



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CODIGO

AP-BIB-FO-06

VERSION

1

VIGENCIA

2014

PAGINA

1 de 2

Neiva, 11 de Marzo de 2020

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Karem Mazabel Romero, con C.C. No. 1.110.565.224 de Ibagué (T),

Marcela Mazabel Romero, con C.C. No. 36.314.620 de Neiva (H),

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado:

La responsabilidad social empresarial como elemento estratégico de las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva.

Presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar al título de Magister en Administración de Empresas;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS



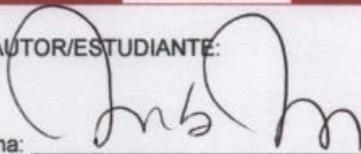
CARTA DE AUTORIZACIÓN

CODIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PAGINA	2 de 2
--------	--------------	---------	---	----------	------	--------	--------

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: KAREM MARABECU B.

Firma: 

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIAL DEL MUNICIPIO DE NEIVA.

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
MAZABEL ROMERO	KAREM
MAZABEL ROMERO	MARCELA

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
GIL TOVAR	HERNANDO

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD: ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA O POSGRADO: MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CIUDAD: NEIVA

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2020

NÚMERO DE PÁGINAS: 83

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas ___ Fotografías ___ Grabaciones en discos ___ Ilustraciones en general X Grabados ___
Láminas ___ Litografías ___ Mapas ___ Música impresa ___ Planos ___ Retratos ___ Sin ilustraciones ___ Tablas
o Cuadros X

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: ACROBAT READER PDF.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

Español

inglés

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE) | Corporate Social Responsibility |
| 2. Estrategia | Strategy |
| 3. Transporte terrestre automotor | Special ground transportation |
| 4. Desarrollo Sostenible | Sustainable development |
| 5. Práctica de RSE | CSR Practice |

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Esta investigación se ha elaborado con la finalidad de conocer la responsabilidad social empresarial como elemento estratégico de las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva, teniendo en cuenta, las prácticas sostenibles que realizan y el informe de gestión que presentan para medir el impacto de sus operaciones. La formulación del problema se realizó según el decreto 1079 de 2015 expedido por el ministerio de transporte especial, debido a que una de las causas de contaminación ambiental está dada por el uso de combustibles derivados del petróleo, que aumenta la contaminación con la emisión de gases (Co₂)- efecto invernadero. Para que las empresas del sector de transporte tengan en cuenta la responsabilidad, deberán realizar informes de gestión incluyendo la RSE, con el fin de realizar actividades que permitan mitigar esos impactos negativos en el ámbito social y ambiental que a diario se enfrentan y de igual manera identificar las prácticas que están realizando de RSE. Durante esta investigación, se hizo una revisión bibliográfica a través de Science of Tree (Árbol de la Ciencia), donde se analizó el marco teórico acerca de la RSE y las principales teorías. La información fue recolectada a través de entrevista semiestructurada y encuestas dirigida a los accionistas, gerentes y personal administrativo, se procesó con el software Excel versión 2016 mediante tablas de información y tablas dinámicas, arrojando resultados importantes, para analizar y concluir que las empresas ven la RSE como elemento estratégico y la importancia de incluirla dentro de su actividad comercial y operacional.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

This research has been carried out with the aim of understanding corporate social responsibility as a strategy element in the special motorized public land transport companies in the municipality of Neiva, taking into account the sustainable practices carried out and the management report they present to measure the impact



of their operations.

The formulation of the problem was made according to the decree 1079 of 2015 issued by the Ministry of Special Transport, because one of the causes of environmental pollution is given by the use of oil-based fuels, which increases pollution with the emission of gases (Co₂) - greenhouse effect. In order that the companies of the sector of transport, take into account the responsibility it will have to realize reports including CSR with the purpose of realizing activities that allow to mitigate these negative impacts in the social and environmental area that every day they face and in the same way, identify the practices that are being carried out by CSR. During this research, a bibliographic review was made through Science of tree, where the theoretical framework about CSR and the main theories was analyzed. The information was collected through semi-structured interviews and surveys directed to shareholders, managers and administrative personnel, it was processed with the Excel version 2016 software, using information tables and dynamic tables, yielding important results, to analyze and conclude that companies see CSR as a strategy element and the importance of including it within their commercial and operational activities.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: Elías Ramírez Plazas

Firma: _____

Nombre Jurado: Alexander Quintero Bonilla

Firma: _____

Nombre Jurado: Juan Manuel Andrade

Firma: _____

La responsabilidad social empresarial como elemento estratégico de las empresas de transporte
público terrestre automotor especial del municipio de Neiva

Karem Mazabel Romero

Marcela Mazabel Romero

Universidad Surcolombiana

Facultad de Economía y Administración

Neiva, Colombia

2020

La responsabilidad social empresarial como elemento estratégico de las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva

Karem Mazabel Romero

Marcela Mazabel Romero

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar al título de Magíster en Administración de Empresas

Director
Msc.PhD Hernando Gil Tovar

Línea de Investigación: Responsabilidad Social Empresarial

Universidad Surcolombiana
Facultad de Economía y Administración
Neiva, Colombia

2020

1	Formulación del problema	1
1.1	Descripción del problema	1
1.1.1	Preguntas orientadoras	3
1.2	Justificación	4
1.3	Amplitud y delimitación del problema y alcances del proyecto de investigación.....	5
1.4	Objetivos	5
1.4.1	General.....	5
1.4.2	Específicos	5
2	Marco Teórico.....	6
2.1	Marco conceptual.....	12
2.2	Marco contextual	15
2.3	Marco legal	18
2.3.1	Decreto 1079 / 2015.....	18
2.3.2	Resolución 315/2013	22
3	Metodología general	25
3.1	Tipo de Investigación.....	26
3.2	Método de Investigación.....	26
3.3	Fuentes y técnicas	27
3.3.1	Fuente primaria	27
3.3.2	Fuente secundaria.....	27
3.3.3	Operalización de las variables	28
3.3.4	Operalización de los objetivos	30
4	Análisis de los resultados.....	31
4.1	Análisis de las entrevistas	31
4.2	Análisis de la encuesta	41
5	Conclusiones y Recomendaciones	66
5.1	Conclusiones	66
5.2	Recomendaciones	68
6	Limitantes de la investigación	69
7	Futuras investigaciones	69
8	Referencias.....	70
9	Anexos	72
9.1	Entrevista semiestructurada	72
9.2	Encuesta	73
9.3	Oficio 20194410006271 emitido por la Dirección territorial Huila- Caquetá del Ministerio de transporte	75

Tabla 1. Categorías para clasificar las prácticas de RSE	11
Tabla 2. Caracterización de las empresas de estudio	16
Tabla 3 Clasificación de prácticas de RSE	38
Tabla 4. Género.....	41
Tabla 5. Cargo.....	42
Tabla 6. Conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial.....	43
Tabla 7. Impactos ambientales y sociales ocasionado por las operaciones empresariales.	44
Tabla 8. Realización de prácticas internas y externas de RSE.	45
Tabla 9. Certificaciones que apoyan las prácticas de la RSE.	46
Tabla 10. Condiciones y obligaciones con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes.....	47
Tabla 11. Compromiso directivo responsable con la empresa.	48
Tabla 12. Contribución al bienestar de los empleados y la sociedad.....	49
Tabla 13. Grado de participación en el financiamiento de eventos sociales.	50
Tabla 14. Programas de capacitación continua para todas las áreas en temas relacionados con la RSE.	51
Tabla 15. La RSE se considera como un elemento estratégico.	53
Tabla 16. Realizan informes de RSE reportando impactos positivos y negativos.....	54
Tabla 17. Incremento en costos	55
Tabla 18. Desconocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial	56
Tabla 19. Dificultades financieras	57
Tabla 20. Falta de interés por parte de las áreas de la empresa	58
Tabla 21. Falta de compromiso de los directivos	59
Tabla 22. Crecimiento empresarial	60
Tabla 23. Fidelidad de clientes y proveedores.....	61
Tabla 24. Mayor compromiso o productividad de los colaboradores.....	62
Tabla 25. Imagen corporativa y reputación	64
Tabla 26. Relación con la comunidad.....	65

Tabla de Ilustración

v

Ilustración 1. Género.....	41
Ilustración 2. Cargo.....	42
Ilustración 3. Conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial.....	43
Ilustración 4. Impactos ambientales y sociales ocasionado por las operaciones empresariales. ..	44
Ilustración 5. Realización de prácticas internas y externas de RSE.	45
Ilustración 6. Certificaciones que apoyan las prácticas de la RSE.	46
Ilustración 7. Condiciones y obligaciones con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes.....	47
Ilustración 8. Compromiso directivo responsable con la empresa.	48
Ilustración 9. Contribución al bienestar de los empleados y la sociedad.....	49
Ilustración 10. Grado de participación en el financiamiento de eventos sociales.	50
Ilustración 11. Programas de capacitación continua para todas las áreas en temas relacionados con la RSE.....	52
Ilustración 12. La RSE se considera como un elemento estratégico.	53
Ilustración 13. Realizan informes de RSE reportando impactos positivos y negativos.....	54
Ilustración 14. Incremento en costos	56
Ilustración 15. Desconocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial	57
Ilustración 16. Dificultades financieras	58
Ilustración 17. Falta de interés por parte de las áreas de la empresa	59
Ilustración 18. Falta de compromiso de los directivos	60
Ilustración 19. Crecimiento empresarial	61
Ilustración 20. Fidelidad de clientes y proveedores.....	62
Ilustración 21. Mayor compromiso o productividad de los colaboradores.....	63
Ilustración 22. Imagen corporativa y reputación.	64
Ilustración 23. Relación con la comunidad.....	65

La presente investigación está basada en el tema de Responsabilidad Social Empresarial, teniendo en cuenta que se refiere a la contribución activa y voluntaria en el ámbito social, económico y ambiental que tienen las empresas, con el fin de generar competitividad y valor agregado a las prácticas que realizan (Pérez, Espinoza, Cacibel y Peralta, 2016).

La Responsabilidad Social Empresarial está enfocada en generar un desarrollo sostenible en el tiempo, teniendo en cuenta que “el objetivo del desarrollo sostenible es satisfacer las necesidades presentes, sin comprometer las necesidades futuras” (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1987). Esto quiere decir que debemos cuidar lo que nos rodea, sin utilizar mal los recursos que en el futuro serán para las generaciones y no generen dificultad de disponer de los recursos básicos para vivir.

Por otra parte, la responsabilidad social empresarial va más allá de cumplir con las normas legales impuestas por el gobierno, buscan generar iniciativas que contribuyan a la sostenibilidad de la empresa y al equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el medio ambiente, en los diferentes sectores del país.

Esta investigación se realizó con el fin de conocer la Responsabilidad Social Empresarial como elemento estratégico en las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva, indagando acerca de la conceptualización de la RSE, las prácticas de RSE y el compromiso que tienen los actores internos para su implementación.

Se realizó una serie de entrevistas con los gerentes de las empresas del sector transporte terrestre automotor especial, en la cual se obtuvo información importante para poder complementar la encuesta que después se les aplicó.

De acuerdo con lo anterior, se puede considerar que la Responsabilidad Social Empresarial es ^{vii} un elemento estratégico para las empresas del sector de transporte terrestre automotor especial estudiado, debido a que le generan credibilidad, mayor productividad, lealtad al cliente, diversificación de mercados, garantizándole la sostenibilidad como empresa socialmente responsable.

1 Formulación del problema

1.1 Descripción del problema

El servicio público de transporte terrestre automotor especial se puede definir como:

Aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas que tengan una característica común y homogénea en su origen y destino, como estudiantes, turistas, empleados, personas con discapacidad y/o movilidad reducida, pacientes no crónicos y particulares que requieren de un servicio expreso, siempre que hagan parte de un grupo determinable y de acuerdo con las condiciones y características (Ministerio de Transporte, Decreto 1079 de 2015 y sus modificaciones).

El servicio de transporte especial se reglamenta con el Decreto 174 de 2001, con el fin de organizar una modalidad que en ese momento era el resultado de la modernización de los vehículos de transporte terrestre de pasajeros y mixto, quienes cada 10 años por normatividad debían renovar su parque automotor. En el año 2015 el Ministerio de Transporte expidió el decreto 1079 del 2015, el cual reglamentó el sector transporte y en el Capítulo 6 reorganizó y modificó algunos artículos para el servicio de transporte terrestre automotor especial, lo que ha generado un impacto económico y de operación en las mismas empresas.

Según el radicado No. 20194410006271 emitido por el Ministerio de Transporte Dirección Huila – Caquetá, el departamento del Huila cuenta con treinta y dos (32) empresas de transporte especial, de las cuales veinte (20) tienen sede principal en el municipio de Neiva. Estas empresas, para mantener su habilitación, deben contar con un Sistema Integrado de Gestión que incluye calidad, medio ambiente y seguridad y salud en el trabajo; por lo tanto, es importante que dichas empresas adopten planes y estrategias en sus procesos encaminados directamente a la práctica de responsabilidad social empresarial.

Las empresas de transporte, dentro de sus operaciones, generan un impacto negativo en el medio ambiente, por el uso de combustibles derivados del petróleo que aumenta la contaminación con la emisión de gases (CO₂)- efecto invernadero, por los residuos resultantes del normal desarrollo de sus operaciones (llantas, cambios de aceite, filtros, entre otros), por el ruido provocado por el funcionamiento del motor, la transmisión y la fricción del vehículo con el suelo, a pesar de realizar los mantenimientos pre operativos y preventivos y por la siniestralidad producida por el tráfico (Ramírez, Domingues,2013). En cuanto al ámbito social, por la poca formación de los conductores y su forma de interacción con los *stakeholders*.

Normativamente hay una guía sobre responsabilidad social que es la norma internacional ISO 26000, por medio de la cual se evidencia la aplicación de las mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo. Al ser voluntaria no contiene requisitos y, por tanto, no es una norma de certificación. También está la Guía GRI, donde se encuentran elementos con los que se puede evaluar la eficiencia operativa de la organización en términos de RSE, mediante indicadores como el consumo de recursos, lo cual pone de

manifiesto la necesidad de ahorrar en busca de reducir gastos que permitan no solo aumentar los rendimientos sino además disminuir el impacto generado al ambiente.

La Responsabilidad Social Empresarial en el sector del transporte terrestre automotor especial es un compromiso naciente que algunas empresas están aceptando, aunque no se puede evidenciar con claridad si realmente lo hacen, ya sea por desconocimiento de su importancia o porque realmente no han querido adaptarlo con el fin de que dichas acciones desarrollen el bienestar a largo plazo para la sociedad.

Tomando como referencia lo anterior, acerca de la problemática planteada, podemos hacer la siguiente pregunta inicial de investigación:

¿Las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva consideran la responsabilidad social empresarial como un elemento estratégico?

1.1.1 Preguntas orientadoras

- ¿Cómo definen las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva la responsabilidad social empresarial?
- ¿Cuáles prácticas de responsabilidad social empresarial están realizando las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva?
- ¿Cómo las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva incluyen información de RSE en sus informes de gestión?

1.2 Justificación

La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial como proceso de gestión en las empresas del sector público terrestre especial se ha convertido en un reto grande, puesto que implica buscar un equilibrio tanto interno como externo, es decir, generando un impacto positivo en la cultura de la empresa y, por otra parte, a la sociedad y *stakeholders* donde operan.

El transporte no solo tiene un impacto positivo en la sociedad (crecimiento económico, cohesión social, calidad de vida...), sino que supone un costo social y medioambiental. Este costo social y medioambiental es difícil de cuantificar en términos económicos y se deriva, principalmente, de los accidentes de tránsito, la creación de infraestructura, la contaminación de los vehículos y actividades auxiliares. (Baena, Pérez, García, Fernández y Amores, 2007, pág. 15).

Entre los principales impactos ambientales se destaca el consumo de combustible (gasolina, ACPM), producto derivado del petróleo, recurso natural limitado, origen principal de las emisiones a la atmósfera del sector, con otros efectos negativos sobre el medio ambiente como la eliminación de recursos naturales no renovables (Baena, Pérez, García, Fernández y Amores, 2007, pág. 15), por otra parte, las empresas de transporte también consumen energía en sus instalaciones para el funcionamiento administrativo y el mantenimiento de vehículos a través del consumo eléctrico de máquinas y equipos.

