

**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
(RSE) A LA EMPRESA GATEWAY TI MONTERÍA S.A.S. BASADO EN LA GUÍA DE  
LA ISO 26000:2010**

**ANGÉLICA MARÍA ÁLVAREZ NEGRETTE**

**DANIELA SOLANO RIVERA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
MONTERÍA**

**2021**

**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
(RSE) A LA EMPRESA GATEWAY TI MONTERÍA S.A.S. BASADO EN LA GUÍA DE  
LA ISO 26000:2010**

**ANGÉLICA MARÍA ÁLVAREZ NEGRETTE**

**DANIELA SOLANO RIVERA**

**Trabajo de grado para optar al título de ingeniería  
industrial**

**Asesor**

**NATALIA GARCÍA CORRALES  
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
MONTERÍA**

**2021**

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1. RESUMEN</b> .....	5
<b>2. ABSTRACT</b> .....	5
<b>3. INTRODUCCION</b> .....	7
<b>3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	7
<b>3.2. OBJETIVOS</b> .....	9
<b>3.2.1. OBJETIVO GENERAL</b> .....	9
<b>3.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS</b> .....	9
<b>3.3. DELIMITACIÓN</b> .....	10
<b>3.4. IMPACTO ESPERADO</b> .....	10
<b>4. ESTADO DEL ARTE</b> .....	12
<b>5. MARCO TEÓRICO</b> .....	22
<b>Historia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial</b> .....	22
<b>Responsabilidad Social Empresarial</b> .....	24
<b>Estándares internacionales sobre la Responsabilidad Social Empresarial</b> .....	26
<b>La norma AA1000 AS</b> .....	26
<b>La GRI o Global Reporting Initiative</b> .....	27
<b>La Guía ISO 26000:2010</b> .....	28
<b>Responsabilidad Social y sus grupos de interés</b> .....	28
<b>Responsabilidad Social y Sostenibilidad</b> .....	29
<b>ConTREEbute y los sellos sostenibles</b> .....	31
<b>Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)</b> .....	32
<b>Programa de responsabilidad social empresarial</b> .....	33
<b>6. METODOLOGÍA PROPUESTA</b> .....	34
<b>6.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b> .....	36
<b>7. DESARROLLO</b> .....	37
<b>7.1. INSTRUMENTO DIAGNÓSTICO</b> .....	37
<b>7.2. ENTREVISTA</b> .....	39
<b>8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	41
<b>9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	51
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	61
<b>11. ANEXOS</b> .....	66

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Marco teórico .....	19
Tabla 2. Programa de Responsabilidad Social Empresarial Propuesto.....	53

## LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa sinóptico del recorrido historico de la RSE .....	22
Ilustración 2. Diagrama metodológico.....	35

## LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Resultados globales de las 7 materias fundamentales.....	42
Figura 2. Resultados de la materia de gobernanza.....	43
Figura 3. Resultados de la materia de derechos humanos .....	44
Figura 4. Resultados de la materia de prácticas laborales.....	45
Figura 5. Resultados de la materia de medio ambiente.....	46
Figura 6. Resultados de la materia de prácticas justas de operación.....	47
Figura 7. Resultados de la materia asuntos de consumidores.....	48
Figura 8. Resultados de la materia participación activa y desarrollo de la comunidad.....	49

## LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1. <b>Instrumento diagnóstico RSE-ISO 26000:2010 y diagramas de resultados</b> .....	66
Anexo 2. <b>Evidencia de entrevistas vía Microsoft TEAMS</b> .....	66
Anexo 3. <b>Entrevista diagnóstica sobre RSE</b> .....	67
Anexo 4. <b>Boletín de comunicación de buenas prácticas de la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S</b> .....	68

## **1. RESUMEN**

A través de este estudio de tesis se desarrolló un diseño de un programa de responsabilidad social empresarial que se ajusta a la misión, visión, valores, objetivos y políticas estratégicas de la organización Gateway TI Montería S.A.S. y asimismo del sector a la cuál esta pertenece, bajo las directrices de la guía ISO 26000:2010.

Para lograr dicho objetivo, se realizó una investigación cualitativa y descriptiva que permitió la recopilación de datos a través del diseño y aplicación de una entrevista con el fin de describir el estado actual de la responsabilidad social empresarial dentro de dicha organización. Luego, se clasificaron las buenas prácticas que pueden ser aplicables a la empresa para con estas realizar finalmente el diseño de dicho programa. Como punto final, se creó un boletín de divulgación acerca los buenos hábitos de RSE encontrados en la organización que le permitirán a esta obtener una mejor reputación, mejorar su relación con sus grupos de interés, entre otros.

## **2. ABSTRACT**

Through this thesis study, a design of a corporate social responsibility program was developed that adjusts to the mission, vision, values, objectives and strategic policies of the Gateway TI Montería S.A.S. organization. and also the sector to which it belongs, under the guidelines of the ISO 26000: 2010 guide.

To achieve this objective, a qualitative and descriptive research was carried out that allowed the collection of data through the design and application of an interview in order to describe the current state of corporate social responsibility within said organization. Then, the good practices that may be applicable to the company were classified in order to finally carry out the design of

said program. As a final point, a newsletter was created about the good CSR habits found in the organization that will allow it to obtain a better reputation, improve its relationship with its stakeholders, among others.

### **3. INTRODUCCION**

#### **3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desde finales de los noventa, las empresas han comenzado a enfrentar un papel fundamental de cambio y desarrollo en la sociedad, por lo que han tenido que renovar su esencia de ser y hacer. Según Koslowski (1986), se consideró como algo indispensable, una ética del capitalismo donde se mejora la eficiencia, se compense fallos en el mercado y se busque favorecer la integración social, por lo que actualmente, las empresas persiguen su fin de asegurar sostenibilidad a largo plazo teniendo en cuenta otros factores sociales y ambientales.

Para que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) funcione positivamente, se debe evaluar y tener en cuenta la realidad actual y las necesidades que se vive en el país y de igual forma la vigilancia constante de los planes a largo plazo. Colombia es un país de desarrollo donde su tasa de desempleo en mes de junio de 2020 según DANE fue de 19.8, comparada con el año inmediatamente anterior, se dio un aumento de 10.4 puntos, de igual forma, la CEPAL entrega un pronóstico de pobreza para el año en curso de 32,5%, estas deficiencias económicas y sociales, adicional a las necesidades que vive su comunidad, ocasiona que sea mucho más complejo y difícil la implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial. Según la Asociación Nacional de Empresarios en Colombia (ANDI), la mayoría de las empresas, no llevan un riguroso seguimiento a la gestión de los proyectos de responsabilidad social y alrededor del 30% de sus afiliados, no cuentan con información pública sobre sus programas. Es importante recalcar, que un estudio realizado en 2018 por Innovación y Gestión del Conocimiento de la Corporación Fenalco Solidario, ubico a Colombia como el segundo país de América con más empresas comprometidas con el tema de responsabilidad social.

Hoy en día, se puede afirmar, que la Responsabilidad Social Empresarial está más presente en las empresas de la región caribe e incluso 15 de estas organizaciones, han sido premiadas por el sello de buenas prácticas de RSE que galardona Fenalco Solidario. Las empresas en Córdoba y especialmente Montería, están buscando cada vez más, obtener competitividad e innovación para no perder su lugar en el mercado. En Montería, el 60.2% son microempresas, 34.7% son pequeñas y el 5.1% son medianas (PNUD,2014), es decir, que la mayoría de empresas en son consideradas como PYMES, lo que según el estudio realizado por Vives & Peinado-Varo (2011), quiere decir que no se cuenta con programas de RSE a un nivel relativamente importante puesto que “las PYME’s se manejan mayoritariamente entre estos extremos: prácticas que no hacen daño y en la medida de lo posible contribuyen al bien de la empresa y de la sociedad.” (Vives & Peinado-Vara, 2011. Pág. 344). Por lo general, son empresas locales que buscan aceptación en su comunidad y por ende intenta manejar una buena ética moral pues desarrollan un compromiso de retribuir lo tomado a esa localidad.

GATEWAY TI Montería S.A.S. como una empresa de creación de plataformas tecnológicas se encuentra en el sector cuaternario donde las actividades son caracterizadas por la acción de concebir, crear, interpretar, organizar, dirigir, controlar y transmitir con el auxilio de la ciencia y de la tecnología, atribuyendo a esos actos un valor económico (Tomline, 1988). Este sector económico tiene como principal característica basarse en el conocimiento y así incluir servicios como el intercambio de información, investigación, tecnología, consultoría, educación, finanzas, entre otros servicios.

Actualmente en Colombia, pocas son las empresas tecnológicas pertenecientes al sector cuaternario donde se encuentra aplicada la RSE, a pesar de la importancia que esta tiene sobre la sociedad, y es aquí donde encontramos una vital importancia al actuar de manera eficaz para que



sean reconocidos estos impactos dentro de la comunidad. Por tanto, si la empresa quiere mantenerse competitiva y con un equilibrio en su crecimiento económico, aprovechamiento de recursos naturales y bienestar social, debe entonces demostrar su responsabilidad con cada una de estas áreas porque este equilibrio es indispensable para su crecimiento económico y sostenibilidad; además de esto la RSE brinda la oportunidad de dar una buena imagen de la empresa ante la sociedad.

Este trabajo tuvo como finalidad responder a la pregunta: **¿Cuál es el programa de Responsabilidad Social Empresarial que refleja las acciones de la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S. para dar atención de sus interesados?**

## **3.2. OBJETIVOS**

### **3.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un programa de responsabilidad social empresarial para la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S. basado en las recomendaciones de la Guía de la ISO 26000:2010 para contribuir con el desarrollo sostenible, mejorar su reputación y su relación con los stakeholders.

### **3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFIVOS**

- Creación y aplicación de un instrumento diagnóstico que permitirá identificar el desarrollo en términos de responsabilidad social empresarial de la organización GATEWAY TI Montería S.A.S.
- Construcción de diseño de un programa de buenas prácticas de RSE aplicables a la organización, basado en las recomendaciones de la Guía ISO 26000:2010.

- Desarrollar una herramienta de comunicación, en forma de boletín, donde se divulguen las buenas prácticas encontradas actualmente, en el ámbito de responsabilidad social empresarial en la organización GATEWAY TI Montería S.A.S.

### **3.3. DELIMITACIÓN**

Esta investigación tuvo como alcance las actividades comprendidas para la identificación de buenas prácticas realizadas por la organización GATEWAY TI Montería S.A.S. frente a las recomendaciones de la Guía ISO 26000 del 2010. Así mismo, abarca el diseño de propuestas que puedan ser aplicables, en el marco de la RSE, quedando plasmadas en un programa. La implementación de estas propuestas estará bajo la potestad de la empresa, de acuerdo con sus políticas y la disponibilidad de recursos para ejecutarlas. Por último, el proyecto entregó un documento que permite a la organización divulgar las buenas prácticas de RSE identificadas, con el propósito de generar un canal de comunicación asertivo, claro, óptimo y conciso, que permita a todos los grupos interesados conocer e informarse de las recomendaciones realizadas.

### **3.4. IMPACTO ESPERADO**

Se pretendió ahondar en los conocimientos que se tienen sobre la responsabilidad social empresarial basada en la ISO 26000:2010 para así aplicarlos en sectores de la economía que posean un potencial de crecimiento económico y sostenibilidad que generen valor agregado tanto dentro como fuera de la organización impactando en todos los interesados que interactúen con la misma, es así como GATEWAY TI Montería S.A.S. haciendo parte del sector cuaternario donde prima la tecnología y apunta al crecimiento dentro de la economía nacional y global se vería beneficiada

competitivamente al adoptar buenas prácticas de responsabilidad social que la impulsen al crecimiento, generen un valor agregado a la sociedad y mejoren su imagen.

El estudio de la Responsabilidad Social Empresarial es un aporte significativo a unas de las áreas investigativas de la carrera de ingeniería industrial de Universidad Pontificia Bolivariana seccional Montería, además, se debe tener en cuenta que el diseño de dicho programa no aplicó exclusivamente para la empresa GATWAY TI, sino que también podrá ser usado como guía para otras organizaciones que tengan como fin participar responsablemente en la sociedad bajo los parámetros de la guía ISO 26000:2010.

#### **4. ESTADO DEL ARTE**

En (Molina, 2014) es abordada principalmente la problemática de ¿Por qué existen tantos problemas para aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en PYMES? Y previo a esto es planteado un modelo con elementos que contiene la Norma ISO 26000. Primeramente, realizan un marco teórico que aborda la temática y sus puntos críticos, previo a esto, realizan una encuesta para identificar cual es el grado de conocimiento de las PYMES respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, la cual arrojó que el nivel de conocimiento total o parcial sobre Responsabilidad Social Empresarial fue de un 86% del cual se demostró que solo el 44% de los encuestados tiene claro el concepto, el apoyo total o parcial de las PYMES a la comunidad es de un 72% que incluye actividades como apoyo a iniciativas, integración de personas con discapacidad, políticas de igualdad de género y atención a temas ambientales; entre los principales beneficios identificados son la reputación e imagen corporativa y se identifica que entre los canales de comunicación el 21% no realiza actividades relacionadas con este tema y un 30% realiza reuniones periódicas y publicidad.

Por último, en este trabajo realizan un diseño y propuesta de un modelo de responsabilidad social empresaria para las PYMES y finalmente concluyen que en general el éxito de del RSE depende de los directivos y los empleados, ya que su apoyo es indispensable para que sea sostenible, sustentable en el tiempo y genere beneficios al corto y largo plazo; también que la falta un modelo de RSE para PYMES dificultan su aplicación y entendimiento y que las principales problemáticas de la Responsabilidad Social Empresarial se atribuyen directamente a los mitos e ideas equivocadas acerca del tema.

