabilidad social en las empresas.</p>	<p>El Libro Verde tiene como objetivo fomentar la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, especialmente, sobre como fomentar el desarrollo de prácticas innovadora, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación.</p> <p>El Libro Verde describe las siguientes temáticas: Responsabilidad social de las empresas: Dimensión interna: Gestión de recursos humanos. Salud y seguridad en el lugar de trabajo; Adaptación al cambio; Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.</p> <p>Dimensión externa: Comunidades locales; Socios comerciales, proveedores y consumidores; Derechos humanos; Problemas ecológicos mundiales.</p>	<p><a href="http://www.europarl.europa.eu/">http://www.europarl.europa.eu/</a></p>
<p>Código Básico de Prácticas Laborales de la Confederación Sindical Internacional (CSI).</p>	<p>La CSI promueve la defensa de los derechos de los trabajadores, a través de la cooperación internacional entre sindicatos, campañas globales y defensas dentro de las principales instituciones mundiales.</p> <p>La CSI presenta diferentes áreas que incluyen sindicales y derechos humanos; economía, sociedad y lugar de trabajo; igualdad y no discriminación; y solidaridad internacional.</p>	<p>La Confederación de Trabajadores de Colombia (CTC) está afiliada a la Confederación Sindical Internacional (CSI).</p>
<p>Principio de derechos Humanos para empresas Amnistía Internacional (1998).</p>	<p>Amnistía Internacional es una organización mundial de activistas que trabajan para promover derechos humanos reconocidos internacionalmente.</p> <p>El trabajo de la Amnistía Internacional se centra en poner fin a los abusos contra el derecho de la integridad física y mental, a la libertad de conciencia y a la no discriminación.</p> <p>Asimismo, la Amnistía promueve a las empresas la libertad de expresión de sus empleados. Las empresas tienen el deber de proteger los intereses (salud, seguridad, etc.) de los trabajadores.</p>	<p>Colombia hace parte de los países de Suramérica que apoyan a la Amnistía Internacional.</p> <p><a href="https://www.ituc-csi.org/">https://www.ituc-csi.org/</a></p> <p><a href="http://www.amnesty.org">http://www.amnesty.org</a></p>

Fuente: elaborado por los autores basado en Baca (2015)

### 2.2.4 Normas de Responsabilidad Social Empresarial.

Las normas definen mejores prácticas de hacer una cosa en muchas áreas, que son redactadas por un conjunto de expertos que definen criterios precisos para que se puedan

utilizar como regla, guía o definiciones. Las normas de gestión proporcionan conocimiento y herramienta a las organizaciones que tiene como meta establecer y alcanzar los objetivos empresariales que les ayude a tener una mayor ventaja competitiva (bsi, 2020.; Norma ISO, 2020). Para Baca (2015) éxito de las normas depende del nivel de aceptación que tengan en el mercado. A continuación, se menciona las más reconocidas.

*Tabla 5*

Normas de RSE

Normas con respecto al lugar de trabajo	Descripción	Normas que aplica Colombia	Referencias
Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (1991) modelo para la excelencia empresarial.	Se encargada de actualizar las buenas prácticas que se están llevando en las organizaciones en tema de excelencia en gestión. Es un marco de evaluación, pero al mismo tiempo es un modelo de gestión para el cambio y para medir la capacidad de crear valor a largo plazo de una organización.	El modelo EFQM es validado en Colombia.	<a href="http://www.efqm.org/">http://www.efqm.org/</a>
AA (AccountAbility) 1000 SES Marco de compromiso de la parte interesada.	<p>El Modelo EFQM de Excelencia es un instrumento práctico que ayuda a identificar y entender la naturaleza de los negocios de las organizaciones. Asimismo, ayuda a establecer un sistema de gestión apropiado, midiendo en qué punto se encuentra la organización dentro del camino hacia la excelencia, detectando falencias y estableciendo acciones que ayuden a mejorar.</p> <p>El Modelo de Excelencia está basado en nueve criterios: Liderazgo; Política y Estrategia; personas (beneficios entre las metas organizacionales y personales); Alianzas y recursos; Procesos, productos y servicios; Resultados en los clientes; Resultados en las personas; Resultado en la sociedad (Responsabilidad social Empresarial) y Resultados comerciales.</p> <p>La norma AA1000SES (Stakeholder Engagement System) está diseñada para la evaluación, diseño, implementación y comunicación de la participación de las partes interesada en la calidad.</p> <p>La norma tiene en cuenta los principios de AA1000APS que son: Integridad (la organización infórmate debe tener incluido suficiente información relevante sobre las actividades, productos, servicios, niveles de desempeño e impacto).</p> <p>Relevancia (la información suministrada de la organización debe formar una opinión correspondiente a tomas de decisiones con respecto a la empresa).</p> <p>Receptividad – capacidad de respuesta (la organización informante da respuesta a las preocupaciones de los stakeholders, y comunica adecuadamente su respuesta a público sobre la RSE).</p>		Morros & Vidal (2012). Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: FC Editorial <a href="http://www.accountability.org/">http://www.accountability.org/</a>

---

ISO 45001 norma internacional de Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Laboral.	<p>Accesibilidad (el informe debe estar al alcance de los distintos grupos de interés). Evidencia (la organización tiene prueba suficiente que respalde la información de RSC).</p> <p>La norma ISO 45001 llevará la gestión de la Seguridad y la Salud en el Trabajo y buscará una mejora continua de la organización. Se centra en el contexto de la empresa y en la gestión de riesgo. No solo se limita a la incertidumbre, sino que aprovecha las diferentes circunstancias que pueden mejorar el desempeño.</p> <p>La norma 45001 toma importancia la coyuntura de la organización y la participación de los empleados en todos los niveles. Introduce nuevos conceptos de riesgo y oportunidades.</p>	<p><a href="https://www.nueva-iso-45001.com/2018">https://www.nueva-iso-45001.com/2018</a></p>
ISO 9000: 2015 – Sistema Gestión de la Calidad.	<p>La ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación de organismos nacionales de normalización. La ISO 9000:2015 que, sustituye la norma ISO 9000:2005, proporciona los conceptos los principios y vocabulario para los sistemas de gestión de la calidad (SGC), e introduce base para otras normas de SGC. Esta norma ayuda comprender los conceptos fundamentales de gestión de calidad para implementar de forma eficaz y eficiente un SGC y obtener un mayor valor a otras normas. El objetivo de la norma es concientizar a las organizaciones sobre su compromiso para satisfacer las necesidades de sus clientes y las partes interesadas por medio de los productos y servicios que ofrecen.</p>	<p>La norma participa en el sector empresarial en Colombia y fue ratificada por el Consejo Directivo de ICONTEC.</p> <p><a href="https://www.iso.org/">https://www.iso.org/</a></p>
ISO CR MSS (Normas ISO de Sistemas de Gestión de la Responsabilidad Social).	<p>En junio 2002 se presentó el informe elaborado por el Comité ISO de Política de Consumo (ISO Copolco) sobre la viabilidad y convivencia de desarrollar unas normas ISO de <i>sistema de gestión de la responsabilidad social</i> (inicialmente denominada ISO CR MSS).</p> <p>Los consumidores y las ONG apoyaron la creación de una ISO certificable, mientras que los empresarios, los sindicatos y los países en vías de desarrollo fueron favorable a una ISO a modo de <i>guía, no certificable</i>.</p> <p>En el 2004, tras la Conferencia ISO sobre Responsabilidad Social, con el apoyo del Instituto de Normas Sueco (SIS), el Consejo de Gestión Técnica de la ISO acordó que la organización podría añadir valor desarrollando una norma sobre Responsabilidad Social que se llamaría ISO 26000.</p>	<p>Navarro, F. (2013). Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica. <i>ESIC EDITORIAL</i>.</p>
ISO 26000 de Responsabilidad Social (2010).	<p>La ISO 26000 es una guía internacional voluntaria (no es una norma de certificación) que, tiene como objetivo fomentar que las organizaciones del sector público y privado lleguen más allá del cumplimiento de la ley, es decir, reconocer que la ley es fundamental para cualquier organización. Asimismo, la guía busca fomentar la aplicación de mejores prácticas de responsabilidad social en todo el mundo.</p>	<p>Navarro, F. (2013). Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica. <i>ESIC EDITORIAL</i>.</p>

---

	<p>Las siete Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que desarrolla la guía son: Derechos humanos; Prácticas laborales; Medios ambiente; Prácticas operacionales justas; Temas de consumidores; Gobierno de la organización; Participación y desarrollo de la comunidad.</p> <p>La ISO 26000 proporciona orientación sobre: Conceptos, términos y definiciones relacionados con la RS. Antecedentes, tendencia y características de RS. Principios y prácticas de RS. Identificación e involucramiento de la parte interesada.</p>		<a href="http://www.iso.org/">http://www.iso.org/</a>
ISO 14001:2015 – Sistema de gestión ambiental.	<p>La ISO 14001 proporciona a las organizaciones un marco para proteger el medio ambiente y responder a los ambientales cambiantes guardando proporción con las necesidades socioeconómicas.</p> <p>La norma especifica todos los requisitos para establecer un Sistema de Gestión Ambiental eficiente, que permita a las empresas conseguir los resultados deseados y contribuir al desarrollo sostenible mediante, así como, protección del medio ambiente utilizando la prevención. Mitigar los impactos ambientales. Ayudar a las organizaciones a cumplir con la legislación. Comunicar la información ambiental a las partes interesadas. Conseguir beneficios financieros con alternativas ambientales que fortalecen el mercado.</p>	ICONTEC ratificó las Normas Técnicas Colombianas NTC-ISO 14001:2015.	<a href="https://www.iso.org/">https://www.iso.org/</a>
ILO-OSH 2001 — Directrices sobre Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de la OIT.	<p>Estas directrices tienen como objetivo contribuir a proteger a los trabajadores contra los peligros y a eliminar las lesiones, enfermedades, dolencias, incidentes y muertes relacionada con el trabajo. En el nivel nacional, las directrices deberían: (a) servir para crear un marco nacional para el sistema de gestión de la SST. (b) cumplimiento de reglamentos y normas con vistas a la mejora continua de los resultados de la SST, (c) y facilitar la orientación tanto las directrices nacionales como las directrices específicas sobre la gestión de la SST con el fin de responder de manera adecuada las necesidades reales de las organizaciones, de acuerdo con su tamaño y naturales de sus actividades. A nivel de la organización, las directrices proponen: (a) facilitar orientación sobre la gestión de la SST en la organización como un componente de las disposiciones en materia de política y de gestión y (b) motivar a los miembros de la organización para que apliquen los principios en busca de la mejora continua de los resultados de la SST.</p>	Colombia elaboró el decreto 1443 de 2014, la cual dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).	<a href="http://www.ilo.org/">http://www.ilo.org/</a>
EMAS (Eco Management and Audit Scheme).	<p>EMAS es un instrumento de gestión desarrollado por la Comisión Europea para que las empresas y otras organizaciones evalúen, informen y mejoren su desempeño ambiental. EMAS abarca todos los sectores económicos y de servicios y es aplicable a nivel mundial. EMAS proporciona: credibilidad, transparencia y reputación. Gestión mejora de riesgo y</p>		<a href="http://ec.europa.eu/environment/emas/">http://ec.europa.eu/environment/emas/</a>

---

oportunidades ambientales. Desempeño ambiental y financiero y empoderamiento y motivación mejorados de los empleados.

---

Fuente: elaborado por los autores basados en Baca (2015)

Tabla 6

Informes de RSE

	Descripción	Colombia	Referencia
AA1000 (Normas de aseguramiento AccountAbility).	La AA1000, la segunda edición de la norma de Aseguramiento de AccountAbility, se desarrolla con el fin de garantizar la credibilidad y calidad del desempeño en materia de sostenibilidad. Asimismo, proporciona a las organizaciones un conjunto de principios reconocidos internacionalmente para que entienda, administren, implementen y evalúen la sostenibilidad.		<a href="http://www.accountability.org/">http://www.accountability.org/</a>
Global Reporting Initiative GRI (1999).	GRI es una organización internacional pionera en sostenibilidad, la cual ayuda a las organizaciones y gobiernos a comunicar su impacto en cuestiones de sostenibilidad, así como, cambio climático, derechos humanos, gobernanza y bienestar social. Lo anterior con el fin de crear beneficios sociales, ambientales y económicos. El GRI posee cuatro indicadores: medioambientales, sociales (prácticas laborales y trabajo decente, derechos humanos, sociedad y responsabilidad del producto), económicos (grado de influencia económica que la empresa informante tiene sobre los stakeholders) e integrados. Las cuatro áreas de enfoque son: (I) Crear estándares y pautas para avanzar en el desarrollo sostenible. (ii) Armonice el panorama de la sostenibilidad. (iii) Informe de sustentabilidad eficaz y eficiente del plomo. (iv) Impulsar el uso efectivo de la información de sostenibilidad para mejorar el desempeño. Asimismo, la Guía GRI tiene principios divididos en cuatro grupos: 1. Transparencia, globalidad y auditabilidad. 2. Exhaustividad, relevancia y contexto de sostenibilidad. 3. Precisión, neutralidad y comparabilidad. 4. Claridad y prioridad.	Colombia es socios de capacitación certificados GRI en el país	<a href="https://www.globalreporting.org/">https://www.globalreporting.org/</a>

Fuente: elaborado por los autores basado en Baca (2015)

### 2.3 Marco conceptual

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial actualmente posee diversas definiciones que abarcan múltiples enfoques y distintos alcances (Bustamante & Lattuada, 2012). Entre ellos se encuentran definiciones desde una perspectiva social, económica,



ambiental, sostenibilidad, ética, legal, tecnológica, incluso política. En cada una de las áreas, permite entender el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, y el impacto positivo en el entorno social, pero desde diferente vigor.

### **2.3.1 Responsabilidad económica.**

La responsabilidad económica se encamina hacia la eficacia y la productividad, especialmente, las estrategias que están dirigidas a la creación de valor en los diferentes grupos de interés. Así como, en el caso de los accionistas, mantener la transparencia en sus actuaciones y la utilización adecuada de las inversiones conlleva a una relación de confianza de la empresa con el mercado (De la Cuesta & Valor, 2003); en clientes, ofrecer productos y servicios de calidad y atendiendo las necesidades (Kliksberg, 2006); en los accionistas, garantizar un buen uso de su capital; y para proveedores, ofreciendo precios justos sin el abuso del poder del mercado (De la Cuesta & Valor, 2003).

Según Morros & Vidal (2012) la dimensión económica en la RS tiene efectos directos e indirectos. La primera hace referencia a una incidencia en el mejoramiento en el entorno laboral, proporcionando un mayor compromiso de los empleados con la empresa y aumento en su productividad. Y la segunda, hace alusión al aumento del interés de los consumidores e inversionistas en el mercado. Por su parte, Bateman & Snell (2005) afirmaron que la responsabilidad económica consiste en producir bienes y servicios que sea rentable para los negocios y que satisfaga sus obligaciones hacia los accionistas.

No obstante, Navarro (2008) indica que la dimensión económica no es la única área que necesita una organización para ser socialmente responsables. También implica la preocupación social y el medioambiente. En ese sentido, el autor considera que la dimensión económica incluye el impacto financiero de la empresa sobre su entorno, por lo tanto, esta dimensión implica también otros ámbitos más allá de lo financiero.

Por su parte, Scholtens (2008) manifiesta una idea similar a lo señalado por Navarro (2008). El autor señala que existe dos relaciones entre desempeño financiero y la RSC. El primero indica que un desempeño en el área económica está relacionado con las inversiones que realizan mejorando el funcionamiento ambiental y social. Y segundo, ese buen funcionamiento ambiental y social permitirá un buen desempeño financiero debido al manejo adecuado de los recursos naturales en la producción.

### **2.3.2 Responsabilidad social**

Las responsabilidades sociales suponen que la corporación no solo tiene obligaciones económicas y legales, sino también ciertas responsabilidades para con la sociedad que se extienden más allá de estos compromisos. De hecho, la empresa forma parte un grupo social y es ente transformador de su entorno (Martínez, 2011).

A partir de este enfoque, en primera instancia, la responsabilidad corporativa se práctica con los empleados a través de políticas coherentes con los recursos humanos; y en segundo lugar con proyectos sociales con las comunidades y diferentes grupos de interés (Zorilla, 2017). Martínez (2011) señala que la RS es el compromiso que tiene las organizaciones en contribuir en el desarrollo de calidad de vida de los empleados y familiares y de la comunidad en general, mejorar la seguridad y salud laboral. Por tanto, se empieza a introducir y discutir conceptos como derechos humanos, discriminación, derechos laborales, entre otros. Por ejemplo, la OIT desarrolla ampliamente el tema de los derechos de los trabajadores en las empresas.