Dentro del desarrollo de su objeto social, las empresas deben ejercer acciones que mitiguen su impacto negativo, implementando prácticas que generen un valor agregado en el sector.

Por lo anterior, es importante que las empresas del servicio público terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva tengan en cuenta la RSE dentro de sus procesos administrativos, considerando que “la RSE es una actividad empresarial que se ha convertido en un factor de primer orden para la reputación y diferenciación de una empresa ante los consumidores y frente a sus competidores” (Calero, 2013).

1.3 Amplitud y delimitación del problema y alcances del proyecto de investigación

Teniendo en cuenta el oficio número MT- 20194410006271 del 17 de octubre de 2019, emitido por la Dirección Territorial Huila-Caquetá del Ministerio de Transporte, como respuesta a la consulta radicada sobre las empresas de servicio especial habilitadas, esta investigación abarca las veinte (20) empresas habilitadas para la prestación del servicio de transporte terrestre automotor especial, que tienen su sede principal en el municipio de Neiva, Huila. (Ver anexo 9.3)

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Identificar el nivel de importancia que otorgan las empresas de transporte público terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva a la Responsabilidad social Empresarial como elemento estratégico.

1.4.2 Específicos

- O1: Conocer el concepto de RSE en las empresas de transporte público especial en la ciudad de Neiva.

- O2: Reconocer las prácticas que las empresas de transporte terrestre automotor especial del municipio de Neiva realizan en correspondencia con su compromiso con la RSE.
- O3: Identificar la RSE en los informes de gestión de las empresas del sector del Servicio público Transporte Terrestre Automotor Especial.

2 Marco Teórico

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que hoy en día muchas organizaciones quieren incluir dentro de sus procesos administrativos; y se puede definir según, de acuerdo con varios autores, como:

- Acciones que promueven un bien social, más allá de los intereses de la empresa y lo que exige la ley, es decir, la RSE significa ir más allá de obedecer la ley (McWilliams,2001).
- La RSE es utilizada por los gerentes como un medio para promover agendas sociales, políticas y profesionales, es decir, que los recursos referentes a la RSE se gastan desde la perspectiva social, con el fin de aumentar la eficiencia de la empresa (McWilliams, 2001).
- Aguinis (2011) la define como acciones y políticas organizacionales específicas del contexto que toma en cuenta las expectativas de los interesados y el triple resultado económico, desempeño social y ambiental.
- Según Frynas (2015) es apropiado definir la RSE como un término de variedad en conceptos y prácticas, todos los cuales reconocen que las empresas tienen la responsabilidad de su impacto en la sociedad y el medio ambiente, más allá del cumplimiento legal y el compromiso de individuos.

En el artículo sobre ¿Cómo pueden las actividades de responsabilidad social corporativa crear valor para las partes interesadas? Una revisión sistemática de Pelozo (2011), dos (2) autores hablan sobre la RSE, el primero es Barnett (2007), quien argumenta que la RSE para crear valor en la empresa radica en su capacidad para generar relaciones positivas con las partes interesadas, el segundo autor es Wood (1991), el cual habla de la configuración de una organización empresarial de principios de responsabilidad social, procesos de respuesta social y políticas, programas y resultados observables con las relaciones sociales de la empresa.

Además, se puede considerar que la RSE puede estar relacionada también con el desempeño de la empresa; por ejemplo, proporcionar una protección similar a la de un seguro en caso de los errores futuros empresariales o hacer que la empresa sea más atractiva para los trabajadores mismos y también genera un vínculo con el éxito financiero en las organizaciones (Chin, 2013).

Una empresa puede participar en varios tipos de acciones, incluida la RSE, para mejorar la posición competitiva, una situación ventajosa que le permite disfrutar de un mejor desempeño financiero. Incluirla dentro de los procesos organizacionales puede ayudar a diferenciar la empresa de sus competidores y construir una reputación transparente y obtener apoyo de varias partes interesadas, viéndose reflejado también en el desempeño financiero corporativo (Kim, 2018).

De acuerdo con las diferentes definiciones de RSE, se observa el desarrollo de diversas vertientes, las cuales se explican a continuación:

- Teoría de la agencia:

Cuando se habla de la teoría de la agencia, se refiere a la descripción de un arco de desempeño social corporativo; es un modelo que incluye la filosofía de la capacidad

de respuesta social, los problemas sociales involucrados y las categorías de responsabilidad social (responsabilidad económica) (McWilliams, 2001).

La teoría de la agencia tiene un énfasis en la eficiencia y, según los teóricos, las organizaciones están estructuradas para minimizar costos de búsqueda, coordinación, inseguridad, etc. Muchos autores relacionan esta teoría con el concepto de partes interesadas; de igual forma, incluyen la relación entre los accionistas y los gerentes, para poder crear esta teoría, dando importancia en la participación de la empresa y el poder de los gerentes en el desarrollo de sus actividades (Donaldson, 1995).

Existen muchas teorías con diferentes propósitos y cada una de ellas tiene diferentes criterios de validez y diferentes implicaciones.

- Teoría neoclásica de la empresa:

Esta teoría está relacionada con las decisiones empresariales en temas de producción, inversión y fijación de precios establecidos por la empresa que opera en mercado competitivos (Donaldson, 1995).

- Teoría del comportamiento de la empresa:

Se refiere al proceso de toma de decisiones en la empresa moderna en término de objetivos, expectativas y procedimientos de toma de decisiones (Donaldson, 1995).

- Teoría del juego cooperativo de Akoi (1984):

Esta teoría de la empresa intenta explicar la gobernanza interna, particularmente el equilibrio entre los intereses de los dueños y los trabajadores (Donaldson, 1995).

La evolución de cada una de estas teorías ha dado paso a nuevas teorías.

- Teoría del costo:

Esta teoría es una de las razones por las cuales existen las empresas, debido a que se

cuestiona por qué las actividades económicas se coordinan a través de contactos de mercados.

A partir de las teorías mencionadas anteriormente y dando parte para el desarrollo de las teorías de las partes interesadas, entendiendo como las teorías que explican cómo guiar la estructura y el funcionamiento de la sociedad establecida (Donaldson, 1995).

- Teoría de los stakeholder o partes interesadas:

En sus inicios nació con vocación de ser una teoría estratégica de gestión, como bien señala uno de los principales precursores de la misma, Richard Edward Freeman, definiendo el termino stakeholder como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Esteban, 2007).

Aunque Freeman sigue defendiendo el uso de esta teoría como metodología de gestión exclusivamente estratégica. Las razones del interés por la teoría de los stakeholders son muy diversas, pero estas son las principales:

1. Esta teoría, en primer lugar, permite pensar un nuevo paradigma empresarial, donde existe una comprensión de la empresa plural. Por tanto, la empresa no es cosa de uno (accionista o propietario), ni exclusivamente de dos (propietarios y trabajadores). Si no que la empresa debe ser entendida desde la pluralidad de “agentes” los que intervienen en ella y, por tanto, la hacen posible, así como desde aquellos “pacientes” que son afectado por la organización empresarial.
2. La teoría nos permite además comprender la relación entre los distintos stakeholders que configuran la organización empresarial, sobre los que existen expectativas recíprocas de comportamiento, algunas de ellas con carácter legítimo que deberán ser satisfechas dentro del marco de las relaciones empresariales.

3. Finalmente, la teoría de los stakeholders es fácil de vislumbrar la existencia de una responsabilidad social, entendida en sentido ético, de la organización empresarial. Esta teoría se ha convertido en un paradigma dominante de la RSE, según Donaldson y Preston (1995), existen tres dimensiones teóricas: Normativa, instrumental y descriptiva, aspectos que se apoyan mutuamente (McWilliams, 2001), en la dimensión descriptiva se muestra como las organizaciones actúan recíprocamente con los *stakeholders*, en la instrumental se establece un marco conceptual para examinar las conexiones entre la administración de las partes interesadas y el alcance de los objetivos propuestos y la dimensión normativa, base fundamental de esta teoría es la aceptación de las siguientes ideas: “stakeholders son personas o grupos con interés legítimos en los aspectos procedimentales y/o sustantivos de la corporación” (Donaldson y Preston, 1995), por tanto la empresa deben atender los intereses de todos sus stakeholders.

Es por ello que las empresas que realizan negocios con las partes interesadas, a través de la confianza y la corporación, tienen un incentivo para demostrar el compromiso sincero con el comportamiento ético; este comportamiento abre oportunidades, genera ventajas competitivas duraderas y productivas con las partes interesadas y, por lo tanto, reconocimiento empresarial en el sector (McWilliams, 2001).

La teoría de las partes interesadas es general e integral, y está relacionada más allá de la observación descriptiva de que las organizaciones tienen partes interesadas o *stakeholders*. Esta teoría se ha utilizado para describir la naturaleza de la empresa, la forma en que los gerentes piensan acerca de la administración, cómo la junta directiva piensa sobre los intereses de las comunidades corporativas y cómo se desarrollan realmente las corporaciones (Donaldson, 1995).

De acuerdo con cada una de las perspectivas teóricas anteriores, en esta investigación se toma como teoría de base la teoría de las partes interesadas, puesto que permite determinar la RSE como un elemento estratégico de las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva, porque al aplicar la teoría permite generar confianza por parte de los gerentes y crear estrategias sólidas de crecimiento, oportunidades con los *stakeholders* en el sector de estudio mencionado anteriormente, a través de las prácticas de RSE.

Es importante tener en cuenta que, cuando se utiliza el término prácticas en el presente documento, se hace referencia a las acciones u procesos que tiene una organización con el cual puede interactuar de manera transversal la RSE en la empresa misma y la sociedad.

Según Bestratén y Pujol (2004) en el artículo de García, Azuero y Peláez (2013), clasifican las prácticas en tres categorías (primarias, secundarias y terciarias):

Tabla 1. Categorías para clasificar las prácticas de RSE

CATEGORIA	DESCRIPCIÓN
Primarias	Inherentes a la actividad específica de la empresa.
Secundarias	Prácticas que buscan mejorar los efectos resultantes de la actividad específica de la empresa sobre sus grupos de interés, más allá de unos mínimos siempre exigibles
Terciaria	Prácticas de la empresa encaminadas a mejorar determinados aspectos de su entorno social más allá de su actividad específica.

Fuente: García, Azuero y Peláez (2013)

Teniendo en cuenta lo anterior, entendiendo que la RSE se puede determinar como un elemento estratégico, se observa que en el artículo de Restrepo (2005) Mintzberg (1987) sostiene que “la estrategia se debe entender como una posición, es decir, reconocer

acciones y fuerza mediadores entre la organización y su entorno, de forma tal que la estrategia resulte ser un “nicho” que permite la generación de rentas (donde normalmente existe un dominio de actividad “producto – mercado”) fruto de lograr copar el mercado o el segmento y lograr evadir la competencia”, pero también Mintzberg (1999) define la palabra estrategia como un plan, el cual en sus palabras es una serie de cursos de acción conscientemente pretendido a manera de guía con los cuales interviene o interactúa sobre una situación.

Otro aspecto importante, es que Mintzberg (1999), considera también la estrategia como un patrón o una forma predeterminada característica en el tiempo. Cuando los patrones de comportamiento provienen de una determinada forma de concebir el papel de la organización en el entorno, la estrategia es concebida como una perspectiva, que orienta y da coherencia a las actuaciones de la organización en el tiempo.

De acuerdo con las diferentes percepciones de la definición de estrategia, Mintzberg y Lampel (1999), presentan, luego de una investigación histórica de literatura sobre estrategia, una caracterización de 10 escuelas, que corresponden a las orientaciones de diseño, planeación, posicionamiento, emprendimiento cognitivo, del aprendizaje, del poder, cultural, ambiental y de configuración.

2.1 Marco conceptual

- Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (Bowen, 1953, pág. 6)

- **Empresa**

De acuerdo con el Decreto 957 del 2019, en el artículo 2° se entiende por empresa toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrán utilizar uno o varios de los siguientes criterios:

1. Número de trabajadores totales.
2. Valor de ventas brutas anuales.
3. Valor activo totales.

Para efectos de los beneficios otorgados por el Gobierno nacional a las micro, pequeñas y medianas empresas, el criterio determinante será el valor de ventas brutas anuales.

-**Servicio de transporte terrestre especial**

(Decreto 348 de 2015, artículo 3°).

Artículo 2.2.1.6.4. Modificado por el Decreto 431 de 2017, artículo 1o. Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial. Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas que tengan una característica común y homogénea en su origen y destino, como estudiantes, turistas, empleados, personas con discapacidad y/o movilidad reducida, pacientes no crónicos y particulares que requieren de un servicio expreso, siempre que hagan parte de un grupo determinable y de acuerdo con las condiciones y características que se definen en el presente capítulo

-ISO 26.000

Es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma ayuda en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más.

-Desarrollo sostenible

Según la Unesco, en abril del año 1987, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo publicó y dió a conocer su informe, titulado “Nuestro futuro común” (*“Our common future”*, en idioma inglés) conocido también como “Informe Brundtland” (Brundtland, G.H., 1987), en el cual se introduce el concepto de desarrollo sostenible, definido en estos términos:

“Está en manos de la humanidad asegurar que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”.

-Estrategia

la estrategia se debe entender como una posición, es decir, reconocer acciones y fuerza mediadores entre la organización y su entorno, de forma tal que la estrategia resulte ser un “nicho” que permite la generación de rentas (donde normalmente existe un dominio de actividad “producto – mercado”) fruto de lograr copar el mercado o el segmento y lograr evadir la competencia.

-Stakeholders o partes interesadas

Stakeholders son personas o grupos con interés legítimos en los aspectos procedimentales y/o sustantivos de la corporación.

-Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

Una práctica de RSE es una acción, proyecto, programa o proceso que, en atención a una expectativa de un grupo de relación, ha generado la resolución de un problema, la superación de una deficiencia, el mejoramiento de un proceso, el cambio de cultura organizacional y, además, contribuye a implantar de manera transversal la RSE en la empresa y la sociedad.

2.2 Marco contextual

El servicio público de transporte terrestre en Colombia está regulado por el decreto 1079 del 2015, y se presta bajo las modalidades de: colectivo de pasajeros (buses urbanos), transporte masivo de pasajeros (transmilenio - metro), individual de pasajeros en taxi, pasajeros por carretera, automotor mixto (campero y bus escalera), automotor de carga (camiones) y el servicio de transporte especial (buses – microbús – camionetas).