En (NARVAEZ & PALOMINO, 2013), se intentó establecer un modelos de Responsabilidad Social Empresarial basado en la Norma ISO 26000 que se aplique a las operaciones realizadas en las estaciones de servicios, específicamente de una empresa petrolera, y que así mismo sea un proceso que se pueda aplicar dentro de la empresa para que garantice su crecimiento a través de políticas voluntarias socialmente responsables, realizan la metodología de diagnóstico de la empresa, un análisis de marco teórico de la temática y la identificación de grupos de interés. En el trabajo se destaca que las empresas petroleras no solo tienen la función de generar valor y beneficio al país, sino también contribuir con el bienestar de la sociedad y por eso tienen obligaciones y responsabilidades con los grupos de interés con los cuales se relacionan y afectan; deben cumplir tanto políticas mundiales para la preservación y cuidado del medio ambiente como el desarrollo de actividades que contengan elementos sociales que contribuyan a la modernización de sus actividades, por esta razón se enmarca dentro de la gestión de responsabilidad social como empresa.

En esta investigación se encontró que los planes de RSE se enfocaban principalmente en el medio ambiente y en las prácticas en valores y principios éticos, pero los parámetros de apoyo a la comunidad, ambiente de trabajo y marketing responsable se han dejado de lado, entonces como resultado final arroja un modelos de gestión de responsabilidad social para la empresa de estaciones de servicios que busca definir las estrategias, orientar el negocio hacia la determinación y satisfacción de las necesidades de los grupos interesados y fortalecer la posición en el mercado, y así, cumplir con la hipótesis de mejorar su funcionamiento y posicionamiento a través del modelo de gestión de responsabilidad social de la empresa.

En (CORTES et al., 2014), el proyecto de grado se enfocó en el diseño de aplicación de la Norma ISO 26000 en una fundación hospital, basándose en los requisitos de la norma, de la misma

manera se realizó un diagnóstico inicial frente a los lineamientos que la norma presenta como elementos esenciales como lo son los principios y materias fundamentales, previo a esto se realizó un diagnóstico que arrojó que el hospital cumple con un 47,97% de los requerimientos de responsabilidad social, con lo que apenas logró 71 criterios de los 148 evaluados y aplicables; aquí se observa las falencias en los componentes de fortalecimiento de la comunidad, prácticas laborales y en la transparencia con un cumplimiento por debajo del 50%. Adicionalmente este trabajo además de cumplir con el propósito de diseñar una propuesta del modelo de Responsabilidad Social Empresarial para esta organización en específico se enfocó en una manera práctica y sencilla de poder convertir el diseño referente para todo el sector salud u otros interesados en trabajar en la Responsabilidad Social Empresarial.

Para finalizar los autores proponen 7 pasos que deben seguir las organizaciones de manera sistemática, metódica y ordenada que son: comprender la responsabilidad social; reconocer su responsabilidad social; realizar una matriz DOFA con base a un diagnóstico de la institución; planificar, estructurar y definir la responsabilidad social dentro de la organización; sensibilizar, divulgar y capacitar los estándares de la ISO 26000; documentar el modelo; implementar el modelo; y monitorear el modelo. Del mismo modo en la investigación también se planteó un cronograma de implementación en el dado caso que la fundación quiera aplicar el modelo para el cumplimiento de la Norma ISO 26000:2010.

En (Taborda, 2020), el proyecto también tuvo como propósito una propuesta de implementación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial basada en la guía ISO 26000, este trabajo se enfoca en una empresa llamada Fénix S.A.S del sector de transportes dentro de sus aspectos de prácticas laborales y medioambientales, respondiendo a la pregunta de ¿Cómo implementar la guía ISO 26.000 en la empresa Transportes Especiales Fénix S.A.S en los asuntos

de medio ambiente y prácticas laborales, para la mejora de sus procesos de Responsabilidad Social Empresarial?. Inicialmente realizaron un diagnóstico actual de la organización recogiendo datos y analizándolos respecto a los criterios de la guía; este diagnóstico arrojó debilidades en la gestión interna en concordancia con lo que dicta la norma. Con base a esto se desarrolló un plan siguiendo el lineamiento: diagnóstico de la situación actual; fijación de objetivos; identificación de interesados y expectativas; definición de plan de acción, actividades y responsabilidades; determinar indicadores, metas y seguimientos; y, por último, la planeación de la comunicación.

Para dar seguimiento al Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial se plantearon indicadores para medir la gestión de los ámbitos a los que se enfocarían, los cuales fueron: la rotación del personal; formación y capacitación; desempeño de los empleados; huella de carbono; y el cumplimiento de parámetros ambientales; adicionalmente para dar a conocer las estrategias se creo un plan de comunicación expresado de manera interna y externa. En conclusión, la aplicación de las matrices de planeación estratégica y las pruebas de clima organizacional y conocimiento de los factores de la guía ISO 26000, se evidenciaron falencias enfatizadas en el manejo del clima laboral, la satisfacción del cliente, la adecuación de combustibles y el control de emisión de gases de efecto invernadero, por lo que a partir de estas se establecieron estrategias de RSE en la empresa para causar un impacto tanto interno como externo e incrementar la imagen corporativa, y finalmente se destaca la posibilidad de aplicación de los aprendizajes obtenidos a lo largo de la carrera, desde el momento de iniciar con el anteproyecto de esta investigación.

En (Antolinez et al., 2019) se realizó la modificación del plan estratégico de la organización ACELCO a través del diseño de un programa de Responsabilidad Social Empresarial basado en las guías de la ISO 26000 para proteger y garantizar la sostenibilidad de los factores sociales, económicos y políticos de la empresa. Para la realización de lo nombrado anteriormente, fueron

estudiados a fondo los impactos económicos, sociales y ambientales generados por la organización para posteriormente, generar estrategias de solución y mitigación.

Se diseñó un código de conducta que incluía un análisis financiero para su implementación, un mapa genérico de stakeholders y su respectivo mapa de relaciones.

En definitiva, se entregó un plan de mejora en forma de tabla con las siguientes columnas: las dimensiones, los stakeholders, objetivo estratégico, estrategia a llevar a cabo, plazo, costo, indicadores y el tiempo de seguimiento. Además, un plan de comunicación donde iba definido las dimensiones, stakeholders, frecuencia y medio de comunicación; con el fin de crear un canal de comunicación asertiva óptima para que se ejecuten los procesos de acuerdo con lo establecido.

En (Estrada et al., 2019) se realizó un plan de Responsabilidad Social Empresarial bajo el direccionamiento estrategico de la guía de la ISO 26000 en el impacto de tres dimensiones: económico, social y ambiental que representara transparencia, buena conducta y comportamiento ético. Para comenzar, se instauraron cinco fases, la cual comenzaba con la definición de misión, visión y valores. Luego, se realizó un estudio del modelo gerencial, a través de método de mejora continua de Kaizen, el cual permitiera conocer el código de conducta con 8 objetivos basado en guía de iniciativa mundial de las naciones unidas. Después, se hizo un vídeo donde explicara la definición y diferencia de los términos de marketing social y empresa y su aplicación en dicha microempresa familiar. Como tercera fase, se definieron los grupos de intereses (stakeholders) y su influencia para finalizar con el plan de mejora que iba definido por las dimensiones, los stakeholders, objetivo estratégico, estrategia a llevar a cabo, plazo, costo, indicadores y el tiempo de seguimiento.



En (León et al., 2020) se hizo la construcción de un plan de Responsabilidad Social Empresarial para Holding Consultants de Colombia la cual es una organización especialista en sistemas de gestión, que viene presentando como problemática la falta de pausas activas en sus empleados. Primeramente, se hizo una identificación profunda de todos los grupos de interés que conforma la organización, es decir, los stakeholders externos e internos para así conocer su influencia en las decisiones y acciones que tome la empresa. Posteriormente, se realizó una evaluación y revisión de los aspectos más importantes del código de ética que se tiene ante la sociedad, verificando su cumplimiento y en qué forma se da.

A través de la plataforma virtual de Google Forms, se llevó a cabo una encuesta virtual a los trabajadores acerca de las prácticas laborales respecto al tema de salud y seguridad ocupacional, la cual dejó entre visto, que el mayor porcentaje de empleados no sabe cuántas veces hacen pausas activas, no están enterado acerca los planes de prevención de enfermedades labores que lleva a cabo la organización y de igual forma, no hay conocimiento acerca el objetivo de sus puestos de trabajo. La metodología descrita anteriormente, permitió la construcción del árbol de problema y soluciones.

Por último, fue entregado un plan de mejora de Responsabilidad Social Empresarial bajo las directrices de la norma ISO 26000, donde era descrito en tres dimensiones (económicas, sociales y ambientales), en stakeholders, objetivo estratégico, estrategia, plazo, costo e indicador a medir. En conclusión, para encontrar la solución óptima se debió analizar profundamente la problemática, toma de decisiones, planeación estratégica, marco lógico y lineamientos de responsabilidad social existentes basados en normas colombianas y principalmente ISO 2006 y así poder mejorar el ambiente laboral.

En (AVILA & BRAVO, 2016) se diseñó un manual de responsabilidad social empresarial guiados de los 7 principios de la guía ISO 26000 a la empresa CMELER S.A. de Ecuador la cual está dedicada al mantenimiento y reparación de maquinarias y equipo de refrigeración y busca ser parte del crecimiento económico del país aplicando el desarrollo sostenible y sustentable para obtener un reconocimiento social. Para lograr su objetivo se realizó una investigación exploratoria, teórica con análisis y comprobación de hipótesis con estadística inferencial. La hipótesis planteada es “si la empresa CMELER implementa el manual de Responsabilidad Social Empresarial aplicando los 7 principios de la Norma ISO 26000, esta tendría un reconocimiento social lo que conlleva a mejores oportunidades de captación de mercado en las áreas contempladas en su misión organizacional” (Avila, Bravo. 2016).

Antes de comenzar con el estudio se hizo un análisis de los factores que llevaron a la empresa a desistir anteriormente de la aplicación de la norma ISO 26000. Posteriormente, fueron aplicados los métodos de investigación explicativa, descriptiva, no paramétrico y cualitativo para la recolección de información a través de una encuesta a los stakeholders sobre su conocimiento de Responsabilidad social empresarial y los resultados, fueron analizados a través del estadístico de método de coeficiente de Pearson para datos no paramétricos y así poder justificar la creación de dicho manual.

Como parte final, fue propuesto un manual de organización donde además iban definidos las personas encargadas de verificación de cumplimiento y por ende, se incluía un perfil del trabajador que detallaba funciones, requisitos indispensables, edad, educación, etc. También, definían actividades a llevar a cabo para su cumplimiento y los respectivos responsables.

Tabla 1. Marco teórico

ESTADO DEL ARTE				
ID	AÑO	AUTOR	TITULO	BIBLIOGRAFÍA
TG1	2014	Molina, Mario Andrés	Propuesta de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES con elementos de la NORMA ISO 26000	(Molina, M. A., 2014)
TG2	2013	NARVAEZ, SONIA ELIZABETH PALOMINO, PATRICIA ALEXANDRA	DESARROLLO DE UN MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BASADO EN LA NORMA ISO 26000 PARA LA OPERACION DE LAS ESTACIONES DE SERVICIOS DE EP PETROECUADOR UBICADAS EN LAS ZONAS DE FRONTERA	(NARVAEZ, S. E., & PALOMINO, P. A., 2013)
TG3	2014	CRUZ, JORGE CAMILO CORTES MORENO, NANCY PAOLA TARAZONA CARDENAS, JOHANNA ORTIZ	DISEÑO DE LA APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 26000:2010 (RESPONSABILIDAD SOCIAL), EN LOS PRINCIPIOS DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA FUNDACION HOSPITAL SAN CARLOS	(CORTES, J. C., TARAZONA, N. P., & ORTIZ, J., 2014)
TG4	2020	Taborda, Karen Fernanda	Propuesta de implementación de la guía ISO 26000 para mejorar los procesos de Responsabilidad Social en la empresa Transportes Especiales Fénix S.A.S	(Taborda, K. F., 2020).

<b>TG5</b>	2020	León, Karen Julieth Salamanca, Reinaldo Cely, Ruth Irley Alfonso Mesa, Oscar Manuel Dussan, Erika	Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Holding Consultants de Colombia	(León, K. J., Salamanca, R., Cely, R. I. A., Mesa, O. M., & Dussan, E., 2020).
<b>TG6</b>	2019	Estrada, Ángela Cristina Zamora, Diana Collante, Lourdes Adriana Rodas, Oscar Fernando Collazos, Yamileth	Plan de Responsabilidad Social Empresarial Fibrarepa	(Estrada, Á. C., Zamora, D., Collante, L. A., Rodas, O. F., & Collazos, Y., 2019).
<b>TG7</b>	2019	Antolinez, Omar Darío Delgado, Luis Aldemar Martínez, Yudy Eni Julian Andres Perez V	PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ACELCO	(Antolinez, O. D., Delgado, L. A., Martínez, Y. E., & Julian Andres Perez V., 2019).
<b>TG8</b>	2016	AVILA, MARGARITA DENISSE BRAVO, JORGE WASHINGTON	DISEÑO DE UN MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICANDO LOS SIETE PRINCIPIOS DE NORMA ISO 26000 EN LA EMPRESA CMELER S.A	(AVILA, M. D., & BRAVO, J. W., 2016)

**Fuente:** *Elaboración propia*

En los artículos anteriores se identificó la elaboración de programas de Responsabilidad Social Empresarial bajo las directrices de la guía de la ISO 26000 para empresas ubicadas en el segundo y tercer sector económico, pues son organizaciones que se dedican a prestar diferentes servicios o a la transformación de la materia prima en otro bien.