Morros & Vidal (2012) define la acción social de la empresa como “el conjunto de acciones no lucrativas de la empresa, cuya misión es contribuir a mejorarla calidad de vida de las comunidades donde actúa, mediante proyectos sociales, formativos, culturales o medioambientales” (p.76). En ese contexto, las organizaciones tienen un compromiso con el apoyo y mejora de los problemas sociales, así como, la contaminación, discriminación,

respeto a las culturas y comunidades. Según Martínez (2011, p.30) la responsabilidad social “es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestras organizaciones”. Por lo tanto, la responsabilidad social adecuada de los negocios es domesticar al dragón, es decir, convertir un problema social en oportunidad y beneficio económicos, en capacidad productiva y en competencia humana.

Por otro lado, la RSE entiende que la productividad empresarial está asociada con la calidad de vida de la gente y teniendo una visión integral de la sociedad. En ese sentido, el éxito de las empresas está influenciado por la relación que existe con la sociedad, ya que no son entidades separadas, sino que hay interrelación entre ambas (Ospina & Soledo, 2013).

Cabe destacar que las actividades que llevan a cabo las empresas relacionadas con la comunidad traen beneficios para sus marcas. Por ejemplo, mejora la imagen de la empresa, aumenta su visualización, amplía su mercado, se relaciona con el sector público (Morros & Vidal, 2012). En síntesis, bajo el contexto colombiano, marcado por la exclusión, las empresas tienen el reto de buscar prácticas y estrategias que fortalezcan las competencias sociales de las organizaciones (Martínez, 2011).

### **2.3.3 Responsabilidad medioambiental**

La responsabilidad medioambiental comprende la gestión de los recursos utilizados en la producción de las empresas. A lo largo de los años, las decisiones y acciones de las organizaciones al nivel mundial ha tenido un impacto de los recursos naturales y ambiental, por lo que se empezó a destacar iniciativas, normas, estándares que contribuyen a la disminución de los impactos que tienen las actividades empresariales en el medio ambiente.

Morros & Vidal (2012) define la política empresarial con el medio ambiente como:

La capacidad de suministrar a precios competitivos bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas, y mejoren la calidad de vida al tiempo que vayan reduciendo progresivamente los impactos ambientales, así como el consumo de recursos a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio. (p.64).

De la misma manera, Ospina & Soledo (2013) señalaron que la visión medioambiental de una empresa vela por la preocupación por éste, la cual sus actividades están orientadas hacia el cuidado de su entorno. También sugieren que estas actuaciones buscan satisfacer sus necesidades con sus propios recursos, pero sin comprometer los recursos de las futuras generaciones. Y es ahí donde se introduce el término desarrollo sostenible que, básicamente, el informe Brundtland<sup>i</sup> lo define como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

Por otra parte, la teoría de Porter (como se citó en Morros & Vidal, 2012) menciona que las empresas con liderazgo en temas de estándares ambientales, transforma el reto ambiental en oportunidad de mercado y en ventaja competitiva. Esta práctica permite conocer las fortalezas y debilidades de las empresas en el área ambiental, conocer mejor el mercado, analiza la competencia, entre otras características. Del mismo modo, Vidal (2014) señaló que la gestión medioambiental tiene resultados en mejora de los productos y servicios, imagen de la empresa, ampliación de mercado, favorece la confianza entre los interlocutores, entre otros aspectos.

En otras palabras, las prácticas de RSE tiene un compromiso en cada ámbito, ya sea económico, social o ambiental, que si bien, permite comprender el comportamiento de las empresas en cada área. Sin embargo, esta práctica no consiste en una acción puntual y concreta, sino que incluye otras áreas, incluso más allá de lo legal. Por lo tanto, la consecución de un desarrollo competitivo empresarial permea las consecuencias ambientales, social y el impacto financiero. Las tres dimensiones se conocen como *triple bottom line* (TBL), la cual diferentes autores han expuesto el concepto de RSE desde esta perspectiva. A continuación, se menciona algunos aportes de autores a la definición de la RSE.

### 2.3.4 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Actualmente no hay una definición concreta sobre la responsabilidad social en las empresas, ya que el concepto ha venido evolucionando a lo largo de los años. Empezando por las primeras aportaciones del término de Bowen en la década de los 50, la cual se habla del hombre de negocio que tiene a cargo una empresa y se espera que sea razonablemente responsables ante la sociedad, teniendo una visión más allá de la filantropía empresarial. Pasando por las contribuciones de Carroll (1979) sobre un concepto que unificara las distintas visiones de la RS, y muchos otros autores como Sethi (1975), Drucker, P. (1984) y Carroll (1991).

Pasando de un modelo tradicional cuyo objetivo era la creación de valor, ahora se destaca las empresas socialmente responsables que se enfoca en el desarrollo sostenible y el *Triple Bottom Line* o “Cuánta de Triple Resultado”. Este último término propuesto por Elkington (1998) (como se citó en García, 2015) destaca que las empresas se deben medir en tres líneas: económica, sociedad y medioambiental. No obstante, estas tres dimensiones no solo miden una empresa socialmente responsable., también se incluyen otros enfoques como tecnológico, legal, stakeholders, entre otros.

Según Puentes, Antequera & Velasco (2008) estas empresas se destacan por gestión en temas también sociales y medioambientales, considerando los intereses de los stakeholders. En otras palabras, la gestión de la RSE en basado en la dimensión social, económica y medioambiental.

Cuesta & Valor (2003, p.11) definen que RSC “es el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores”. Por su parte, Antelo & Robaina (2015) sostienen que la RSE es el compromiso que asumen una organización con el

desarrollo económico, mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y su familia, y de la sociedad en general.

No obstante, la RSE no solo es definida desde enfoque de triple *botton line*, Ibarra (2014) señala que el concepto también implica, preocupación de los grupos de interés tanto internos y externos, siendo una estrategia de competitividad de inclusión. Asimismo, lo manifiesta Henríquez & Oreste (2015). Los autores afirmaron que la RSE va más allá de los resultados financieros, donde también se compromete con la gestión de los procesos y transparencia con los stakeholders internos y externos, colaboradores, cliente, distribuidores.

Por su parte la Comisión Europea (COM, 2011) plantea que la RSC permite que las organizaciones integren las áreas económica, social y ambiental, destacando la colaboración con los grupos de interés en busca de un desarrollo sostenible, el respeto por los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores.

De acuerdo con todo lo anterior, las diversas definiciones como de Morros & Vidal (2012); Martínez, (2014), Vidal (2014) y Ospina & Soledo (2013), Ibarra (2014) permite inferir la noción de que la RSE implica un desafío más allá del crecimiento económico y la producción. Estas definiciones de RSE apunta a una gestión estratégica empresarial de desarrollo sostenible, donde las necesidades propias de las organizaciones no pongan en peligro las necesidades de las generaciones futuras. Por lo tanto, esto implica que las prácticas empresariales incluyan una responsabilidad en lo económico, es decir, la transparencia justa con los acciones, proveedores, clientes; también una responsabilidad para con la sociedad destacando indicadores de derechos y seguridad laboral; compromiso con lo social y la comunidad; y por último, una responsabilidad ambiental, enfocada a que los recursos utilizados por las empresas tengan el menor impacto en el ecosistema destacando así estrategias ambientales que les permita tomar mayor ventaja competitiva.

En ese sentido, la presente investigación tendrá como base las definiciones de RSE desde las dimensiones económica, social y ambiental, para conocer y describir las prácticas y las actividades que están llevando una empresa del sector de transporte en Colombia. Específicamente, se escogieron las dimensiones definidas por la Guía GRI para describir cómo éstas se llevan a cabo en la empresa de transporte.

### **2.3.5 Dimensiones de Responsabilidad Social Corporativa según el GRI.**

La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI, presenta una lista de principios y un manual de aplicación para la elaboración de memoria por parte de las organizaciones. Esta Guía también es un referente internacional para las empresas que están interesadas sobre el enfoque de las organizaciones en los aspectos económicos, social y ambiental.

El origen de la guía se dio en 1997 cuando Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) desarrollaron un guía aplicable a los tres ámbitos básicos de una organización: medioambiental, económico y social. En la iniciativa participaron empresas, organizaciones no gubernamentales (ONG), asesorías, académicos entre otros, lo cual se pretendía que estos homogeneizaran las reglas tanto para las empresas como para los usuarios de dichos informes (Vidal, 2014).

Según Vidal (2014), la misión de la GRI como organización es mostrar los pasos para que las organizaciones puedan producir una mejor calidad de presentación de los informes de sostenibilidad a sus grupos de interés y facilitar una toma de decisiones de RSC más integral. La guía busca ayudar a las organizaciones de la siguiente manera:

- Presentar una visión clara sobre el impacto humano y ecológico que produce el negocio con el fin de tomar medidas.
- Tener informados a los grupos de interés sobre las necesidades e intereses.

- Respetar los principios de elaboración de memoria que se encuentra establecidos para garantizar la transparencia.
- Comparar las memorias de sostenibilidades con otras organizaciones.
- Sus informes deben integrar las tres dimensiones del concepto de la sostenibilidad: económico, social y ambiental.

La primera propuesta de la Guía fue en 1999 y se denominó “Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad”. En el 2002 se presentó la segunda versión sobre el desarrollo sostenible. La tercera generación de las líneas de la GRI fue en 2006 y el año 2011 se actualizó la versión conocida como 3.1. Y finalmente, en el 2011 se empezó a trabajar en una cuarta versión y para el 2013 presentación la nueva G4, que es la guía que tendrá como base para definir las dimensiones en la presente investigación.

### **2.3.6 Dimensiones de la Guía para la elaboración de memoria de sostenibilidad.**

La cuarta versión de la Guía, G4, tiene como objetivo ayudar a elaborar memorias de sostenibilidad, específicamente, recoger datos pertinentes sobre los temas más relevantes de cada organización relacionadas con la sostenibilidad y pueda convertirse en una práctica habitual empresarial. Los contenidos básicos específicos de la Guía presentan tres categorías: la económica, la ambiental y la social (Global Reporting Iniciativa, 2018).

#### ***2.3.6.1 Dimensión Economía.***

La dimensión económica hace referencia al impacto financiero que las empresas tienen en la sociedad y el flujo de capital entre los distintos grupos de interés. Los aspectos son los siguientes:

##### ***2.3.6.1.1 Desempeño económico.***

Este aspecto hace referencia a varios puntos: primero, al valor económico directo generado (ingresos) y el valor económico distribuido (gastos operativos, sueldos y prestaciones de los empleados; pagos a los proveedores de capital; gastos a los gobiernos e



inversiones en comunidades). Segundo, las consecuencias económicas y de otros riesgos y oportunidades que se derivan del cambio climático que puedan provocar cambios significativos en las actividades de la organización. Tercero, cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones. Cuarto, el valor económico de la organización que ha recibido de entes del gobierno (ayuda a la inversión, becas de investigación, desgravaciones y créditos fiscales, entre otros).

#### *2.3.6.1.2 Presencia en el mercado.*

El siguiente aspecto hace referencia, por un lado, a la inversión significativas en infraestructuras y los tipos de servicios de la organización, incluyendo, los impactos que se producen o pueden producir en las comunidades locales. Y, por otro lado, los impactos indirectos positivos y negativos de la organización, así como, cambios en la productividad de la empresa, impacto económico de la mejora o deterioro de las condiciones sociales y ambientales, impacto del uso de producto y servicio, entre otros.

#### *2.3.6.2 Dimensión Medio ambiente.*

La dimensión medioambiental hace referencia a los impactos de una empresa a los sistemas naturales vivos e inertes, como los ecosistemas, el agua, el aire y el suelo. Los aspectos son los siguientes:

##### *2.3.6.2.1 Materiales.*

Este aspecto hace alusión a los materiales (renovables y no renovable) empleados para producir los principales productos y servicios de la organización.

##### *2.3.6.2.2 Energía.*

Indica el consumo energético interno (electricidad; calefacción; refrigeración y vapor) y consumos externos. Asimismo, la intensidad energética, la reducción del consumo energéticos de los productos y servicios.

#### *2.3.4.6.3 Agua.*

Este aspecto hace alusión a la captación de agua según las fuentes, así como, aguas superficiales, subterráneas, pluviales, residuales de otra organización y suministro de agua municipal o de otras empresas de agua. Del mismo modo, incluye las fuentes de agua que han sido afectadas por la captación de agua, porcentaje de agua reciclada y reutilizada.

#### *2.3.4.6.4 Emisiones.*

En la guía, este aspecto indica lo relativo a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), las sustancias que afectan a la capa de ozono y otras emisiones atmosféricas significativas. La información de este aspecto se basa en los requisitos del *Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte del Protocolo de GEI* del Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD). El informe incluye una clasificación de emisiones de gases que se divide en 3 alcances: El alcance 1 son las emisiones directas producidas por los centros propiedad de la organización o bajo su control. El alcance 2 son las emisiones indirectas, es decir, al generar la electricidad, calefacción, refrigeración, etc. Y el alcance 3 son la emisión indirecta, pero que se producen fuera de la organización.

#### *2.3.6.2.7 Transporte.*

Este aspecto describe los impactos ambientales de transporte de producto y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como, el transporte personal.

#### ***2.3.6.3 Dimensión Social.***

El desempeño social de la sostenibilidad está enlazado con la repercusión de las actividades organizacionales en el sistema social en los que ejecuta. Esta dimensión presenta varias subcategorías: prácticas laborales y trabajo digno; Derechos humanos; sociedades y

responsabilidad sobre productos. Cabe resaltar que la mayoría de las subcategorías se basan en normas y referencias internacionales.

#### *2.3.6.3.1 Prácticas laborales y trabajo digno.*

Los aspectos que incluye las subcategorías son las prácticas laborales que se fundamenta en normas reconocidas internacionalmente.

- Empleo: incluye prestaciones sociales para los empleados de jornada, completa, temporales y media jornada y números de contrataciones y rotación de empleados.
- Salud y seguridad en el trabajo: porcentajes de trabajadores que tienen representación en los comités formales de seguridad y salud. Asimismo, tasa de lesiones, enfermedades profesionales y número de víctimas mortales en el trabajo. Trabajadores que tienen algún riesgo elevado de determinadas enfermedades. Salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.
- Capacitación y educación: promedio de capacitaciones anuales por empleado; programa de formación continua que fomente la empleabilidad de los trabajadores y ayuden a cubrir carreras profesionales; porcentaje de trabajadores que llevan a cabo evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional.

#### *2.3.4.6.2 Derechos humanos.*

La subcategoría de Derechos humanos engloba información sobre los casos relativos a los derechos humanos y los cambios en la capacidad de los grupos de interés para ejercer sus derechos.

- No discriminación: hace referencia a los casos de discriminación y las medidas correctivas que se han adoptados.
- Medidas de seguridad: números de capacitaciones que lleva acabo la organización sobre las políticas o procedimientos en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.

#### *2.3.6.3.3 Sociedad.*

En esta subcategoría el efecto que tiene una organización en la sociedad y en las comunidades locales. Los aspectos son los siguientes:

#### *2.3.6.3.4 Responsabilidad sobre productos.*

Esta subcategoría enfatiza sobre los aspectos relacionados a los productos y servicios que afectan directamente a los grupos de interés, especialmente a los clientes. Los aspectos que conforman esta subcategoría son:

- Salud y seguridad de los clientes: categorías de productos y servicios que tienen impacto en temas de salud y seguridad para promover mejoras. También incluye incumplimientos de normativas o códigos relativos a los impactos y servicios en la salud.

### **2.3.7 Principios de elaboración de memoria de sostenibilidad.**

Los principios de elaboración de memoria de sostenibilidad hacen parte de la guía GRI para lograr transparencia en las organizaciones y que estas logren aplicarlos. Los Principios se dividen en dos grupos: los Principios para determinar el contenido de la memoria y los Principios para determinar la calidad de la memoria (Global Reporting Initiative, 2013). El presente trabajo tendrá como base el primer grupo de los principios para conocer el contenido de memoria de la empresa Expreso Brasilia en su informe de sostenibilidad en relación con las prácticas de RSE adoptadas.

#### ***2.3.7.1 Principios para determinar el contenido de la memoria.***

##### *2.3.7.1.1 Participación de los grupos de interés.*

La organización debe indicar cuáles son sus grupos de interés y explicar cómo ha respondido a sus expectativas e intereses razonables. La participación de los grupos de interés es fundamental ya que son una referencia básica para que las empresas tomen decisiones al momento de elaborar informe de sostenibilidad en relación con la RSE.

### *2.3.7.1.2 Contexto de sostenibilidad.*

La memoria ha de presentar el desempeño de la organización en el contexto más amplio de la sostenibilidad. En otras palabras, con este principio se pretende que la empresa refleje cómo contribuye o intenta contribuir en el futuro, a la mejora de las condiciones, los avances y las tendencias en los aspectos económicos, ambientales y sociales en todos los ámbitos. Si la organización solo se enfoca en el desempeño individual, es decir, en beneficio a la organización, esto no responderá a lo anterior. Por lo tanto, es necesario describir el desempeño de la empresa en relación con la demanda de recursos ambientales o sociales a nivel local, nacional e internacional.