Nuestra investigación se realiza en las veinte (20) empresas de servicio de transporte especial con sede principal en el municipio de Neiva, debidamente habilitadas por el ministerio de transporte:

Tabla 2. Caracterización de las empresas de estudio

Nombre de la empresa	NIT	Dirección	Gerente
Cooperativa de motoristas del Huila y Caquetá Ltda.,	813004069-5	Calle 2 sur No 7-30	Armando Cuellar Arteaga
Cooperativa de transportadores del Huila limitada,	891100299-7	Av. 26 No 4-82	Marino Castro
Cooperativa Transportadora Ganadera del Huila y Caquetá Ltda.	89119000-7	Calle 33 No 6-100	María Angélica Quesada Gómez
Transportes Expreso La Gaitana SA	891104558-8	Carrera 5 No 3 ^a -153	Juan Carlos Gonzales García
Transneivana SAS,	813006187-5	Carrera 20 No 6B-18	Arcisio Serrato Bonilla
Pony Especial SAS	900121943-4	Carrera 9 No 16-63	German Moreno Leal
Transportes Orsal SAS	83003942-6	Carrera 11No 3 ^a -54	Irma Bernal Silva
Empresa de transporte Escolar Especial y de Turismo del Huila Ltda. SAS	813004745-6	Carrera 14 No 7 - 40	Rosalía Esquivel de Fierro
Empresa de Transporte Especial, Empresaria, Escolar, Turismo y Carga Megatrans SAS	900317006-0	Calle 5 No 8 - 54	Manuel Ernesto Solano Trujillo

Vigía Servicio Especial SAS	900335765-9	Carrera 7P No 36-319	Gloria Lucia Garzón de Echeverry
Sociedad de Transportadores Sotransvega SAS	813008520-4	Carrera 15ª No 4-25	Mayra Alejandra Murcia Salinas
VIP Line Express SAS	900400695-1	Carrera 8E No 27-09	Luis Jesus Sepulveda Osorio
Transvitur SAS	900429738-4	Calle 40b No17-52	Martha Cecilia Carvajal Medina
Transporte de Colombia Tours SAS	900475150-1	Carrera 11 NO 3ª - 54	Liliana Avilés González
Transporte y Destinos turísticos Viaturcol SAS	800117146-2	Carrera 5 No 13-28	María Alejandra Rodriguez
Líneas Turísticas del Páez SAS	900529518-1	Carrera 1A No 4 -04	Gina Paola Castro Vargas
Servicios Petroleros y Transporte Especial Serpetrans SAS	900756615-9	Carrera 9 No 16-63	Jennifer Segura Ortiz
Overland Tours SAS	900912102-1	Carrera 5sur No38-61	Andrés Cuervo
Transporte MCM SAS,	901258944-4	Carrera 11 No 3ª - 54	Liliana Avilés González
Transporte Tesla SAS	901268624-5	Calle 20 No 8-33	Carlos Humberto Ruiz Ramírez

2.3 Marco legal

2.3.1 Decreto 1079 / 2015

CAPÍTULO 6: Servicio público de transporte terrestre automotor especial

Este decreto tiene como objeto reglamentar la prestación de Servicio Público de Transporte Automotor Especial y establecer los requisitos en los cuales se debe regir todas las empresas para poder operar legalmente.

Para realizar dichas operaciones, las empresas deben estar habilitadas ante el Ministerio de Transporte, tal cual como lo especifica la sección 4, Artículo 2.2.1.6.4.1. Modificado por el Decreto 431 de 2017, artículo 12. Requisitos.

Por otro lado, y teniendo en cuenta la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), objeto principal en esta investigación, las empresas deben cumplir con el siguiente artículo:

Sección 5, Seguros, Artículo 2.2.1.6.5.1. Obligatoriedad. En la cual estipula que las empresas de Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial, deben contar con pólizas de seguros de responsabilidad civil contractual y extracontractual que las ampare contra los riesgos inherentes a la actividad transportadora, así:

1. Póliza de responsabilidad civil contractual que deberá cubrir al menos, los siguientes riesgos:

- a) Muerte.
- b) Incapacidad permanente.
- c) Incapacidad temporal.

d) Gastos médicos, quirúrgicos, farmacéuticos y hospitalarios.

El monto asegurable por cada riesgo no podrá ser inferior a cien (100) SMMLV por persona, cuantías que deberán incluir el amparo de perjuicios inmateriales.

2. Póliza de responsabilidad civil extracontractual, que deberá cubrir al menos los siguientes riesgos:

a) Muerte o lesiones a una persona.

b) Daños a bienes de terceros.

c) Muerte o lesiones a dos o más personas.

El monto asegurable por cada riesgo no podrá ser inferior a cien (100) SMMLV por persona, cuantías que deberán incluir el amparo de perjuicios inmateriales.

Artículo 2.2.1.6.5.4. Fondo de responsabilidad. Sin perjuicio de la obligación de obtener y mantener vigentes las pólizas de seguro señaladas en la presente Sección, las empresas de Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial, podrán constituir fondos de responsabilidad como mecanismo complementario para cubrir los riesgos derivados de la prestación del servicio, cuyo funcionamiento, administración, vigilancia y control lo ejercerá la Superintendencia Financiera o la entidad de inspección y vigilancia que sea competente según la naturaleza jurídica del fondo. En dichos fondos se deberá incluir la representación de los propietarios y locatarios de vehículos.

Artículo 2.2.1.6.8.13. Adicionado por el Decreto 431 de 2017, artículo 26. Obligaciones de las empresas habilitadas. Para la prestación del servicio público en esta modalidad, las empresas deberán:

1. Administrar, mantener en perfecto estado y controlar la operación de los vehículos propios o de terceros y de los que presten el servicio.
2. Planificar el servicio de transporte.
3. Administrar y mantener un programa que fije y analice indicadores de calidad y las estadísticas de la operación de la empresa. Es responsabilidad de la empresa disponer de la siguiente estadística de operación:
 - a) De la calidad de prestación de los servicios b) Vehículos utilizados por servicio; c) Conductor por servicio prestado;
 - d) Kilómetros recorridos; e) Tiempo de recorrido; f) Porcentaje del parque automotor propio y de terceros; g) De seguridad vial.
4. Garantizar el mantenimiento preventivo bimestral en centro especializado de cada uno de los vehículos vinculados con los que preste el servicio y el correctivo cuando se haga necesario. El mantenimiento preventivo implicará la intervención mecánica del automotor para evitar degradación, desperfectos o fallas del vehículo durante su operación. Las revisiones no son un mantenimiento.
5. Garantizar que los vehículos con los que prestará el servicio porten los documentos exigidos para la movilización que realizan.

6. Gestionar el cumplimiento de las obligaciones y estrategias contenidas en el Plan Nacional de Seguridad Vial, de conformidad con las instrucciones que imparta el Gobierno nacional y el plan estratégico de seguridad vial adoptado.
7. Monitorear y medir la accidentalidad y, a partir de dichos análisis, planear, desarrollar y ejecutar medidas conducentes a reducir los índices de accidentalidad.
8. Vigilar y garantizar el cumplimiento de la obligación de realizar revisión técnico-mecánica.
9. Mantener un programa de control y análisis de las estadísticas e indicadores del número y causas de los accidentes de tránsito, que deberá reportar a la Agencia Nacional de Seguridad Vial, de conformidad con los protocolos que para tal fin esta establezca.
10. Exigir el porte de la calcomanía “Cómo Conduzco”, en perfecto estado y siempre visible, según lo ordenado por la Superintendencia de Puertos y Transporte, y cumplir con los requisitos técnicos señalados por esta. Igualmente, establecer los mecanismos internos de control para el funcionamiento de la línea de atención.
11. Estructurar el procedimiento para la atención a los usuarios, incluyendo las ayudas tecnológicas y el personal que se destinará para tal fin.
12. Monitorear la plataforma tecnológica y el centro de control con los que debe interactuar el vehículo y la empresa para la prestación del Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial.

13. Facilitar la suscripción de los contratos de transporte a través de medios tecnológicos, articulados con el sistema de información establecido para el efecto por el Ministerio de Transporte.

14. Disponer de una adecuada infraestructura física y definir las áreas destinadas al desarrollo de las funciones financiera, administrativa, operativa, de seguridad vial y de tecnología, según la estructura empresarial establecida en el presente Capítulo.

15. Acreditar la sustentabilidad financiera de su actividad, para la consolidación de condiciones de operación seguras para los usuarios y demás actores de la vía.

Una vez cumpla con los requisitos expuestos en el Decreto 1079/2015 mencionado anteriormente, debe registrarse por la siguiente regulación, que es una de las más importantes para las empresas, puesto que está ligado a la RSE y su impacto con el medio ambiente cuando realizan sus actividades empresariales.

2.3.2 Resolución 315/2013

Artículo 1. –*Revisión técnico mecánica.* La revisión técnico mecánica y de emisiones contaminantes de que trata el artículo 51 de la Ley 769 de 2002, modificado por el artículo 11 de la ley 1383 de 2010, modificado por el artículo 201 del Decreto 019 de 2012, deberá realizarla directamente la empresa de transporte terrestre de pasajeros sobre los vehículos que tenga vinculados a su parque automotor, a través del centro de diagnóstico automotor autorizado que seleccione para el efecto, con cargo al propietario del vehículo.

Artículo 2. – *Revisión y mantenimiento de los vehículos.* Las empresas de transporte terrestre automotor de pasajeros serán las responsables de realizar directamente el

mantenimiento preventivo de los vehículos de servicio público vinculados a su parque automotor, a través de un centro especializado y con cargo al propietario del vehículo.

Artículo 3. – *Mantenimiento de vehículos*. El mantenimiento de los vehículos será preventivo y correctivo. El mantenimiento preventivo constituye la serie de intervenciones y reparaciones realizadas al vehículo con la finalidad de anticipar fallas o desperfectos; no podrá entenderse por mantenimiento preventivo las actividades de revisión o inspección. El mantenimiento correctivo es aquel que se ejecuta en cualquier momento al vehículo y ante la evidencia de una falla en cualquiera de sus componentes.

El mantenimiento preventivo se realizará a cada vehículo en los periodos determinados por la empresa, para lo cual se garantizará como mínimo el mantenimiento bimensual, llevando una ficha de mantenimiento donde consignará el registro de intervenciones y reparaciones realizadas, indicando día, mes y año, centro especializado e ingeniero mecánico que realizó y el detalle de las actividades adelantadas durante la labor.

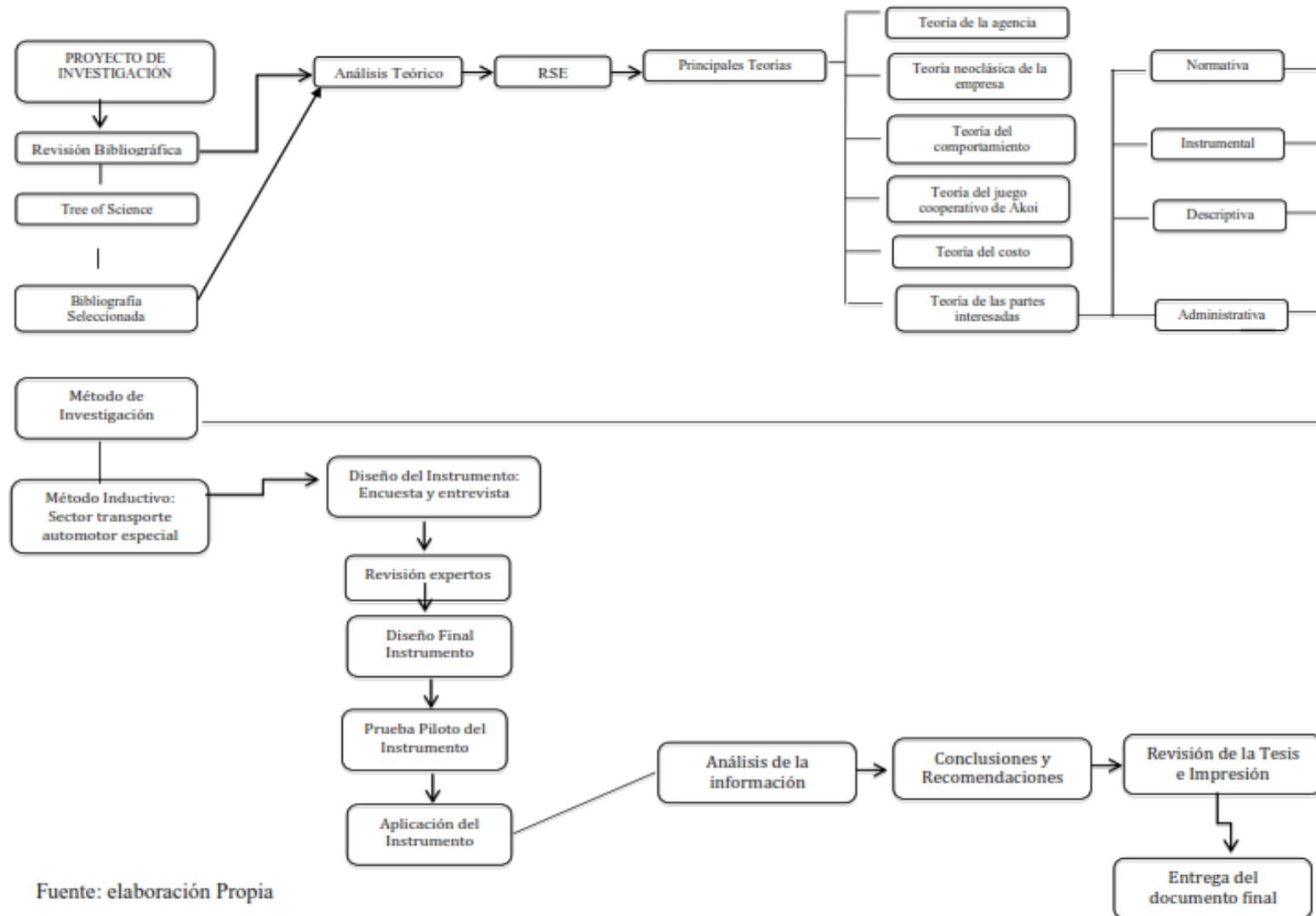
En la ficha de mantenimiento, además, se relacionarán las intervenciones correctivas realizadas indicando día, mes y año, centro especializado y técnico que realizó el mantenimiento, detalle de las actividades adelantadas durante la labor de mantenimiento correctivo y la aprobación de la empresa.

Las empresas de transporte deberán ajustar sus fichas físicas de mantenimiento a lo dispuesto en la presente resolución y conservar la de cada vehículo a disposición permanente de las autoridades de inspección, vigilancia y control de su operación.

Artículo 4. – *Protocolo de alistamiento*. Sin perjuicio del mantenimiento preventivo y correctivo realizado al vehículo, todas las empresas de transporte terrestre de pasajeros, las empresas de transporte de carga y las empresas de transporte mixto, realizarán el alistamiento diario de cada vehículo, dentro del período comprendido entre el último despacho del día y el primero del día siguiente, donde se verificará como mínimo los siguientes aspectos:

- Fugas del motor, tensión de correas, tapas, niveles de aceite de motor, transmisión, dirección, frenos, nivel del agua del limpia brisas, aditivos de radiador, filtros húmedos y secos.
- Baterías: niveles de electrolito, ajustes de bordes y sulfatación.
- Llantas: desgaste, presión de aire
- Equipo de carretera
- Botiquín

3 Metodología general



Fuente: elaboración Propia

De acuerdo con el mapa anterior, se puede evidenciar la metodología a aplicar en esta investigación, teniendo en cuenta que se realizó previamente una búsqueda bibliográfica mediante el software “*Tree of science*” (Árbol de la ciencia), donde se analizó la literatura existente sobre el tema, teniendo en cuenta las principales publicaciones en revistas indexadas y su impacto, de las cuales se elabora el Marco teórico y se toma la decisión respecto de la teoría que sirve de base para la presente investigación.

3.1 Tipo de Investigación

Esta investigación es exploratoria, puesto que “es de primer nivel de conocimiento científico, que tiene como objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis, pero tiene otras funciones como la de aumentar la familiaridad del investigador con el fenómeno que va a investigar, aclarar conceptos, establecer preferencias para posteriores investigaciones” (Méndez, 1995, pág. 124).

3.2 Método de Investigación

El método de esta investigación es inductivo, en el artículo de Newman (2006) acerca del razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales, expresa que Francis Bacon (1561-1626) fue el primero que propuso este método para adquirir conocimiento, y afirmaba que los pensadores no debían esclavizarse aceptando como verdades absolutas las premisas transmitidas por las autoridades en la materia. Bacon, para obtener conocimiento decía que es imprescindible observar la naturaleza, reunir datos particulares y hacer generalizaciones a partir de ello.

Según Bacon las observaciones se hacían sobre fenómenos particulares de una clase, y luego a partir de ellos se hacías inferencias acerca de la clase entera, este procedimiento se denomina razonamiento inductivo.

3.3 Fuentes y técnicas

3.3.1 Fuente primaria

El trabajo de campo se realizó en 20 empresas del sector de transporte terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva, según la información suministrada por la Dirección Territorial Huila-Caquetá del Ministerio de Transporte Departamental (Ver anexo 9.3), donde detalla el número de empresas con sede principal en este Municipio. Una vez realizada las entrevistas, se diseñó el instrumento de la encuesta y se realizó una prueba piloto, para finalmente aplicarlas a cada uno de los gerentes y personal administrativos en las empresas de estudio, teniendo toda la información, se procesó a través del software Excel 2016, la cual, mediante tablas de información y tablas dinámicas fue tabulada. Dicho procesamiento arrojó resultados importantes, para analizar y concluir el objetivo de esta investigación.