Este proyecto, buscó la revisión de las buenas prácticas y el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial bajo los parámetros de la guía de la ISO 26000 para la empresa GATEWAY TI MONTERÍA S.A.S., la cual aplica a la creación de plataformas

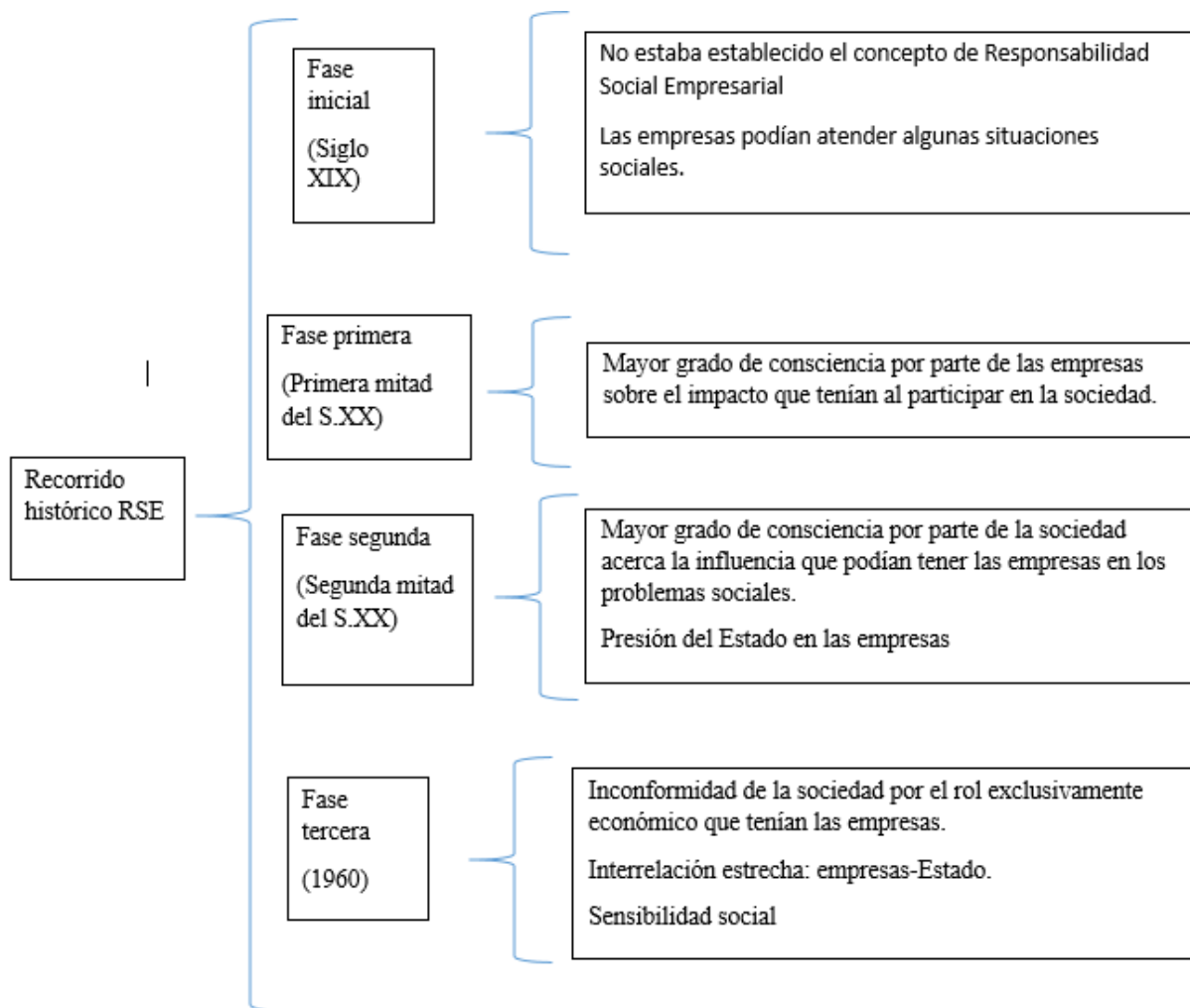
tecnológicas por lo que se utilizan principalmente actividades del conocimiento o intelectuales con auxilio de la ciencia y la tecnológica, ubicándola por ende en el sector cuaternario de la economía. Esto es un progreso para el cuarto sector de la economía, el cual, según muchos autores, especialmente (Jordi Jaumá, 2017) es considerado como un sector que busca la unión de los aspectos positivos de los otros tres sectores, disminuyendo sus problemas o efectos para así buscar beneficios no solo económicos sino también para la sociedad.

## 5. MARCO TEÓRICO

### Historia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Para identificar y comprender la transformación histórica que ha sucedido con el concepto de Responsabilidad Social hasta considerarse actualmente como una ventaja competitiva, (Correa, Juan. 2007), diferencia unas fases que hacen que la comprensión sea más fácil, estas son:

Ilustración 1. Mapa sinóptico del recorrido histórico de la RSE



Fuente: *Elaboración Propia.*

Asimismo, es importante recalcar que, en 1970 el economista Milton Friedman hace referencia a que la única responsabilidad de las empresas y organizaciones es maximizar las ganancias de sus accionistas, sin embargo, en 1980 las organizaciones, comenzaron a notar, entender y comprender, que no era conveniente ni favorable manejar malas relaciones con el entorno. Es hasta la década de 1990 donde se comienza a concebir el concepto de responsabilidad social empresarial como una ventaja competitiva en consecuencia a la imagen transparente que esta generaba al público.

La evolución de la responsabilidad social también se vio influenciada por la globalización, la liberalización y reformas regulatorias del comercio, la importancia del concepto de sostenibilidad y la rápida y constante degradación del medio ambiente. Del mismo modo, se vio impulsada por la presión generada por los clientes-consumidores, quienes con el paso del tiempo han comenzado a darle importancia al compromiso de las empresas con causas sociales, de ahí que investigan el perfil de las empresas antes de realizar la compra.

(OEA-BID, 2008) informó que 4 de cada 5 empresarios en el mundo tienen en cuenta la responsabilidad social como un compromiso adicional al de producir ganancias. Actualmente, se puede pensar en la RSE como un nuevo método de negocio donde se pretenden las operaciones sostenibles teniendo en cuenta los intereses de todos los grupos con los que interactúan. La meta principal se considera el desarrollo, bienestar y la mejora en la calidad de vida de esta y las futuras generaciones, por tanto, una empresa debería considerarse buena, cuando trae beneficios para todos los interesados.

## **Responsabilidad Social Empresarial**

El principal interés de las empresas a la hora de hablar de Responsabilidad Social Empresarial es nueva forma de “competir” ante el mercado ya que permite entre otras cosas generar un valor agregado a la sociedad y este dicho valor paulatinamente puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva. Es importante recalcar que siendo el objetivo inherente de las organizaciones el crecimiento, estas apuntaran a obtener un beneficio que las haga sostenibles, mejore la imagen de la empresa debido a que esto genera un reconocimiento ante la sociedad que muchas ocasiones puede significarse la lealtad y preferencia de algunos clientes, aporte al bienestar institucional de manera que fortalezca el desarrollo humanos de sus trabajadores; y garantice que esta permanezca en el tiempo y se consolide en el ámbito empresarial; es aquí donde aparece el aporte que genera el programa de RSE que comúnmente en las empresas se percibe en primer lugar que estas buscan el bienestar común a través de prácticas consientes y responsables, o es un acto premeditado donde las empresas buscan beneficios puramente económicos así como también apuntan a satisfacer las metas personales de los directivos o propietarios empresariales, con el fin de que este crecimiento de la empresa haya sido el producto final del conocimiento exhaustivo del entorno en el que se encuentra y sus oportunidades de negocio sostenible.

Así mismo podríamos decir que entonces la Responsabilidad Social Empresaria motiva a las empresas no solo a enfocarse en responder ante los directivos y/o propietarios con una buena gestión financiera, si no también darle apoyo a la sociedad ante problemas y buscar soluciones para los mismos; y además velar por la preservación del medio ambiente donde se encuentren para así poder atraer la atención de los interesados que interactúan con la empresa (stakeholders). Según (Méndez, FB, 2007), la RSE se compone por dos palabras: Respuesta y habilidad, es así como



podemos decir que la Responsabilidad Social entonces es la habilidad que adquieren las empresas u organizaciones para responder a la sociedad y dar solución a sus problemas.

Según (Cancino & Morales, 2019) citando el World Business Council For Sustainable Development- WbCSd (2000), las empresas deben tener un compromiso continuo con la sociedad que los lleve a comportarse éticamente y así poder contribuir al desarrollo económico, que busque mejorar la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general, y adicionalmente agregan que para (La Comisión Europea, 2001), la RSE viene siendo un concepto en el cual las áreas productivas integran consideraciones sociales y ambientales en sus actividades y en las relaciones con sus grupos de interés. Es aquí donde se denota que el concepto de RSE va mucho más allá que el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad, este apunta a mejoras tanto internas como externas de la corporación que se reflejen en la manera en que sus empleados viven y trabajan; y también en los impactos que pueda generar la empresa ante la sociedad, todo esto en pro de darle a los interesados una buena imagen, contribuir tanto social como ambientalmente y generar un crecimiento a través de buenas prácticas que conlleven a la sostenibilidad y permanencia de las organizaciones.

En el artículo de Carroll Archie B. “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders” de 1991, por ejemplo, se explica que existen al menos cuatro tipos de acciones en responsabilidad social que gestionan las empresas:

- Responsabilidades Económicas: que es donde las empresas buscan ser rentables para los accionistas, y así entregar buenos trabajos a los empleados y tener productos de alta calidad para los clientes.

- Responsabilidades Legales: es donde buscan cumplir las leyes y las reglas del juego preestablecidas.
- Responsabilidades Éticas: donde según la moral de la empresa se va realizando lo que es correcto y justo, evitando generar daños a terceros.
- Responsabilidad Filantrópica: que es donde se deben hacer contribuciones voluntarias a la sociedad, dándole tiempo y dinero como una buena obra.

### **Estándares internacionales sobre la Responsabilidad Social Empresarial**

Los estándares internacionales para la identificación de las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial principalmente son:

#### **La norma AA1000 AS**

Creada por el Institute of Social and Ethical Accountability en 1999, esta busca definir las mejores prácticas institucionales, y hace énfasis en la comunicación y entendimiento de los grupos de interés, los cuales los denomina ejes de una empresa socialmente responsable. Esta norma puede ser utilizada individualmente o como parte de la integración de las normas donde los stakeholders sean el elemento principal; además esta norma está inspirada en las normas ISO 9001 y la ISO 14001.

Las características claves de la serie AA1000 son las siguientes:

- Cubre todos los resultados de la organización, económicos, sociales y ambientales, es decir, el “desempeño sostenible”.

- Examina cómo una organización conoce, comprende e integra a los diferentes grupos de interés.
- Se centra de manera especial en las partes interesadas y en la precisión de la información que se provee, así como en las políticas de la organización y el cumplimiento de las regulaciones obligatorias.
- Establece los criterios para el aseguramiento de las declaraciones públicas, de forma que se fomente la credibilidad de los reportes de sostenibilidad.
- Evalúa la información proporcionada a las partes interesadas con respecto a la capacidad de la organización de dar respuesta a sus inquietudes, puesto que interpreta la acción de reportar como evidencia de un compromiso permanente con ellas.

### **La GRI o Global Reporting Initiative**

Es un estándar internacional para hacer informes que las empresas puedan adoptar ya que ofrece una lista de indicadores específicos que informan sobre actividades sociales, ambientales y económicas de la empresa. Tiene como finalidad ayudar a las empresas a asumir la responsabilidad de sus impactos, proporcionándoles el lenguaje común global para informar esos impactos. GRI es destacada ya que permite a las empresas aplicar sus recomendaciones por fases para que así las empresas sigan un paso a paso riguroso y cumplan a cabalidad todo, además también posibilita un informe principalmente a unas cuantas áreas y luego paulatinamente se van extendiendo al resto.

## **La Guía ISO 26000:2010**

Esta guía habla sobre la Responsabilidad Social Empresarial y además está pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible por medio de incentivos que van más allá del cumplimiento legal, sabiendo que este cumplimiento es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. También se busca promover el entendimiento común de la responsabilidad social, y complementar otros instrumentos e iniciativas de responsabilidad social, no reemplazarlos. La ISO advierte que “Al aplicar la norma ISO 26000:2010, es aconsejable que una organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como las diferencias en las condiciones económicas, al mismo tiempo que sea consistente con las normas internacionales de comportamiento”. La ISO 26000 no es una norma certificable, esta es meramente una guía de recomendaciones, no de requisitos, ya que esta no hace parte de los estándares el sistema integrado de gestión.

## **Responsabilidad Social y sus grupos de interés**

Los grupos de interés o stakeholders, según (Edward Freeman, 1980), son aquellos grupos o individuos presentes o futuros que pueden perjudicar o adquirir algunas consecuencias debido a las operaciones efectuadas por la empresa, entre estos se encuentran: accionistas, empleados, proveedores, comunidad, cliente, medio ambiente, entre otros. Estos grupos poseen legitimidad, que hace referencia a la validez que presentan sus demandas; poder, o en otras palabras capacidad del efecto que pueden generar en las operaciones; y urgencia, que es la cantidad o grado de demandas que requieren atención de manera inmediata.