### *2.3.7.1.3 Materialidad.*

Este principio aborda dos aspectos: (i) reflejar los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización y (ii) influir en las decisiones de los grupos de interés. Reflejar tanto los aspectos sociales, ambientales y económicos de una organización puede incidir en las dediciones de los grupos de interés.

Cabe destacar, que para este principio es indispensable reconocer los Diez Principios del Pacto Mundial ya que refleja las 3 dimensiones. Al comprometerse con el Pacto Mundial de reconocer el proceso y los resultados que se integran. (Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Stichting Global Reporting Initiative, 2014)

## **2.4 Operacionalización**

En la Tabla 7 se muestra la operacionalización con las dimensiones, subdimensiones y los indicadores que se van a estudiar en la presente investigación.

Tabla 7

## Operacionalización

---

**Pregunta General:** ¿Cuáles son las prácticas de Responsabilidad Social de la empresa Expreso Brasilia S.A.?

---

**Objetivo General:** Describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Expreso Brasilia S.A.

Objetivos	Variable	Dimensiones	Subdimensiones	Indicador
Describir las dimensiones de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Expreso Brasilia S.A.	Responsabilidad social empresarial	Económica		Desempeño económico. Presencia en el mercado. Consecuencias económicas indirectas.
		Medio ambiente		Materiales Energía Agua Emisiones Transporte
		Social	Prácticas laborales y trabajo digno.  Derechos Humanos.  Responsabilidad sobre productos.	Empleo Capacitación y educación  No discriminación Medidas de seguridad  Salud y seguridad de los clientes Privacidad de los clientes Cumplimiento regulatorio
Identificar los principios de sostenibilidad que aplica Expreso Brasilia S.A. en sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.		Principios de memoria de sostenibilidad.	Principios para determinar el contenido de la memoria.	Participación de los grupos de interés. Contexto de sostenibilidad. Materialidad

Definir acciones para mejorar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Expreso Brasilia S.A.

---

Fuente: elaborado por los autores.

### **Capítulo III**

#### **3. Metodología**

La presente tesis tiene como objetivo de investigación describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Expreso Brasilia S.A. Por ello, a continuación, se aborda el proceso metodológico que guiaron el desarrollo de este estudio para alcanzar este y los otros objetivos propuestos.

##### **3.1 Enfoque epistemológico**

Se llevó a cabo una recolección y análisis de datos para responder a las preguntas de investigación planteadas. Se utilizó el conteo y la medición numérica con fin de establecer patrones en una población, por tanto, el estudio corresponde a un enfoque cuantitativo (Gómez, 2016). Asimismo, este enfoque permitió medir las variables de las dimensiones RSE que plantea la organización.

##### **3.2 Tipo y diseño de investigación**

El estudio intenta describir las características y los aspectos más importante de un fenómeno a partir de unas variables establecidas, específicamente las dimensiones de las prácticas de RSE en una empresa del sector transporte en Colombia, por ende, la tesis es de carácter descriptivo.

Por otra parte, el estudio se orientó bajo un diseño investigativo de corte transversal, ya que se recolecta datos en un tiempo único donde posteriormente los resultados describirán el estado en el que estaba la población al momento de recolectar la información (Gómez, 2016).

##### **3.3 Población y muestra**

La investigación se llevó acabo en la empresa Expreso Brasilia S.A. ubicada en Barranquilla. La población estuvo constituida por 20 colaboradores de cargos administrativos altos y medio altos de la Empresa (Tabla 7).

Expreso Brasilia S.A es una empresa constituida como sociedad anónima, con sede principal en la ciudad de Barranquilla. Su actividad principal es el servicio de transporte terrestres automotor de pasajeros por carretera, potencializando su servicio público especial corporativo y turístico, transporte de carga terrestre y mensajería y servicios complementarios. La empresa tiene como visión lograr que sus clientes experiencias placenteras de viajes siendo líderes en cobertura y cumplimiento en el servicio de transporte de pasajeros, así como en el crecimiento de negocios conexos, garantizando el desarrollo sostenible de la organización.

Expreso Brasilia recorre 70 millones de kilómetros al año, conectando más de 750 destinos nacionales e internacionales como Lima, Perú, ofreciendo atención, servicio, tecnología y un parque automotor moderno.

*Tabla 8*

Total, de encuestados

<b>Cargos</b>	<b>Total, de encuestados</b>
Gerentes	5
Directivos	1
Coordinadores	6
Analistas	3
Jefes	3
Accionistas	1
Auxiliar	1

Fuente: elaborado por los autores

### **3.4 Técnicas y fuentes de recolección de información**

Para la recolección de información, este estudio utilizó la técnica de investigación la encuesta para obtener datos más sistemáticos sobre una población. Asimismo, el cuestionario permite traducir las variables de estudio en un listado de preguntas con el propósito de que los sujetos brinden información para medir las variables y las dimensiones establecidas para llegar a los indicadores propuestos en el estudio (Urbano & Yuni, 2006).



La encuesta estuvo conformada por 28 preguntas Likert y preguntas cerradas. La encuesta contempla preguntas de acuerdo con las dimensiones e indicadores propuesto en la tabla de operacionalización (tabla 9).

### **3.5 Técnicas de procesamiento de la información**

La encuesta se realizó a través de cuestionario Google que fueron enviados por sistemas electrónicos. La aplicación de instrumento se hizo de forma individual. El levantamiento de datos fue realizado en el mes de agosto del 2020.

Una vez recolectada la información los datos fueron tabulados en Excel.

## **Capítulo IV**

### **4. Resultados**

Esta sección se describen los resultados obtenidos en la recolección de información de las prácticas de RSE de la empresa Expreso Brasilia S.A para dar respuesta a los objetivos específicos de investigación planteados. En la primera parte, las dimensiones y los principios se analizan de forma individual de acuerdo con los indicadores determinados con cada una. En la segunda parte se desarrolla la discusión y se describe algunas acciones de mejora para el desarrollo de actividades RSE en la organización. Finalmente, se presentará las conclusiones a que llegó la presente investigación.

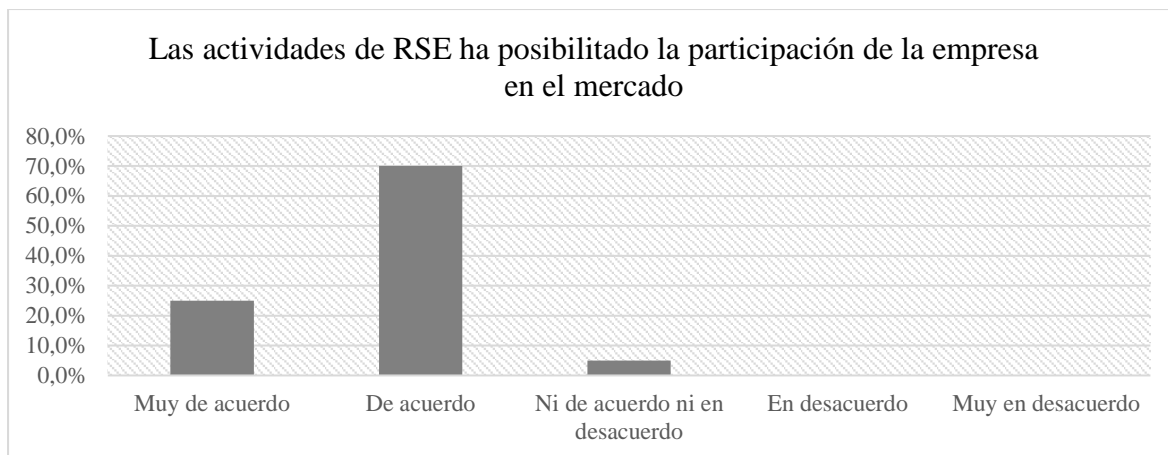
#### **4.1 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial**

De acuerdo con el primer objetivo específico que fue describir las dimensiones de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Expreso Brasilia S.A se detallará los resultados de cada dimensión y sus indicadores.

##### **4.1.1 Dimensión Económica.**

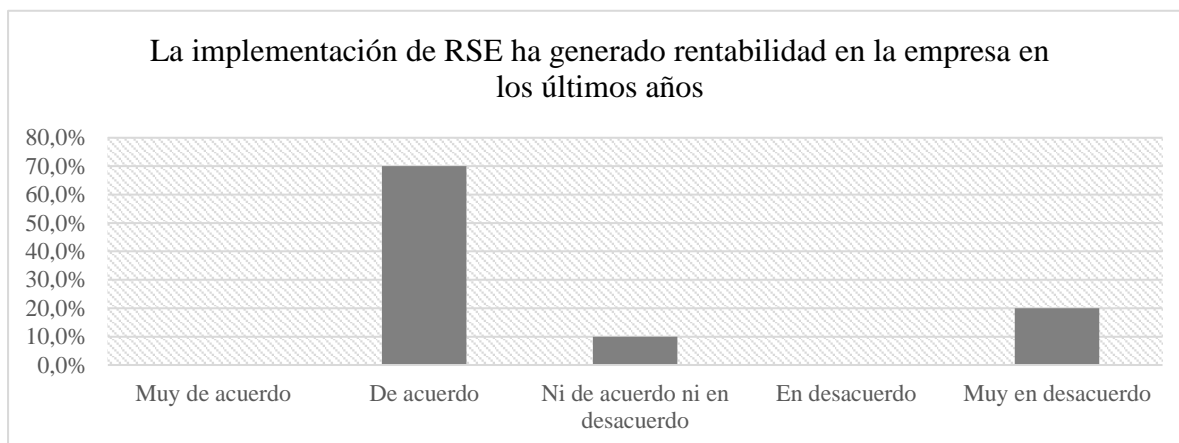
Esta dimensión incluye el indicador desempeño económico, el cual hace referencia a la inversión significativas en infraestructuras y los tipos de servicios de la organización, incluyendo, los impactos que se producen o pueden producir en las comunidades locales.

Los hallazgos del estudio demuestran que, el 70% de los encuestados están de acuerdo con afirmar que las acciones de RSE llevadas a cabo por la empresa ha permitido un crecimiento en la participación en el mercado (Figura 1), generando rentabilidad económica en la empresa (70%) (Figura 2).



*Figura 1.* Participación en el mercado económico

Fuente: elaborado por los autores



*Figura 2.* Rentabilidad económica

Fuente: elaborado por los autores

Por otra parte, inversión en lo social ha sido uno de los pilares en la dimensión económica. Los resultados muestran que la empresa realiza colaboraciones de carácter social, especialmente, donaciones en proyectos, patrocinios y fundaciones universidades y/o instituciones (Figura 3). Los beneficios económicos en relación con las actividades desarrolladas en RSE han arrojado resultados positivos para las organizaciones. Expreso Brasilia se ha caracteriza por su contribución en acciones sociales, por ejemplo, la Fundación Expreso Brasilia.

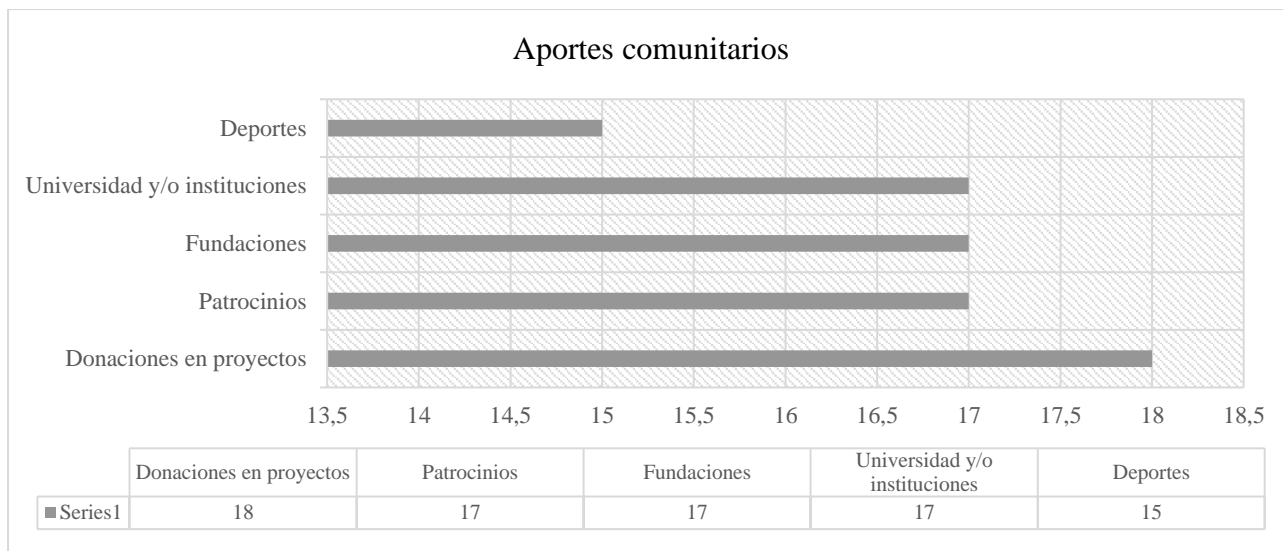


Figura 3. Inversión de la empresa en RSE

Fuente: elaborado por los autores

#### 4.1.2 Dimensión Social.

Dentro del ámbito social, se incluyeron los siguientes subdimensiones: prácticas laborales y trabajo digno, derechos humanos y responsabilidad del servicio ofrecido.

Los resultados indicaron que la empresa tiene en cuenta a la comunidad local para emplear personal (Figura 4). Además, desarrolla programas de formación continua para sus empleados (43%) y capacitaciones para disminuir los riesgos laborales (38%), así como, las actividades de capacitación para los conductores de los buses (Ilustraciones 5 y 6).



Figura 4. ¿La empresa proporciona empleo a la comunidad local?

Fuentes: elaborado por los autores

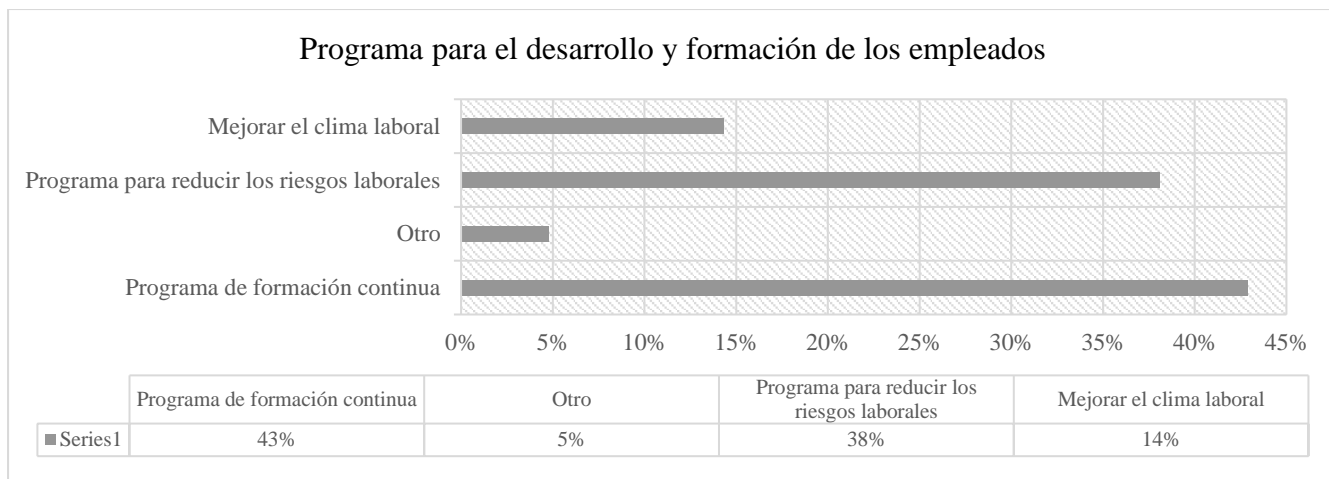


Figura 5 Programa para el desarrollo y formación de los empleados

Fuente: elaborado por los autores

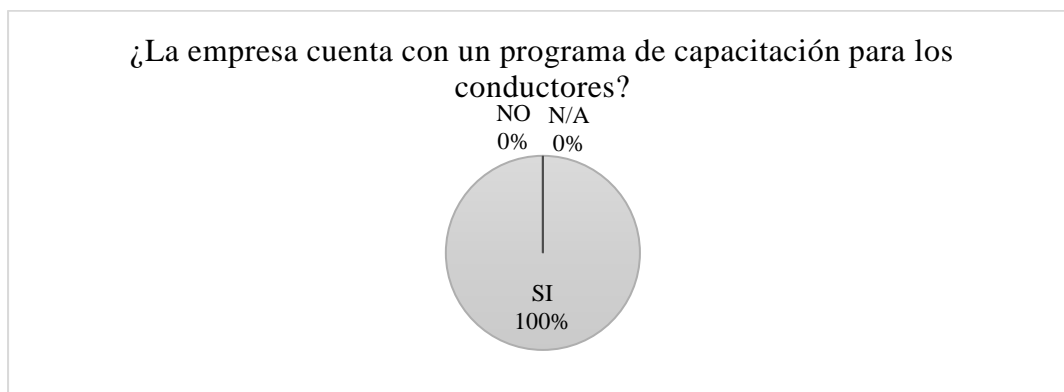


Figura 6. ¿La empresa cuenta con un programa de capacitación para los conductores?