De acuerdo con lo anterior, la fuente primaria es: las entrevistas a los gerentes, y partiendo de dichos resultados, se aplica una encuesta referente a la RSE, para obtener la información necesaria y así realizar el análisis respectivo para el sector de estudio.

3.3.2 Fuente secundaria

Se realiza una búsqueda bibliográfica a través del software online “*Tree of science*” (Árbol de la ciencia), en el cual encontramos históricamente la RSE desde los fundadores, quiénes la estructuraron y los autores que la desarrollaron. Por otra parte, se realizó una búsqueda

por las bases de datos de Scopus y Science direct para complementar el marco teórico de esta investigación.

3.3.3 Operalización de las variables

Dimensión	Componente	Elementos para considerar en cada componente	Preguntas asociadas a cada variable e indicador	Fuente (Entrevista, documentos, observación, encuesta)
1. Empresas de servicio público de transporte terrestre automotor especial	Historia	- Precusores - Contexto	¿Cómo han venido vinculando dentro de sus operaciones los impactos ambientales y sociales?	- Entrevista - Documentos
2. Responsabilidad Social Empresarial	Económico	-Indicadores Financieros -Estados Financieros	¿Es importante tener en cuenta los stakeholders en sus operaciones?	-Entrevista
	Legal	-Cumplimento de las leyes del Ministerio de Transporte	¿Tiene la empresa certificaciones que apoyen las prácticas de la RSE?	-Entrevista -Documentos
			¿Cómo calificaría las actuales condiciones y obligaciones que su empresa tiene con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes?	-Encuesta
	Ambiental	-Procesos enfocados a la acción preventiva del medio	¿Qué prácticas de RSE internas y externas realizan en la empresa?	-Entrevista -Documentos

		ambiente	¿Usted y todo su grupo de trabajo tienen compromiso responsable con la empresa?	-Entrevista
	Filantropía	-Acciones voluntarias que se orientan para generar bienestar social interno y externo	¿De qué manera la empresa atribuye el bienestar en los empleados y la sociedad?	-Entrevista -Documentos
			¿Cómo calificaría el grado de participación de su empresa en el financiamiento de eventos sociales?	-Encuesta
			¿En qué grado su empresa realiza actividades de divulgación de acciones de responsabilidad social, o publicación de un Balance Social?	-Encuesta
3.Conclusiones sobre la RSE en el servicio público terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva	Estrategia RSE	Informe de gestión.	- ¿Es importante que la RSE sea considerada como elemento estratégico de las empresas de servicio público terrestre automotor de la ciudad de Neiva?	-Entrevistas - Documentos

3.3.4 Operalización de los objetivos

No	OBJETIVO	Instrumento	PREGUNTA No.
1	Conocer el concepto de RSE en las empresas de transporte público especial en la ciudad de Neiva.	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Sabe usted como empresario qué es la responsabilidad social empresarial? - ¿Considera usted que la RSE es importante? - Entre los objetivos que persigue la empresa ¿se encuentra la aplicación de la RSE?
2	Identificar las prácticas que la empresa de transporte terrestre automotor especial del municipio de Neiva realiza en correspondencia con su compromiso con la RSE.	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Conoce los grupos de interés o stakeholders y cuáles son? - ¿Evalúan periódicamente el posicionamiento responsable de la empresa tanto interno como externo? - ¿los directores de las áreas han analizado los impactos de las operaciones a nivel social y ambiental? - ¿Tiene la empresa certificaciones que apoyen sus prácticas de RSE?
3	Identificar la RSE en los informes de gestión de las empresas del sector del Servicio público Transporte Terrestre Automotor Especial.	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuentan con programas de capacitación continua para todas las áreas en temas relacionados con la RSE? - ¿Hacen informes de RSE con una metodología específica, reportando los impactos positivos y negativos tanto internos como externos?

4 Análisis de los resultados

4.1 Análisis de las entrevistas

Para la presente investigación se realizó una entrevista semiestructurada acerca de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a los gerentes de las empresas de transporte terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva, clasificando el análisis de acuerdo con las siguientes categorías:

1. Conocimiento del concepto de RSE

Se pudo determinar que el concepto de RSE está en términos de lo social y el medio ambiente, entendiendo que la sociedad está comprendida por aquellos mismos clientes o personas a las cuales ellos van a prestar el servicio de transporte y que de una u otra manera pueden apoyar otras actividades sociales y del medio ambiente, puesto que hace parte del objeto social de muchas de ellas y que por requisito de ley deben cumplir. Lo anterior se confirma con declaraciones como: “Sabemos que tenemos un objeto social que cumplir y dentro de esos objetivos que se constituyen en un proyecto, hay unos objetos sociales y económicos que se persiguen, el social, siempre tiene que ver con la comunidad, hacia dónde le voy a apuntar, cómo le voy a apuntar y qué servicio voy a prestar, porque a medida que ofertamos servicios con calidad, tendremos clientes de calidad que van a retroalimentar nuestros negocios y haremos que nuestras empresas sean diferentes”.

También la definieron con las siguientes afirmaciones:

“Sé que la responsabilidad es social cuando es enfocada al, pues al, aporte que pueda hacer cada una de las empresas, ehh..., en lo que tiene que ver con la parte del medio ambiente, en lo que tiene que ver con ehh... las comunidades, ehh... cualquier aporte que de pronto eh... se haga para el mejoramiento”.

Otro gerente expone que “ A ver, cuando nosotros como empresarios, o como personas naturales, ponemos la mira en constituir una empresa, sabemos que tenemos un objeto social qué cumplir y dentro de esos objetivos que se constituyen en un proyecto, hay unos objetos sociales y económicos que se persiguen, el social, siempre tiene que ver con la comunidad, hacia dónde le voy a apuntar, cómo le voy a apuntar y qué servicio voy a prestar, porque a medida que ofertamos servicios con calidad, tendremos clientes de calidad que van a retroalimentar nuestros negocios y haremos que nuestras empresas sean diferentes”.

2. Certificaciones que apoyan la RSE

Estas empresas tienen certificaciones que apoyan el cumplimiento de la RSE, requisito del cual se evidencia el cumplimiento debido a la exigencia de ley, más no, por iniciativa propia; las certificaciones son la ISO 9001 referente a calidad; ISO14001, referente a medio ambiente e OHSAS 18001 relacionada con la seguridad y salud en el trabajo; los directivos expresan que “Estamos precisamente en ese trabajo de certificación de las ISO, estamos trabajándole, dándole cumplimiento al 1072, estamos en eso para certificarnos a principios del próximo año, todo está adelantado, básicamente es todo lo que maneja la ingeniera Edilma, que es nuestra coordinadora de HSEQ”. También expresaron “Sí, claro, nosotros tenemos que cumplir con una normatividad, pues a nosotros nos hace la influencia en las normas que tenemos, 9001 que es calidad; 14001, que es ambiente, y 18001 que es seguridad y salud en el trabajo, cumplimos con esas tres normas que estamos certificados, a nosotros nos lo exigen y tenemos que estar certificados”.

De las empresas entrevistadas, la mayoría está en proceso de certificación, y otras de actualización de normas para poder estar certificadas como empresas de calidad, por lo

tanto, aquellas que sí cumplen con todos los requisitos llevan una ventaja en una mejor estructura en el sistema integrado de la organización.

Las empresas del sector de transporte terrestre automotor especial tienen claro que implementar dicho aspecto (RSE) en sus procedimientos administrativos y operativos conlleva a generar elemento estratégico y así el mejoramiento de la imagen corporativa en el sector. Todo esto de acuerdo con lo que se encontró en las entrevistas realizadas, “Eh, nos falta todavía trabajar mucho, sin embargo, pues digamos, que, hemos desarrollado en la región un buen trabajo, sí, eh, digamos que hemos hecho, hemos tratado, pues, el tema de la certificación, además es un tema que nos da cierto prestigio en ese sentido porque pues la misma, el mismo sistema nos permite ser responsables socialmente con el medio ambiente, por ejemplo; y ya el tema de comunidades pues ya, también se viene manejando, desde prácticamente la creación de la empresa, porque la empresa se creó, ehh, para la comunidad, ¿no? La empresa nació con ese fin...”.

“Bien, porque le estamos dando cumplimiento, dependiendo de qué contrato tenemos, qué zona de operación tenemos, porque nuestro objeto principal es servicio especial, un contrato específico, bien sea escolar o empresarial, dependiendo del cliente y la zona donde se opera, pues le estamos dando ese cumplimiento de ver en qué le podemos contribuir a la comunidad, como tal”.

3. Objetivos organizacionales

En cuanto a los objetivos organizacionales, sin tener conocimiento exacto cada uno de los gerentes entrevistados, existen algunos donde se aplica la RSE, teniendo en cuenta que

algunos de ellos tienen definido los stakeholders, como lo son: clientes internos y externos, proveedores, empleados, accionistas, entre otros. Tal como ellos lo expusieron:

“ Sí, claro, los objetivos son muy claros, el primer objetivo que tiene la empresa es prestar un buen servicio, que eso es lo principal, prestar un buen servicio porque es la cara o imagen de la empresa, al prestar un buen servicio, pues se verá reflejado en otros usuarios y otros clientes que nos van a utilizar a nosotros, van a solicitar el servicio, ese es el primero; otro objetivo que tiene claro de la empresa, es que quiere posicionarse a nivel local, Huila, y también nivel nacional, es dura la competencia pero se puede hacer”.

“Claro que sí, es uno de los principales objetivos nuestros, es eso, darle cumplimiento a todo el tema social, ehh... Sobre todo, para el cliente, prestarle un buen servicio, con honestidad, eficiencia, eficacia, cumplimiento...”.

4. Prácticas de RSE

En las prácticas de RSE en las operaciones de la empresa, los gerentes entrevistados resaltan las siguientes actividades sociales: Control de residuos, por la contaminación que realizan los vehículos, la cual conlleva a realizar un seguimiento en mantenimientos correctivos y preventivos que dichos vehículos deben cumplir para operar sosteniblemente; por otro lado, aspectos con la sociedad, donde se resalta las donaciones para la construcción de centro de educación, centro de salud, donación de zapatos colegiales y apoyo a centro de deportes con balones, siembra de árboles y de igual forma la donación de llantas para la reutilización y decoración de espacios públicos y de oficina con el fin de dar un buen uso y no desechar o quemar contaminando el medio ambiente:

“Bueno, ¿que manejamos? Ehh, la parte ambiental, se maneja el control de residuos porque los vehículos son equipos de trabajo, son herramientas de trabajo que generan

contaminación, entonces, ehh manejamos control de residuos en el sentido de hacer mantenimientos, digamos, preventivos, se trata de tener convenios con proveedores que nos certifiquen que esos residuos no terminan contaminando el medio ambiente, tenemos, manejamos también ehh, donamos, digamos, llantas, ehh, a un señor que tiene, tiene un taller, en esa parte de, ehh, ehh, bueno, ehh perdón, me equivoqué, donamos llantas a un señor que ya que tiene un taller y hace obras con las llantas, ¿no?, como para jardines, para decorar espacios, ¿qué más hacemos nosotros? Con, ahora con el tema de la seguridad vial, de la seguridad vial, también estamos, digamos, que haciendo un buen trabajo, porque las personas, que se, eh, eh, hay personas de acá de la empresa que se están preparando para, para generar estrategias para contribuir al mejoramiento de la seguridad vial, ehh, tenemos el aval del plan estratégico de seguridad vial, digamos que estamos tratando de minimizar el impacto, la accidentalidad, entonces también es una manera de contribuir a la responsabilidad social”. Y demás realizan acciones en el sector de operación “Inicialmente, con el cliente, la prestación de un servicio eficiente, honesto, dándole un cumplimiento y todo, con el tema social, dependiendo de la comunidad que se va a contratar, pues hay muchas partes, dependiendo el contrato, que nos pide un cumplimiento social, ejemplo: inversión directamente en arreglar un centro de educación, centro de salud, algo que sea de tema beneficioso, públicamente, y con el vinculado, básicamente, es darle cumplimiento desde el contrato de vinculación, que ingresó, tuvo una confianza en nosotros, en nuestra compañía, tenemos que responderle, dándole cumplimiento a todo un contrato de rodamiento, todo a que su inversión sea realmente positiva y no haya pérdida”. También expresaron que “Bueno, esas prácticas se coordinan a través del ingeniero de HSEQ, se coordina y se planifica para cumplir unas campañas; esas campañas por lo menos las tenemos ya una establecida el año entrante y es adoptar un parque que se va a llamar

siembra tu árbol porque es muy importante. En Neiva el clima es insoportable, por eso poquito que vamos a hacer, colocando el granito de arena, podemos mejorar un poco el ambiente”.

También aportaron que “Nosotros tenemos dos tipos de prácticas, de responsabilidad, social, hoy que nos hemos dedicado a trabajar como grupo, tenemos un tipo de responsabilidad grande, la tenemos como empresa independiente, como empresas cuando formamos un consorcio o creamos una unión temporal o algo similar. ¿Cuál es la responsabilidad que tenemos? Primero, con nosotros mismos, con la inversión, con nuestro patrimonio, inversionista, porque llega el momento y si no nos unimos, no consolidamos esfuerzos, no alcanzaremos los objetivos solos. Ha sido polémico a ratos, porque hay gente que solo da palo y no quiere hacer las cosas, nosotros llevamos en este proceso de consorcio diez años, y hemos trabajado y tenido diferencias grandes, lo discutimos a nivel interno, pero hoy desde luego, empezamos diez y hoy solo hay cuatro, pero eso es producto de la problemática que se presenta; y segundo, hemos tenido un gran sentido de responsabilidad con nosotros, empresa y clientes”.

Por otro lado, otro gerente expresó: “Para mí el punto más importante y vuelvo y lo recalco, es el servicio, cómo se puede prestar bien, primero puntualidad, porque eso es muy importante, si no hay puntualidad y la persona lo cita a x hora y no llega, pues eso da mucho qué desear de la empresa; lo primero será la puntualidad, muy importante, y ya con el servicio, cómo lo presta, el trato, porque eso también influye mucho, la persona se va a sentir muy en la familia, muy acogida y se ve reflejado cuando nos vuelvan a utilizar y lo comparte con alguien, el voz a voz para que lo recomiende”.

En cuanto a las prácticas internas relacionadas con los empleados, realizan actividades tales como: cumpleaños, actividades familiares, la creación de un fondo de empleados y generar conciencia de ahorro; hasta ahora ha sido utilizado para estudio y viajes para compartir con los compañeros; las capacitaciones constantes que son de enriquecimiento personal y profesional realizadas por el HSEQ y la ARL, con el fin de generar mejor rendimiento administrativo y operativo.

Para ello “Claro, a mí la persona que me metió en este tema de transportes, es una familiar mía, esto es una empresa familiar, y ella siempre nos inculcó que los empleados y las personas que están en esa cadena, son las que permiten como empresa salir adelante; entonces, si usted tiene un empleado, aquí todos tienen una bonificación diferente, aquí no todos se ganan el mismo sueldo, unos en combustible, en plata, pero todos la tienen”.

“Las empresas hoy, nos hemos mantenido y nos mantendremos, porque nos hemos dado la pela, no solo para el cumplimiento del gobierno, sino con el fin de podernos proyectar... si tú vas a dar capacitaciones y demás tienes que plasmarlos, evidenciarlos, desde el momento en que vas a transportar a un niño, evidenciar todo, no de manera escrita, pero sí fotográfica y fílmica, cosa que pueda presentarla y mostrar que con base en eso demuestre sí lo está haciendo bien o mal; y segundo, la súper, en cualquier momento nos visita y nos pedirá el cumplimiento en cuanto lo que tiene que ver con seguridad, ambiental o a la normatividad que ha impuesto e implementado el gobierno en cuanto a conductores, capacitaciones, resultado y mejoramiento continuo que debe tener la empresa en todos estos aspectos”.