Una empresa que desee ser o es responsable socialmente, debe tener presente en su modelo de negocio (operaciones económicas y comerciales), las preocupaciones o necesidades de sus grupos de interés que puedan generar algún tipo de influencia en su toma de decisiones empresariales. Por consiguiente, debe existir un involucramiento de las dos partes (grupo de interés-empresa) continuo, donde debe dominar el dialogo constante a través de los canales de comunicación y monitoreo periódico dado que las expectativas y necesidades que se deben satisfacer de manera regular cambian con el tiempo.

En definitiva, una buena relación empresarial con sus grupos de interés es fundamental ya que estos podrían intervenir de manera directa o indirecta en sus procesos y por ende, en los resultados de la organización, por lo que se puede controlar la eficiencia y eficacia en sus acciones y en consecuencia minimizar las probabilidades de fracaso. De igual forma, esto genera una ventaja competitiva porque aumenta la reputación de la empresa promoviendo un mejor clima laboral, favorable para el aprendizaje e innovación.

## **Responsabilidad Social y Sostenibilidad**

La sostenibilidad hace referencia a garantizar una buena calidad de vida para los individuos de la generación actual sin poner en riesgo la de la futura en los ámbitos ambientales, económicos y sociales, minimizando los impactos negativos mientras se maximizan los positivos. Es decir, que tiene como meta principal la correcta gestión de los recursos, procesos y servicios, generando una empresa más responsable, entusiasta, consciente y alineada.

Los conceptos de Responsabilidad social y sostenibilidad pueden interpretarse como complementos, siendo el segundo más general al abarcar no solo a las empresas sino también a los

individuos, organizaciones, gobiernos, y demás. Una empresa puede ser socialmente responsable y contribuir a la sostenibilidad, ya que se considera la responsabilidad social empresarial como un medio para llegar al fin que busca toda sociedad que es la sostenibilidad, generando una máxima influencia positiva en la sociedad (entorno)

La relación continua y constante entre responsabilidad social empresarial y sostenibilidad permiten que exista un mayor control de riesgo, mejoras en las relaciones con sus grupos de interés, nuevas oportunidades en el mercado y, además, permite que la empresa se adapte al cambio, pues existirá un adelanto que permitirá el actuar en cualquier situación y momento dado.

La gestión ambiental hace referencia a aquellas medidas tomadas por parte de la empresa con el fin de reducir el impacto de sus actividades y así mejorar la calidad ambiental, de ahí que se debe tener presente el modo de manejar y proteger los recursos humanos en sus procesos productivos para obtener el producto o servicio final, buscando minimizar los desperdicios producidos y los costos.

Un buen programa de responsabilidad social empresarial contribuye a la mejora de la gestión ambiental puesto que en la dimensión de ecología interna hace referencia a la intervención y reparación de los daños ambientales ocasionados durante la realización de su proceso productivo y de igual manera, en su dimensión ecológica externa, habla acerca compromiso con la conservación del medio ambiente sin importar los recursos que utiliza o el territorio donde está (Ulla, 2003), en otra palabras, RSE estimula a las organización a reconocer y ser comprometidas con su rol en los problemas ambientales mundiales. Por consiguiente, ayuda a la mejora continua de la relación con el entorno, en la sostenibilidad a largo plazo, ocasiona unos recursos laborales

más seguros generando mayor motivación en sus trabajadores y mejora en su reputación e imagen pública que puede significar la lealtad de algunos clientes.

### **ConTREEbute y los sellos sostenibles**

Como organización que promueve la cultura sostenible, ConTREEbute desarrolló un método simple y efectivo que consta de tres momentos para la solución de retos sobre sostenibilidad:

- Valorar en qué situación se encuentra la organización para poder diseñar estrategias coherentes.
- Actuar sobre los retos de sostenibilidad identificados con el fin de cumplir los objetivos propuestos.
- Potenciar las acciones de sostenibilidad involucrando los grupos de interés de la organización.

Constantemente se actualiza en información sobre sostenibilidad a través de sus plataformas para dar a conocer cambios y oportunidades que se presentan en el entorno, además cuenta con servicios como reporte de sostenibilidad, siembra de árboles, intervención del territorio, Dow Jones sustainability index, compensación ambiental, análisis de materialidad y sello de sostenibilidad. Este último se lleva a cabo mediante una alianza con ICONTEC donde se busca evaluar las prácticas de sostenibilidad para así definir el desempeño de las organizaciones y comprender su parte social, ambiental y económica; esto finaliza con un reconocimiento, del cual se pueden obtener tres categorías de acuerdo con los resultados: Esencia, Evolución y Origen, para las organizaciones que entienden la sostenibilidad como un proceso paso a paso del cual a medida que se avanza se constituyen políticas contundentes. Para estos métodos, la organización cuanta

con capacidades metodológicas y analíticas; técnicas y operativas; creativas y comunicativas; e interpretativas y dialógicas para dar solución a los retos de sostenibilidad.

### **Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)**

Adoptados en la 70ª asamblea general de las Naciones Unidas en septiembre de 2015 se convirtieron en el punto referente de desarrollo global hasta 2030, estos son una agenda global aprobada por la comunidad internacional para la movilización de la acción colectiva para lograr objetivos comunes, dichos objetivos integran y equilibran tres dimensiones del desarrollo sostenible que son la social, la económica y la ambiental para así dar como resultado una hoja de ruta que articule las políticas mundiales; los ODS plantean respuestas que afronten cuestiones como la desigualdad y pobreza extrema, los consumos no sostenibles y degradación ambiental, el reforzamiento de las capacidades institucionales, entre otros que son asuntos de carácter global interrelacionados con la sostenibilidad.

Desde la aprobación de la Agenda 2030, muchas organizaciones han realizado estudios para analizar las capacidades y desafíos de cada país, determinando estrategias necesarias según los resultados arrojados por los mapeos de análisis. Y muchos otros exploran capacidades que aporten a las estrategias de desarrollo como también cambios políticos, sociales e institucionales necesarios para el avance a una sociedad más sostenible. Según (Gomez, 2016) “Los ODS mantienen la tradición de acuerdos utópicos promovidos por la ONU, pero sin responsabilidades precisas, lo que facilita su incumplimiento”.



## **Programa de responsabilidad social empresarial**

El programa de RSE, es aquel donde se definen y establecen las variables y directrices para llevar a cabo por una empresa en el tema de responsabilidad social empresarial, es decir, es un plan de actuación de la empresa con el fin de la involucración de esta en dicho ámbito. La elaboración de este se procede con una valoración de la empresa donde se permita identificar los grupos de interés y además definir las responsabilidades que se están llevando a cabo y en cual están fallando para determinar una mejoría.

De acuerdo a lo concluido anteriormente, se procede a definir las medidas correspondientes a llevar a cabo para minimizar las deficiencias y de igual forma, los plazos oportunos para su cumplimiento. Finalmente, se realiza una evaluación de las políticas de actuación para así determinar las adecuadas para la organización dependiendo de sus necesidades y características particulares.

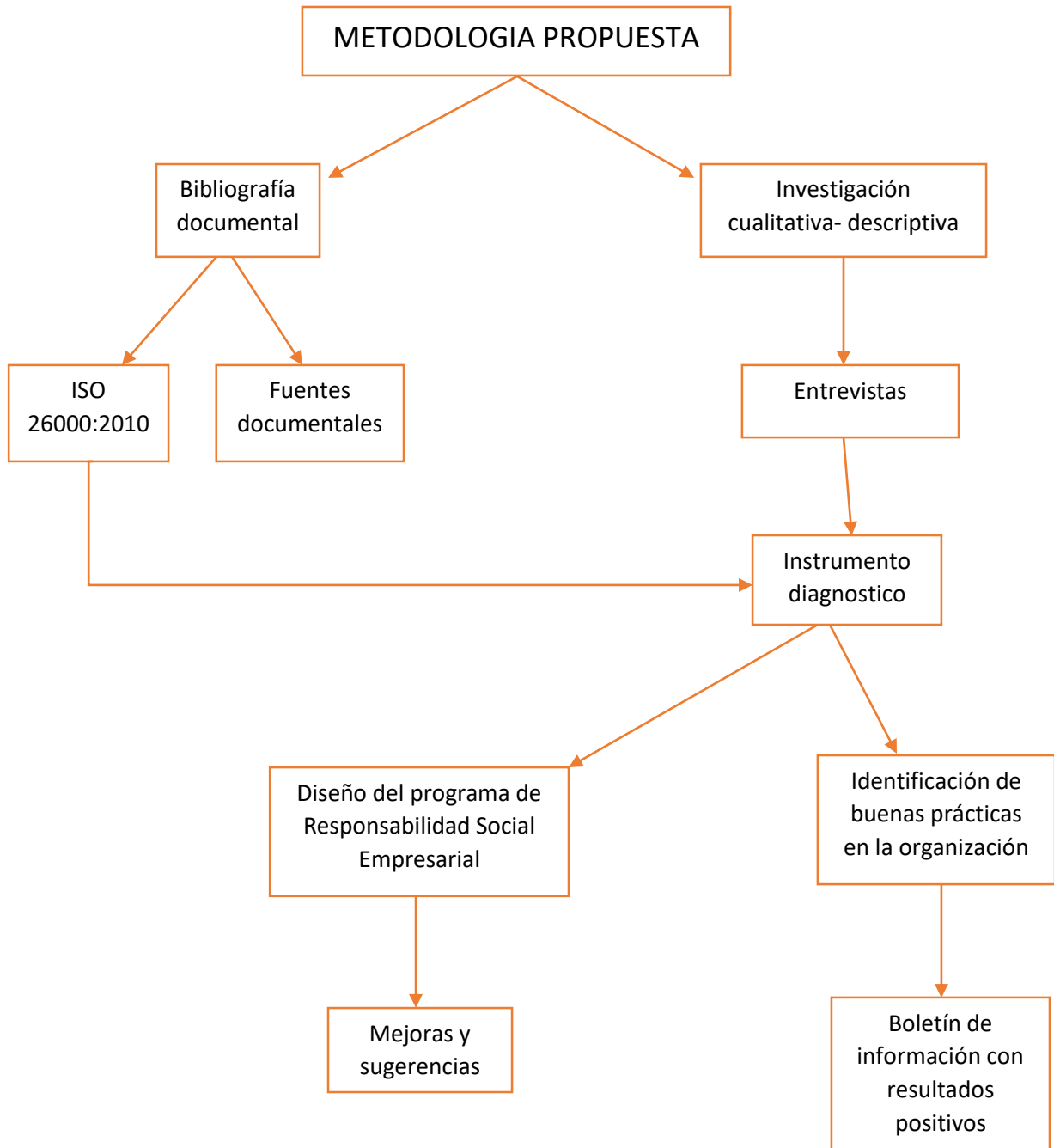
## **6. METODOLOGÍA PROPUESTA**

Este trabajo se desarrolló bajo el enfoque de una investigación cualitativa y descriptiva ya que se pretendió recolectar información no numérica a través de entrevistas y conversaciones, para posteriormente describir la situación real, características y componentes principales de la responsabilidad social empresarial dentro de la organización GATEWAY TI Montería S.A.S.

Así mismo se puede decir, que se trató de una investigación bibliográfica o documental, debido a que se pretendió captar, coleccionar y reunir información útil y preferiblemente reciente sobre la investigación de RSE de fuentes documentales. Se utilizó como herramienta de fuentes primarias o fuentes de información de primera mano, tesis que desarrollen el mismo problema de investigación, la guía ISO 26000:2010, libros y artículos referentes al tema de RSE, documentos y registros de la organización. De igual forma, fueron necesarias las fuentes secundarias que contienen información en forma de resumen, tales como algunas enciclopedias o sinopsis de artículo o estudio investigativos.

Para abordar el estudio y organizar el trabajo investigativo, el desarrollo se realizó a partir de tres fases metodológica definidas por los objetivos específicos. Durante el primer ciclo, se diseñó y validó una entrevista como instrumento diagnostico que luego fue aplicada dentro de la organización para valorar el desarrollo en términos de Responsabilidad social empresarial a la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S. En el siguiente, se identificaron las buenas prácticas de RSE aplicables a la organización para posteriormente, elaborar un programa de RSE orientado por la guía ISO 26000:2010, que permita acoger buenas prácticas internacionales. Por último, se construyó un boletín informativo de responsabilidad social empresarial que permita informar, divulgar y mostrar las buenas prácticas encontradas en la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S.

Ilustración 2. Diagrama metodológico.



**Fuente:** *Elaboración propia.*

## **6.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

El proyecto entregó un boletín en forma de documento que permitirá la divulgación y comunicación concisa, real, clara, asertiva y óptima que optimice el conocimiento a las personas interesadas sobre las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial encontradas en la organización GATEWAY TI Montería S.A.S.

La comunicación entre los investigadores y la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S. fue a través de su representante legal. En cuanto a la comunicación de los avances del proyecto, se realizaron mediados por el asesor ante el comité de investigaciones de la facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Montería.

## **7. DESARROLLO**

### **7.1. INSTRUMENTO DIAGNÓSTICO**

El instrumento diagnóstico fue realizado basándose en la guía ISO 26000:2010 y sus siete (7) materias fundamentales: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, practicas justas de operación, asuntos de consumidores, participación y desarrollo de la comunidad. Las preguntas fueron elaboradas de acuerdo con los respectivos asuntos de cada materia, debido a que estos contienen acciones y expectativas relacionadas, cada una se convirtió en una pregunta que permita confirmar su cumplimiento. Cabe recalcar que, en casos excepcionales, donde las acciones y expectativas iban direccionadas a la misma temática, se unificaron obteniendo una pregunta por dos acciones y expectativas.