Fuente: elaborado por los autores

De acuerdo con el subdimensión derechos humanos, se incluyeron los indicadores de no discriminación y medidas de seguridad. Los hallazgos revelaron que el 65% de los encuestados confirmaron que la empresa cuenta con programas para la prevención de discriminación, sin embargo, el 20% expresaron una respuesta negativa (Figura 7).

De acuerdo con las medidas de seguridad, en la Figura 8, se observa que los encuestados estuvieron muy de acuerdo (60%) al afirmar que la empresa evalúa las medidas de seguridad de sus colaboradores. De hecho, la empresa ofrece información sobre temáticas relacionadas a prevenir accidentes laborales, enfermedades y manejo de emergencias (Figura

9). Dicha información se presenta principalmente en correos electrónicos y la página web de la empresa (Figura 10).



Figura 7. ¿La empresa cuenta con programas de para prevenir discriminación laboral?

Fuente: elaborado por los autores

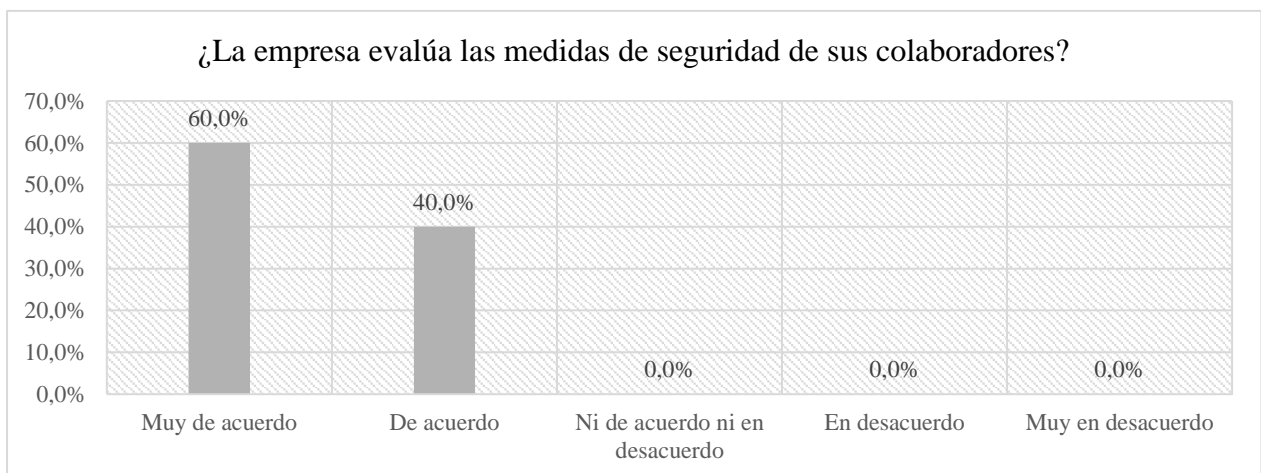


Figura 8. ¿La empresa evalúa las medidas de seguridad de sus colaboradores?

Fuente: elaborado por los autores

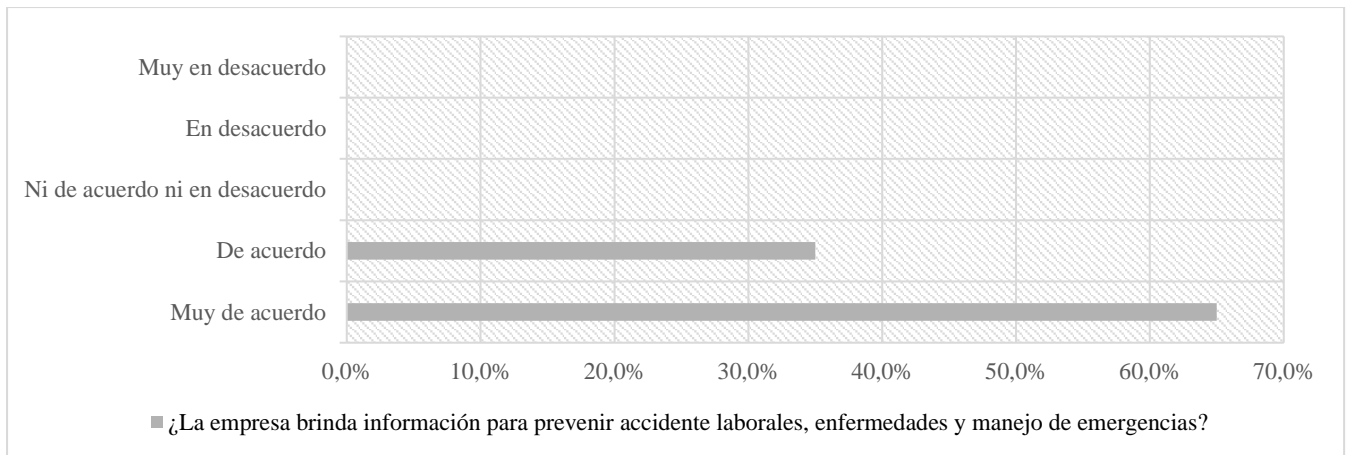


Figura 9. La empresa brinda información de sus colaboradores para prevenir accidentes laborales, enfermedades y manejo de emergencias.

Fuentes: elaborado por los autores

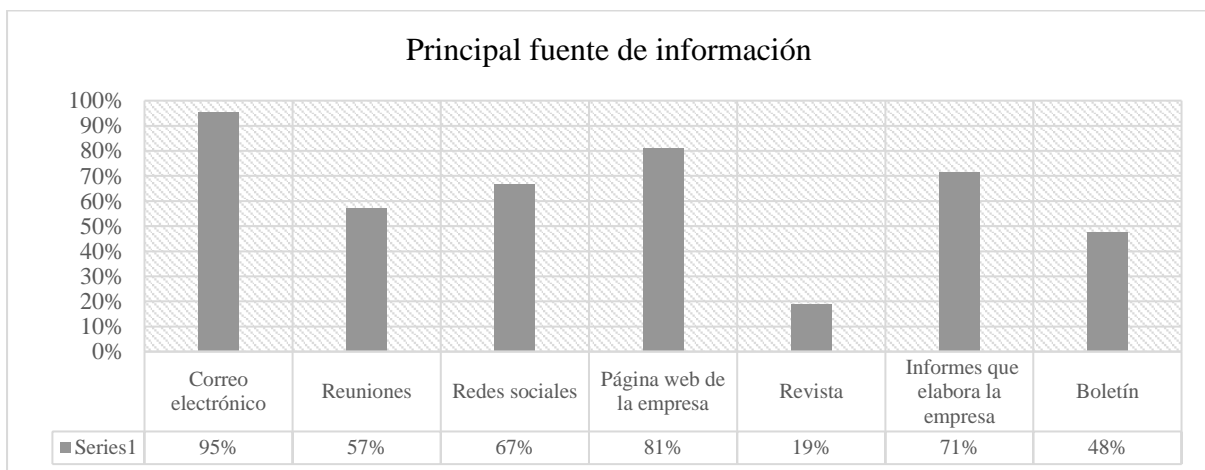
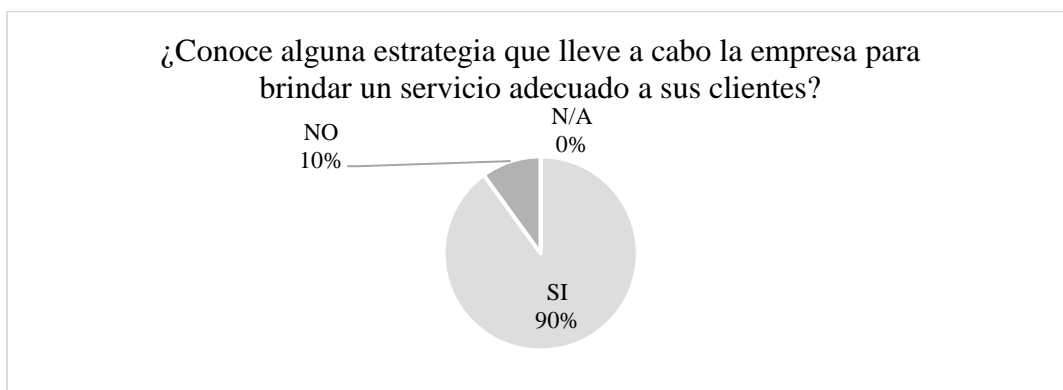


Figura 10. Principal fuente de información sobre seguridad y salud

Fuente: elaborado por los autores

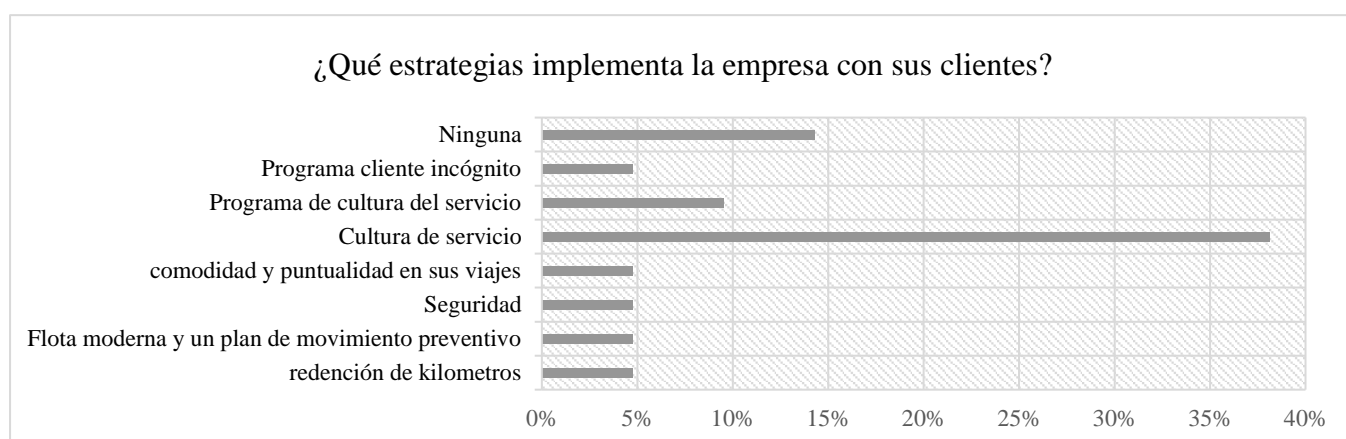


*Figura 11.* ¿Conoce alguna estrategia que lleve a cabo la empresa para brindar un servicio adecuado a sus clientes?

Fuente: elaborado por los autores

Ahora bien, en relación con el indicador de responsabilidad con los clientes, la cual hace referencia si los servicios ofrecidos tienen impacto en temas de salud y seguridad para promover mejoras. También incluye incumplimientos de normativas o códigos relativos a los impactos y servicios en la salud. Los resultados indicaron que Expreso Brasilia implementa estrategias para garantizar la confianza de sus clientes desde la planeación de servicio hasta la finalización de sus viajes (Figura 11). Además, implementa estrategias, procedimientos e iniciativas de mejora para garantizar la seguridad en sus clientes (Figura 13). Los encuestados mencionaron que la estrategia que implementa Expreso Brasilia es ‘Cultura de servicio’ (Figura 12).

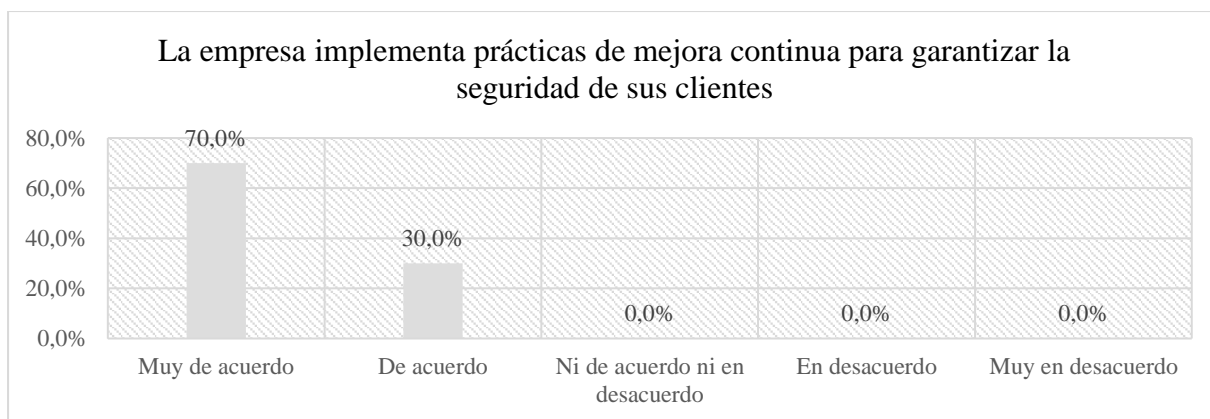
Cabe destacar, que Expreso Brasilia ofrece información permanente a los clientes en todo lo relacionado a la seguridad para lograr mitigar los riesgos durante los viajes (Figura 14).



*Figura 12.* ¿Qué estrategias implementa la empresa para brinda un buen servicio a sus clientes?

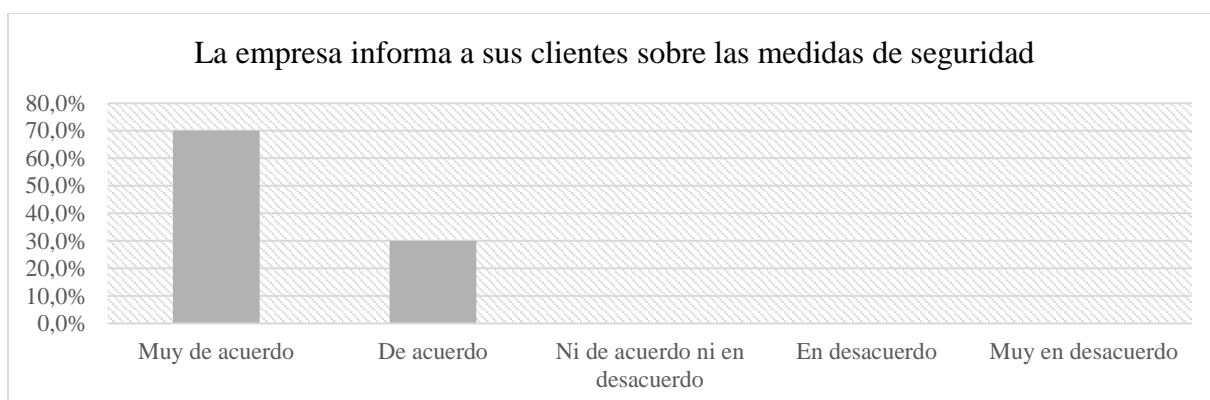
Fuente: elaborado por los autores





*Figura 13.* La empresa implementa prácticas de mejora continua para garantizar la seguridad de sus clientes.

Fuente: elaborado por los autores



*Figura 14.* La empresa informa a sus clientes sobre las medidas de seguridad.

Fuente: elaborado por los autores

### **4.1.3 Dimensión Ambiental.**

La dimensión medioambiental hace referencia a la importancia de mitigar los impactos de una empresa a los sistemas naturales vivos e inertes, como los ecosistemas, el agua, el aire y el suelo. Los resultados manifestaron que la empresa cuenta con una política ambiental (Figura 15) y con actividad de monitoreo y seguimiento para la disminución de emisiones de materiales articulado que producen los buses.



Figura 15. ¿La empresa cuenta con política de gestión ambiental?

Fuente: elaborado por los autores

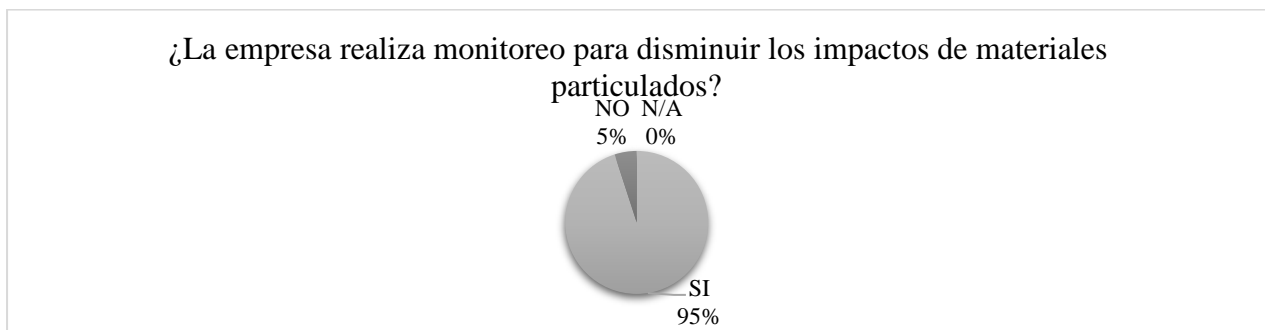


Figura 16. ¿La empresa realiza monitoreo para disminuir los impactos de materiales particulados que producen los buses?