Teniendo en cuenta lo anterior, y en concordancia con el marco teórico, podemos clasificar las prácticas realizadas por las empresas entrevistadas, de la siguiente manera:

Tabla 3 Clasificación de prácticas de RSE

Categoría	Descripción
Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento del decreto 1079/2015: renovación del parque automotor, certificaciones Iso 9001 – Ohsas 18001. - Disposición final de los residuos - Mantenimiento preventivo y correctivo - Servicio eficiente, honesto y puntual
Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad en la contratación de conductores - Capacitación constante de conductores - Realización de actividades familiares para todo el personal de la empresa - Bonificación extralegal - Certificación Iso 14001 - Capacitación en seguridad vial a las comunidades afectada - Dar empleo a la comunidad donde se opera - Reutilización de llantas para asientos, materas y decoración interior
Terciaria	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo para la construcción de centros de educación y salud - Entrega de zapatos colegiales en el municipio de Neiva - Siembra de árboles - Apoyo con implementos deportivos

Fuente: Elaboración propia

5. Informe de Gestión y RSE

Durante la entrevista se pudo analizar que el informe de gestión donde se evidencia la RSE y los impactos positivos y negativos, se elabora mediante el sistema de gestión integrado, en el cual, a través fotografía y videos, están cada una de las actividades sociales, operativas e internas que realizan. Por otro lado, se encuentra el plan de capacitación anual y el cumplimiento de cada uno de los ítems propuestos para el desarrollo de cada área con las metas establecidas por los accionistas y dueños para el crecimiento de la empresa.

“Si, los informes se hacen, ehh, digamos que, es más, sí pues, claramente, lo que se reconoce en el sistema, lo que se reconoce en el sistema es que obviamente la empresa genera un impacto, digamos que sobre todo a nivel ambiental, porque, pues, a nivel social, pues contribuimos a la generación de empleo, uhm, así, pero digamos que lo que se muestra sobre todo es lo que se logra revertir ¿no? Como en el tema de las llantas, de que, la terminación de los residuos de cómo terminan, esto, sí básicamente eso”.

“Sí, normalmente eso va ligado al sistema de gestión, qué podemos realizar a través de él; normalmente hay unos indicadores que nos demuestran cómo está funcionando la empresa, entonces todo se mide a través de unos indicadores”.

6. Compromiso organizacional con la RSE

Se evidenció el compromiso que tienen las empresas del sector de transporte terrestre automotor especial con el tema de RSE, incluyendo todo el organigrama desde la jerarquía mayor (accionistas y junta directiva), hasta los operativos y servicios generales, con el solo hecho de ayudar a generar conciencia de los cuidados que deben hacer al medio ambiente y

de mitigar el impacto negativo que puede ocasionar el desarrollo de dicha actividad con prácticas sostenibles a la sociedad.

“Unos más que otros, no todos sienten la empresa como uno quisiera que la sintieran, y ahí también juega un papel muy importante esta labor de crearles esta consciencia de que yo les devuelvo de lo que me gano y usted retribúyala con trabajo. Yo creo en eso, en cualquier tipo de negocio que se haga, y si hay algunos de mis empleados interviniendo en esa operación, cuando el negocio es exitoso y nos va bien, yo les doy fuera de lo que se ganan, algo adicional, por su labor, a veces les toca trasnochar, madrugar, o sin almuerzo... hay que tener a gusto a los empleados para que trabajen bien”.

“Claro, todos estamos comprometidos, nosotros tenemos un sistema de gestión integrado en los que hay unos procesos donde nosotros los cumplimos, como la dirección estratégica, HSEQ, operacional, contabilidad, recursos humanos, administración y financiera, área comercial, transporte y todos estamos comprometidos, porque todos vamos hacia el mismo lado”.

De acuerdo con cada una de las categorías anteriormente mencionadas, podemos concluir que:

- Las empresas de estudio tienen en cuenta la RSE dentro de sus actividades operacionales, con el fin de que genere calidad en el servicio, atracción de clientes y buena imagen corporativa.
- La importancia de que las empresas sean certificadas en la Iso 9001, Iso 14001 y Iso 1800, las cuales apoyan actividades de RSE directamente relacionadas con la sociedad y el medio ambiente.

- Estas empresas realizan prácticas de RSE, que permiten evidenciar su aplicación en las actividades programadas con el fin de reversar el impacto negativo ocasionado a los *stakeholders* (Ver tabla 3. Clasificación de las prácticas de RSE, pág. 36)

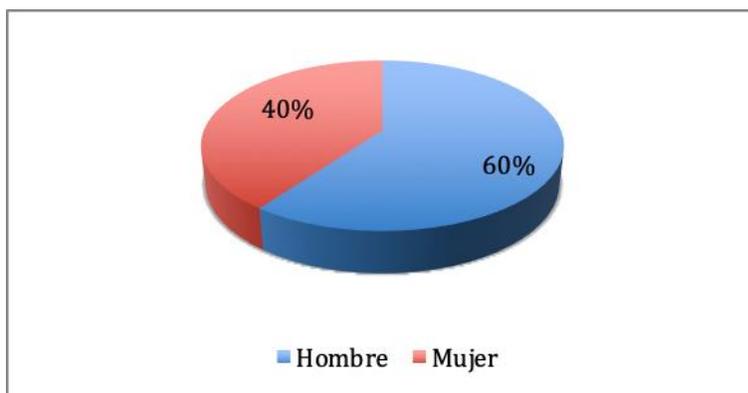
4.2 Análisis de la encuesta

Tabla 4. Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	12	60
Mujer	8	40
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 1. Género



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De las encuestas aplicadas a 20 empresas de servicio público de transporte terrestre especial de la ciudad de Neiva, el 60% de la población encuestada son hombres, mientras que el 40% restante son mujeres.

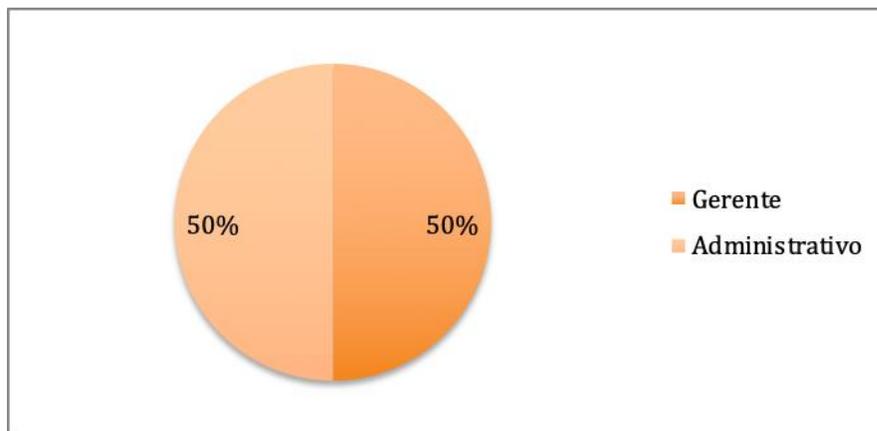
Las personas encuestadas están relacionadas con el área administrativa de las empresas, y debido al sector a que éstas pertenecen, requieren la mayor parte para su operación de los hombres, y en áreas de recurso humano y comercial requieren de mano de obra de las mujeres, para mayor funcionamiento y crecimiento empresarial.

Tabla 5. Cargo

Cargo	Frecuencia	Porcentaje
Gerente	10	50
Administrativo	10	50
Total	20	100

Fuente: Encuesta Elaboración propia

Ilustración 2. Cargo



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

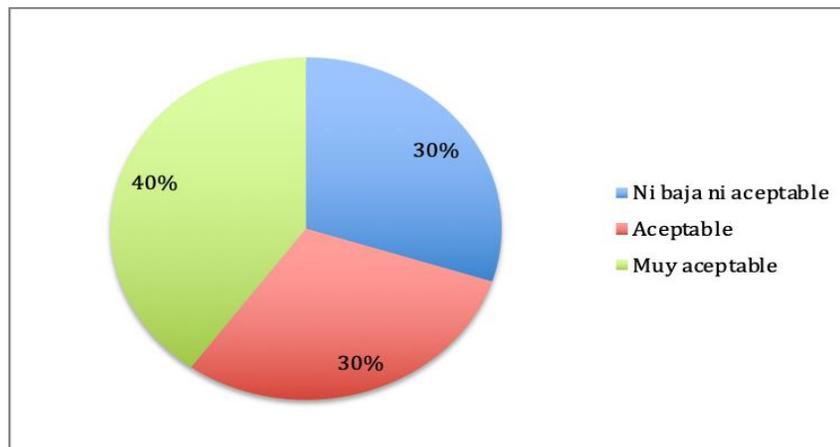
Del total de las personas encuestadas, 50% fueron gerentes y/o propietarios, y el 50% restante corresponde al personal administrativo como HSEQ y Supervisión del Sistema Integrado de Gestión.

Tabla 6. Conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	0	0
Baja	0	0
Ni baja ni aceptable	6	30
Aceptable	6	30
Muy aceptable	8	40
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 3. Conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

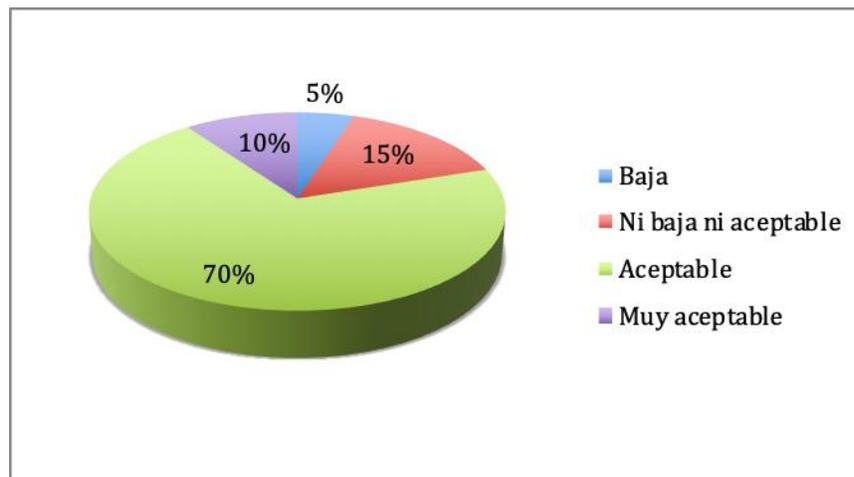
Del total de las encuestas realizadas, el 30% pertenecen a aquellas empresas que tienen un nivel medio en conocimiento con la definición de la RSE; el otro 30% es un nivel aceptable, es decir, que tiene más claro el concepto de RSE y, finalmente, el 40% restante son aquellas empresas que tienen claro el concepto e indican que están implementándolo dentro de sus procesos empresariales.

Tabla 7. Impactos ambientales y sociales ocasionado por las operaciones empresariales.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	0	0
Baja	0	0
Ni baja ni aceptable	6	30
Aceptable	6	30
Muy aceptable	8	40
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 4. Impactos ambientales y sociales ocasionado por las operaciones empresariales.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con el gráfico anterior, el 5% de las empresas tienen un grado de impactos ambientales y sociales ocasionados con la empresa, el 15% de las encuestas realizadas, las vincula ni baja ni aceptable, el 70% de las empresas aceptan de buena manera los impactos ocasionados, y el 10% restante son totalmente conscientes del impacto ocasionada por la operación del servicio y lo impactos que dicha actividad empresarial puede ocasionar.

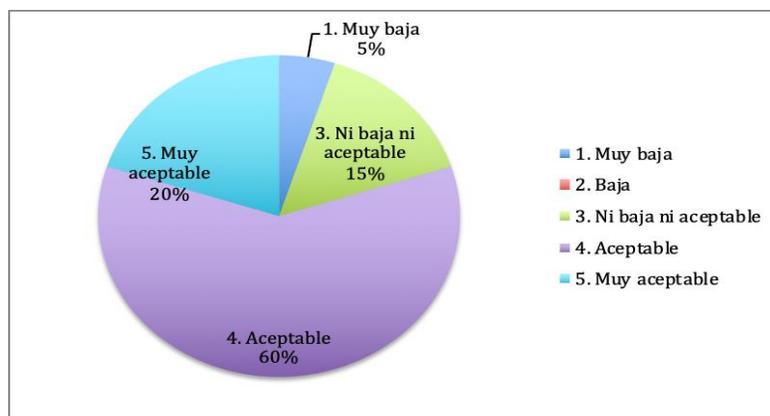
Por lo anterior, son pocas las empresas que vinculan o tienen en cuenta la RSE y los impactos que su actividad ocasiona en la sociedad y el medio ambiente y, además de esto, piensan en generar actividades para mitigar dicho impacto.

Tabla 8. Realización de prácticas internas y externas de RSE.

Nivel de aplicación	frecuencia	Porcentaje
Muy baja	1	5
Baja	-	-
Ni baja ni aceptable	3	15
Aceptable	12	60
Muy aceptable	4	20
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 5. Realización de prácticas internas y externas de RSE.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Del total de encuestas realizadas y teniendo en cuenta la ilustración 5. El 5% de las empresas no realizan ninguna práctica de RSE, el 15% no tiene aún definidas las prácticas a realizar o están en proceso de implementarlas, mientras, que el 20% y el 60% restante, corresponde a aceptable y muy aceptable; se evidencia que las empresas tienen dentro de

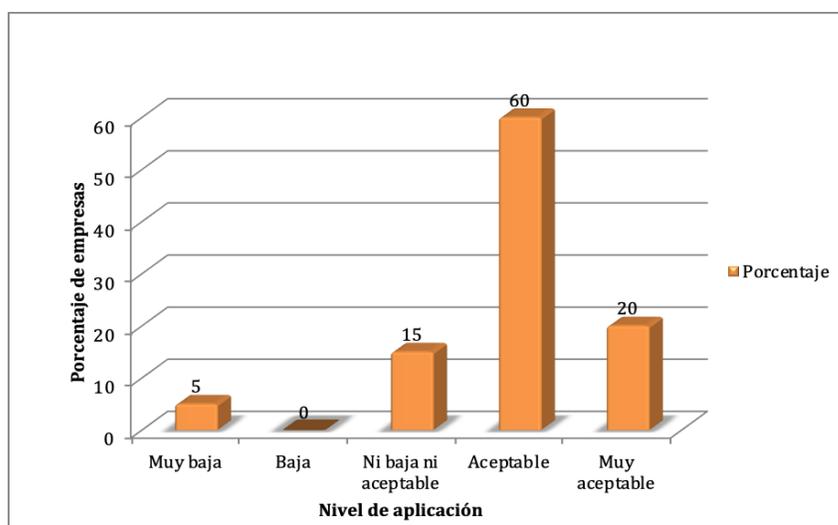
sus operaciones prácticas y actividades para la sociedad donde opera con sus vehículos y también, realizan dichas actividades con los empleados de la organización.

Tabla 9. Certificaciones que apoyan las prácticas de la RSE.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	1	5
Baja	-	-
Ni baja ni aceptable	3	15
Aceptable	12	60
Muy aceptable	4	20
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 6. Certificaciones que apoyan las prácticas de la RSE.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con la ilustración anterior, se puede determinar que el 60% de las empresas encuestadas están certificadas en algunas de las normas ISO y están en proceso de actualización de normas para el año 2020; por otra parte, el 20%, las empresas están certificadas con ISO que apoyan a las prácticas de la RSE y que por cumplimiento legal

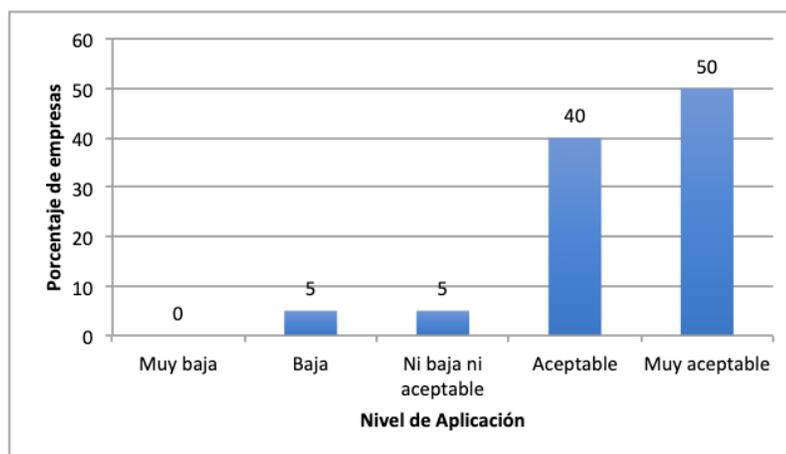
deben tenerlas y aplicarlas para poder prestar servicio especial. De igual forma, el 15% reconocen que deben tener las certificaciones y próximamente se van a certificar y el 5% restante, aún no están interesadas en cumplir con dichas certificaciones que apoyen las actividades de RSE.