Debido a que las preguntas elaboradas anteriormente son consideradas cerradas, se espera unas respuestas específicas, lo que quiere decir que se obtendrán respuestas de “si”, “no” o en algún caso respuestas cortas, por lo que se optó por una escala numérica de calificación de uno (1) a dos (2), donde uno (1) hace referencia a necesita mejorar y dos (2) excelente; y adicionalmente se optó por agregar la opción No aplica (NA) en dado caso la empresa no tuviese relación con lo entrevistado. Gracias a esto, se podrá obtener una calificación a la empresa por materias fundamentales ejecutando la suma de los valores obtenidos en cada respuesta.

De acuerdo con el contenido de las preguntas y en muchos casos al significado del asunto, se determinó el actor al cual iba a realizarse dicha pregunta de tal manera que las respuestas serían lo más adecuado y parcial a la temática. Lo que quiere decir, que se pretende que la persona a responder sea la más indicada y conocedora. Algunas preguntas, podrán ser respondidas por varios

actores para indagar diferentes puntos de vista en la organización y posteriormente con ayuda de la escala generar un promedio.

Finalmente, se obtuvo un instrumento diagnóstico en forma de matriz en el programa Microsoft Excel donde se puede observar primeramente el título (“MATRIZ DE EVALUACION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL BASADA EN LA ISO 26000:2010”), se encuentra dividido en siete (7) columnas que hacen referencia a materia fundamental, asuntos, expectativas, preguntas, participantes o actores, puntaje posible (donde en la primera fila se explica y en adición se dividen las columnas de los diferentes actores entrevistados: gerente, trabajador, cliente y proveedor), una columna que hace referencia a la calificación de la empresa y por ultimo una columna de observaciones.

Dicha matriz terminada, fue enviada a tres (3) diferentes conocedores y expertos en el campo de la responsabilidad social empresarial, que son, Margarita Ramírez Milanés, Pbro. Antonio Pitalúa Cháves y Milton Méndez Oviedo; con el fin de recibir por parte de ellos una retroalimentación y algunos aportes sobre el instrumento con el fin de que los resultados de la aplicación de este cuenten con validez y confiabilidad. La mayoría de los comentarios respecto al instrumento enviado fueron positivos, sin embargo, recomendaban estructurar de una manera más concreta las preguntas, separar y agregar algunas que fueron unidas por la igualdad de tema y crear una escala de ponderación en las materias fundamentales. Las primeras recomendaciones fueron tomadas en cuenta y se realizaron las respectivas correcciones, pero la tercera no debido a que se quiere realizar un instrumento general no específico para una empresa.

## **7.2. ENTREVISTA**

Fueron escogidos cuatro actores para la ejecución de las entrevistas, dos implicados internos, gerente general y un trabajador y dos externos, un cliente y un proveedor. Se dispuso a realizarlo así para obtener un panorama más general de la situación actual de la temática de responsabilidad social empresarial dentro de la organización GATEWAY TI MONTERÍA S.A.S.

La entrevista con el gerente general de la empresa GATEWAY TI MONTERÍA S.A.S., Elkin Quiñonez, fue llevada a cabo el viernes 19 de marzo del año 2021 por medio de la plataforma Microsoft Teams, donde también hicieron presencia las autoras, Daniela Solano, Angelica Álvarez y la asesora del trabajo de grado, Natalia García. El encuentro tuvo inicio a las 2:00 p.m. con una duración de una (1) hora y 27 minutos, donde se inició con una breve introducción por parte de las monitoras donde estas se presentaron, expusieron de manera general el proyecto, tema, los resultados previstos y luego, expresaron la forma en que fue realizado el instrumento diagnóstico y el objetivo de la ejecución de este.

Estaban previstas 129 preguntas que según el instrumento diagnóstico construido se le debían hacer al gerente, sin embargo, fueron omitidas 40 preguntas que no clasificaban en la razón de la empresa o que fueron canceladas debido a que en preguntas anteriores se obtuvo como respuesta ‘no’. Cabe recalcar que se le informaba al gerente en que materia de la ISO 26000:2010 se encontraba el grupo de preguntas a realizar con el fin que este tuviese una mejor contextualización al momento de contestar. La entrevista se desarrolló de la manera más normal y sencilla debido a que las respuestas eran específicas y cortas, en su mayoría era solo ‘si’ o ‘no’. Al finalizar la entrevista, se le agradeció al gerente por el tiempo ofrecido y por la sinceridad al momento de

contestar, de igual forma, se le solicitó formalmente la comunicación con un trabajador, cliente y proveedor para la ejecución de su respectiva entrevista, a la cual obtuvimos una respuesta positiva.

De la misma forma en que se llevó a cabo la entrevista con el gerente de la empresa, se realizaron las entrevistas a los demás actores que dichas fueron: el 15 de abril de 2021 se entrevistó a la gerente financiera de la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S., Silvana González, donde se le realizaron 23 preguntas en un lapso de tiempo de 20 minutos siguiendo la misma metodología de preguntas cerradas y si era necesaria una observación se tomaba en cuenta; el 11 de junio de 2021 se realizó la entrevista a Henry Castro, asesor comercial de la empresa MPS que es una de las principales empresas proveedoras de tecnología de GATEWAY TI Montería S.A.S., se le realizaron 4 preguntas cerradas en un lapso de tiempo de 5 minutos; por último el 15 de junio de 2021 se realizó la entrevista final a la gerente administrativa, Nelcy Zapata, de la empresa Priority Tour que es cliente activo de GATEWAY TI Montería S.A.S., donde se le realizaron alrededor de 30 preguntas cerradas resumidas en un lapso de tiempo de 9 minutos llevando a cabo la misma metodología de las entrevistas previas.



## **8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Tal como se esperaba al realizar preguntas dicotómicas, se obtuvieron respuestas de ‘si’ o ‘no’, sin embargo, es importante recalcar que fueron entregados detalles importantes para tener en cuenta al momento de realizar el programa. Como se expresó anteriormente, de acuerdo a las respuestas, fueron clasificadas en un rango de 1, en caso de obtener un ‘no’, y 2 para el ‘si’. Posteriormente, fue calculado un promedio, con ayuda de Microsoft Excel, de las calificaciones de cada pregunta, teniendo en cuenta, que una pregunta podía tener respuestas de varios de los entrevistados. Del mismo modo, fue calculado un promedio por asunto.

Se utilizó el diagrama de radar (araña) para visualizar y comprender mejor el rendimiento obtenidos de los promedios de calificación de forma general para cada materia fundamental de la ISO 26000:2010 y, se realizó uno por cada materia, pero esta vez incluyendo sus expectativas individuales. Este gráfico permite comparar las características de distintas variables, lo cual ofrece principalmente diferenciar las fortalezas y debilidades e identificar valores atípicos. Para la construcción de este, se tuvo en cuenta la escala descrita anteriormente donde 1 representa que se necesita mejorar y 2 que se encuentra en un estado excelente, siendo este último la meta.

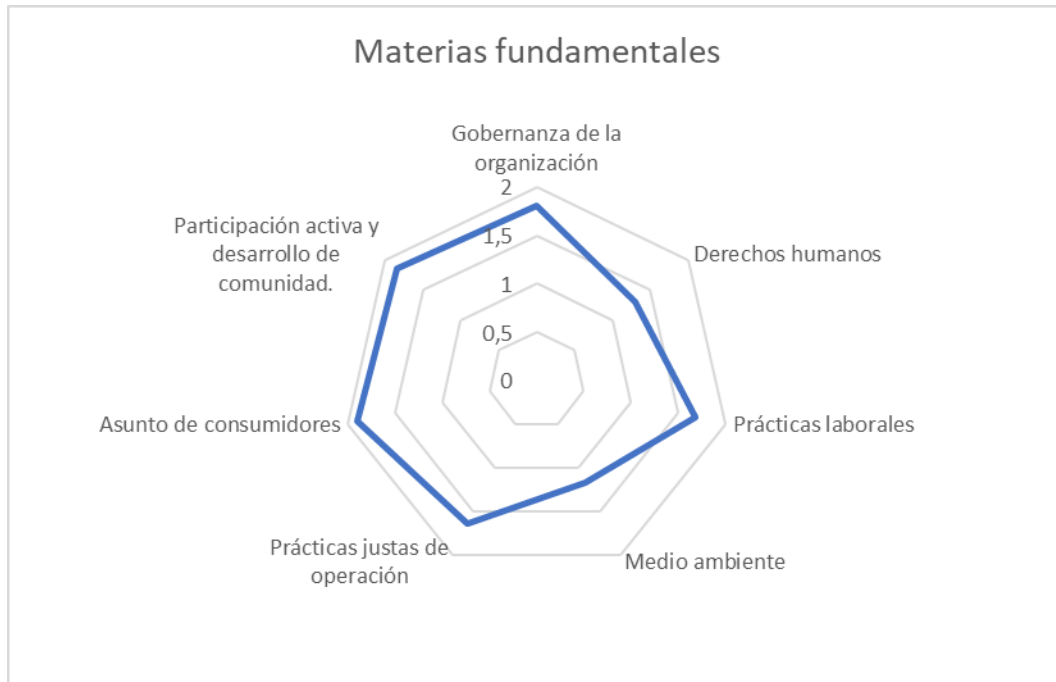


Figura 1. Resultados globales de las 7 materias fundamentales.

En el diagrama de promedios de cada materia, se pudo observar que ninguna de estas se encuentra en un estado totalmente excelente, lo cual quiere decir, que necesitan por muy mínimo alguna mejoría. La que más se acerca a la meta deseada es asunto de consumidores con un promedio (calificación) de 1.9 y de igual forma, se puede concluir que la más alejada es medio ambiente, sin embargo, para este caso, debemos tener en cuenta que por la naturaleza de la empresa hubo muchas expectativas que no aplicaron. Finalmente, se puede decir que es un diagrama casi homogéneo, sin picos ni datos atípicos.



Figura 2. Resultados de la materia de gobernanza.

En el caso de gobernanza de la organización, se observa que la mayoría de las expectativas alcanzan la meta, sin embargo, encontramos dos datos atípicos, que son el direccionamiento de las estrategias, objetivos, actividades y metas hacia la responsabilidad social y el plan de acción para minimizar los impactos negativos dentro de la empresa, que demuestran que estas no se están llevando a cabo en la organización y/o necesitan mejoría.

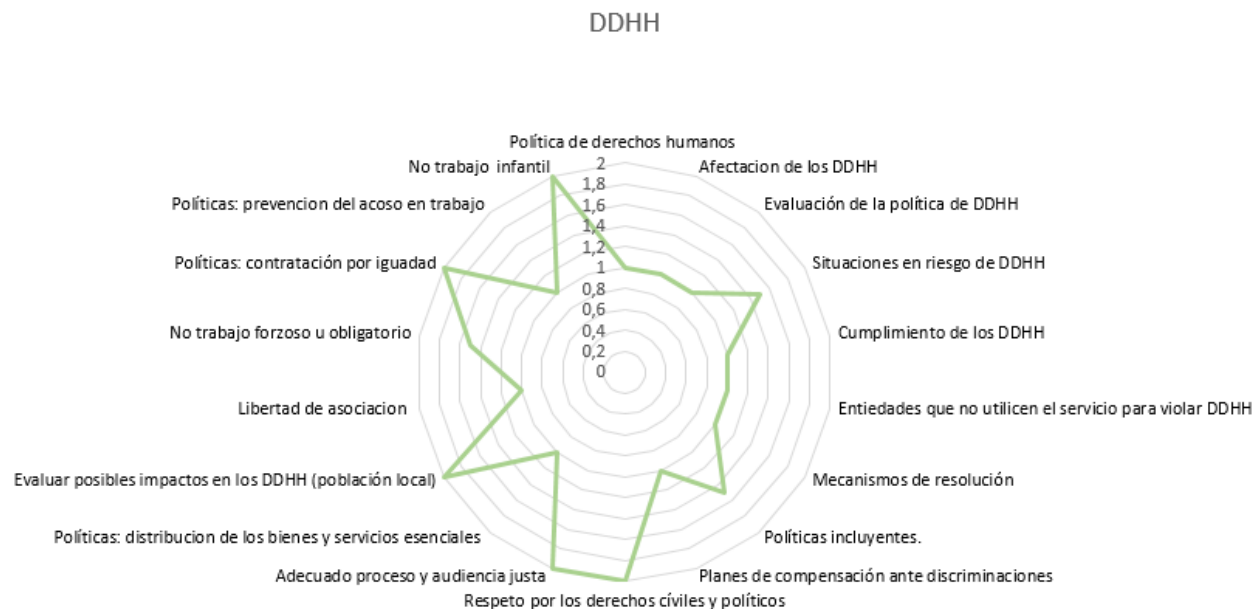


Figura 3. Resultados de la materia de derechos humanos

En la materia de derechos humanos, se evidencia un gráfico más heterogéneo dejando en vista distintos picos, lo que quiere decir, que muchas de las expectativas propuestas por cada asunto, no se están llevando a cabo parcial o completamente y solo unas cuantas se cumplen en su cabalidad logrando así el estado anhelado. Dentro de las expectativas que necesitan mejorar encontramos las políticas de derechos humanos de la organización, la evaluación de la afectación de los DDHH, el registro del desempeño de la política de DDHH, el conocimiento de las posibles situaciones de riesgo de vulneración de derechos humanos, la debida revisión del cumplimiento de los DDHH, el proporcionar bienes y/o servicios a entidades que no los utilicen para cometer abusos a los derechos humanos, el establecer mecanismos de resolución, políticas que incluyan a todos sus trabajadores, los planes de compensación ante una situación de discriminación, las políticas para asegurar distribución eficaz de los bienes y servicios esenciales, la libertad de asociación y

negociación colectiva, el no uso del trabajo forzoso u obligatorio, las políticas de contratación que apoyen la igualdad, las políticas de prevención del acoso en el lugar de trabajo y el no uso del trabajo infantil.