Fuente: elaborado por los autores

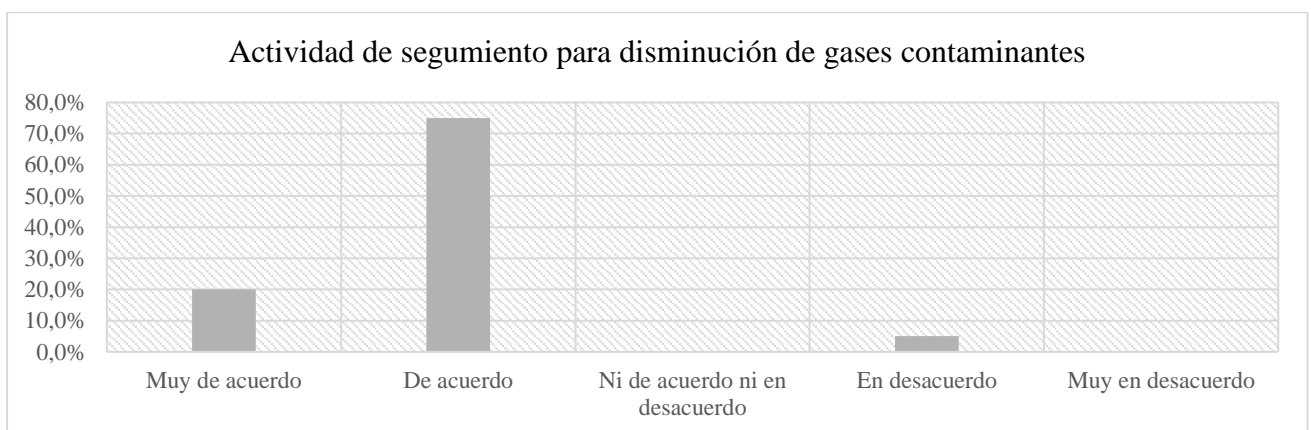


Figura 17. Actividad de seguimiento para la disminución de gases contaminantes.

Fuente: elaborado por los autores

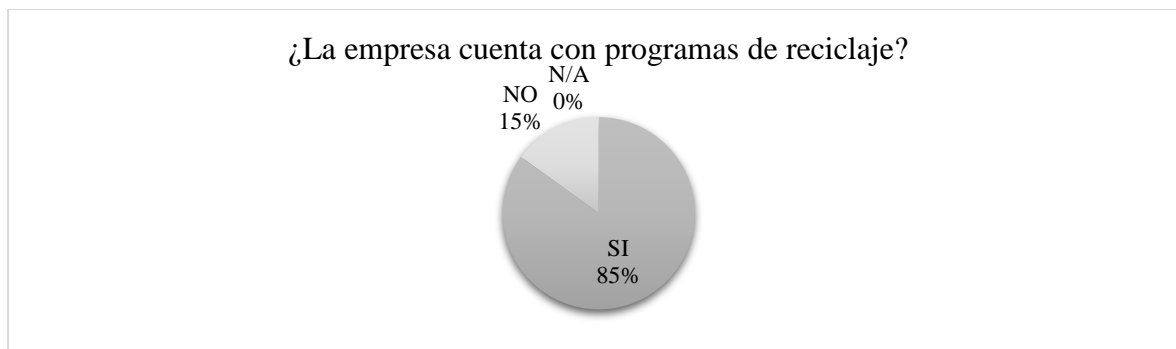


Figura 18. ¿La empresa cuenta con programas de reciclaje?

Fuente: elaborado por los autores

Así mismo, los hallazgos indicaron que el 85% de los empleados administrativos confirmaron que la empresa cuenta con programa de reciclaje (Figura 18), denominada ‘Programa ambiental EB’ y el subprograma más mencionado por los encuestadores fue la disposición final de residuos (llantas, baterías, filtros, aceites lubricantes, luminarias, equipos tecnológicos) (Figura 19).

Expreso Brasilia, en el plan de manejo ambiental, define todo el tratamiento que se da a los distintos residuos generados de la operación de la empresa. Por ejemplo, la disposición final de las excretas de los buses, papeles, luminarias, equipos de cómputos, llantas usadas, baterías usadas, entre otros.

Paralelamente, la empresa ofrece información al personal sobre el uso responsable de energía y agua (Figura 20). Los programas que hacen parte de este grupo son: Uso Eficiente del Agua (PUEA) y Programa Uso Eficiente de Energía (PUEE). El primer programa busca reducir el consumo de agua, por medio de la concientización de los trabajadores; y en el segundo programa busca reducir el consumo de energía.

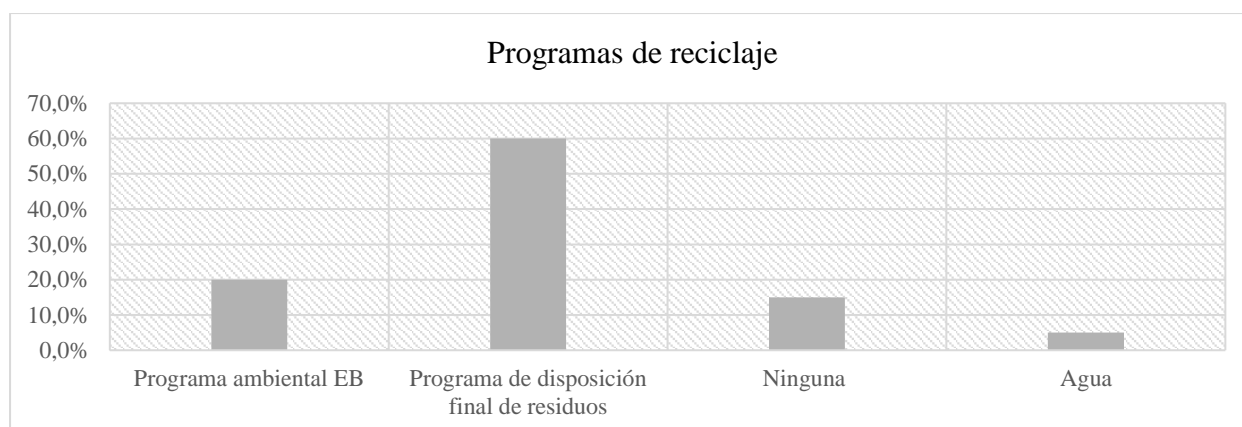


Figura 19. Programas de reciclaje

Fuente: elaborado por los autores

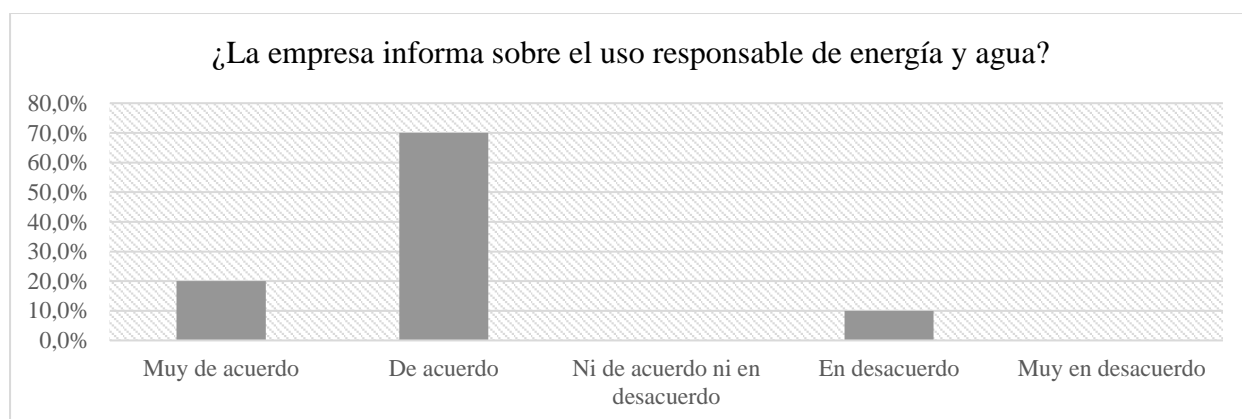


Figura 20. ¿La empresa informa sobre el uso responsable de energía y agua?

Fuente: elaborado por los autores

#### 4.2 Principios de memoria de Sostenibilidad

Teniendo en cuenta que Expreso Brasilia S.A. desarrolló un informe de sostenibilidad en relación con la guía GRI para lograr un equilibrio entre lo económico, social y ambiental, el presente estudio propuso como segundo objetivo específico identificar los principios de sostenibilidad que aplica Expreso Brasilia S.A en sus prácticas de RSE.

Los resultados muestran que el 85% de los encuestados afirmaron conocer los principios que tienen como base para elaborar el informe de sostenibilidad sobre RSE (Figura 21). En los tres primeros puestos, los encuestados destacaron la sostenibilidad (90%),

derechos humanos (86%) y comportamiento ético (76%). En menor proporción destacaron el Pacto Mundial, igualdad en el trabajo y materialidad. No obstante, la Materialidad es uno de los principios importante del Modelo de Sostenibilidad de Expreso Brasilia y no se destacó en gran medida en la encuesta (Figura 22).

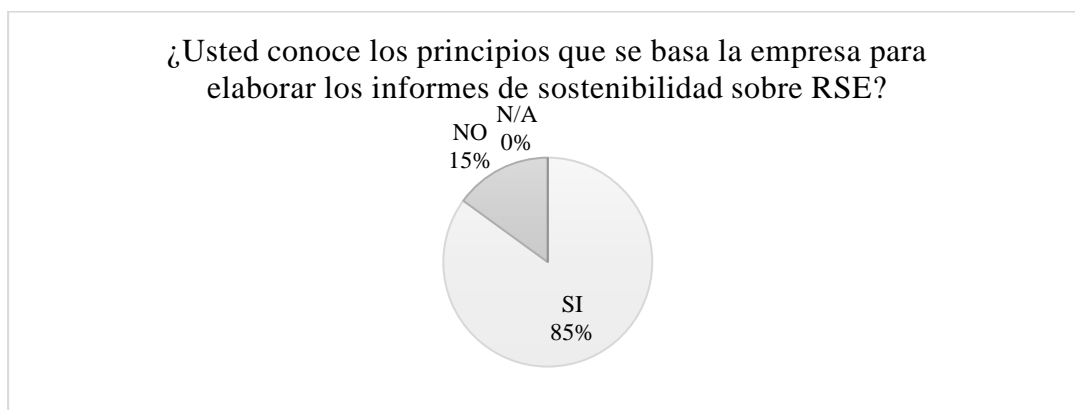


Figura 21. ¿Usted conoce los principios que se basa la empresa para elaborar los informes de sostenibilidad sobre RSE?

Fuente: elaborado por los autores

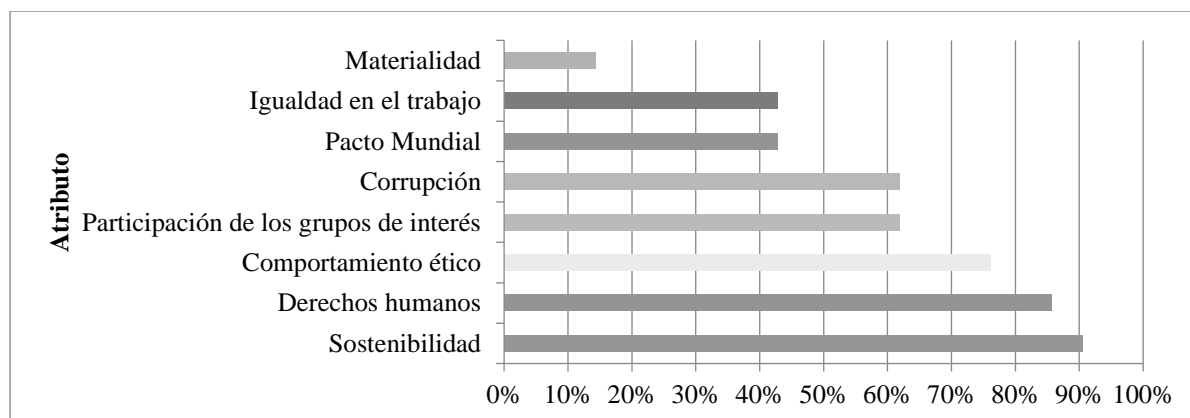


Figura 22. Los principios que destaca el informe de sostenibilidad de Expreso Brasilia.

Fuente: elaborado por los autores

Teniendo en cuenta la importancia que tiene del Modelo de Sostenibilidad en las acciones de RSE, se les preguntó a los encuestados si la empresa mide el impacto de las prácticas RSE en cada una las dimensiones (Figura 23). Los resultados muestran que el 85%

respondieron de forma afirmativa, siendo el aspecto social que más se evalúa, según los encuestados (Figura 24).

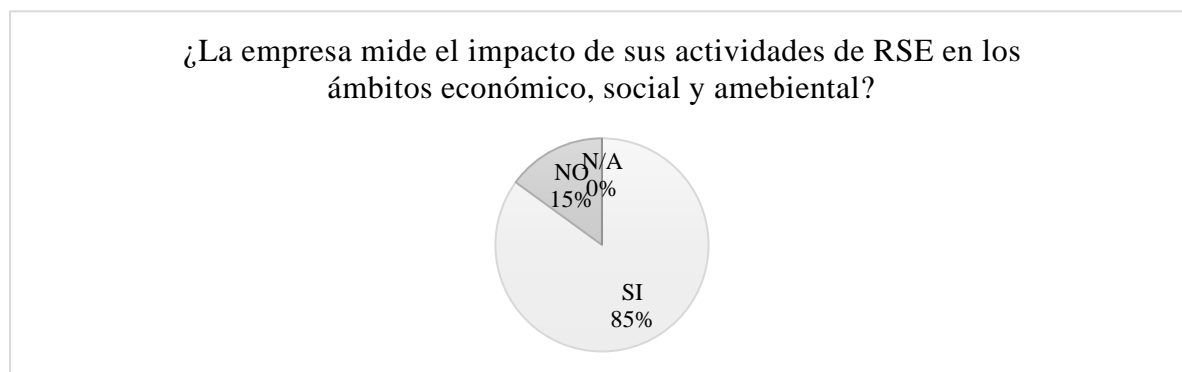


Figura 23. ¿La empresa mide el impacto de sus actividades de RSE en los ámbitos económico, social y ambiental?

Fuente: elaborado por los autores

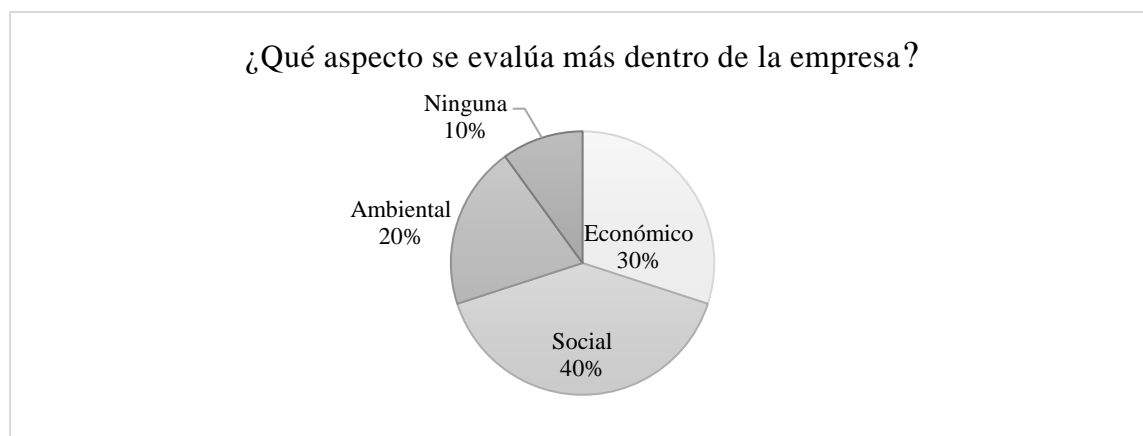


Figura 24. ¿Qué aspecto se evalúa más dentro de la empresa?

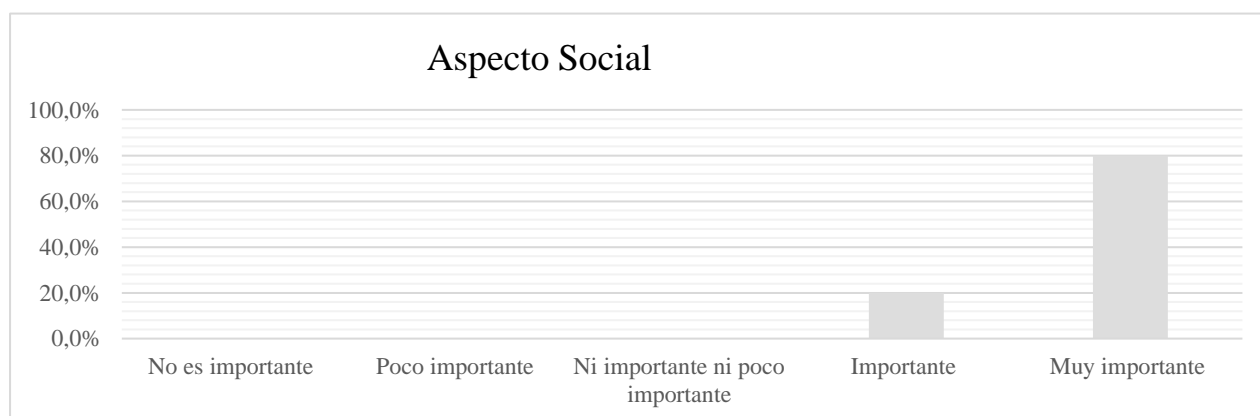
Fuente: elaborado por los autores

Paralelamente, se midió el grado de importancia de las dimensiones de RSE. Los resultados indicaron que el 55% de los encuestados determinaron el aspecto económico como muy importante y el 40% como importante (Figura 25). En el aspecto social, el 80% consideró un ámbito muy importante y el 20% como importante (Figura 26).



*Figura 25. Aspecto Económico*

Fuente: elaborado por los autores



*Figura 26. Aspecto Social*

Fuente: elaborado por los autores

En el aspecto ambiental, el 85% de los encuestados valoraron este ámbito muy importante (Figura 27). El 65% valoró el ámbito legal muy importante y el político, 50%. Finalmente, en el aspecto grupo de interés, el 35% de los encuestados valoraron como un aspecto muy importante (Figura 30). Si tenemos en cuenta solo el grado de importancia 'Muy importante', se puede observar en los hallazgos que los aspectos ambiental y social tuvieron los porcentajes más alto, 85% y 80% respectivamente.

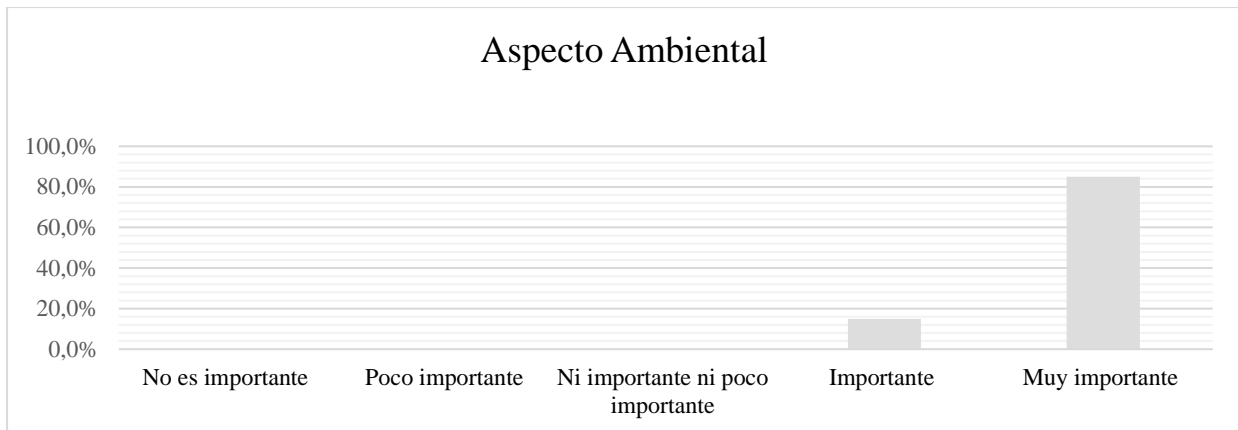


Figura 27. Aspecto Ambiental

Fuente: elaborado por los autores

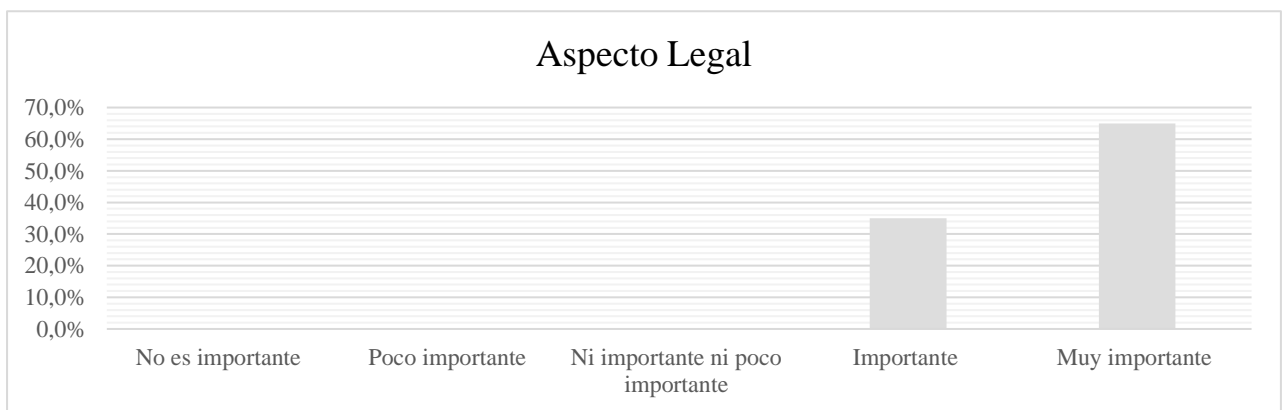


Figura 28. Aspecto Legal

Fuente: elaborado por los autores

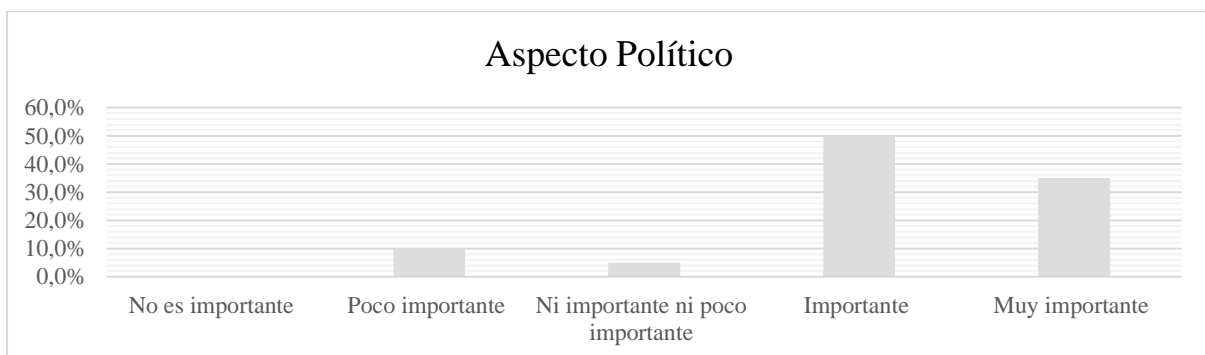


Figura 29. Aspecto Político

Fuente: elaborado por los autores





Figura 30. Aspecto Grupo de interés

Fuente: elaborado por los autores

Por otra parte, el 60% de los encuestados estuvieron de acuerdo con afirmar que la empresa informa a sus colaboradores sobre las actividades de RSE que lleva a cabo. Solo el 35% estuvo muy de acuerdo (Figura 31).

Por último, los colaboradores esperan que las acciones de RSE que implementa la empresa permita en mayor medida un beneficio a la imagen corporativa (86%), aumento así la reputación organizacional. Así mismo esperan beneficio en el aspecto económico y una reducción en los impactos de sus actividades tienen en el medioambiente (80%).

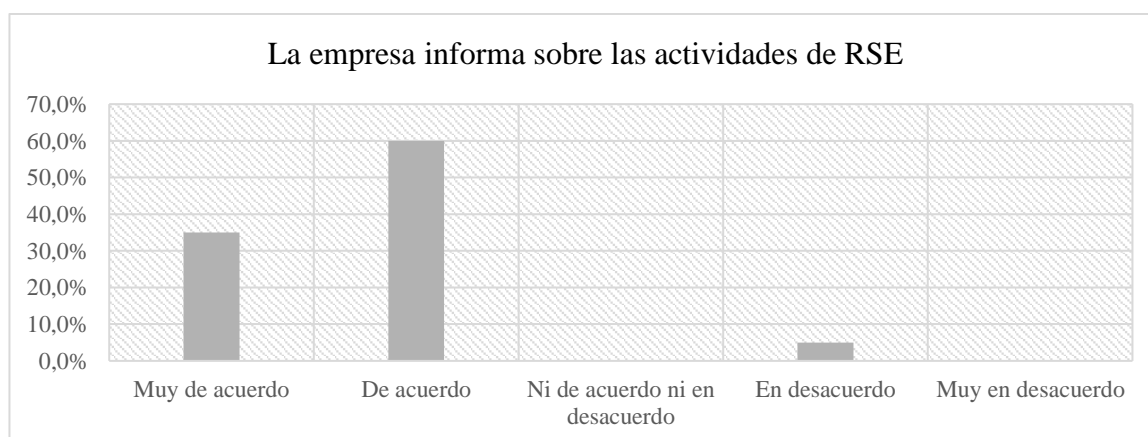
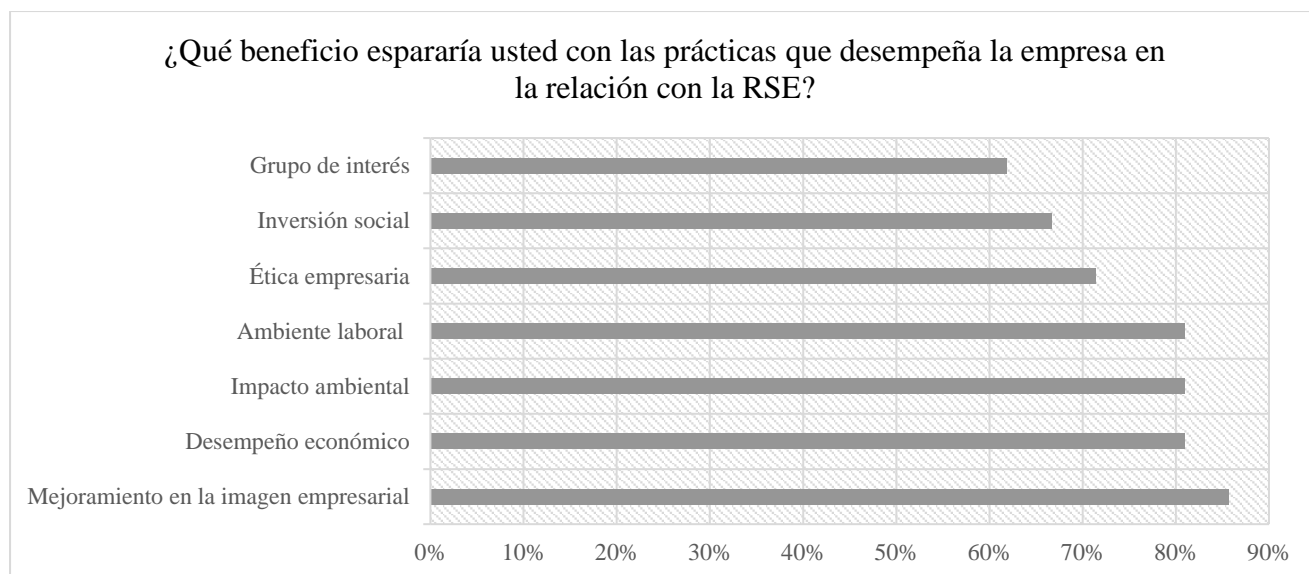


Figura 31 La empresa informa a sus empleados sobre las actividades de RSE

Fuente: elaborado por los autores



*Figura 32.* ¿Qué beneficio esperarían usted con las prácticas que desempeña la empresa en relación con la RSE?

Fuente: elaborado por los autores

### 4.3 Discusiones

El desarrollo de la RSE en la empresa Expreso Brasilia involucra las tres dimensiones a la hora de realizar sus acciones. En la dimensión económica, los hallazgos muestran que las actividades que desempeña la organización del sector de transporte han traído beneficios financieros que arrojan resultados favorables para la empresa. Este resultado lo confirman Battaglia et al. (2014) y Frynas & Yamahaki (2016), quienes manifestaron en sus estudios que la inversión en la RSE trae beneficios en las ganancias empresariales, en los recursos y una mejora en el rendimiento financiero empresarial.

Expreso Brasilia S.A. se ha caracterizado por implementar estrategias de compromiso social enfocada en el desarrollo económico y la generación de nuevas oportunidades para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad. Además de la Fundación de Expreso Brasilia, la Gerencia Administrativa y Financia de la empresa otorga becas a sus colaboradores para sus estudios de pregrado o posgrado, con el fin de promover el desarrollo de sus habilidades y su calidad de vida. Este hecho, permite proyectar en la empresa una

imagen favorable en términos de acciones sociales. Pues, según Danish & Asrar-ul-Haq (2019) las acciones de RSE afecta el rendimiento financiero de una empresa, la cual conlleva a mejorar la imagen corporativa.

En cuanto a la dimensión social, brindar información sobre seguridad y riesgos laborales; llevar a cabo capacitación y formación continua, refleja un compromiso por parte de la empresa con sus públicos internos. Estudios previos acerca del sector transporte han señalado la falta de información de RSE en sus públicos estratégicos. Gento et al. (2013) señalaron que las organizaciones que divulgan información sobre las acciones que desarrollan en temas de RSE permiten proyectar en sus colaboradores y en los grupos de interés una visión clara sobre la trascendencia de las prácticas. Actualmente, la sociedad está exigiendo organizaciones socialmente responsables, por lo que comunicar ciertas actividades conlleva a expresar un mensaje claro hacia los diferentes grupos estratégicos, especialmente en sector transporte. El estudio de Escamilla et al. (2015) encontró en su estudio que las empresas de transporte público urbano poseen poca información en sus plataformas. Este hecho puede significar que las empresas tienen poco interés en las prácticas de RSE.

En relación con los clientes, Expreso Brasilia sostiene en su informe de sostenibilidad 2018 la importancia de la fidelización y beneficios de sus clientes. El desarrollo del sector de transporte ha permitido una mayor movilidad de los individuos de un lugar a otro, por lo tanto, los riesgos y las consecuencias en carreteras pueden aumentar. Expreso Brasilia, como empresa de transporte, tiene una gran responsabilidad no solo en el tema ambiental, sino también en la comunidad por generar una conciencia de cultura en la seguridad vial. Este hecho puede generar un impacto positivo en la imagen corporativa y en la calidad del servicio prestado, así lo confirma Yu-Hern & Chung-Hsing (2017) en su análisis en servicios de los autobuses de Taiwán. Una idea similar señala Jeson, et al. (2020) en su estudio, quienes demostraron cómo las prácticas de RSE pueden mejorar en las actitudes de los clientes y su

conexión con la marca influyendo en los resultados empresariales. En otras palabras, los beneficios sociales en Expreso Brasilia se conciben en desarrollo eficiente de los empleados y mejorar la calidad de vida sus clientes.

Ahora bien, en relación con la dimensión ambiental, los hallazgos muestran la adopción que hace la empresa Expreso Brasilia S.A. en programas RSE enfocados al cuidado del medio ambiente. Sin embargo, se evidencia en los colaboradores una mayor recordación sobre el programa de disposición de residuos que el programa uso eficiente de energía y agua. Estudios como el de Naranjo (2017) enfocado en las empresas de transporte público urbano del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, se evidencia una inconsistencia entre las normas medioambientales adoptas y la implementación de estas acciones en las empresas. En consecuencia, la política ambiental que adopta una empresa no solo observa las acciones que lleva acabo organización en materia legal, sino también el actuar voluntario de esta. Por lo tanto, se espera que la organización sensibilice a sus miembros sobre prácticas ambientales internas.

El conocimiento sobre los impactos a nivel económico, social y medioambiental de la organización se convierte en una oportunidad para comunicar el desarrollo de las acciones ante los diferentes grupos de interés, reflejando una marca diferenciadora. En consecuencia, Expreso Brasilia, desde 2015, ha venido desarrollando un modelo de sostenibilidad que se ha consolidado como ruta estratégica para llevar a cabo las acciones RSE cumpliendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El informe tiene como base los principios de sostenibilidad y según los hallazgos, la sostenibilidad, los derechos humanos y el comportamiento ético fueron los principios que más se destacaron. Aunque el informe refleja la importancia de las decisiones y las acciones de los grupos de interés para el desarrollo de las actividades sobre la economía, el medio ambiente y la sociedad, los encuestados no resaltaron el principio de la materialidad.

Este hecho puede suponer que, aunque la empresa tiene en cuenta la importancia de las decisiones de los grupos de interés sobre el desarrollo de las actividades de RSE, los colaboradores resaltaron otros aspectos más significativos ante la gestión de la responsabilidad social. Por ejemplo, los resultados indicaron que la dimensión social y ambiental son los aspectos muy importantes a la hora establecer prácticas de RSE. Morros & Vida (2012) afirmaron que las empresas con liderazgo en temas de estándares ambientales, transforma el reto ambiental en oportunidad de mercado y en ventaja competitiva. Esta práctica permite conocer las fortalezas y debilidades de las empresas en el área ambiental, conocer mejor el mercado, analiza la competencia, entre otras características.

Cabe resaltar que la empresa informa a sus colaboradores sobre las actividades y los resultados obtenidos en la RSE. Actualmente, no solo es importante que las organizaciones hagan bien su trabajo, sino también tener la capacidad de comunicar las acciones estratégicas, los beneficios, los retos que asumen ante la RSE. Estudios previos en el sector transporte han revelado que una de las principales fallas que tienen las organizaciones de este sector es la escasa información sobre las actividades de RSE que transmiten a sus públicos internos (Solano et al., 2015; Delgado et al., 2016). Por tanto, ofrecer información transparente permite proyectar una imagen de compromiso ante sus grupos de interés.

Además, los resultados de este estudio observan que los colaboradores esperan que el desarrollo y los beneficios de la RSE incidan en la imagen empresarial, desempeño económico y en el ambiente laboral. Investigaciones previas han confirmado que las organizaciones que promueven prácticas RSE tienen un impacto positivo en la imagen corporativa. Por ejemplo, Vila & Gimeno (2010) hallaron en su estudio que las acciones de RSE influyeron en la imagen corporativa y en la actitud favorable hacia las empresas y sus productos. Morros & Vidal (2012) coincidieron con Vila & Gimeno (2010) y Yu-Hern & Chung-Hsing (2017) al señalar que las acciones que llevan a cabo las empresas traen

beneficios a sus marcas, así como mejora en la imagen de la empresa y ampliación en el mercado.

Finalmente, desde el punto de vista teórico, las acciones de RSE de Expreso Brasilia están relacionadas con el modelo Antropológico propuesto por Argandoña (2007), ya que la empresa establece cuáles son las consecuencias de sus operaciones en la sociedad y establecen acciones para el beneficio a largo plazo. Específicamente, en los planes estratégicos para la seguridad vial de los clientes. Su estrategia ‘cultura servicio’ están enfocadas a promover comportamientos responsables para seguridad de sus viajeros, estableciendo aprendizaje de conductas más consistentes.

#### **4.3.1 Definir acciones que contribuyen al fortalecimiento de las prácticas de RSE.**

Las siguientes estrategias propuestas para desarrollar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Expreso Brasilia S.A. se realiza en base al análisis de los resultados obtenidos del primer y segundo objetivo específico de esta investigación. Se presenta a continuación algunas acciones para fortalecer la gestión de RSE, con el fin de contribuir con el desarrollo integral de las prácticas socialmente responsables.

*Tabla 9*

Estrategias

<b>Objetivos</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Acción táctica</b>	<b>Actividades</b>
Implementar nuevas alianzas con otras organizaciones para fortalecer la fundación Expreso Brasilia	Desarrollar programas con otras entidades, organizaciones (ONG) para realizar proyectos y actividades para beneficiar a las comunidades vulnerables.	Apuntar a nuevas zonas que tenga influencia en el negocio.  Apuntar nuevas alianzas con organizaciones, instituciones que tengan en sus lineamientos los ODS.	Seguir con el fortalecimiento de programas de becas y apuntando a nuevas alianzas con instituciones.  Proponer una Red de Educación con otras organizaciones, con el propósito de entregar becas, programa de educación a comunidades vulnerables para que
	Programa de voluntariado social con los grupos de	Involucrar a los colaboradores en las	

---

	interés y entre los colaboradores.	acciones de la fundación de la empresa.	<p>luego de finalizar sus estudios puedan ejercer su conocimiento en organizaciones que hacen parte de la Red.</p> <p>Comunicar en las páginas de la empresa y sus redes sociales las actividades de la fundación.</p> <p>Programa de voluntariado social por parte de los colaboradores.</p>
Fortalecimiento de la cultura de programas de impactos ambientales.	Lograr cambios positivos en materia ambiental y sostenibilidad a través de los programas de uso eficiente de agua y energía.	Atención y retroalimentación sobre los programas: Uso Eficiente del Agua (PUEA) y Programa Uso Eficiente de Energía (PUEE).	<p>Dar seguimiento de consumo de energía y agua para optimizar el uso.</p> <p>Implementar prácticas de uso eficiente de energía y agua en los colaboradores.</p>
Fortalecimiento de información sobre prácticas socialmente responsables.	Campañas de información y publicitarias para mostrar las ventajas y beneficios sobre las prácticas de RSE que realiza la empresa.	Comunicación y redes sociales.	<p>Gestión de información positiva en otros medios diferentes a la página web de la empresa, como redes sociales, canales internos y externos de comunicación que maneja la empresa.</p> <p>Información de seguimientos, controles, mejorías en impactos ambientales.</p> <p>Retroalimentación en las reuniones con los diferentes grupos estratégicos.</p>

---

Mantener las relaciones de transparencia con los diferentes grupos de interés.	Contribuir al crecimiento de las relaciones con las partes interesadas como parte del compromiso con la responsabilidad social.	Implementar las prácticas para el equilibrio social, económico y medioambiental.  Fortalecer la comunicación sobre la responsabilidad social con los grupos de interés.	Fortalecer los canales de comunicación con los clientes y proveedores.  Conocer los niveles de satisfacción de los grupos de interés por de encuestas.  Evaluar los resultados, los servicios prestados, la gestión de programas, actividades y medir los impactos.
--	---	---	---

---

Fuentes: elaborado por los autores

Las estrategias están enfocadas en fortalecer la gestión realizada por la organización en materia de RSE, que busca en perseguir un equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. En primer lugar, se plantea fortalecer la Fundación de Expreso Brasília a través de nuevas alianzas con organizaciones no gubernamentales (ONG), instituciones que ayuden a generar cambios más significativos en las comunidades vulnerables. Crear sinergia entre organizaciones proyecta el compromiso, la participación y colaboración de las empresas en las comunidades más vulnerables. El desarrollo de proyectos sociales aporta herramientas para el desarrollo de valores humanos que permite crear conciencia en la sociedad, no sólo con los miembros directos de las empresas, sino también con los públicos externos (Ospina & Sotelo, 2013).

En un segundo lugar, se propone fortalecer la gestión ambiental, especialmente, en los programas de uso responsable de energía y agua en los colaboradores. Si bien, los resultados evidencian un mayor conocimiento sobre la disposición de residuos, pero poco sobre los programas de energía y agua, por ello, se plantea una mayor gestión informativa positiva sobre los programas y una mayor sensibilización. Implementar buenas prácticas ambientales



permiten contribuir con el crecimiento sostenible de la empresa y de la sociedad (Ospina & Sotelo, 2013).

Paralelamente, en un tercer lugar, se menciona un mayor fortalecimiento en la divulgación de información en otros canales diferentes al correo electrónico y la página web de la empresa, así como, redes sociales y canales internos y externos que dispone la organización. Esta estrategia es considerada relevante, ya que en la literatura evidencia falencias de las empresas de sector transporte en divulgar información sobre prácticas de RSE a sus colaboradores. Las empresas en este sector necesitan mejorar la información en sus sitios web, así como, aspectos sociales, especialmente enfocado a público interno de la organización y aspectos ambientales.

Y, por último, el mantener y fortalecer la relación de los diferentes grupos de interés con la organización es importante porque, influyen en las acciones y tomas de decisiones en relación con las actividades de RSE. Conocer la satisfacción de los clientes, proveedores, colaboradores, público externos, entre otros, conlleva a que la organización pueda alcanzar las metas y, por supuesto, lograr un mayor impacto de la RSE en cada una de las dimensiones. Es fundamental que las empresas identifiquen sus grupos estratégicos para determinar los beneficios (económicos, sociales y ambientales) para cada uno de ellos. Según lo planteado por Cancino y Morales (2008) los públicos externos son quienes también evalúan las acciones responsables de las empresas y logran distinguir quién aporta mayor valor en la sociedad.

#### **4.4 Conclusiones**

Este estudio describe una visión general de las prácticas y acciones de RSE que lleva a cabo una empresa del sector transporte en Colombia: Expreso Brasilia S.A.

La organización, desde 2015, realiza un informe de Sostenibilidad evidenciando la gestión estratégica que lleva a cabo en los aspectos económicos, sociales y medioambientales,

teniendo en cuentas la Guía GRI y los principios de sostenibilidad. Las actividades de RSE les ha permitido una mayor participación en el mercado, aumentó así su rentabilidad en los últimos años.

El ser socialmente responsable cambia la visión de las organizaciones, cada vez son más consciente de la gran responsabilidad que tiene sus operaciones en el medioambiente y en la sociedad. Sin duda la rentabilidad económica es importante, pero los intereses están yendo más allá de esa búsqueda, por lo tanto, la riqueza implica un compromiso con la sociedad, el bienestar ambiental y la calidad de vida de los stakeholders. En ese sentido, el trabajo describe las prácticas de RSE que definen los autores como Morros & Vidal (2012); Martínez, (2014), Vidal (2014) y Ospina & Soledo (2013), Ibarra (2014).

El aporte social es fundamental si se busca un equilibrio dentro de la RS, por tanto, la empresa busca estimular de forma positiva a la comunidad, proporcionando inversión de proyectos, donaciones hasta la realización de actividades en la fundación. De la misma manera, el aporte ambiental busca no solo que su actividad tenga un menor impacto en los recursos naturales, también implica una concientización dentro de la organización con los colaboradores, desarrollando programas de uso eficiente de agua, energía y reciclaje. Las ganancias económicas no pasarán en un segundo plano, ya que estudios previos han evidenciado cómo los planes de trabajos establecido en RSE otorga un mayor beneficio en las ganancias.

La realización de esta investigación contribuye a la literatura existente ya que, son pocas investigaciones que se centran en analizar las prácticas de RSE en las empresas en el sector transporte, especialmente en Colombia. Así mismo, los resultados permiten detectar fortalezas y debilidades frente al tema, de tal manera que puedan ser tomado para mejorarlos. Por tanto, examinar las prácticas en una empresa como Expreso Brasilia proporciona una imagen sobre cómo las empresas están en materia de RSE y qué beneficios y desafíos se

presentan actualmente. Es importante reconocer que el transporte es uno de los sectores que genera desarrollo económico del país, por tanto, se hace necesario seguir explorando las organizaciones del sector.

#### **4.5 Recomendaciones**

Después de la elaboración del estudio se recomienda en las futuras investigaciones abordar la temática de las RSE en empresas del sector transporte, especialmente en Colombia, ya que son poco los estudios que examinan estas prácticas empresariales en este sector.

Así mismo, es importante enfocarse no solo en el público interno de la organización, también es esencial conocer los niveles de satisfacción de grupos de interés y del público externo, ya que, por un lado, las empresas toman decisiones internas importantes teniendo en cuenta la opinión de sus grupos de interés; y segundo, los públicos externos tienen una visión externa de las prácticas RSE. Se convierten en evaluadores de las acciones responsables de las empresas y distinguen que empresas aportan más valor a la sociedad.

Finalmente, sería significativo examinar si las actividades de RSE tienen algún impacto en la imagen corporativa y en la reputación organizacionales y qué nivel satisfacción presentan sus clientes. Estudios previos han confirmado aspecto positivo en esta área.

### Referencias

- Ali, H., Danish, R., & Asrar-ul-Haq, M. (2020). How corporate social responsibility boosts firm financial performance: The mediating role of corporate image and customer satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* , 17, 166-177.
- Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial* , 36 (1), 58-69.
- Annan, K. (1999). UN Global Compact, World Economic Forum in Davos, Switzerland. UN Press Release.
- Arimany, N., Sabata, A., & Uribe, C. (2019). Corporate Social Responsibility in passenger transport companies. *Intangible Capital* , 15 (2), 143-156.
- Argandoña, A. (2007). La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética. *IESE Business School Documento de investigación* (780), 3-9.
- Arrieta, B., & De la Cruz, C. (2005). Códigos éticos. En B. Arrieta, & C. De la Cruz, *La dimensión ética de la responsabilidad* (pág. 155). Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Baltera, P., & Diaz, E. (2005). Responsabilidad social empresarial. Alcances y potencialidades en materia laboral. *Cuaderno de Investigación* (25).
- Bacca, H. (2016). La Responsabilidad Social Universitaria: Propuesta conceptual y medición en el ámbito de una universidad privada de Lima –Perú. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/38435>
- Battaglia, M., Iraldo, F., Bianchi, L., & Frey, M. (2014). Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France. *Sustainability* , 6, 872-893.

- Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial. un estudio de cuarenta empresas de la ciudad de mérida, Yucatán. *Ciencia y Contaduría* , 226, 73-91.
- Barba-Bayas, D. (2015). Responsabilidad social empresarial: estudio de casos en riobamba. *Ciencia UNEMI* , 8 (15), 50-58.
- Bendheim, C., Waddock, S., & Graves, S. (1998). Determining Best Practice in Corporate-Stakeholder Relations Using Data Envelopment Analysis. *Business and Society* , 37 (3), 306-339.
- Berman, S., Wicks, A., Kotha, S., & Jones, M. (1999). Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and the Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal* , 42 (5), 488-509.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Bustamante , H., & Lattuada, P. (2012). *Responsabilidad social empresaria. Miradas plurares, un interés singular*. Medellín, Colombia: Pensamiento latinoamericano.
- Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* , 34, 39-58.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance". *Academy of Management Review* , 4 (4), 497-505.
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society* , 38 (3), 268-25.
- Cancino , C., & Morales, P. (2008). Responsabilidad social Empresarial. *Documento Docente 1* , 1-58.
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico* , 10 (20), 87-102.
- Correa, M., Gallopin G. & G. Núñez (2005). Medir para gestionar la RSC. *Harvard Business Review*. 83 (8), 51-58.

- Comisión Europea. (2001). *Libro Verde «Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas»*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- Castillo-Calvero, A. (2002). El resurgir de la Responsabilidad Social de la Empresa en Europa: el Libro Verde. *Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa - CIDEA* (34), 40-45.
- Cheung, A. (2011). Do stock investors value corporate sustainability? Evidence from an event study. *Journal of Business Ethics* , 145-165.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore corporate social responsibilities? *California Management Review* , 2, 70-76.
- Delgado, Y., Herrera, N., Gallon, C., & Alvarez, M. (2015). La Responsabilidad Social Empresarial, una mirada a su aplicación en el sector transporte público automotor. *En Contexto* , 4 (4), 77-99.
- Desarrollo Integral del Transporte Terrestre Intermunicipal (2019). *Comunicado 1311-2019*. Asociación para el Desarrollo Integral del Transporte Terrestre Intermunicipal. Recuperado de [http://aditt.byt.com.co/~biosistemas/aditt.org/images/pdf/comunicados/2019/Enero/COMUNICADO\\_1311-2019.pdf](http://aditt.byt.com.co/~biosistemas/aditt.org/images/pdf/comunicados/2019/Enero/COMUNICADO_1311-2019.pdf)
- De la Cuesta, M. & Valor, S. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición desarrollo en España. *Boletín ICE Económico*, 27, 7-19.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. (1994). Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory. *The Academy of Management Review* , 19 (2), 252-184.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review* , 2, 70-76.

- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle: What does the businessman owe to society? *Business Horizons* , 10, 45-50.
- Drucker, P. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review* , 26, 53-63.
- Epstein, E. (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review* , 29 (114), 99-114.
- Fox, T., Ward, H., & Howard, B. (2002). *Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: a baseline study*. London: International Institute for Environment and Development.
- Frynas, J., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review* , 258-285.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Marshfield: Pitman.
- Freeman, R., & Reed, D. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. 25, 88-106.
- Friedman, C. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. New York: Times Magazine.
- García, M. (2015) La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección* , 20, 65-77.
- Gento, A., Ferreira, B., Pascual, J. & Redondo, F. (2013). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad en la cadena de suministro: estudio de caso en las empresas de logística y transporte brasileñas. *Revista de la Escuela Jacobea de Posgrado* (5), 65-90.
- Garriga, J., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* , 53, 51-71.

- Gómez, M. (2016). *Introducción a la metodología de la investigación científica (2ª ed.)*. Buenos Aires: Editorial Brujas.
- Gonzalez, J., Gento, A., & Olivella, J. (2013). Modelo de indicadores de responsabilidad social empresarial para el sector de la logística y el transporte. *Técnica Industrial*, 303, 22-32.
- GRI Reporting Government Agencies*. (2020 de enero de 2020). Obtenido de Global Reporting Initiatives.
- Gladwin, T., & Kennelly, J. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Review*, 20(4), 874–904.
- Henríquez, R., & Oreste H. (2015). Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial Sustentable. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnologías*, 8(23), 16-27.
- Hernandez, F., & Sanchez, J. (2016). Análisis del efecto de la responsabilidad social empresarial en los resultados empresariales de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). *Revista: Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10 (1), 110-123.
- Hernández, L., & Villa, M. (2013). *Análisis del grado de responsabilidad social del sistema de movilidad del transporte urbano del Cantón Gualaceo caso: Gualacense Flota Bus S.A.* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador, Cuenca.  
Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5548>
- Hillman, A., & Keim, G. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22(2), 125-139
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho* (41), 51-82.



- Jeon, M., Lee, S., & Jeong, M. (2020). Perceived corporate social responsibility and customers' behaviors in the ridesharing service industry. *International Journal of Hospitality Management* , 84, 102-341.
- Jones, T. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. *California Management Review* , 22 (2), 59-67.
- Kliksberg, B. (2006). Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable? Fundación Carolina.
- Knox, S., Maklan, S., & French, P. (2005). Corporate Social Responsibility: Exploring Stakeholder Relationships and Programme Reporting across Leadign FTSE Companies. *Journal of Business Ethic* , 61 (1), 7-28.
- Kaku, R. (1997). The path of Kyosei. *Harvard Business Review* 75, (4), 55-66.
- Lamprinidi, S., & Kubo, N. (2008). Debate: The Global Reporting Initiative and Public Agencies. *Public Money & Management* , 28 (6), 326-329.
- Lee, Z., Chan, T., Balaji, M., & Chong, A. (2018). Why people participate in the sharing economy: an empirical investigation of Uber. *Internet Research* , 28 (3), 829-850.
- Litz, R. (1996). A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ethical Awareness, and Issue Responsiveness as Strategic Assets. *Journal of Business Ethics* , 15 (12), 1355-1363.
- Lopez, A., Ojeda, J., & Rios, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. estudio de caso. *Revista de Contabilidad* , 20 (1), 36-46.
- Martinez, J., & Frias, J. (2015). Relationship between sustainable development and financial performance: international empirical research. *Business Strategy and the Environment* , 24 (1), 20-39.
- Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Matten, D., Crane, A., & Chapple, W. (2003). Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship. *45*, 109-120.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review* , 26 (1), 117-127.
- Miras-Rodriguez, M., Carrasco, A., & Escobar, B. (2015). Are Socially Responsible Behaviors Paid Off Equally? A Cross-cultural Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* , 22 (4), 237-256.
- Ministerio de Transporte. (2018). *100 primeros días de gobierno – Informe de rendición de cuentas – Sector Transporte* . Recuperado de <https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/7992/informe-de-rendicion-de-cuentas-sector-transporte-2018-2019/>
- Morros, J., & Vidal, I. (2012). *Responsabilidad social corporativa*. Madrid, Editorial: FC Editorial.
- Murray, K., & Montanari, J. (1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *The Academy of Management Review* , 11 (4), 815-827.
- Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review* , 22 (4), 853-886.
- Navarro, F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica*. ESIC EDITORIAL.
- Nowajewski, F., Pérez, A. & Schlesinger, E. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Futuro*. Departamento de Ingeniería Civil Industrial, Universidad de Chile, Chile. Recuperado de <https://goo.gl/YIvWvt>

- Naranjo, M. (2017). Responsabilidad social empresarial en las empresas de transporte público urbano del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. *Funlam Journal of Students* (2), 67-75.
- Nina, D. (2017). The Sharing Economy, Uber, and Corporate Social Responsibilities . *Forum Empresarial* , 22 (2), 109-116.
- Ospina, E., & Sotelo , M. (2013). *Responsabilidad social empresarial: beneficios económicos, sociales y ambientales para los stakeholders*. (Tesis de pregrado). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia. Recuperado de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/view/323432>
- Padilla, C., Arevalo, D., Bustamante, M., & Vidal, C. (2017). La responsabilidad social empresarial y desempeño financiero en la industria del plástico en ecuador. *Revista: Información Tecnológica* , 28 (4), 93-102.
- Pérez-Aranda, A. (2016). Valoración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) por la demanda hotelera. (Tesis doctoral). Universitat Jaume, España. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10803/395950>
- Perrini, F., Pogutz, S., & Tencati, A. (2006). *Developing Corporate Social Responsibility—A European Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Plan de Acción Indicativo de Eficiencia Energética 2017-2022 (2016). *Plan de acción indicativo de eficiencia energética - PAI PROURE 2017-2022* . República de Colombia Ministerio de Minas y Energía - Unidad de Planeación Minero Energética. Recuperado de [https://www1.upme.gov.co/DemandaEnergetica/MarcoNormatividad/PAI\\_PROURE\\_2017-2022.pdf](https://www1.upme.gov.co/DemandaEnergetica/MarcoNormatividad/PAI_PROURE_2017-2022.pdf)

- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review* , 84 (12), 78-92.
- Porter, M., & Kramer, M. (2002). The Competitive Advantage of Corporative Philanthropy. *Harvard Business Review* , 46-68.
- Preston, L. & Post, J. (1981). Private Management and Public Policy, *California Management Review*, 23(3), 56–63.
- Puentes, R., Antequera, J., & Velasco, M. (2008). La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. *Revista Dialnet*
- PwC (2015). The Sharing Economy. Obtenido de 12 de enero, 2020  
[https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc\\_etude\\_sharing\\_economy.pdf](https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf)
- Roman, R., Hayibor, S., & Agle, B. (1999). The Relationship between Social Performance and Financial Performance. *Business & Society* , 38 (1), 109-125.
- Rowley, T., & Berman, S. (2000). A brand new brand of corporate social performance. *Business and Society Review* , 39 (4), 397-418.
- Scholtens, B. (2006): “Finance as a driver of corporate social responsibility”, *Journal of Business Ethics*, 68, 19-33.
- Sethi, S. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review* , 17 (3), 58-64.
- Solano, S., Plaza, P., & Flores, U. (2017). Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España. *Revista Contabilidad* , 19 (2), 195-203.
- Schwartz, M., & Carroll, A. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly* , 13 (4), 503-530.

- Toca, C., Grueso, M., & Carrillo, J. (2012). *Responsabilidad social Empresarial RSE*. Editorial Académica Española.
- Urbano, C., & Yuni, J. (2006). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación vol. 2*. Buenos Aires: Editorial Brujas.
- Vidal, I. (2014). *Responsabilidad social sostenibilidad GRI e ISO 26000*. Madrid: FC Editorial
- Agencia Nacional de Seguridad Vial. (2019). *Informe al Congreso de la República - Sector Transporte - 2018-2019*. Agencia Nacional de Seguridad Vial. Recuperado de <http://ansv.gov.co/public/uploads/MemoriasalCongreso20182019pdf.pdf>
- Vilar, N., & Gimeno, C. (2010). Efectos de la RSC sobre el consumidor: una aplicación al sector de transporte público terrestre INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* , 20 (38), 235-255.
- Wood, D., & Lodgson, J. (2002). Business Citizenship: From Individuals to Organizations. *Business Ethics Quarterly* (3), 59-94.
- Wu, S., & Wang, W. (2014). perception on brand image, brand attitude and buying willingness: a study of a global café. *International Journal of Marketing Studies* , 6 (6), 44-56.
- Wheeler, D., Colbert, B., & Freeman, R. (2003). Focusing on Value: Reconciling Corporate Social Responsibility, Sustainability and a Stakeholder Approach in a Network World. *28* (3), 1-29.
- Wartick, S., & Rude, R. (1986). Issues Management: Corporate Fad or Corporate Function? *California Management Review* , 29 (1), 124-132.
- Yu-Hern, C., & Chung-Hsing, Y. (2017). Corporate Social responsibility and customer loyalty in intercity bus services. *Transport Policy* , 59, 38-45.

Zambrano, S., Acosta, B., & Cortes, L. (2016). Análisis de responsabilidad social empresarial en empresas productoras de derivados lácteos. *Revista Ciencias Estratégicas* , 24 (35), 211-229.

Zorilla, S. (2017). *Sobre una nueva versión y diferente perspectiva de la responsabilidad social corporativa* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/40879/>

---

**ANEXO A:****ENCUESTA**

La presente encuesta ha sido elaborada con el objetivo de recolectar información para el trabajo de grado de Maestría titulado “**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TRANSPORTE TERRESTRE: UN CASO DE EXPRESO BRASILIA S.A**”. El objetivo del estudio es describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Expreso Brasilia S.A.

La información recolectada será exclusivamente utilizada con fines académico, por lo tanto, ninguna información será expuesta.

**Instrucciones**

La encuesta consta de tres partes. En la primera parte, se encuentra las preguntas sobre datos generales del encuestado. En la segunda parte, se presentan las preguntas en relación con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), específicamente relacionado con las tres dimensiones: económico, social y medioambiental. Y en la tercera parte, se presenta los interrogantes en relación a los principios de RSE.

Lee cuidadosamente las preguntas y conteste el cuestionario con la mayor honestidad. No hay respuestas correctas o incorrectas; solo es su opinión personal.

Gracias.

**PARTE I****Datos generales:**

1. Edad:
  - a) Menor de 25
  - b) Entre 25 y 35 años

- 
- c) Entre 26 y 45 años
  - d) Entre 46 y 55 años
  - e) Más de 55 años

2. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa?

- a) Menos de 1 año
- b) Entre 1 y 3 años
- c) Más de 4 años

3. Puesto que ocupa dentro de la empresa:

---

## PARTE II

### Dimensión económica

#### Indicador: Desempeño económico

1. ¿La empresa ha logrado los objetivos financieros en los últimos cinco años?

- a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

2. Las actividades sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha posibilitado la participación de la empresa en el mercado.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo



- 
3. La implementación de prácticas RSE ha generado rentabilidad en la empresa en los últimos años.
- f) Muy de acuerdo
  - g) De acuerdo
  - h) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  - i) En desacuerdo
  - j) Muy en desacuerdo
4. La empresa realiza aportes económicos para proyectos comunitarios.
- a) Muy de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  - d) En desacuerdo
  - e) Muy en desacuerdo

Marque una o varias opciones

5. La empresa lleva acabo inversión social en:
- a) Donación en proyectos
  - b) Infraestructura
  - c) Patrocinios
  - d) Fundaciones
  - e) Deportes
  - f) Universidad o instituciones
  - g) Otras

---

**Dimensión medioambiental****Indicador: Materiales, Agua, energía, emisiones**

6. ¿La empresa cuenta con política de gestión ambiental?

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

7. ¿La empresa cuenta con programas de reciclajes?

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

Si la respuesta anterior es positiva, por favor indique cuál programa: \_\_\_\_\_

8. ¿La empresa realiza monitoreo para disminuir los impactos de emisiones de materiales particulados que producen los buses?

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

9. La empresa comparte información con sus colaboradores sobre uso responsable de la energía eléctrica y el agua.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

10. La empresa lleva a cabo actividades de seguimiento para disminuir los impactos de las emisiones contaminantes que producen los buses.

- 
- f) Muy de acuerdo
  - g) De acuerdo
  - h) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  - i) En desacuerdo
  - j) Muy en desacuerdo

### **Dimensión social**

#### **Subdimensión: Prácticas laborales y trabajo digno**

11. ¿La empresa proporciona empleo a la comunidad local?

- a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

12. De los puntos nombrados a continuación, ¿qué programa lleva a cabo la empresa para el desarrollo y formación de sus empleados? Marque una o varias opciones.

- a) Programa de formación continua
- b) Mejorar el clima laboral
- c) Programa para reducir los riesgos laborales
- d) Política de derechos humanos
- e) Códigos de conductas a los empleados
- e) Otros

13. ¿La empresa cuenta con un programa de capacitación para los conductores?

- a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

**Subdimensión: Derechos humanos****Indicadores: No discriminación y Medidas de seguridad**

14. ¿La empresa cuenta con programa para prevenir discriminación?

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

15. La empresa evalúa las medidas de seguridad de sus colaboradores.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

16. La empresa brinda información para prevenir accidentes laborales, enfermedades y manejo de emergencias.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

---

**Subdimensión: Responsabilidad sobre productos****Indicadores: Salud y seguridad de los clientes**

17. ¿Conoce algún programa o estrategia que lleve a cabo la empresa para brindar un servicio adecuado para los clientes?

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

Si su respuesta fue positiva, por favor indique que programa:

Redención de kilómetros

Flota moderna y un plan mantenimiento preventivo

Seguridad

Comodidad y puntualidad en sus viajes

Cultura de servicio

Programa de cultura del servicio

Programa cliente incógnito

Ninguna

18. La empresa implementa prácticas de mejora continua para garantizar la seguridad de los clientes.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

19. La empresa informa a sus clientes sobre las medidas de seguridad.

- a) Muy de acuerdo

- 
- b) De acuerdo
  - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  - d) En desacuerdo
  - e) Muy en desacuerdo

20. La empresa se ha visto sancionadas en los últimos años por compartir datos de sus clientes.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

### **PARTE III**

**Dimensión: Principios para determinar el contenido de la memoria.**

**Subdimensión: Participación de los grupos de interés, sostenibilidad, materialidad y exhaustividad.**

21. ¿Usted conoce los principios que se basa la empresa para elaborar los informes de sostenibilidad sobre RSE?

- a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_

22. De los puntos nombrados a continuación, ¿cuáles principios tienen como base las acciones de la empresa en relación a la RSE? Marque una o varias opciones.

- a) Derechos humanos

- 
- b) Participación de los grupos de interés
  - c) Pacto Mundial
  - d) Igualdad en el trabajo
  - e) Comportamiento ético
  - f) Corrupción
  - g) Materialidad
  - h) Sostenibilidad
  - i) Otros

23. ¿La empresa mide el impacto de sus actividades de RSE en los ámbitos económico, ambiental y social?

- a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) N/A \_\_\_\_\_

24 Si su respuesta anterior fue positiva, ¿qué ámbito cree usted que se evalúa más dentro de la empresa?

- a) Económico b) Social c) Medioambiental

25 La empresa tiene en cuenta las opiniones de los grupos de interés para llevar a cabo las acciones de RSE.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

---

26 La empresa informa sobre las actividades de RSE.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

26 De los puntos nombrados a continuación, ¿cómo se informa sobre las prácticas RSE que realiza la empresa? Marque una o varias opciones.

- a) Página web de la empresa
- b) Correo electrónico
- c) Informes que elabora la empresa
- d) Reuniones
- e) Redes Sociales
- f) Boletín
- g) Revista
- h) No informa
- i) Otro

27 Según su criterio evalúe el grado de importancia que tiene la RSE en las siguientes temáticas, teniendo en cuenta que: (1) No es importante; (2) Poco importante; (3) Ni importante ni poco importante; (4) Importante y (5) Muy importante.

Económico ()

Social ()

Medioambiental ()



---

Legal ()

Grupo de interés ()

Político ()

28 ¿Qué beneficio esperaría usted con las prácticas que desempeña la empresa en relación con la RSE? Marque una o varias opciones:

a) Desempeño económico (rentabilidad, competitividad, posicionamiento en el mercado, etc.)

b) Impacto ambiental (reducción de la contaminación, reciclaje, iniciativas para mejorar el medioambiente, etc.)

c) Inversión social (proyectos comunitarios, ayudar a las poblaciones más vulnerables, etc.)

d) Mejoramiento en la imagen empresarial (marca talento, marca positiva, etc.)

e) Grupos de interés (mejorar las relaciones con los proveedores, inversionistas, accionistas, etc.)

c) Ambiente laboral positivo (derechos humanos, seguridad laboral, empleabilidad, beneficios para los colaboradores, etc.)

d) Ética empresarial (valores compartidos, motivación, etc.)

## **ANEXO B: PERMISOS**

**expreso  
brasilia** s.a.  
NIT 890100531-8  
COM - V6

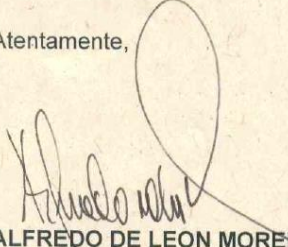
Barranquilla, 13 de Febrero de 2020

Señores  
UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
**Departamento de Posgrados**  
BARRANQUILLA

Yo **ALFREDO DE LEON MORENO**, en mi calidad de Representante Legal de la empresa **EXPRESO BRASILIA S.A.**, con NIT 890.100.531-8, autorizo a esta entidad para que el nombre de la compañía anteriormente mencionada sea utilizado en la Investigación de Tesis de Grado (Responsabilidad Social en Expreso Brasilia) de la Señora Margarita Rosa Quintero y Karol Ortiz; para poder obtener el título de Magister en Administración.

UNICILMDO  
SUPERMAYOR

Atentamente,

  
**ALFREDO DE LEON MORENO**  
Representante Legal - Suplente

(575) 3091855  
Carrera 35 No. 44-63 Barranquilla - Colombia

  
expresobrasilia.com