Tabla 10. Condiciones y obligaciones con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	-	-
Baja	1	5
Ni baja ni aceptable	1	5
Aceptable	8	40
Muy aceptable	10	50
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 7. Condiciones y obligaciones con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Del total de las empresas encuestadas, el 50% tienen una relación muy aceptable con los proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes, debido a la importancia que estos actores tienen para su empresa y buscan siempre prestar un excelente servicio al cliente y fidelizarlos; el 40% aceptan la buena relación y el beneficio que ellos les genera; el 5% ni baja ni aceptable y el 5% restante de nivel bajo, equivalen a dos empresas que son nuevas en el sector con 3 o 4 años operando y están empezando a tener su reconocimiento a nivel empresarial.

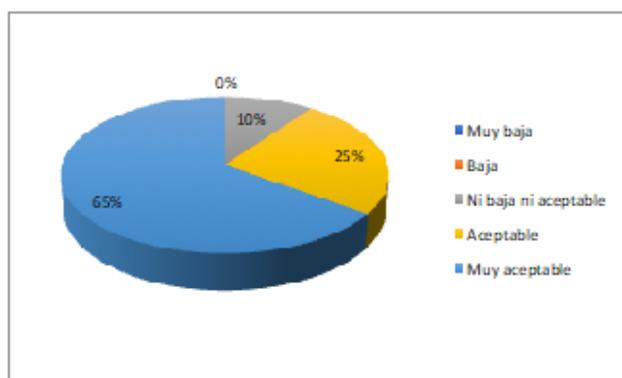
Tabla 11. Compromiso directivo responsable con la empresa.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	-	-
Baja	-	-
Ni baja ni aceptable	2	10
Aceptable	5	25
Muy aceptable	13	65
Total	20	100

Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Ilustración 8. Compromiso directivo responsable con la empresa.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con la ilustración 8, los gerentes y el personal administrativo tienen un compromiso claro con la RSE dentro de la empresa en un 65% de nivel de aplicación muy aceptable; el 25%, un nivel aceptable; y el 10% restante, un nivel ni bajo ni aceptable, lo que indica que el compromiso viene encaminado por el gerente y el personal administrativo no se preocupa tanto por la RSE en su actividad.

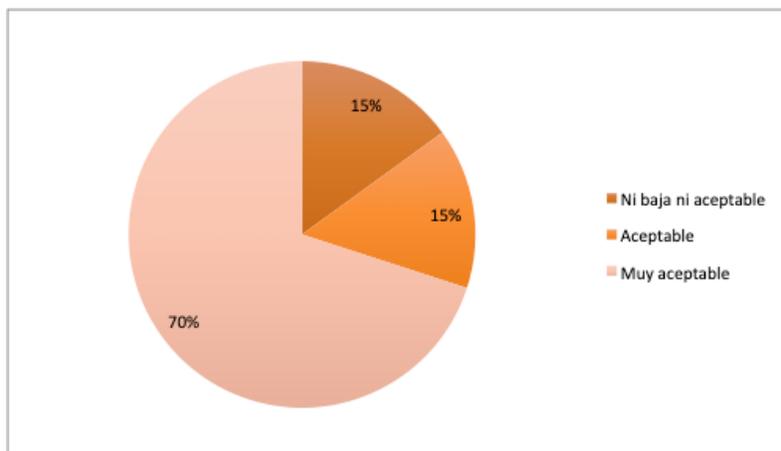
Las actividades que realiza el sector de servicio público de transporte terrestre especial van en pro de la sociedad, y además ejercen actividades para el beneficio de la comunidad en la prestación del servicio.

Tabla 12. Contribución al bienestar de los empleados y la sociedad.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	-	-
Baja	-	-
Ni baja ni aceptable	3	15
Aceptable	3	15
Muy aceptable	14	70
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 9. Contribución al bienestar de los empleados y la sociedad.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

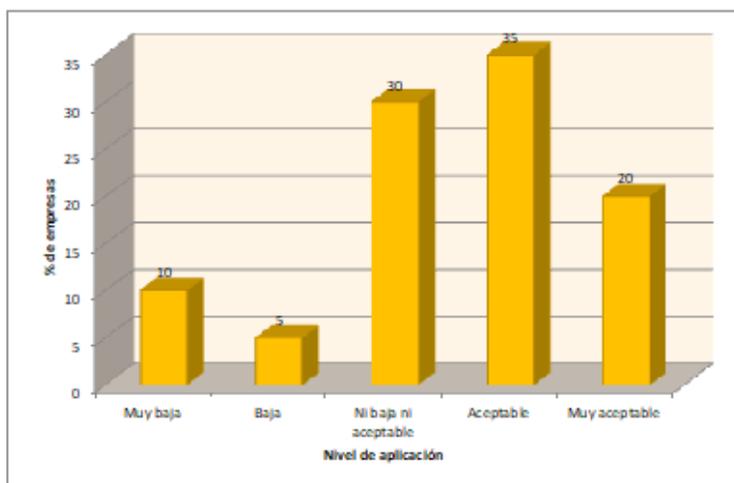
De acuerdo con las encuestas realizadas, el 70% de las empresas contribuyen al bienestar en los empleados y la sociedad, con actividades que sean de beneficio y participación empresarial para el desarrollo y crecimiento de las empresas; por lo tanto, internos y externos realizan las actividades pertinentes como capacitación, incentivos, donaciones, apoyo a labores sociales, entre otros; el 15% aceptan que contribuyen en el bienestar y el otro 15% restante tiene un nivel ni baja ni aceptable, no están manejando aún actividades que contribuyan al bienestar con la sociedad.

Tabla 13. Grado de participación en el financiamiento de eventos sociales.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	2	10
Baja	1	5
Ni baja ni aceptable	6	30
Aceptable	7	35
Muy aceptable	4	20
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10. Grado de participación en el financiamiento de eventos sociales.



Fuente:

Elaboración propia.

Análisis:

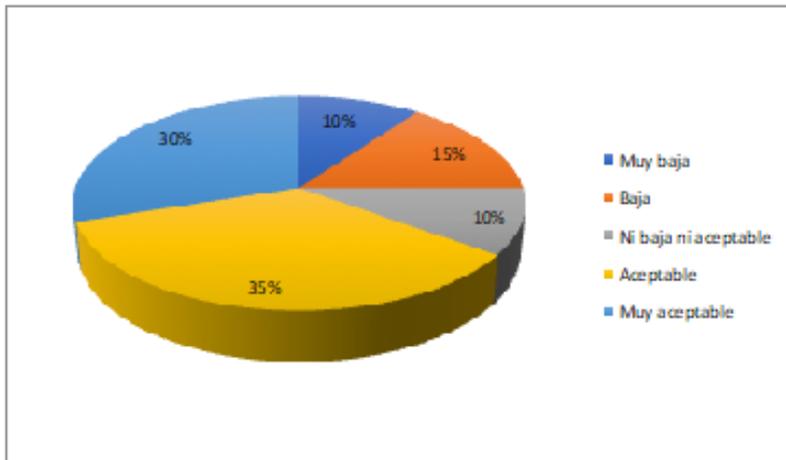
De acuerdo con la ilustración 10, el 10% y el 5% corresponde a un nivel muy bajo y bajo, respectivamente, con el grado de participación en el apoyo de eventos sociales; el 30% de las empresas han participado en algunas ocasiones, cuando la comunidad se los pide y el 35% y 20% restante, que equivalen a un nivel aceptable y muy aceptable respectivamente, las empresas reconocen que tienen un alto grado de participación en eventos sociales, puesto que es un foco importante para el desarrollo de su actividad empresarial y que ayuda a mitigar el impacto negativo ocasionado.

Tabla 14. Programas de capacitación continua para todas las áreas en temas relacionados con la RSE.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	2	10
Baja	3	15
Ni baja ni aceptable	2	10
Aceptable	7	35
Muy aceptable	6	30
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 11. Programas de capacitación continua para todas las áreas en temas relacionados con la RSE.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con la ilustración 11, las empresas cuentan con programas de capacitación continua en temas relacionados con RSE, en un 30% nivel muy aceptable, y 35% nivel aceptable, lo que permite evidenciar que estas empresas tienen un programa de capacitación anual, realizadas por el HSEQ y/o ARL, con el fin de mantener competitivos a los empleados.

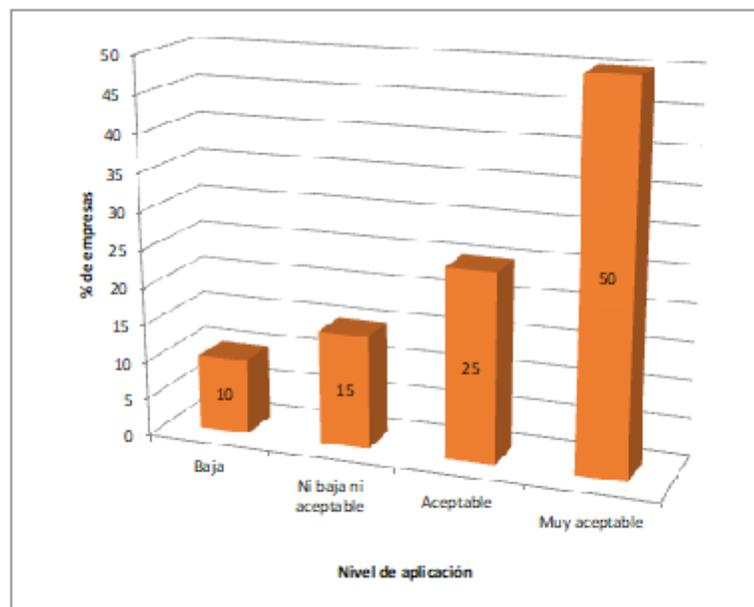
El 10% de las empresas tienen un nivel ni bajo ni aceptable de capacitaciones y el 15% y 10% corresponde a un nivel bajo y muy bajo respectivamente, lo que quiere decir que dichas empresas no tienen en cuenta el plan de capacitación en temas relacionados con la RSE en su actividad empresarial.

Tabla 15. La RSE se considera como un elemento estratégico.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	-	-
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	3	15
Aceptable	5	25
Muy aceptable	10	50
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12. La RSE se considera como un elemento estratégico.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 50% de las empresas del sector de servicio público de terrestre automotor especial aseguran que es importante la RSE como un

elemento estratégico en el sector y que ayuda a cuidar el medio ambiente y la sociedad, debido a que la prestación del servicio es para la sociedad y para ellos es muy importante mantener una excelente relación.

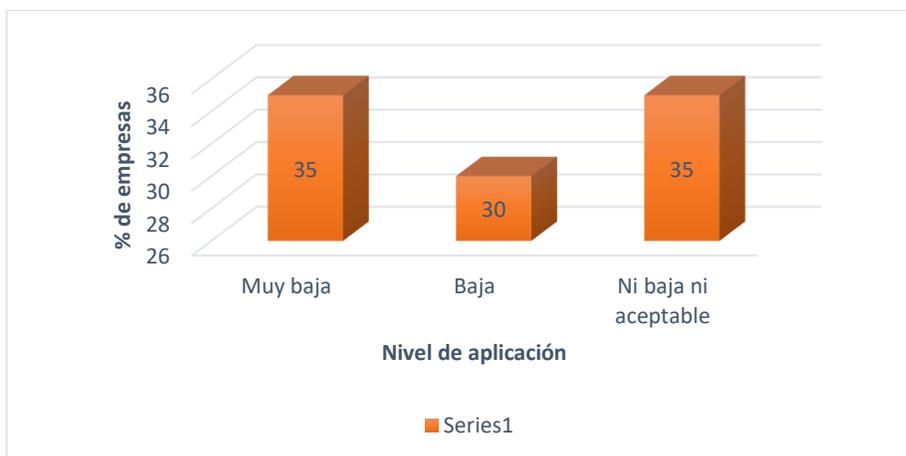
El 25% y 15% corresponden a un nivel aceptable y ni bajo ni aceptable respectivamente, por lo que la RSE puede llegar a ser un elemento estratégico para las empresas.

Tabla 16. Realizan informes de RSE reportando impactos positivos y negativos.

Nivel de Aplicación	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	7	35
Baja	6	30
Ni baja ni aceptable	7	35
Aceptable	0	0
Muy aceptable	0	0
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 13. Realizan informes de RSE reportando impactos positivos y negativos.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con la ilustración 13, el 65% de las empresas encuestadas no realizan informes donde relacionen los impactos positivos y negativos de sus operaciones con la RSE, teniendo en cuenta que algunas de esas empresas están en proceso de certificación y no realizan prácticas responsables.

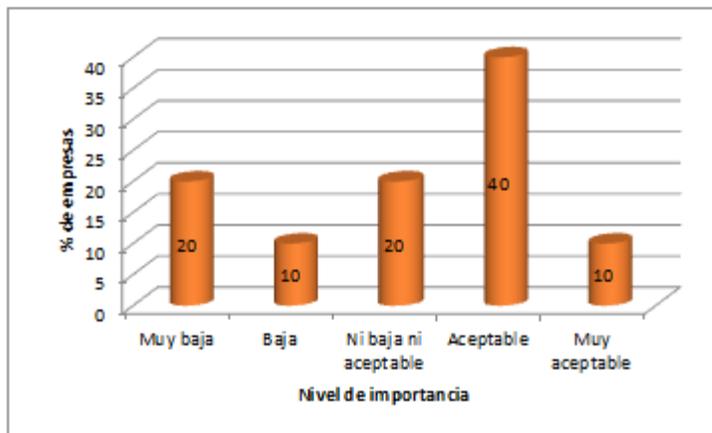
El 35% del nivel ni baja ni aceptable, corresponde a las empresas que incluyen en el informe de gestión anual las actividades realizadas en el año y el cumplimiento de las metas, incluyendo actividades para el bienestar de los empleados como capacitaciones e incentivos y actividades con la sociedad, como donación de zapatos colegiales, apoyo de actividades sociales como donación de árboles o dinero para la construcción de un salón de salud, entre otras.

Tabla 17. Incremento en costos

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	4	20
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	4	20
Aceptable	8	40
Muy aceptable	2	10
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 14. Incremento en costos



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De las encuestas realizadas, el 40% de las empresas dicen que es aceptable el incremento de los costos y el 10% el nivel de importante muy aceptable, debido a que este ítem es uno de los principales impedimentos para implementar la RSE en la empresa.

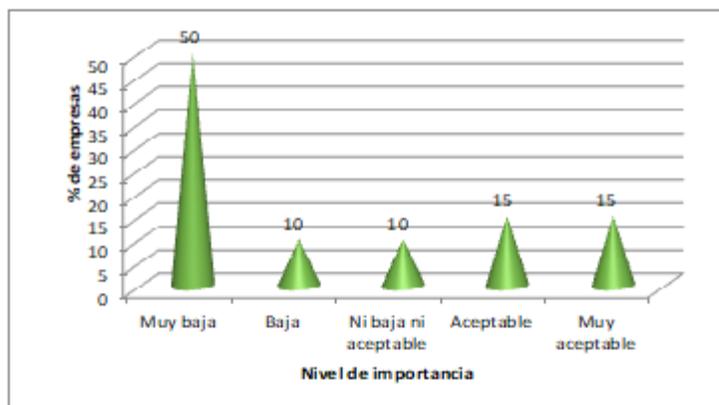
El 20% nivel muy bajo y 10% baja respectivamente, son aquellas empresas que ya tienen claras las prácticas de la RSE y su importancia dentro de las operaciones de la empresa.