Figura 4. Resultados de la materia de prácticas laborales.

En el esquema de prácticas laborales, se muestra un poco homogéneo, pero mostrando algunos picos que dejan percibir que esas expectativas necesitan ser tratadas, como lo son las políticas de salud y seguridad ocupacional basada en las normas vigentes, el analizar y controlar los riesgos para la salud y seguridad, el comunicar las prácticas de seguridad y asegurarse de que estos siguen los procedimientos adecuados, el registrar e investigar los incidentes y problemas en materia de salud y seguridad ocupacional, y los programas paritarios.

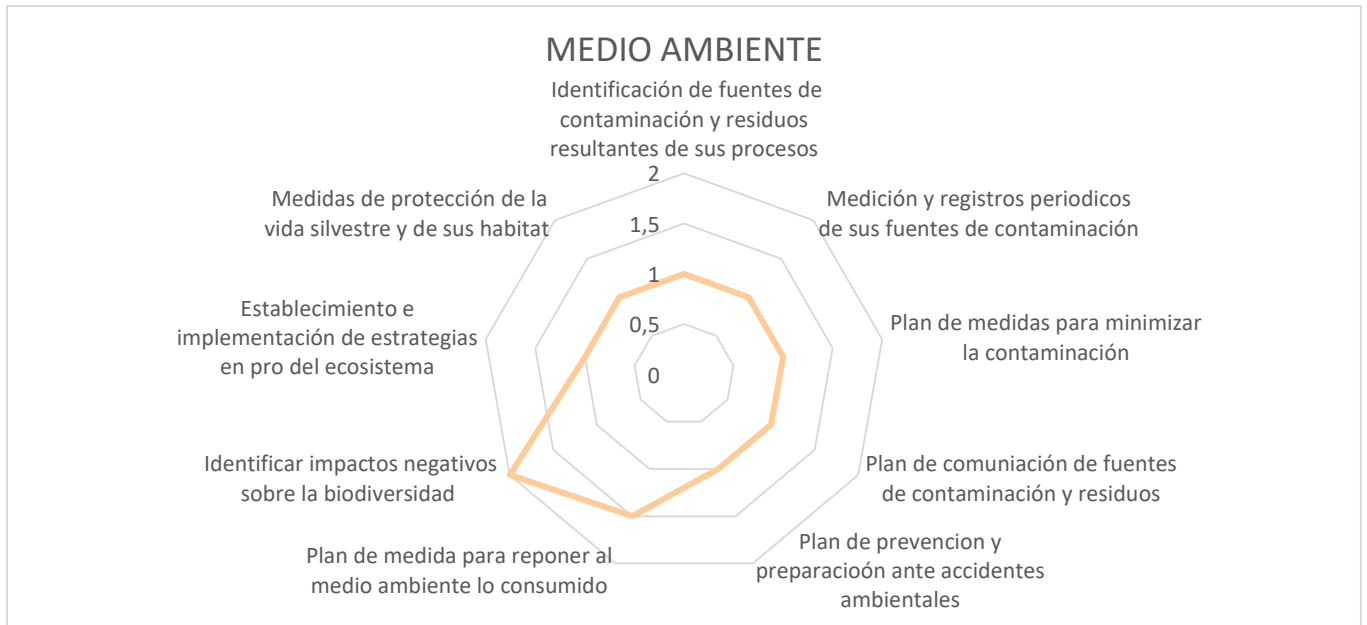


Figura 5. Resultados de la materia de medio ambiente.

Para el esquema de medio ambiente, se puede probar la teorí descrita anteriormente debido a que es homogéneo, pero hacia la calificaci3n baja, y solo una logra el objetivo. Dentro de las expectativas a mejorar encontramos: la identificaci3n de fuentes de contaminaci3n y residuos resultantes de sus procesos, la medici3n y registros peri3dicos de sus fuentes de contaminaci3n principales, la creaci3n y cumplimiento de un plan de medidas para minimizar la contaminaci3n directa e indirecta, la divulgaci3n y comunicaci3n de fuentes de contaminaci3n y residuos, el plan de prevenci3n y preparaci3n ante accidentes ambientales, el plan de medida para reponer al medio ambiente la utilizaci3n de dichas fuentes de energí agua y otros recursos, el establecimiento e implementaci3n de estrategias para la organizaci3n de terrenos aguas y ecosistemas, y las medidas de protecci3n de la vida silvestre y de sus hábitat.



Figura 6. Resultados de la materia de prácticas justas de operación.

Para la materia de prácticas justas de operación se pueden observar la mayoría de expectativas cumplidas pero aun así se denota que debe haber un plan de acción para mejorar la implementación de políticas que combatan la corrupción y erradiquen el soborno, el formar a sus trabajadores y representantes respecto de la participación política responsable y las contribuciones, el evitar hacer contribuciones políticas, el apoyar las prácticas anti-monopolio y anti-dumping, y el integrar en

sus políticas y prácticas de compra, distribución y contratación; criterios éticos, sociales, ambientales, igualdad de género y de salud y seguridad

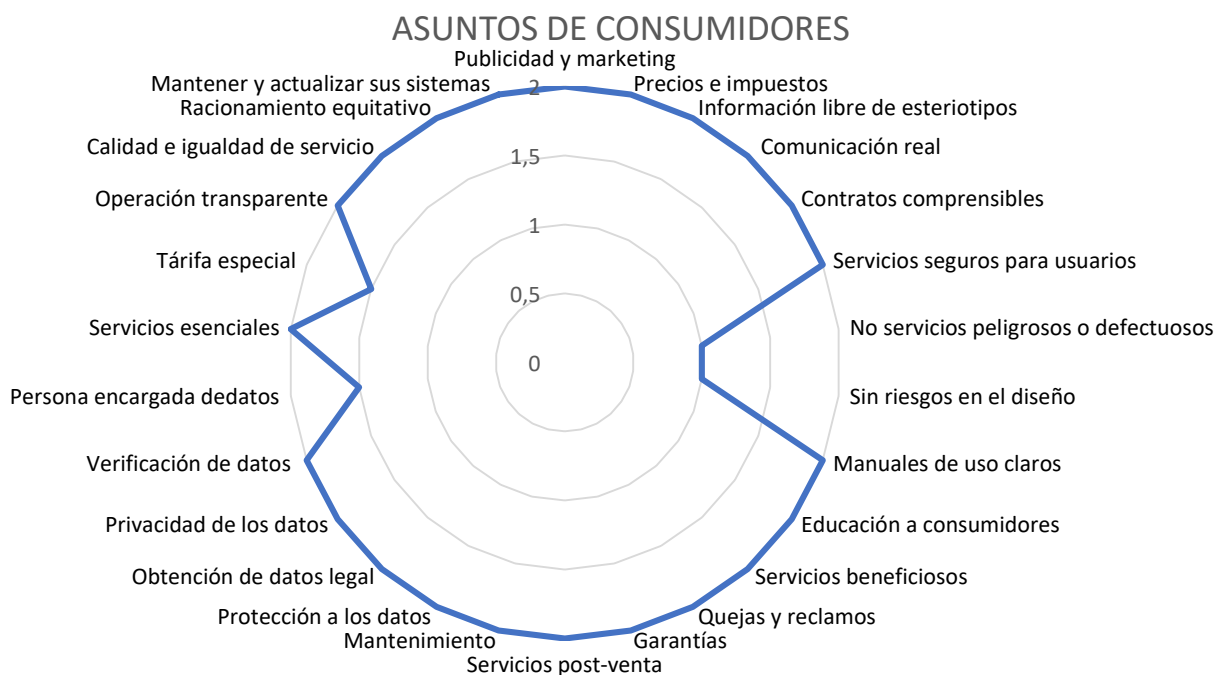


Figura 7. Resultados de la materia asuntos de consumidores.

Para asunto de consumidores, se observan únicamente un pico en la calificación baja, el resto en su mayoría está de manera homogénea logrando la meta o alcanzándola parcialmente. Dentro de las expectativas a mejorar de esta materia se encuentra: retirar los productos de la cadena de distribución que pueden constituir un peligro imprevisto, que tenga un serio defecto o que contenga información falsa o engañosa, minimizar los riesgos en el diseño de los productos y evitar sustancias químicas dañinas, revelar la identidad y localización habitual de la persona encargada de rendir cuentas sobre la protección de los datos en la organización, y ofrecer una tarifa que proporcione una subvención a las personas necesitadas.



## PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD



Figura 8. Resultados de la materia participación activa y desarrollo de la comunidad.

Finalmente, para la última materia, participación y desarrollo de la comunidad, se tiene un gráfico que cuenta con cinco (5) que deben ser considerados como datos atípicos debido a que este es mayormente homogéneo. Estas cinco expectativas que se deben mejorar son: mecanismo de comunicación directa con líderes comunitarios, proveedores locales y contribuir a su desarrollo, iniciativas para fortalecer las capacidades y oportunidades de los proveedores, promover la buena salud, y monitoreo y evaluación de sus iniciativas comunitarias.

En conclusión, la organización demuestra gráficos que habitualmente en su mayoría son homogéneos, lo que quiere decir, que muchas de las expectativas propuestas por cada asunto de cada materia establecida en la guía ISO 26000:2010 son cumplidas en su cabalidad o por lo menos parcialmente, dato que complementa los resultados de la aplicación del instrumento diagnóstico,

donde se evidencia un promedio general de cumplimiento de 1,62. Teniendo en cuenta una máxima calificación establecida de 2, se puede decir, que la organización es responsable empresarialmente, sin embargo, se deben realizar algunas mejorías con el fin de que se logre el cumplimiento de todas y se obtenga el 100%.

## **9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

A continuación, se expondrá el programa de Responsabilidad Social Empresarial propuesto para mejoras en la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S. basado en la ISO 26000:2010. Dicho programa, fue el resultado de una investigación exhaustiva de las necesidades de la empresa respecto a este ámbito, utilizando principalmente la participación de un ejemplar de cada stakeholder. El instrumento diagnóstico se realizó con preguntas de manera general basado en la ISO 26000:2010 de tal modo que pueda ser utilizado para futuro desarrollo de programas de otras empresas.

Es importante recalcar que para la construcción de dicho programa se tuvieron en cuenta principalmente las expectativas donde se evidenciaron falencias en la empresa, ya sea porque no se cumplía en su totalidad o en definitiva no se estaban llevando a cabo, es decir, que se revisó en cada materia del instrumento diagnóstico, de acuerdo a las entrevistas, que expectativas tenían un promedio por debajo de 2, y teniendo en cuenta, se fijaron las recomendaciones y sugerencias.

Por lo expuesto anteriormente, el programa de RSE se encuentra dividido en 9 columnas que permiten identificar la materia fundamental de la que hace parte dentro de la ISO 26000:2010, los stakeholders que se verán impactados, la dimensión dependiendo al ámbito al que pertenecen (social, económica, político y/o ambiental), el objetivo que se quiere lograr con la aplicación, las estrategias y recursos que se requieren para lograr la finalidad, el tiempo de verificación e inspección de dicha implementación, el indicador de medida de éxito y/o grado de mejora y finalmente el presupuesto solicitado. Cabe recalcar que, el presupuesto esta dado por horas de trabajo teniendo en cuenta el nivel profesional solicitado para el empleado que llevara a cabo o

liderará el cumplimiento de las estrategias, de igual forma fueron identificadas algunas que podían ser realizadas por el gerente de la empresa.

Tabla 2. Programa de Responsabilidad Social Empresarial Propuesto

Programa de Responsabilidad Social Empresarial								
Materia fundamental	Stakeholders	Dimensión	Objetivo	Estrategia	Recursos	Revisión	Indicador	Presupuesto
GOBERNANZA		Social	Definición y ejecución de un plan de acción con el fin de minimizar impactos negativos ocasionados por las actividades de la empresa	<p>Realizar un estudio que identifique los impactos negativos consecuentes a las actividades realizadas por la empresa.</p> <p>Determinar soluciones (acciones) que minimicen los resultados anteriores.</p> <p>Divulgar las acciones viables y óptimas.</p> <p>Ejecutar y vigilar el plan de acciones.</p>	Humano	Trimestral	(Nro. de impactos negativos solucionados / Nro. de impactos negativos total) x 100	\$1'400.000
DERECHOS HUMANOS	Todos	Social	Desarrollar una política de derechos humanos dentro de la empresa que garantice el respeto de estos	<p>Llevar a cabo la redacción de la política de derechos humanos.</p> <p>Divulgar a los interesados la política de derechos humanos.</p> <p>Monitorear y evaluar el cumplimiento de dicha política y su impacto en las partes interesadas.</p>	Humano Financiero	Anual	(Nro. de quejas de violaciones de derechos humanos/ Nro. de derechos humanos incluidos en la política de derechos humanos) x 100	\$127.000

PRÁCTICAS LABORALES	Empleados Directivos	Social	Implementar política de seguridad y salud en el trabajo.	<p>Analizar los riesgos para la salud y seguridad en las actividades de la empresa</p> <p>Desarrollar política de seguridad y salud en el trabajo basándose en las normas vigentes.</p> <p>Comunicar a los trabajadores los parámetros a seguir sobre las prácticas de seguridad.</p> <p>Asegurarse del cumplimiento de los empleados de la política</p>	Humano Financiero	Trimestral	<p>(Nro. accidentes laborales en el mes / año)</p> <p>(Nro. días sin accidentes laborales / año)</p> <p>(Nro. de trabajadores con enfermedades asociadas al trabajo / Nro. de trabajadores totales) x 100</p>	\$467.000
	Directivos	Social	Garantizar un ambiente laboral que favorezca los objetivos de la empresa y el bienestar de sus trabajadores.	<p>Dar a conocer</p> <p>Implementar políticas de motivación para los empleados, pueden ser de empleo, formación y promoción.</p> <p>Mantener informados a los empleados con datos relevantes.</p>	Humano Financiero	Mensual	<p>(Nro. de empleados participativos en la empresa / Nro. de empleados total)</p> <p>(Nro. de capacitaciones / año)</p>	\$32.000

MEDIO AMBIENTE	Directivos	Ambiental Social	Implementación de un plan de medidas para reducir la contaminación directa e indirecta	<p>Identificar las posibles fuentes de contaminación en las actividades de la empresa.</p> <p>Activar un método de medición y registro de las posibles fuentes de contaminación localizadas anteriormente.</p> <p>Aplicar el plan de reducción de contaminación.</p>	Humano Financiero	Anual	(Nro. de fuentes de contaminación minimizadas / Nro. de fuentes de contaminación total) x 100	\$107.000
	Directivos	Ambiental	Cumplimiento de las normas legales vigentes aplicables para la empresa respecto al ámbito ambiental	<p>Identificar las normas legales vigentes ambientales que son adjudicables a la empresa.</p> <p>Verificar el cumplimiento de dichas normas.</p>	Humano Financiero Legal	Anual	(Nro. de normas legales vigentes ambientales cumplidas / Nro. de normas legales vigentes adjudicables a la empresa) x 100	\$20.000

	Directivos	Ambiental	Comunicación pública para las partes interesadas a cerca de las medidas ambientales para mejorar la imagen de la empresa ante la sociedad.	Participar de actividades que permitan a la comunidad conocer los planes de minimización de contaminación que está empleando la organización	Comunicación Humano Financiero	Anual	(Nro. de actividades realizadas con la comunidad donde se comunique planes de minimización de contaminación llevados a cabo / año)	\$1'150.000
ASUNTO DE CONSUMIDORES	Clientes	Económico	Ofrecer un servicio completo que cubra las necesidades de los clientes garantizando así la fidelización de estos.	Realizar un estudio de las necesidades de su mercado objetivo.  Dar un excelente servicio pre venta, venta y post venta a los clientes.  Implementar campañas que estimulen la fidelización de los clientes.  Realizar mediciones de la satisfacción de los clientes después de la venta.  Mejoramiento continuo	Humano Financiero Tecnológico	Mensual	(Nro. de clientes de GATEWAY TI S.A.S / Nro. de clientes que compran plataformas y sistemas de información tecnológicas) x 100	\$1'000.000



PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	Directivos Clientes Competidores	Económico	Conocer el factor que hace diferente el servicio que ofrece la empresa respecto a las demás.	Ejecutar un reconocimiento y evaluación de la competencia de la empresa.  Identificar las fortalezas del servicio ofrecido por la empresa y las de la competencia.  Guiar las campañas publicitarias de acuerdo al factor diferenciador de nuestro servicio de tal modo que llame la atención del mercado objetivo.	Humano Financiero Comunicación Marketing	Trimestral	(Nro. de fortalezas del servicio ofrecido por GATEWAY IT S.A.S / Nro. de fortalezas del servicio ofrecido por la competencia ) x 100	\$60.000
PARTICIPACION ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	Directivos Proveedores	Económico	Dar prioridad a contratos con proveedores locales sin generar pérdidas para la empresa.	Investigar los posibles proveedores locales  Evaluar a los proveedores locales de tal modo que se escoja el que más se ajuste a lo necesitado por la empresa.  Evaluar a los proveedores	Humano Tecnológico	Mensual	(Nro. de características que hacen el servicio de GATEWAY IT S.A.S llamativo y reconocido / Nro. de características que se reconocen en la competencia ) x 100	\$32.000

	Comunidad	Social	Tener en cuenta a la comunidad local en las decisiones que los involucra.	Programar reuniones con representantes de la comunidad local donde expongan sus necesidades y otras situaciones que involucren a la empresa.	Humano	Anual	(Nro. de proveedores locales / Nro. de proveedores totales) x 100  (Nro. de referencias buenas de un proveedor/ Nro. de referencias totales) x 100	\$310.000
--	-----------	--------	---	--	--------	-------	--	-----------

**Fuente:** *Elaboración propia.*

En el instrumento de diagnóstico empresarial realizado basándose en los asuntos, materias y expectativas de la ISO 26000:2010, se fijó escala evaluativa de 0 a 2, siendo 2 la máxima y puntaje deseado (100%). A través de expertos en el tema, se realizó una validación de este para posteriormente llevar a cabo su aplicación, que estuvo en base de 4 entrevistas a partes interesadas dentro y fuera de la organización y se pudo determinar que la empresa cuenta con un cumplimiento de 81% de lo establecido en la ISO 26000:2010 en el ámbito de responsabilidad social.

Por lo mencionado anteriormente, se puede decir que es una organización responsable empresarialmente, no obstante, dicha cifra nos demuestra que puede haber un mejoramiento en este asunto con el fin de lograr la meta deseada que sería un acatamiento total de todas las expectativas. Por dicha razón, se ofrece a la empresa el plan de RSE mencionado en la parte superior con el fin de alcanzar el objetivo y garantizar un mayor grado de responsabilidad empresarial que mejore la imagen y preferencia de la organización y que además favorezca con sus relaciones con las partes interesadas.

Para la elaboración de la herramienta de comunicación se llevó a cabo una conversación con el gerente general de la empresa Gateway TI Montería S.A.S., Elkin Quiñonez, donde por mutuo acuerdo, se definió que la estrategia adecuada para difundir la información acerca de los resultados evidenciados del instrumento diagnóstico respecto al ámbito de responsabilidad social empresarial dentro de la organización, sería un boletín, por cual este se elaboró en concordancia con las buenas prácticas identificadas. Se realizó su construcción mediante la plataforma de diseños gráficos, Canva, en forma de desplegable digital y tiene la tipología de una revista informativa de fácil lectura y entendimiento, que además, está acompañado de imágenes interactivas, que facilitarían su entendimiento. Este medio de comunicación cuenta con

versatilidad de modo digital como física y pueda ser comunicada a toda la empresa y sus interesados. (*Ver Anexo 4*)

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 32, 1–26.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en)
- Amaral, S. A. Do. (2015). Mercadotecnia, servicios y usuarios de información: reflexiones para bibliotecas. *Biblioteca Universitaria*, 18(2), 99–111.  
<https://doi.org/10.22201/dgb.0187750xp.2015.2.108>
- Antolínez, O. D., Delgado, L. A., Martínez, Y. E., & Julian Andres Perez V. (2019). PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ACELCO [Universidad Nacional Abierta Y A Distancia (UNAD)]. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Asociación Española de la Calidad. (2019). Normas AA1000. Recuperado en octubre 2020, de AEC website: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/normas-aa1000>
- AVILA, M. D., & BRAVO, J. W. (2016). DISEÑO DE UN MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICANDO LOS SIETE PRINCIPIOS DE NORMA ISO 26000 EN LA EMPRESA CMELER S.A. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Cancino, C., & Morales, M. (2019). Responsabilidad Social Empresarial. In *Informacion Tecnologica* (Vol. 30, Issue 5). <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500001>
- Cardona, D. A. (2016). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. *Gestión y Desarrollo Empresarial*, 22.

<http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>

ConTREEbute (2017). CONTREEBUTE S.A.S. Recuperado en marzo de 2021 de la página

oficial de ConTREEbute: <https://www.contreebute.com/>

Correa, J. (2007). Evolución Histórica de los conceptos de RSE y balance social. Revista

Semestre Económico, 10(20), 87–102.

[https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/975/Evolución histórica de los](https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/975/Evolución%20histórica%20de%20los%20conceptos%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial%20y%20balance%20social.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

conceptos de responsabilidad social empresarial y balance

social.pdf?sequence=2&isAllowed=y

CORTES, J. C., TARAZONA, N. P., & ORTIZ, J. (2014). DISEÑO DE LA APLICACIÓN DE

LA NORMA ISO 26000:2010 (RESPONSABILIDAD SOCIAL), EN LOS PRINCIPIOS

DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA FUNDACIÓN HOSPITAL SAN

CARLOS [Universidad del Rosario]. In Proceedings of the 8th Biennial Conference of the

International Academy of Commercial and Consumer Law (Vol. 1).

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Dominguez Amillano, D. L., Abad Toribio, L., & Serrano Perez, M. (2014). Medioambiente y

Desarrollo VOLUMEN XII. Revista Tecnológí@ y Desarrollo, XII.

[http://www.uax.es/publicacion/responsabilidad-social-corporativa-y-gestion-ambiental-en-](http://www.uax.es/publicacion/responsabilidad-social-corporativa-y-gestion-ambiental-en-las-empresas.pdf)

las-empresas.pdf

Estrada, Á. C., Zamora, D., Collante, L. A., Rodas, O. F., & Collazos, Y. (2019). Plan de

Responsabilidad Social Empresarial Fibrarepa [Universidad Nacional Abierta y a Distancia

(UNAD)]. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Global Reporting Initiative ORG. (2020). GRI (Global Reporting Initiative). Recuperado de

GRI official website: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>

Gomez, C. (2016). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). *Revista de La Universidad de La Salle*, 2016(70), 141.

Granda Revilla, G., & Trujillo Fernández, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía Industrial*, 381, 71–76.

ICONTEC (2021). Sello de Sostenibilidad-Alianza ConTREEbute. Recuperado en marzo de 2021 de la pagina oficial de ICONTEC: https://www.icontec.org/eval\_conformidad/%E2%

León, K. J., Salamanca, R., Cely, R. I. A., Mesa, O. M., & Dussan, E. (2020). Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Holding Consultants de Colombia [Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)]. In *Orphanet Journal of Rare Diseases* (Vol. 21, Issue 1). <https://doi.org/10.1155/2010/706872>

Molina, M. A. (2014). Propuesta de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES con elementos de la NORMA ISO 26000 [Universidad de Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4075>

NARVAEZ, S. E., & PALOMINO, P. A. (2013). DESARROLLO DE UN MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BASADO EN LA NORMA ISO 26000 PARA LA OPERACION DE LAS ESTACIONES DE SERVICIOS DE EP PETROECUADOR UBICADAS EN LAS ZONAS DE FRONTERA. ESCUELA POLITECNICA NACIONAL.

Organización Internacional de Normalizacion (ISO). (2010). ISO 26000:2010 orientacion sobre responsabilidad social. Recuperado en octubre de 2020 de ISO official website:

<https://www.iso.org/standard/42546.html>

Orlano Isaza, A. (2014). Estudio de la responsabilidad social empresarial en Colombia, un compromiso de todos. Estudio de La Responsabilidad Social Empresarial En Colombia, Un Compromiso de Todos, 4–6.

[https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12615/Estudio -](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12615/Estudio-Responsabilidad-Social-Empresarial-en-Colombia.pdf;jsessionid=32BAE6E899FA3C6F4C12AA6BB040C7D3?sequence=2)

[Responsabilidad Social Empresarial en](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12615/Estudio-Responsabilidad-Social-Empresarial-en-Colombia.pdf;jsessionid=32BAE6E899FA3C6F4C12AA6BB040C7D3?sequence=2)

[Colombia.pdf;jsessionid=32BAE6E899FA3C6F4C12AA6BB040C7D3?sequence=2](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12615/Estudio-Responsabilidad-Social-Empresarial-en-Colombia.pdf;jsessionid=32BAE6E899FA3C6F4C12AA6BB040C7D3?sequence=2)

Osorio, L. C., & Medina, M. A. (2019). ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DEL INGENIO RISARALDA (Vol. 8, Issue 5). Universidad Libre.

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 03 de noviembre de 2020, de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es)

Redacción + Content El Tiempo. (2018). Responsabilidad social empresarial con sello costeño.

Recuperado en julio de 2020 de El Tiempo website:

<https://www.eltiempo.com/colombia/responsabilidad-social-empresarial-con-sello-costeno-262332>

Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (1996). Metodología de la investigación. In N. I. Lopez & M. I. R. Martinez (Eds.), Edición McGraw-Hill (Cuarta edi).



[http://www.academia.edu/download/38758233/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006\\_ocr.pdf](http://www.academia.edu/download/38758233/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf)

Taborda, K. F. (2020). Propuesta de implementación de la guía ISO 26000 para mejorar los procesos de Responsabilidad Social en la empresa Transportes Especiales Fénix S.A.S [UNIVERSIDAD AGUSTINIANA]. In Modos de ver (Vol. 21, Issue 1).

<https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027>

Valverde Chavez, J. (2012). La responsabilidad social y la gestión ambiental en Centroamérica. *Ístmica*, 107–117.

Velez Evans, A. M. (2010). Una Respuesta a La Acción Social, De La Rentabilidad a La Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18(23), 11–25.

Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina.