Tabla 18. Desconocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	10	50
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	2	10
Aceptable	3	15
Muy aceptable	3	15
Total	20	100

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 15. Desconocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con la ilustración 15, las empresas del servicio público de transporte terrestre especial, el 50% tienen un nivel de importancia muy bajo, lo que genera en esas empresas una limitante alta para implementar la RSE.

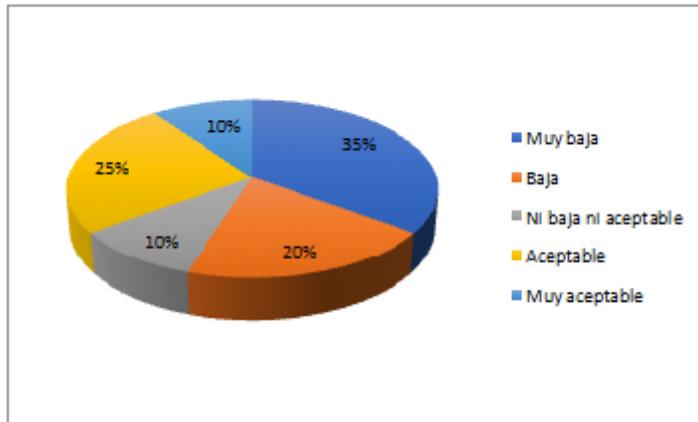
El 15% nivel aceptable y otro 15% muy aceptable, son las pocas empresas que tienen claro el concepto de RSE y la importancia de implementarlo en su empresa.

Tabla 19. Dificultades financieras

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	7	35
Baja	4	20
Ni baja ni aceptable	2	10
Aceptable	5	25
Muy aceptable	2	10
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 16. Dificultades financieras



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

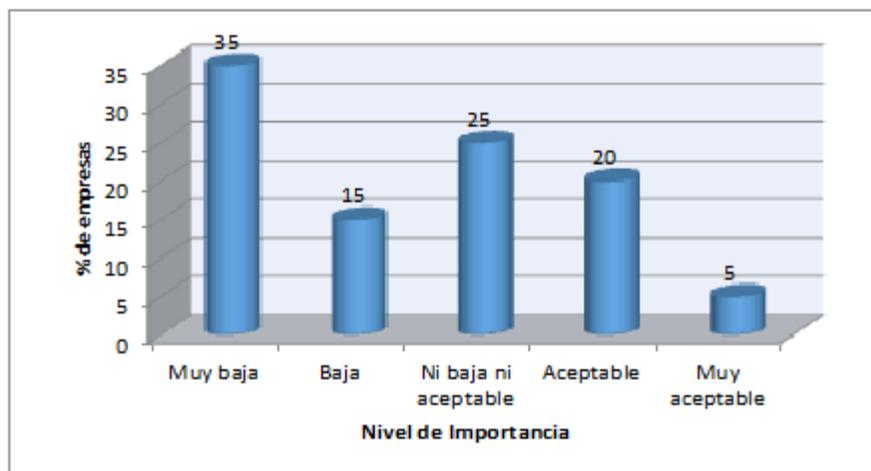
Del total de encuestas realizadas, el 35% de las empresas tiene un nivel muy bajo de importancia, es decir, que no es un límite para implementar la RSE, el 20 por ciento la califican como baja, el 10% el nivel de importancia es ni baja ni aceptable, el 25% de las empresas aceptan que la dificultad financiera puede impedir la implementación de la RSE y el 10% restante equivalen a muy aceptable importancia.

Tabla 20. Falta de interés por parte de las áreas de la empresa

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	7	35
Baja	3	15
Ni baja ni aceptable	5	25
Aceptable	4	20
Muy aceptable	1	5
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 17. Falta de interés por parte de las áreas de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

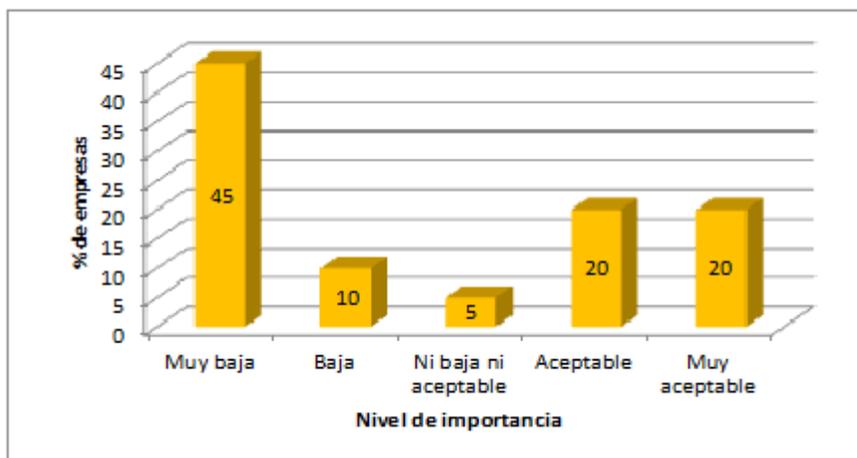
De acuerdo con la ilustración 17, el 35% de las empresas encuestadas no es un impedimento para implementar la RSE la falta de interés por parte de las áreas de la empresa, el 15% contestó que es bajo el nivel de importancia, el 25% ni es baja ni aceptable la importancia, mientras que el 20% y el 5% corresponden a un nivel de importancia aceptable y muy aceptable respectivamente, la implementación de este factor es importante para el desarrollo de su actividad empresarial.

Tabla 21. Falta de compromiso de los directivos

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	9	45
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	1	5
Aceptable	4	20
Muy aceptable	4	20
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 18. Falta de compromiso de los directivos



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

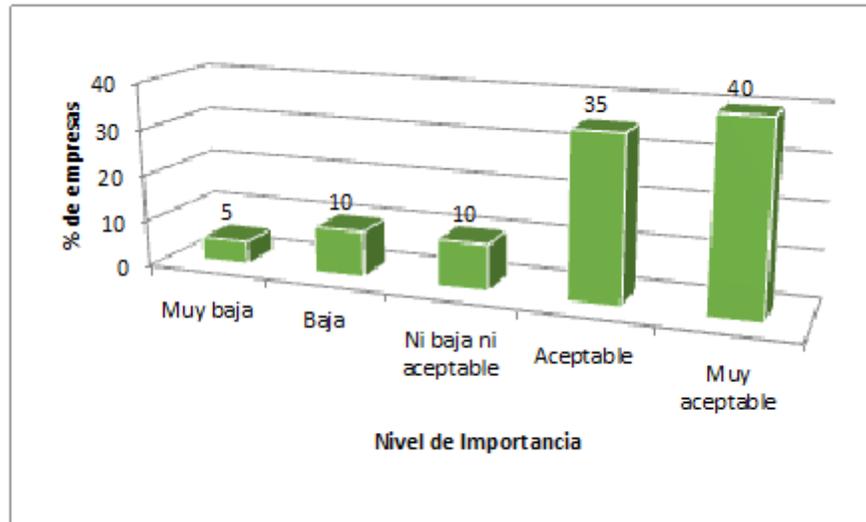
De las encuestas realizadas en el sector de transporte especial, el 20% de las empresas calificaron muy aceptable, el 20% como aceptable. El 5% ni baja ni aceptable y el 45% calificaron como muy baja, es decir, que la falta de compromiso de los directivos es muy baja, es decir, no es impedimento para poder implementar la RSE.

Tabla 22. Crecimiento empresarial

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	1	5
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	2	10
Aceptable	7	35
Muy aceptable	8	40
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 19. Crecimiento empresarial



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Del total de las encuestas realizadas, el 40% de las empresas califican como muy aceptable, en cuanto se refiere que si la empresa implementara la RSE el beneficio que tendría sería el crecimiento empresarial, el 35% lo declara como aceptable.

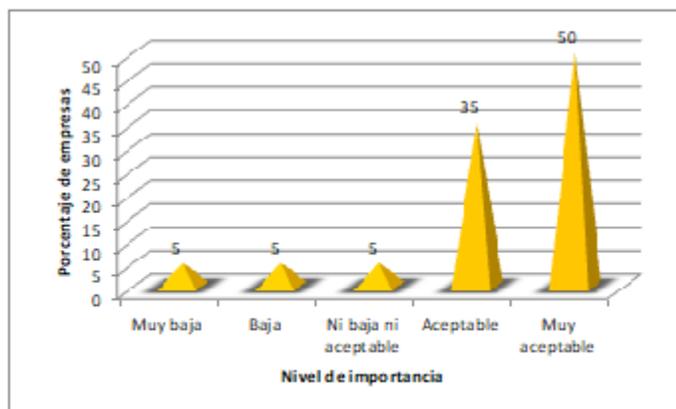
El sector público de transporte terrestre automotor especial es consciente de que tener un mayor compromiso social en las empresas genera un mejor crecimiento en el sector.

Tabla 23. Fidelidad de clientes y proveedores

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	1	5
Baja	1	5
Ni baja ni aceptable	1	5
Aceptable	7	35
Muy aceptable	10	50
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 20. Fidelidad de clientes y proveedores



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo con la ilustración 20, el 50% de las empresas calificaron muy aceptable, la fidelidad de clientes y proveedores, si implementan la RSE, el 35% como aceptable y el 15% restante corresponde a 5% ni baja ni aceptable, 5% baja y 5% muy bajo.

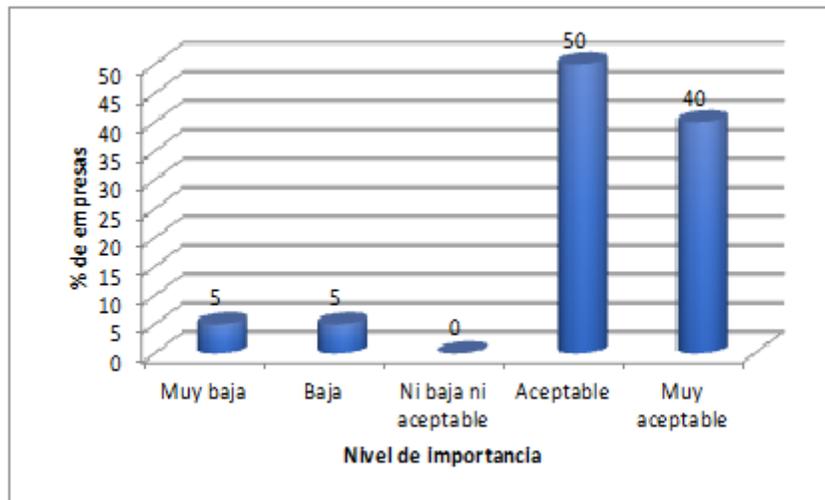
En estas empresas encuestadas es muy importante la fidelización de clientes y proveedores, puesto que para ellos uno de los objetivos importantes es prestar un servicio de calidad.

Tabla 24. Mayor compromiso o productividad de los colaboradores

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	1	5
Baja	1	5
Ni baja ni aceptable	0	0
Aceptable	10	50
Muy aceptable	8	40
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 21. Mayor compromiso o productividad de los colaboradores.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Del total de las encuestas realizadas, el 40% de las empresas califican como muy aceptable tener el mayor compromiso y productividad de los colaboradores al implementar la RSE, el 50% califican el nivel de importancia como aceptable.

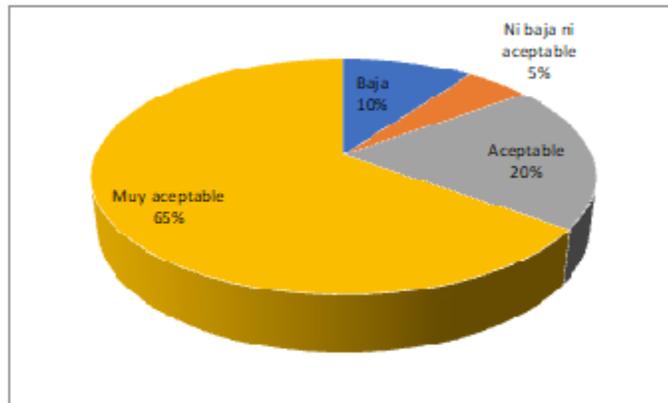
Las actividades de responsabilidad social en el sector de transporte público especial, son un compromiso que como norma deben tener hacia los clientes, socios, proveedores y trabajadores, en sí para generar acciones que incentiven al personal administrativo y operativo en los aspectos económicos, legales, ambientales y éticos.

Tabla 25. Imagen corporativa y reputación

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	0	0
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	1	5
Aceptable	4	20
Muy aceptable	13	65
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 22. Imagen corporativa y reputación.



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

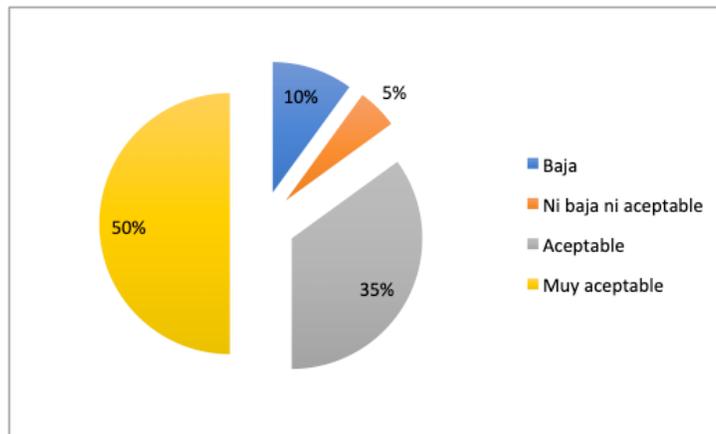
De acuerdo con la ilustración 22, el 65% de las empresas encuestadas califican como muy aceptable mejorar la imagen corporativa y reputación, si se implementara la RSE dentro de sus operaciones empresariales; el 20% lo califican como aceptable, el 5% como ni baja ni aceptable, y el 10% restante como baja la importancia.

Tabla 26. Relación con la comunidad

Nivel de Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	0	0
Baja	2	10
Ni baja ni aceptable	1	5
Aceptable	7	35
Muy aceptable	10	50
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 23. Relación con la comunidad



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Del total de las encuestas realizadas, el 50% de las empresas califican como un nivel de importancia muy aceptable, la relación con la comunidad, implementando la RSE, el 35% califican como aceptable, el 5% ni baja ni aceptable y el 10% restante como baja.

La RSE da apertura a que la sociedad en donde se desarrolla las actividades de las empresas del sector transporte especial sea una relación participativa e inclusive hagan parte de dichas actividades para el beneficio de la misma.

5 Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Mediante la información obtenida en la aplicación de la entrevista y la encuesta, utilizadas para la recopilación de datos, podemos concluir:

De acuerdo con las entrevistas realizadas y con cada una de las categorías realizadas para el análisis, las empresas de transporte terrestre automotor especial, tienen en cuenta la RSE dentro de sus actividades empresariales, teniendo claro que este concepto le genera fidelidad en los clientes, una prestación de servicio de calidad y buena imagen corporativa. Las empresas de servicio de transporte especial son certificadas en la Iso 9000: calidad, Iso 14000: Medio Ambiente, Iso 18000: Seguridad y salud en el trabajo; certificaciones que apoyan actividades de RSE y que conlleva a genera un equilibrio tanto económico, como social y ambiental en sus operaciones.

De igual manera las empresas del sector de transporte terrestre automotor especial realizan prácticas primarias como, cumplimiento de la normatividad vigente, prestar un servicio eficiente honesto y puntual, certificación de calidad y seguridad y salud en el trabajo; secundarias como, estabilidad laboral, capacitación, bonificación, actividades familiares para el personal, reutilización de llantas, certificación del medio ambiente, y terciarias como, apoyo de la construcción de centro de educación y salud, siembra de árboles y apoyo con implementos deportivos.

En esta investigación del sector de transporte público terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva, la mayoría de la empresas están empezando a aplicar este concepto dentro de su actividad empresarial; por ello entran en preparación de auditorías internas y externas para tener certificaciones que apoyen estas actividades de RSE, dado que el 70% de las

empresas conocen el concepto de la RSE y el 75% la consideran importante como elemento estratégico dentro de su actividad comercial y, por ende, en la prestación del servicio de transporte.

El 35% de las empresas califican como muy baja la presentación de información de RSE en su informe de gestión, lo asocian más con la información expuesta del sistema integrado de gestión de las prácticas realizadas.

Por otra parte, con los objetivos planteados en esta investigación, llegamos a concluir que se cumplen de acuerdo con los resultados arrojados:

De acuerdo con el O1, las empresas del sector transporte terrestre automotor especial en un 70% conocen el concepto de RSE y reconocen que genera influencia para su actividad empresarial donde también existe satisfacción en las actividades que el personal cumple, realizan innovaciones con el servicio y la comunidad donde permiten que la empresa se destaque en el sector.

De igual manera, con el O2, el 60% de las empresas encuestadas realizan prácticas referentes a la RSE; lo cual genera un paso importante en estas organizaciones, un camino que permite generar valor agregado al sector, en un ambiente empresarial ambiental y social que abre oportunidades y posicionamiento en el mercado.

Finalmente, el O3, referente a la incorporación del RSE, se evidencia que el 65% de las empresas encuestadas no realizan informes de RSE con metodología específica, solo incluyen fotografías de las prácticas realizadas de acuerdo al sistema integrado de gestión.

Por lo anterior se concluye que los objetivos específicos propuestos en esta investigación se cumplen de acuerdo con los resultados obtenidos y, por ende, el objetivo principal de la misma, en la cual se pudo identificar el nivel de importancia que otorgan las empresas de

transporte público terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva a la Responsabilidad Social Empresarial como elemento estratégico que corresponden al 75%.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a las empresas del sector de transporte público terrestre automotor especial de la ciudad de Neiva, la implementación de la norma relacionada con los principios de RSE.

De igual manera, que las empresas que están practicando acciones de Responsabilidad Social Empresarial tengan en cuenta que no solo atraerán a sus clientes, sino también a los proveedores, accionistas y a la sociedad misma.

Por lo tanto, se recomienda que incluyan dentro de sus objetivos empresariales la Norma ISO 26000, para que de esa manera vayan ganando competitividad empresarial, y generen acciones responsables que sean de beneficio para el medio ambiente y la sociedad.

Es importante que las empresas tengan en cuenta la realización del informe de gestión, incluyendo el balance ambiental y social en uno de sus indicadores de impacto y actividad, así como establecer actividades, eventos, y de igual manera un estudio relevante para poder tener en cuenta esos impactos negativos ocasionados por su actividad empresarial.

También, es importante que realicen inversiones referentes a estas actividades de RSE, incluyendo la comunidad y sus empleados.

Se recomienda establecer un plan de RSE donde se identifiquen los objetivos, los recursos necesarios, los indicadores y los responsables de cada actividad y su tiempo de ejecución.

6 Limitantes de la investigación

- No se pudo entrevistar a todos los gerentes de las empresas establecidas en la muestra inicial, y hubo que modificarla.
- Las encuestas, no se pudieron aplicar a todos los gerentes de las empresas, puesto que tienen más conocimiento de RSE el ingeniero HSEQ de cada una de estas.
- El poco conocimiento de concepto de RSE en algunos de los gerentes en el momento de realizar la encuesta.

7 Futuras investigaciones

De acuerdo con las conclusiones y los límites de esta investigación, pueden existir futuras investigaciones referentes a:

- Cumplimiento de los objetivos de la ISO 26000 por parte de las empresas del sector de transporte público.
- Las prácticas de RSE realizadas por las empresas del sector de transporte público terrestre automotor del municipio de Neiva y su relación con la ISO 26000.
- La inclusión de la RSE en los informes de gestión de las empresas del sector de transporte público del departamento del Huila.

8 Referencias

- Aguinis , H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of management*, 38, 932-968.
- Álvarez, C. E. (1995). Metodología. En C. E. Álvarez, *Metodología* (pág. 169). Santafé de Bogota D.C.: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A.
- Baena Martínez, A., Pérez ánchez, J. P., García Polo, R., Fernández Pérez, Á., & Amores González, M. Á. (s.f.). *Manual Para la Gestion Ambiental en el Sector Transporte en Andalucía*. Recuperado el 22 de 10 de 2019, de Junta de Andalucía: http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Documentos_Tecnicos/manual_gestion_ambiental_sector_transporte/documento_completo.pdf
- Bansal , P., & Song , H.-C. (2017). Similar But Not The Same: Differentiating Corporate Sustainability From Corporate Responsibility . *Academy of Management Annals* , 11(1), 105-149.
- Bowen, H. (1953). The Social Responsibilities of the Businessman. <https://www.uiopress.uiowa.edu/books/9781609381967/the-social-responsibilities-of-the-businessman>
- Calero, J. S. (2013). La Responsabilidad Social y la buena administración. *Revista Globalizacion, Competitividad y Gobernalidad*, 103-14.
- Centro Mexicano para la Filantropía. (2019). *¿Qué es una mejor práctica de RSE?* Ciudad de Mexico.
- Desarrollo, C. M. (s.f.). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 26 de 11 de 2019, de Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholders Theory Of The Corporation: Concepts, Evidence, And Implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M., & Réndon Acevedo, J. A. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. En Y. V. Duque Orozco, M. Cardona Acevedo, & J. A. Réndon Acevedo, *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones* (Vol. 29, págs. 196-206). Cali, Valle, Colombia.
- Esteban, E. G. (2007). La teoría de los stakeholders: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. España: Universitat aume.
- Frynas , J. G., & Stephens , S. (2015). Political Corporate Social Responsibility: Reviewing Theories and Setting New Agendas* . *International Journal of Management Reviews* , 17, 483-509.
- García Solarte, Mónica, Azuero Rodríguez, Andrés Ramiro, & Peláez León, Juan David. (2013). Prácticas de Responsabilidade Social Empresarial a partir das Áreas Funcionais de Gestão Humana: análise de resultados em quatro empresas do sudoeste colombiano. *Innovar*, 23(49), 83-100. Retrieved January 23, 2020, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512013000300008&lng=en&tlng=pt.

- Gutiérrez, D. C. (2005). 1. Desarrollo sostenible: Origen del término y rasgos principales. En Unesco, *III. El Desarrollo Sostenible: Conceptos Básicos, alcance y criterios para su evaluación* (págs. 91-111).
- ISO Secretaría Central. (2010). *ISO 26.000 Visión general del proyecto*. Recuperado el 13 de 10 de 2019, de ISO 26.000:
https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Kim , K.-H., Kim , M., & Qian , C. (2018). Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Competitive-Action Perspective . *Journal of Management* , 44(3), 1097-1118.
- Landaera Millar, F., Saavedra Morales, L., & Stevens Rodriguez, O. (2015). *Responsabilidad social Empresarial en la pequeña y mediana empresa chilena: Una revisión a la realidad actual*. Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios, Escuela de Economía y Administración. Santiago de Chile: Escuela de Economía y Administración.
- M. K. Chin, D. C. (2013). Political Ideologies of CEOs: The Influence of Executives' Values on Corporate Social Responsibility . *Johnson at Cornell University* , 198-232.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Ministerio de Transporte. (2013). *Resolucion 315 / 2013*. Bogota D.C.: Republica de Colombia: Prosperidad para todos.
- Ministerio de Transporte. (2015). *Decreto 1079/2015 Decreto Único Reglamentario del Sector Transporte*. . Decreto Nacional, Ministerio de Transporte, Bogota D.C.
- Ministerio de Transporte. (2015). *Decreto 348/2015*. Bogota D.C.: Republica de Colombia.
- Newman, G. D. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus revista de educación*, 180-225.
- Pelozo , J., & Shang , J. (2010). How can corporate social responsibility activities create value for stakeholders? A systematic review . *Academy of Marketing Science 2010* , 39, 117-135.
- Pérez Espinoza, María José, Espinoza Carrión, Cacibel, & Peralta Mocha, Beatriz. (2016). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU ENFOQUE AMBIENTAL: UNA VISIÓN SOSTENIBLE A FUTURO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. Recuperado en 13 de febrero de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es.
- Presidencia de la República de Colombia. (2019). *Decreto 957 de 2019: CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS*. Decreto Nacional, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bogota D.C.
- Ramírez González, Alberto, & Domínguez Calle, Efraín Antonio. (2011). EL RUIDO VEHICULAR URBANO: PROBLEMÁTICA AGOBIANTE DE LOS PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO. *Revista de la Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 35(137), 509-530. Retrieved February 13, 2020, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-39082011000400009&lng=en&tlng=es.

Restrepo, I. A. (Enero - Abril de 2005). VISITANDO A MINTZBERG: SU CONCEPTO DE ESTRATEGIA Y PRINCIPALES ESCUELAS. *Revista Escuela de Administración de Negocios* , 84 - 93.

9 Anexos

9.1 Entrevista semiestructurada

1. ¿Sabe usted como empresario que es la responsabilidad social empresarial?
2. ¿Considera usted que la responsabilidad social es importante?
3. ¿Cuáles son los objetivos que persigue la empresa _____?
4. ¿Entre esos objetivos se encuentra la aplicación de la RSE?
5. ¿Conoce los grupos de interés o stakeholders y cuáles son?
6. ¿los jefes de las áreas han analizado los impactos de las operaciones a nivel social y ambiental?
7. ¿Tiene la empresa certificación que apoyen sus prácticas de RSE?
8. ¿Evalúan periódicamente el posicionamiento responsable de la empresa tanto interno como externo?
9. ¿Cómo ve usted a sus competidores con respecto a la RSE?
10. ¿Cree usted que la responsabilidad social le va a servir para su imagen corporativa?
11. ¿Es importante que la RSE sea considerada como elemento estratégico?
12. ¿Identifica usted prácticas de RSE dentro las operaciones de la empresa?
13. ¿Usted y todo su grupo de trabajo tienen compromiso responsable con la organización?
14. ¿Hacen informes de RSE con una metodología específica, reportando los impactos positivos y negativos tanto internos como externos?

9.2 Encuesta

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO DE ENCUESTA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo de la encuesta

Obtener información acerca de la responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico de las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva

Instrucciones de la encuesta

Esta encuesta es dirigida a los directivos y/o accionistas de las empresas de transporte público terrestre automotor especial del municipio de Neiva.

En las siguientes preguntas, conteste con una X en el cuadro correspondiente:

Información personal			
1. Genero		2. Cargo	
Hombre		Gerente	
Mujer		Administrativo	
3. Actividad empresarial			
4. Años de constitución de la empresa			

Señale con una X, el nivel de aplicación que usted considera que su empresa es socialmente responsable según la siguiente escala: 1) Muy Baja, 2) Baja, 3) Ni baja, ni aceptable 4) Aceptable, 5) Muy aceptable.

No	Preguntas	1	2	3	4	5
6.	¿Sabe usted como empresario qué es la responsabilidad social empresarial?					
7.	¿En qué grado vinculan dentro de sus operaciones los impactos ambientales y sociales?					
8.	¿La empresa realiza prácticas internas y externas de RSE?					
9.	¿Tiene la empresa certificaciones que apoyen las prácticas de la RSE?					
10.	¿Cómo calificaría las actuales condiciones y obligaciones que su empresa tiene con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes?					
11.	¿Usted y todo su grupo de trabajo tienen compromiso responsable con la empresa?					
12.	¿La empresa contribuye al bienestar de los empleados y la sociedad?					
13.	¿Cómo calificaría el grado de participación de su empresa en el financiamiento de eventos sociales?					
14.	¿Cuentan con programas de capacitación continua para todas las áreas en temas relacionados con la RSE?					
15.	¿Es importante que la RSE sea considerada como un elemento estratégico de las empresas de servicio público terrestre automotor de la ciudad de Neiva?					
16.	¿Hacen informes de RSE con una metodología específica, reportando los impactos positivos y negativos tanto internos como externos?					
De las siguientes variables califique el grado de importancia para la implementación de la RSE en su empresa:						
17.	Incremento en costos					
18.	Desconocimiento de la Responsabilidad Social					
19.	Dificultades financieras					
20.	Falta de Interés por parte de las áreas de la empresa					
21.	Falta de compromiso de los directivos					
22.	Crecimiento empresarial					
23.	Fidelidad de clientes y proveedores					
24.	Mayor compromiso o productividad de los colaboradores					
25.	Mejor imagen corporativa y reputación					
26.	Mejor relación con comunidad					

9.3 Oficio 20194410006271 emitido por la Dirección territorial Huila- Caquetá del Ministerio de transporte



Neiva, 17-10-2019

Señoras:
MARCELA MAZABEL ROMERO y KAREM MAZABEL ROMERO
Estudiantes MBA USCO
Carrera 8E No. 27-06. Barrio Los Cábmulos.
Neiva-Huila

Asunto: Rad. 20194410026152. Consulta empresas de servicio especial.

Cordial saludo.

Respecto de su consulta de la referencia, atentamente nos permitimos comunicarle lo siguiente:

1. En la actualidad hay 32 empresas autorizadas por el Ministerio de Transporte Dirección Territorial Huila-Caquetá para presta el servicio público de transporte terrestre automotor especial con domicilio en el departamento del Huila.
2. De las 32 empresas autorizadas por el Ministerio de Transporte Dirección Territorial Huila-Caquetá con domicilio en el departamento del Huila hay 20 empresa con domicilio en la ciudad de Neiva.
3. La relación de empresas autorizadas por el Ministerio de Transporte Dirección Territorial Huila-Caquetá con domicilio en la ciudad de Neiva es la siguiente:
 1. Cooperativa de Motoristas del Huila y Caquetá Limitada
 2. Cooperativa de Transportadores del Huila Limitada
 3. Cooperativa Transportadora Ganadera del Huila y Caquetá Limitada
 4. Transportes Expreso La Gaitana S.A.
 5. Transneivana S.A.S.
 6. Pony Especial S.A.S.
 - 7 Transportes Orsal S.A.S.





La movilidad
de todos

Mintransporte



Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20194410006271

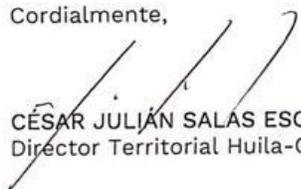


17-10-2019

8. Empresa de Transporte Escolar Especial y de Turismo del Huila Limitada S.A.S.
9. Empresa de Transporte Especial, Empresarial, Escolar, Turismo y Carga MEGA-TRANS S.A.S.
10. Vigía Servicio especial S.A.S.
11. Sociedad de Transportadores Sotransvega S.A.S.
12. VIP Line Express S.A.S.
13. Transvitur S.A.S.
14. Transportes de Colombia Tours S.A.S.
15. Transporte y Destinos Turísticos Viaturcol S.A.S.
16. Líneas Turísticas del Páez S.A.S.
17. Servicios Petroleros y Transporte Especial SERPETRANS S.A.S.
18. Over Land Tours S.A.S.
19. Transporte MCM S.A.S.
20. Transportes Tesla S.A.S.

Cualquier información adicional estaremos prestos a atenderla.

Cordialmente,


CÉSAR JULIÁN SALAS ESCOBAR
Director Territorial Huila-Caquetá

Anexos: No
Copias: No
Proyecto: William Andrade Tafur
Elaboró: William Andrade Tafur
Revisó: César Julián Salas Escobar
Fecha de elaboración: 16-oct-2019
Número de radicado que responde: 20194410026152
Tipo de respuesta Total (X) Parcial ()



Scanned with CamScanner
Avenida La Esperanza (Calle 24) No. 62-49, Complejo Empresarial Gran Estación II, Costado Esfera, Pisos 9 y 10, Bogotá Colombia. Teléfonos: (57+1) 3240800 (57+1) 4263185
<http://www.mintransporte.gov.co> - PQRS-WEB: <http://gestiondocumental.mintransporte.gov.co/pqr/>
Atención al Ciudadano: Sede Central Lunes a Viernes de 8:30 a.m. - 4:30 p.m., línea Gratuita Nacional 01800012042, Código Postal 11321