Vives, Antonio. (2012). El cuarto sector: empresas nacidas con responsabilidad. Recuperado en noviembre de 2020 de Diario Responsable website:

<https://diarioresponsable.com/opinion/15790-el-cuarto-sector-empresas-nacidas-con-responsabilidad>

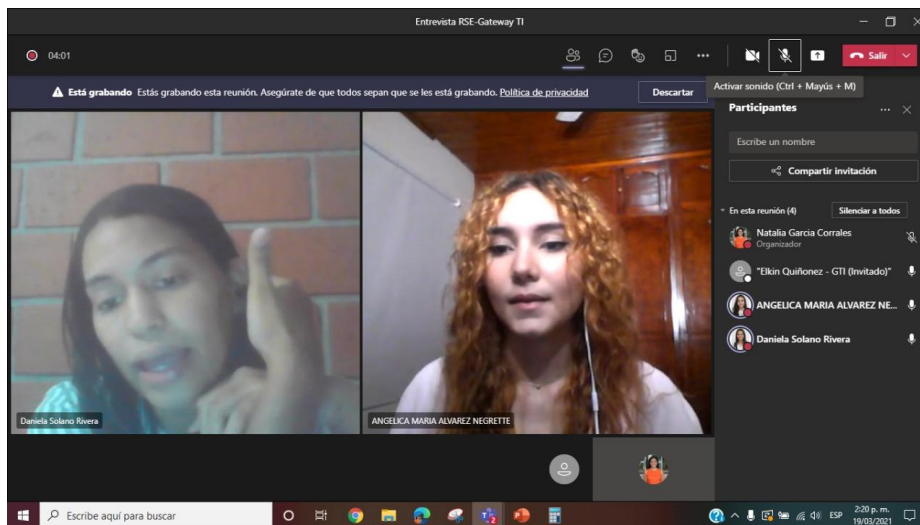
## 11. ANEXOS

### Anexo 1. *Instrumento diagnóstico RSE-ISO 26000:2010 y diagramas de resultados*

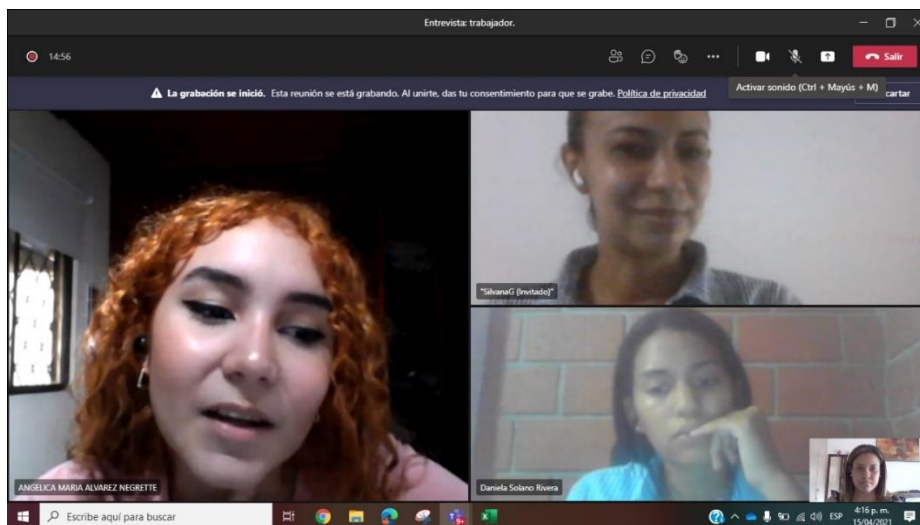
Ver archivo Excel titulado Anexo 1.

### Anexo 2. *Evidencia de entrevistas vía Microsoft TEAMS*

#### 1. Entrevista- Gerente general empresa GATEWAY TI Montería S.A.S.



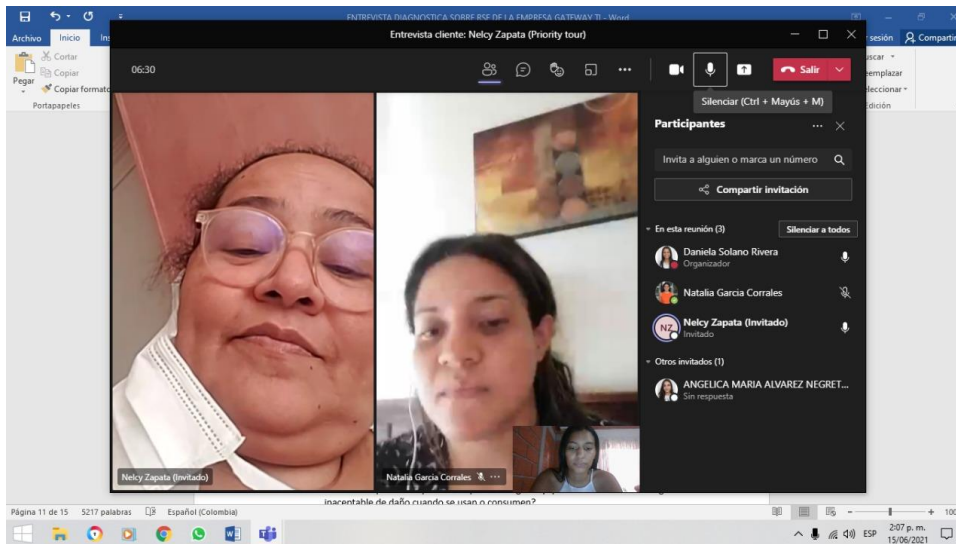
#### 2. Entrevista - Gerente financiera de la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S.



### 3. Entrevista - trabajador empresa MPS (Proveedor)



### 4. Entrevista - trabajador de la empresa Priority Tour (Cliente)



#### Anexo 3. *Entrevista diagnóstica sobre RSE*

Ver archivo Word titulado Anexo 3.

Anexo 4. *Boletín de comunicación de buenas prácticas de la empresa GATEWAY TI Montería S.A.S*

BOLETÍN N°1 DE COMUNICACION DE BUENAS PRACTICAS | NOVIEMBRE DE 2021

# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

SOMOS TU PUERTA A LA TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



Todo lo que hacemos, lo hacemos pensando en apoyar a tu empresa o a la región para lograr transformaciones significativas. Modelamos y diseñamos productos de calidad, innovadores y fáciles de usar. Simplemente diseñamos para ti sistemas de nueva generación.

[WWW.GATEWAYTI.COM.CO](http://WWW.GATEWAYTI.COM.CO)

## DISEÑAMOS A TU MEDIDA

### ¿QUIENES SOMOS?

Somos Gateway T.I empresa especializada en crear y brindar soluciones, integrando el intelecto de nuestro capital humano, la tecnología de punta 4Ri y 5Ri (hardware y software), ingeniería, innovación, investigación y desarrollo.

En Gateway TI nos mueve llevar el crecimiento digital y tecnológico de su marca al siguiente nivel, planteando soluciones basadas en el entendimiento estratégico y analítico de su negocio, generando nuevas formas de comunicar su propuesta de valor y fortaleciendo la relación de su marca con sus públicos.

### NUESTRO COMPROMISO

En GatewayTI los proyectos no terminan cuando se entregan. Creemos que un buen despegue asegura el éxito, por eso lo acompañamos durante el lanzamiento de sus soluciones tecnológicas, redireccionando, gestionando y aportando para que su estrategia, en la práctica, sea una solución de éxito que contribuya a la consecución de sus objetivos su entorno tecnológico. Nuestro acompañamiento en el gerenciamiento de sus soluciones es garantía de efectividad digital.



[WWW.GATEWAYTI.COM.CO](http://WWW.GATEWAYTI.COM.CO)

CREAMOS LA PLATAFORMA TECNOLÓGICA DE TU EMPRESA A LA MEDIDA, MEJORAMOS TUS PROCESOS CON HERRAMIENTAS DE NUEVA GENERACIÓN SIEMPRE BUSCANDO APOYARTE EN TU CRECIMIENTO.



## MISIÓN

Diseñar e implementar proyectos i+D+i y soluciones integrales que permitan optimizar los procesos de nuestra región y nuestros clientes, garantizando el desarrollo de los mismos.



## VISIÓN

Ser reconocidos en 2025 nacional e internacionalmente como Gateway T.I, empresa Colombiana generadora de Grandes Soluciones y proyectos de ciencia, tecnología e innovación.

# BUENAS PRACTICAS RSE



En general, la empresa se destaca por un buen cumplimiento de las materias fundamentales de la ISO 26000:2010 tomando en cuenta una escala de 1 a 2 donde el nivel 1 define que la empresa puede realizar mejoras y 2 define que lleva a cabo excelentemente la materia.

Dentro de la gobernanza de la empresa se encuentran buenas practicas en cuanto a que la empresa normalmente analiza los posibles impactos negativos de su labor, además se destaca por su liderazgo y su buen ambiente laboral. Tiene bien definida su misión, visión y valores corporativos; conocen a sus stakeholders, el impacto que tienen sus decisiones y actividades sobre ellos, sus intereses y necesidades, y así mismo manejan una buena comunicación con los mismos. En cuanto a los derechos humanos, la organización cumple adecuadamente con procesos y audiencias justas, además de esto evalúa posibles impactos de sus decisiones, productos y servicios en los DDHH de la población local, y cree fielmente en las políticas de contratación que apoyan la igualdad.

En materia de las prácticas laborales la empresa toma en cuenta la igualdad de género, mantiene relaciones laborales bajo la ley, comunica oportunamente cuando existen cambios en las operaciones, protege los datos personales de sus trabajadores, realiza contrataciones y remuneraciones bajo términos legales, cumple con las condiciones de trabajo reglamentadas internacionalmente, otorga equilibrio entre la vida familiar y la vida laboral, brinda la libertad del derecho a la asociación, proporciona equipos seguros a sus trabajadores y además les da acceso al desarrollo de habilidades, formación y aprendizaje práctico. En cuanto a la materia medio ambiental Gateway TI siempre busca identificar todos los posibles impactos negativos sobre la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas.



# BUENAS PRÁCTICAS

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Dentro de la materia de prácticas justas de operación, Gateway TI siempre busca identificar riesgos de corrupción, cuenta con una participación política responsable, es competitiva de acuerdo con el marco legal y de regulación, sabe establecer procedimientos y mecanismos para evitar involucrarse en conductas anti-competencia y en adición promueve la toma de conciencia sobre el cumplimiento de la legislación en materia de competencia; lleva a cabo la diligencia y el seguimiento adecuado de las organizaciones con las que se relaciona, promueve un trato justo y práctico de los costos y beneficios de la implementación de prácticas socialmente responsables a través de la cadena de valor, implementa políticas y prácticas que promuevan el respeto a los derechos de la propiedad y el conocimiento tradicional, y también es responsable en cuanto al pago de compensación por una propiedad que adquiere o usa.

En la materia que más se destaca la organización es en asuntos de consumidores, ya que esta sabe identificar claramente su publicidad y sus actividades de marketing y da a conocer a sus clientes los precios e impuestos totales, los términos y condiciones de los servicios y los costos de entrega.



Gateway TI también proporciona fácilmente a sus clientes la información que requieran y además no apoya ningún estereotipo; comunica todos los aspectos de sus productos que incurran en afectaciones de salud o seguridad, proporcionar productos y servicios que en sus condiciones normales que sean seguros para los usuarios y otras personas y estos también cuentan con manuales de uso claros que promuevan la educación de sus consumidores; ofrecen a los clientes productos y servicios beneficiosos, desde el punto de vista social y ambiental, cuenta con medidas para prevenir quejas y reclamos, analiza las quejas y mejora las prácticas para responder a estas, ofrece certificados de garantías e informa sobre servicios post-venta, recopila datos personales de manera legal y los mantiene confidenciales, opera de manera transparente y ofrece la misma calidad y nivel de servicio a todos sus clientes. Mantiene constantemente actualizados sus sistemas y educa a sus consumidores sobre sus diferentes usos.





Por último, en materia de participación activa y desarrollo de la comunidad, Gateway TI participa dentro de asociaciones locales, cuenta con un relacionamiento transparente con grupos políticos y participa en procesos de formación política, se involucra en acciones pro calidad de la educación y acceso a la misma, promueve oportunidades de aprendizaje para grupos vulnerables o discriminados, promueve actividades culturales y así mismo ayuda a preservar el patrimonio cultural, incentiva el uso del conocimiento tradicional y las tecnologías de las comunidades indígenas.

Analiza de igual manera el impacto de sus decisiones de inversión sobre la creación de empleos y considera los beneficios de crear empleo directo, considera el impacto que tienen en el empleo la elección de una tecnología determinada, participa activamente en programas nacionales y locales de desarrollo de habilidades en la comunidad, contribuye al desarrollo de tecnologías innovadoras o de bajo costo, mantiene alianzas con organizaciones para mejorar desarrollo científica y tecnológico, cuenta con practicas que permiten la transferencia de la difusión tecnológica, y considera el impacto económico y social de entrar en una comunidad o de salir de ella.



Adicionalmente realiza iniciativas para estimular la diversificación de la actividad económica, cumple con sus obligaciones fiscales, contribuye a la jubilación y a las pensiones de sus trabajadores, ofrece apoyo a las organizaciones y personas que ofrecen productos/servicios a la comunidad, busca la mejora de la calidad de vida de la comunidad en conjunto, evita acciones que perpetúen a la dependencia de la comunidad en las actividades filantrópicas de la organización y trata de mantener alianzas con otras organizaciones buscando programas en bienestar de la comunidad.

GATEWAY TI MONTERÍA S.A.S  
NIT: 901 00 52 99 - 6

DIRECCION: CALLE 65 # 6-24 OFICINA 326 MONTERIA, CÓRDOBA, CENTRO COMERCIAL PLACES MALL RECREO  
EMAIL: INFORMACIÓN@GATEWAYTI.COM.CO  
TELÉFONOS: 3005708876  
WWW.GATEWAYTI.COM.CO

Para mayor visualización acceder al enlace de la plantilla de Canva:

[https://www.canva.com/design/DAEvMQAusCI/0Iip\\_CUoWW2NXAVPx6YJXA/view?utm\\_content=DAEvMQAusCI&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAEvMQAusCI/0Iip_CUoWW2NXAVPx6YJXA/view?utm_content=DAEvMQAusCI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton)