

## **Gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial FAYENS**

Lina Marcela Guzmán Triana

Oscar Andrés Polanco Torres

Ana Katherine Guzmán Triana

Xiomara Villamil

Mario Esteban Solís

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de Empresas

Pitalito

2022

## **Gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial FAYENS**

Lina Marcela Guzmán Triana

Oscar Andrés Polanco Torres

Ana Katherine Guzmán Triana

Xiomara Villamil

Mario Esteban Solis

Tutor:

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de Empresas

Pitalito

2022

## Resumen

Lidia Vanegas Chacón, es la creadora de esta idea plasmada mediante el nombre Creaciones y Confecciones FAYENS, es para su familia como conocidos siempre se ha caracterizado por ser una mujer soñadora y trabajadora y relacionan su espíritu de creación y servicio hacia los demás y la oportunidad de plasmar sus ideas en una hermosa prenda o artículo que lleve su marca, la confección llega a su vida hace unos 20 años donde su estado de ánimo fugaz, afición y ágil aprendizaje permitió incursionar en el bello arte de la confección, al estudiar, averiguar y experimentar permitió robustecer sus bases y lograr hermosas creaciones para su espectadores, la asistencia a talleres y cursos relacionados con la modistería y todo su entorno también fueron útiles para reforzar e ir más allá de la básica confección, pero siempre teniendo la meta detener su propia microempresa y con mucho trabajo perseverante logra comprar las maquinas básicas con ahorros que tenía y un día sin pensarlo inicia su actividad de manera independiente el sueño que mucho deseamos.

Pero siempre tenía presente que por gracias del redentor su sueño se convertía en realidad, tuvo el apoyo además de su familia quienes además a manera de tradición tenía conocimientos. Averigua y pacta contacto contactos con proveedores de telas y complementos para obtener artículos sin limitaciones, se inspiraban en nuevas ideas y colocaban su sello personal en prendas, dotaciones e ideas que llagaban como necesidad a su microempresa, pero no solo la venta de su artículo sino la prestación de reparación y ajustes se convirtieron el fuerte de su marca, donde siempre prima el buen servicio y la calidad de su confección.

Como opción de grado se aplica el desarrollo de guías que en su temática se abordaron temas de pensamiento estratégico, responsabilidad social empresarial – RSE, Gobierno

corporativo, producción limpia, consumo sostenible, así como se amplía su marco institucional, matriz de marco lógico, Stakeholders encontrados además su mapa estratégico y finalmente el plan de acción y seguimiento para la microempresa seleccionada y que en el siguiente trabajo se desean profundizar.

***Palabras clave:*** Pensamiento estratégico, Responsabilidad social empresarial – RSE, Gobierno corporativo, Producción limpia. Consumo sostenible, Diagnostico, Marco institucional, Matriz de marco lógico, Stakeholders, Mapa estratégico, Plan de acción y seguimiento.

### **Abstract**

Lidia Vanegas Chacón, is the creator of this idea embodied by the name Creaciones y Confecciones FAYENS, it is for her family as acquaintances. She has always been characterized as a dreamy and hard-working woman and they relate her spirit of creation and service to others and opportunity. of translating his ideas into a beautiful garment or article that bears his brand, clothing came into his life about 20 years ago where his fleeting state of mind, hobby and agile learning allowed him to venture into the beautiful art of clothing, by studying, finding out and experimenting allowed her to strengthen her bases and achieve beautiful creations for her viewers, attending workshops and courses related to dressmaking and all her surroundings were also useful to reinforce and go beyond basic clothing, but always with the goal of stopping her own microenterprise and with a lot of persevering work, he managed to buy the basic machines with the savings he had and one day without thinking about it, he started his activity. ad independently the dream that we so much desire.

But she always kept in mind that thanks to the redeemer her dream became a reality, she also had the support of her family who also had knowledge by way of tradition. Find out and make contacts with suppliers of fabrics and accessories to obtain articles without limitations, they were inspired by new ideas and placed their personal stamp on garments, endowments and ideas that came as a necessity to their microenterprise, but not only the sale of their article but also the provision of repairs and adjustments became the strength of its brand, where good service and the quality of its clothing always prevail.

As a degree option, the development of guides is applied, which in its theme addresses issues of strategic thinking, corporate social responsibility - CSR, corporate governance, clean

production, sustainable consumption, as well as expanding its institutional framework, logical framework matrix, Stakeholders also found its strategic map and finally the action and monitoring plan for the selected microenterprise and that in the following work they want to deepen.

**Keywords:** Strategic thinking, Corporate Social Responsibility – RSE, Corporate governance, Clean production, Sustainable consumption, Diagnosis, Institutional framework, Logical, Framework Matrix, Stakeholders, Strategic map, Action and follow-up plan

## Tabla de Contenido

Introducción.....	11
Objetivos.....	12
Objetivo general .....	12
Objetivos específicos.....	12
Contextualización .....	13
Línea de tiempo evolución pensamiento estratégico.....	13
Resumen estratégico de la RSE.....	14
Poster gobierno corporativo .....	18
Ensayo producción limpia y consumo sostenible .....	19
Aplicación.....	26
Diagnostico.....	31
Aplicación de los instrumentos y justificación de la selección .....	31
Variables e indicadores diagnóstico de cumplimiento FAYENS.....	32
Interpretación de los resultados obtenidos .....	34
Matriz de marco lógico .....	36
Árbol del problema .....	36
Árbol de Objetivos.....	37
Cuadro de Stakeholders .....	38
Mapa estratégico .....	39

Plan de mejoramiento .....	40
Plan de acción y de seguimiento .....	42
Conclusiones .....	46
Referencias bibliográficas.....	47
Apéndice .....	50
Formato de Recolección de Información .....	50



**Lista de tablas**

Tabla 1 Marco institucional .....	26
Tabla 2. Variables e indicadores de diagnóstico.....	32
Tabla 3. Mapa estratégico .....	39
Tabla 4. Plan de acción y de seguimiento.....	42

## Lista de figuras

Figura 1. Línea tiempo PE. ....	13
Figura 2. Poster gobierno corporativo .....	18
Figura 3. Logo FAYENS .....	26
Figura 4. Sector secundario - Textil.....	26
Figura 5. Ubicación FAYENS .....	27
Figura 6. Proceso De Planificación FAYENS .....	28
Figura 7. Valores Organizacionales .....	28
Figura 8. Organigrama actual .....	29
Figura 9. Mapa de Procesos FAYENS .....	30
Figura 10. Árbol de problemas .....	36
Figura 11. Árbol de objetivos .....	37
Figura 12. Stakeholders .....	38
Figura 13. Formato de Recolección de Información .....	50

## **Introducción**

La profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial que mediante el desarrollo del trabajo se desprende la formulación del plan estratégico a partir de la interacción con los pilares principales del modelo ISO 26000 en la microempresa FAYENS, a fin de garantizar una trazabilidad sostenible en el tiempo se amplía en el siguiente documento, pasamos por la conceptualización, profundización, aplicación, análisis y planteamiento estratégico de manera integral a la microempresa seleccionada.

En la presente actividad, trabajaremos la construcción y estructuración de los pilares anteriormente descritos, es por ello por lo que se abordará temáticas inculcadas en el desarrollo de las guías del diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial, donde los aportes de sus integrantes permitieron estructurar el siguiente documento presentado.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Formular plan estratégico de responsabilidad social empresarial a partir de la interacción con los pilares fundamentales de la norma ISO 26000 en la microempresa FAYENS, con el fin de garantizar una trazabilidad sostenible en el tiempo.

### **Objetivos específicos**

Demostrar un diagnóstico certero, teniendo en cuenta los niveles de implementación obtenidos en cada materia en cada una de las fases desarrolladas del diplomado elegido.

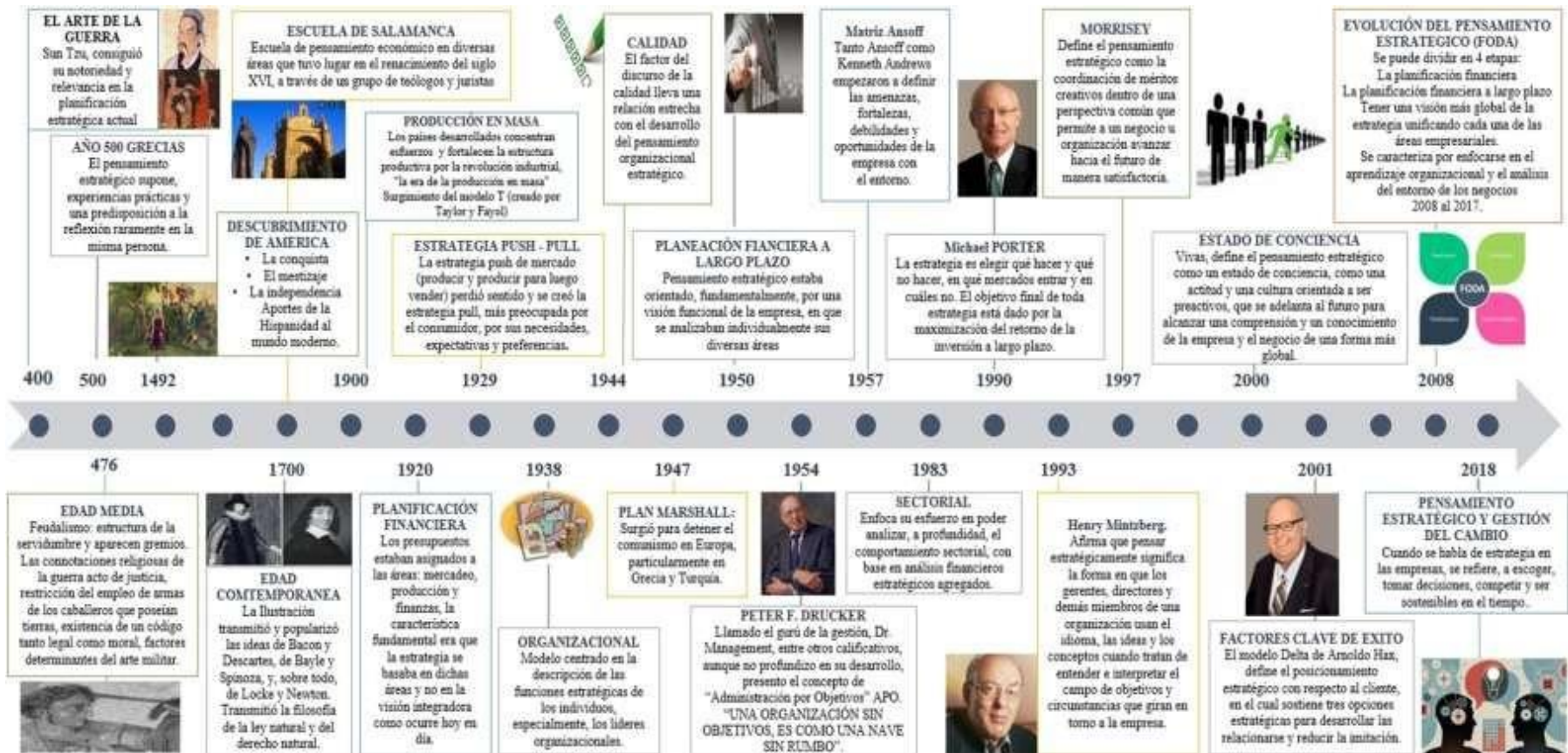
Fortalecer e identificar los procesos de la empresa, buscando la estructuración de las diferentes temáticas que involucran el estado integral de la microempresa FAYENS.

## Contextualización

### Línea de tiempo evolución pensamiento estratégico

Figura 1.

Línea tiempo PE.



## **Resumen estratégico de la RSE**

Es la respuesta de la empresa a los intereses de la humanidad, como la incorporación de manejos y trabajos que incluyen temas sociales y ambientales en los procedimientos de la compañía para suscitar paralelamente el progreso de sus dinanismos económicos. La responsabilidad social empresarial es también una diligencia estratégica agregada en la idoneidad empresarial que es beneficiosa y añade importancia a la asociación. Una compañía socialmente comprometida toma medidas conscientes para lograr un equilibrio entre las personas, el planeta y los beneficios económicos. Debe honstar el principio de competencia empresarial, por ende, corresponde a una herramienta para que las empresas compitan en el mercado.

RSE como paradigma empresarial: Se pueden destacar algunos aspectos relevantes.

Potestativo.

Auto Regularizado.

Beneficioso.

Idóneo para asistir a un cosmos más humano, eficaz pero además sostenible.

RSE fomenta algunos beneficios a la compañía entre los más destacados:

Lealtad y estima de sus usuarios.

Familiaridad y limpieza con sus vendedores.

Oportunidades para crecimiento como empresa.

Imagen colectiva efectiva y aprecio de la compañía.

Acrecentamiento de producción y rentabilidad.

Responsabilidad y lealtad de sus colaboradores.

Progreso de la tradición organizacional.

Confianza y apoyo de los servicios económicos e capitalistas.

Los Elementos que efectúan la RSE en las compañías pueden incluir lo relacionado a continuación:

Aparición de preocupaciones y perspectivas de ciudadanos, consumidores, poder público e inversores en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala.

Estándares sociales intervienen cada vez más en las sentencias de revolución de individuos e instituciones como consumidores e inversores. Las preocupaciones sobre la degradación ambiental causada por la actividad económica son cada vez mayores.

Los medios de comunicación y las modernas tecnologías de la información y la comunicación promueven la transparencia en las actividades empresariales.

Sus características se basan en el compromiso con las iniciativas de integración social en la gestión y las estrategias que busca trabajar a fondo en su buen desarrollo. Su centralidad se basa en la gestión de operaciones asumiendo los entornos de la economía, en lo social y ambiental a beneficio para la entidad:

Es una visión empresarial integral donde la empresa crea valor económico (beneficio financiero), ambiental (planeta) y social (personas).

La RSE está integrada en todos los procesos de negocio. Esto significa que todas las decisiones empresariales buscan el equilibrio entre los intereses de los diferentes actores involucrados.

La RSE es personal. Cada empresa implementa la RSE de manera diferente, dependiendo de su tamaño, industria, cultura empresarial y estrategia.

La RSE es una estrategia empresarial que genera beneficios económicos a medio y largo plazo: reduce costes mediante la optimización de procesos, promueve el crecimiento (nuevos productos, mercados y consumidores) y mejora la imagen de la empresa.

La RSE se puede implementar en PYMES y grandes corporaciones multinacionales. A veces incluso es más fácil implementarlo en las PYMES porque los modelos de gestión sostenible se implementan antes de que la empresa comience a crecer y, por lo tanto, forman parte de la cultura organizacional.

Sin olvidar los elementos característicos de la RSE:

**Responsabilidad de la Compañía:** Hace referencia al compromiso de la empresa de maniobrar de forma que agregue valor a la humanidad.

**Disposición potestativa:** El método es completamente deliberado y no está sujeto a la ley.

**En beneficio de la sociedad y del bien público:** es decir, los clientes, consumidores, proveedores, empleados y comunidades deben beneficiarse de la operación de la empresa.

**Comportamiento ético:** va más allá de las expectativas comerciales tradicionales, incluidas las de la sociedad.

**Desempeño ambiental:** Hay un énfasis general en el cuidado del medio ambiente.

**Adaptación:** Adaptación al medio y rentabilidad de la corporación en la que opera la compañía.

La RSE es un patrón de eficacia cada vez más exigido a las empresas por los consumidores finales, clientes, gobiernos y la sociedad, la exclusión de la responsabilidad social empresarial es considerada uno de los principales riesgos que más amenazan el desarrollo empresarial.

La responsabilidad social empresarial es una serie de actividades innovadoras en unas organizaciones basadas en la observancia de los valores legales y éticos, la institucionalización de un gobierno corporativo transparente y la integración de la creación respetuosa del bienestar en las actividades en curso de la organización. Los derechos humanos y la responsabilidad de la sociedad con el medio ambiente y su funcionamiento. La aplicación de la RSE está relacionada



con la imagen corporativa establecida, aunque muchas veces no solo se trata de una obra de caridad para ciertos grupos vulnerables, sino también de una campaña de marketing social en la que se reconoce más a los empresarios colombianos.

Tanto la responsabilidad social empresarial como la corporativa requieren una visión empresarial a largo plazo para aumentar la competitividad, reducir el riesgo y mejorar la reputación de una organización. Los intereses son mutuos entre una empresa y sus partes interesadas. La inclusión generalmente se refiere a programas de responsabilidad social o programas de impacto desarrollados por empresas con diferentes propósitos, ya sea ayudar al desarrollo social de una comunidad, mejorar o posicionar una imagen corporativa o, en última instancia, obtener beneficios fiscales.

## Poster gobierno corporativo

Figura 2.

Poster gobierno corporativo

ELABORADO POR: Grupo diplomado profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial. ID1008\_17

### Corporativismo

El corporativismo es una doctrina que sostiene que la sociedad debe organizarse en función de asociaciones o gremios que representen los intereses de grupos específicos. Así, dichas instituciones negociarán a través de sus representantes con el Estado para la determinación de las políticas económicas y sociales.

#### Frentes Del Corporativismo

- Asociaciones de empresarios
- Sindicatos de trabajadores
- El Estado

#### Marco Gobierno Corporativo

# GOBIERNO CORPORATIVO

El gobierno corporativo es un conjunto de normas, sistemas, procesos y prácticas que se aplican para controlar y dirigir el funcionamiento de una empresa.

### Origen del gobierno corporativo

El corporativismo tuvo su auge en los años 30 del siglo XX en Italia.

### Qué son los grupos de interés de una empresa

Habitualmente se consideran como grupos de interés para una empresa tanto a los **clientes**, los **proveedores**, los **acreedores** y cualquier otro grupo que ayude a la empresa a que se desempeñe eficientemente.

### Que beneficios se obtienen de la aplicación

- Promueve la confianza entre los inversionistas o accionistas.
- Se mejora la relación de todos los inversionistas:
- Afianza el proceso de la toma de decisiones y el control de la empresa:

<https://economista.com/definicion/gobierno-corporativo.html>  
<https://www.tucom.com/tema-centro/gobierno-corporativo-que-es>  
<https://economista.com/definicion/corporativismo.html>

### Estructura

- ✓ Asamblea de accionistas
- ✓ Consejo de administración o junta directiva
- ✓ Dirección general o alta gerencia

### Principios

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Independencia
- ❖ Transparencia
- ❖ Igualdad

### Herramientas

- *Software* de gobierno corporativo
- Recursos de ciberseguridad
- Sistema de gestión de gastos

## **Ensayo producción limpia y consumo sostenible**

Contar en la actualidad con un aire que es apto para la supervivencia humana, un entorno agradable para las futuras generaciones y un sistema ambiental con recursos de supervivencia, debería ser el reto de día a día como lucha de cada individuo por la supervivencia, pero ante todo la conservación y preservación del entorno en el que se encuentre, pero ha sido preocupante como el día a día ya ha devastado y eliminado recursos naturales que son de vital importancia para la supervivencia humana, un compromiso de todos debería ser principalmente la protección de la capa de ozono, disminución en la tala indiscriminada de la flora colocado a muchas especies en vía de extinción, igualmente pasa con la fauna muchos de los animales en busca de su supervivencia han dado su último suspiro y muchas de ellas se encuentran al borde de eliminación, somos consciente de que existen algunos lugares que luchan por la preservación y cuidado de los mismos y quieren identificar y eliminar a toda costa las amenazas actividades y velar por la supervivencia de estos, pero si es necesario el cambio y la colaboración de nosotros mismos para que cada día sean más lugares y que incluso en nuestro entorno pueda ser identificados más fácilmente como territorio apto y rico en biodiversidad que aporta aspectos muy importantes para la climatización y el entorno armónico que nos rodea universalmente.

¿Pero esos aspectos cómo se relacionan con la gestión organizacional? Es de entender que el ámbito organizacional está presente en territorios urbanos y cada vez toma más fuerza en los campos rurales, la generación de muchas microempresas han tomado fuerza día a día y es donde se relaciona estrechamente con la producción limpia, el consumo y la producción sostenible, por un lado la producción limpia o más bien encontrada como una iniciativa preventiva es buscar y contar con una empresa consciente en la generación de sus productos y procesos así como la organización dentro de su entorno de trabajo, que como empleados,

administrativos y dueños de marca sean los principales generadores de cambio, deben tener un objetivo muy primordial y es minimizar las emisiones y descargas en la fuente así como de reducir y velar por la salud humana y ambiental, de esta manera luchan por ser competentes y la idea primordial es intentar maximizar la clasificación, uso de sus recursos y que aquellas emisiones que son nocivas para el ambiente en la obtención de sus bienes como de sus servicios sean cambiados o de alguna forma contenidos, los materiales utilizados deben además buscar por encontrarse y hacer parte de una industria que tiene acciones para reciclar, reducir y a su vez disminuyan la contaminación generada en el desarrollo de su actividad económica contribuyan a la creación y conservación de una cultura verde, porque a manera de ejemplo las envolturas y empaques que estas empresas producen y que a través de su consumidor final son desechados en lugares libres o destinados para la clasificación de los mismos no tiene la actividad propia o idónea que debería desempeñar, podemos encontrar dentro de este término el desarrollo sostenible y la eco eficiencia, la producción limpia debe ser la búsqueda constante para tener una calificación de calidad como empresa, porque es de donde se debe partir para que nuestro ambiente y ecosistema mejore diariamente.

Producción Más Limpia Paradigma De Gestión Ambiental (Bart Van Hoof, Alex Saer, Bart Van Hoof, Néstor Monroy, Alex Saer) es la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva integrada a los técnicas, bienes y servicios para acrecentar la eficiencia general y minimizar los peligros para los individuos y su entorno. La elaboración más limpia se puede emplear al proceso de cualquier industria, al producto mismo ya los diversos servicios que brinda la sociedad. Miquel Rigola con su Resumen de PRODUCCION + LIMPIA Este trabajo brinda una perspectiva amplia sobre la producción más limpia (P+L) desde criterios de sustentabilidad, aceptando los riesgos tecnológicos y reduciéndolos a través de la aplicación continua de

estrategias preventivas integradas a los procesos, productos y servicios. P+L tiene como objetivo maximizar la eco eficiencia de los sistemas de producción y reducir cualquier riesgo para las personas y el medio ambiente. Por su parte Se ha recopilado la información, replicando la técnica de análisis de contenido empleada por Marcelo S. Zambon, Antonio C. Giuliani y Emigdio Larios-Gómez (2019) donde se citan a Philipp Mayring (2000) y Krippendorff (1990), detonado el contenido manifiesto de los factores en: 1) Los fundamentos, 2) Las premisas y 3) La cronología. El Dr. Jaime Andréu Abela (2011), cita a Berelson (1952) respecto al concepto de análisis de contenido como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. De acuerdo con esta definición, el análisis de contenido debe seguir ciertas reglas. "Objetividad" significa usar procedimientos que otros investigadores puedan usar para que los resultados obtenidos puedan verificarse fácilmente. "Sistematizado" se refiere a un patrón ordenado que cubre todo lo que se observa. De hecho, como señaló Krippendorff (1990), estos dos elementos juntos constituyen tres requisitos de "reproducibilidad" para todos los instrumentos de investigación científica, es decir, las reglas para ello son inequívocas (objetivas) y se aplican a todas las unidades analizadas (sistemáticas). Las dificultades ambientales a los que nos afrontamos hoy han alcanzado proporciones alarmantes, y el deseo de la humanidad de satisfacer sus crecientes necesidades sobre la base de patrones insostenibles de creación y gasto está colocando en peligro la base de recursos naturales que sustenta sus actividades presentes y futuras. Sus medios de subsistencia están en peligro, específicamente, en el marco del Método de Ejecución de Johannesburgo, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2012) ha estado tomando medidas a través del Proceso de Marrakech con el objetivo de cambiar los actuales patrones de producción y consumo insostenibles, alentando a los países a trabajar juntos para desarrollar una

producción sostenible integral y sostenible. Políticas de consumo y fortalecer el diálogo, el compromiso y la colaboración con las partes relevantes para mejorar en el tema.

Las organizaciones necesitan experimentar varios escenarios para tener una producción más limpia, debido a diversos focos, la confrontación sobre dónde y por qué se generan los residuos es importante para reconocer que debe haber algunos procesos que se están realizando de una manera menos conveniente para el entorno que rodea a la empresa; seguidamente, la lluvia de ideas puede conducir a la aplicación de nuevas y buenas prácticas o puede optimizar procesos que no se han revisado antes. Al llevar el concepto de producción más limpia al contexto del consumo sostenible, se considera importante el análisis y el listado de necesidades dentro de una organización y surgen conflictos entre las necesidades identificadas, por ejemplo, la necesidad de lidiar con los desechos líquidos contaminantes contra la necesidad de mantener las aguas de los ríos, arroyos libres de desechos (Hoof, B. V., 2008).

La responsabilidad por dejar un futuro más sostenible debería ser la tarea día a día que como individuos razonables tendríamos para aumentar la eficiencia de los recursos y promover mejores estilos de vida, debemos contribuir de manera sustancial a las actividades que desarrollamos porque muchas de estas están atropellando las prácticas irresponsablemente se debería realizar. Las organizaciones intentan que los ciudadanos actúen de forma responsable y consciente a la hora de consumir. Sin embargo, muchos estudios han demostrado que lograr este objetivo es un desafío (Duclos y Barasch, 2014); (Kristofferson, White y Peloza, 2014). Cialdini, Reno y Kallgren (1990) y Wiener y Doescher (1991) argumentan que tomar decisiones de comportamiento que beneficien al entorno es una dificultad social. Además, se han identificado precios asociados con tales actitudes racionales a manera de ejemplo tiempo, capital, esfuerzo y

apuros (Pieters, Bijmolt, Van Raaij y de Kruijk, 1998), (Thøgersen, 1994), que llevan al individuo a actuar de manera egoísta. .

Por otro lado encontramos el término de consumo sostenible va de la mano con la producción mundial, aquellas fuerzas que son impulsadoras de la economía y que dependen del uso de su entorno y de los recursos que ofrece el planeta para generar el desarrollo económico y social que debería estar acompañado de la dependencia a ser consciente de crear un sistema que proteja estrechamente el futuro y la supervivencia tanto humana como de flora y fauna, muchos de los recursos que nos rodean son naturales y están ciertamente afectados con el uso inapropiado de las actividades que realizamos día a día, muchas de nuestras acciones no son conscientes ni eficientes y en su mayoría afectan los recursos naturales que nos brindan el buen estilo de vida que tenemos actualmente incluso con las nuevas pandemias y los actuales acontecimientos encontrados en el entorno nos han permitido identificar que en la búsqueda de la adaptación y actualización de las nuevas tecnologías es muy importante aprender a vivir, ahorrar a reciclar y a luchar por llevar un mensaje de responsabilidad con el entorno y que futuro podemos dejar a nuestras generaciones, si no estamos aprovechando ni conservando los recursos que encontramos actualmente aunque busquemos la comodidad de una manera más fácil la adaptación por la puesta en marcha de uso de nuevas tecnologías es muy necesario ser conscientes de que los recursos naturales si no se conservan y son protegidos poco a poco se agotaran. Los patrones insostenibles de consumo y producción aceleran la tasa de liberación de gases de efecto invernadero a la atmósfera. Esto, a su vez, ha llevado a un aumento de los fenómenos meteorológicos extremos inducidos por el cambio climático, cuyas consecuencias están obstaculizando directamente los esfuerzos para erradicar la pobreza y el hambre. Además,

los procesos de consumo y producción peligrosos, ineficientes y derrochadores exacerbaban la pobreza, dañan la salud de la población y obstaculizan el desarrollo. (PNUMA, 2012).

Es evidente que las preocupaciones ambientales del mundo han acelerado la necesidad de las organizaciones adoptando procesos de producción más limpia para ser más competitivas, diferenciadoras del mercado, capaces de agregar más valor a los clientes y consumidores, y cuanto más se acelera esta adaptabilidad, mayores conflictos se encontrará en las necesidades reflejadas, y cabe aclarar que existen razones poderosas para el aumento de las crisis ambientales, y las organizaciones no podrán intervenir para mitigar estas acciones, tales como indicadores de pobreza, crecimiento poblacional descontrolado y el aumento desmedido de consumo absurdos a menudo abruma la capacidad de respuesta de una organización.

Para concluir es importante identificar que debemos optar por mejorar con menos y luchar día a día por vincular nuestros avances económicos dentro de un campo ecológico y estrechamente responsable con el consumo y la producción de los recursos que generan de las actividades que ejecutamos y del pensamiento responsable que además contribuye a la amortiguamiento de la necesidad, a la transición como meta a la economía verde y además a la baja emisión de gases y de misiones de carbono que son los que destruyen día a día buen desenvolvimiento y la conservación de fuentes hídricas, flora y fauna del que actualmente somos potencia. la dinámica globalizada de la economía mundial actual y los consumidores cada vez son más conscientes de sus responsabilidades con el medio han obligado a las partes productivas a ser trascendentales y orientados al servicio en los procesos de planificación y posicionamiento de productos, así como la gestión pública de los asuntos ambientales también debe adaptarse a estos cambios, entendiendo que el desarrollo económico del país es prioritario y debe garantizarse ser sostenible y no degradado. Por ello, se dice que cualquier cambio en la



producción afecta al consumo y viceversa, en la medida en que las empresas consigan reducir el impacto ambiental de sus procesos productivos, los productos o servicios que ofrecen en el mercado será naturalmente más sostenibles por su parte. Las fuerzas de la demanda impulsan la producción más limpia.

## Aplicación

Presentamos a continuación la Tabla 1, que nos muestra el marco institucional realizado a la empresa creaciones y confecciones FAYENS.

**Tabla 1.**  
*Marco institucional*

---

### Marco institucional

---

#### Creaciones y Confecciones FAYENS

**Figura 3.**  
*Logo FAYENS*

**Nombre de la empresa**



**Sector**

El sector textil pertenece al sector secundario, transforma la materia prima a efectos semielaborados aptos para venta, es de resaltar que este sector es considerado un eje importante para la economía del país.

**Figura 4.**  
*Sector secundario - Textil*



**Ubicación** Creaciones y Confecciones FAYENS, se encuentra ubicada en Calle 28 # 16A-07 Neiva, Huila – Colombia.

**Figura 5.**  
*Ubicación FAYENS*

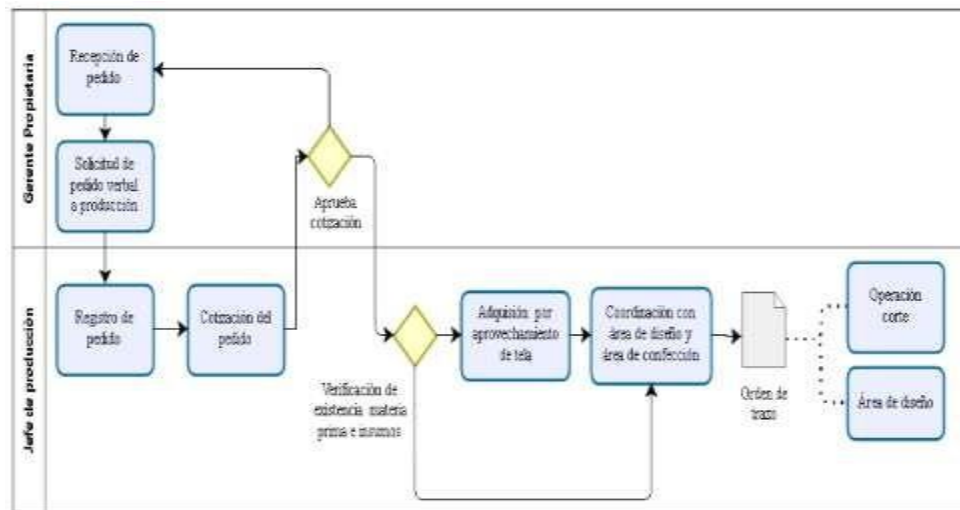


**Misión** “Creaciones y Confecciones FAYENS es una pequeña empresa dedicada a la confección y reparación de prendas de vestir, comprometida con la satisfacción de sus clientes y con el bienestar de su gente, ofreciendo calidad e innovación en sus productos, a través de la mejora continua, logrando crecimiento, rentabilidad y solidez con responsabilidad social”.

**Visión** “En el año 2023 seremos una marca líder en el sector de la confección, consolidándonos como una de las mejores opciones para nuestros clientes, mediante la aplicación de una tecnología avanzada asociada a la labor del mejor equipo humano, con el fin de garantizar una excelente calidad en nuestros productos, con una constante innovación en diseños, teniendo cobertura y disponibilidad a nivel nacional”.

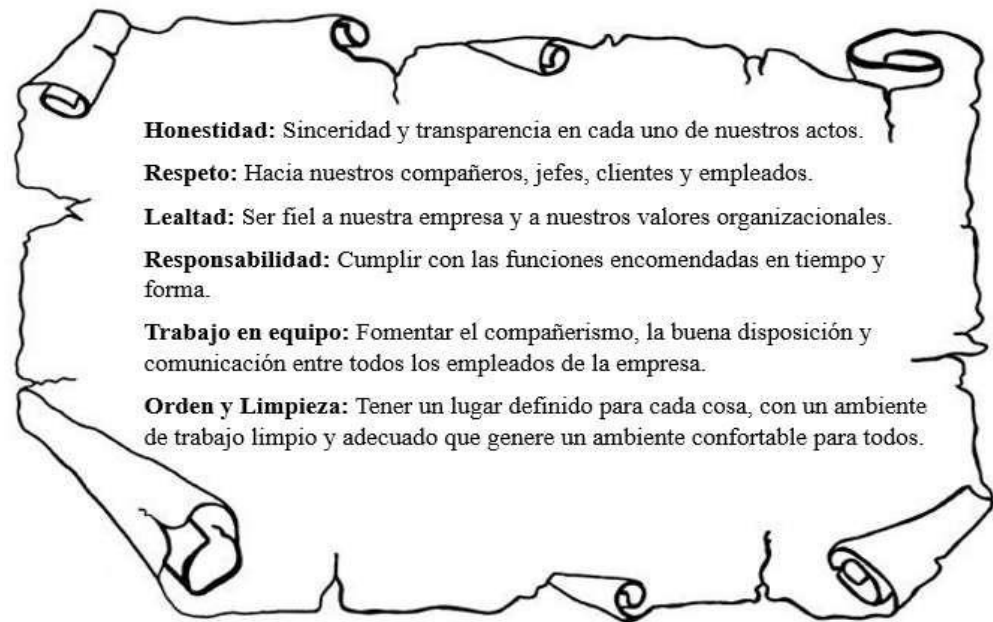
**Figura 6.**  
*Proceso De Planificación FAYENS*

Proceso de  
planificación  
actual de la  
microempresa



Valores

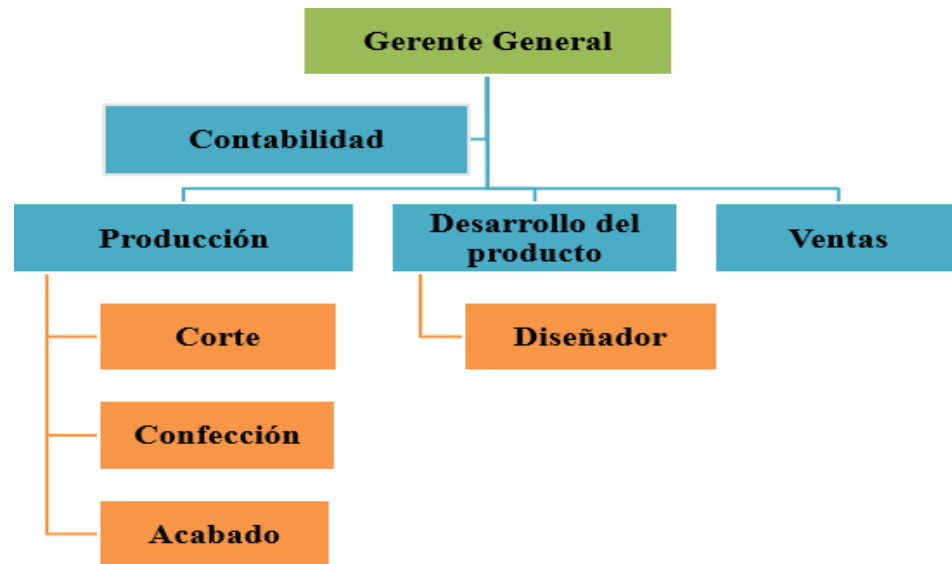
**Figura 7.**  
*Valores Organizacionales*



## Estructura Organigrama

**Organizacional** La siguiente ilustración se muestra la organización interna de la microempresa FAYENS.

**Figura 8.**  
*Organigrama actual*



*Fuente: Elaboración propia (2022)*

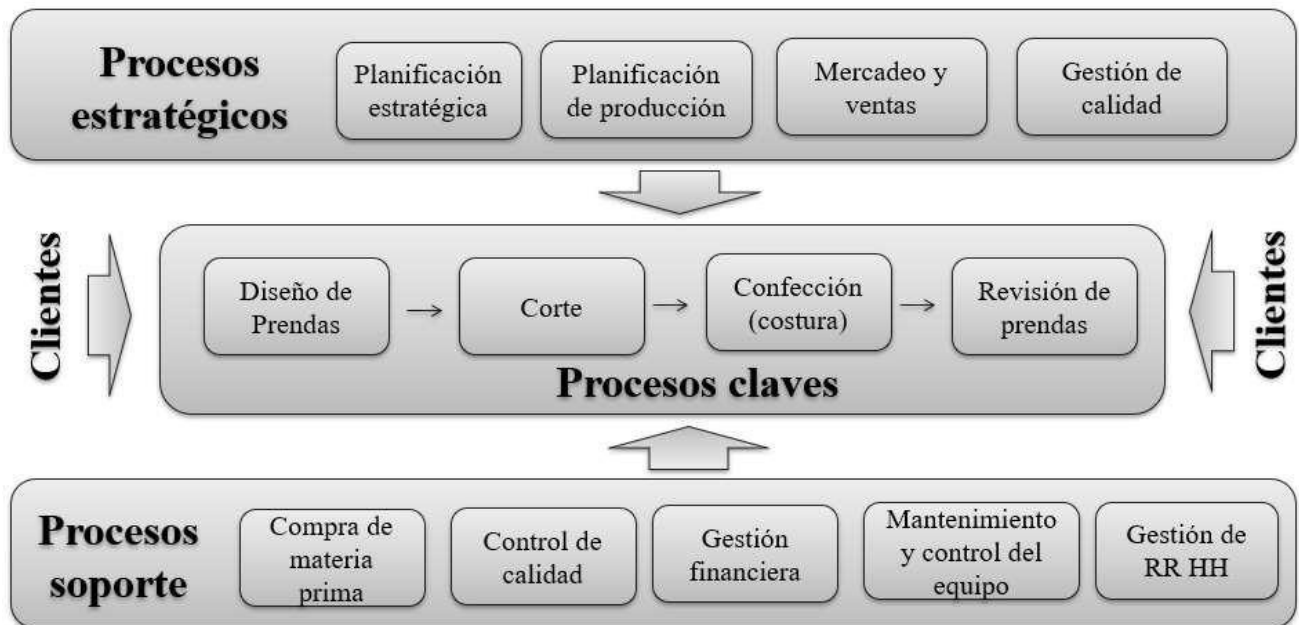
---

**Nota.** El marco institucional es una iniciativa a presentar a la microempresa.

· Existen aspectos igual de importantes pero se considera sean estos lo más destacados.

· Se destaca la estructura y planificación de procesos encontrados

En Mapa de procesos FAYENS se destacan algunos aspectos muy interesantes que en la siguiente ilustración describen los procesos estratégicos de soporte y claves que con relación al cliente son tenidos en cuenta para los procesos y áreas necesarios y ejecutados en la microempresa.

**Figura 9.***Mapa de Procesos FAYENS*

## **Diagnostico**

### ***Aplicación de los instrumentos y justificación de la selección***

Se selecciona la empresa Creaciones y Confecciones FAYENS, entre las razones de su elección es porque está registrada debidamente en la Cámara de Comercio, Neiva Huila, ubicada en Calle 28 # 16A-07 Neiva, Huila, barrio cercano al domicilio del estudiante Oscar Andrés Polanco Torres, de tal manera que facilita el desplazamiento hasta la microempresa y realizar la debida entrevista con la propietaria Lidia Vanegas Chacón.

Los ítems en cuanto a selección determinaron además que obtuvo una votación superior con 14 puntos en total, para realizar la recolección de información entre los que se destaca oportunidad de acceso para efectuar el instrumento y evaluar los ítems esenciales de la ISO 26000. Por tratarse de una microempresa y entre su tamaño de 15 empleados es más fácil hacer un sondeo general de los diferentes componentes de la de la norma que entre su regulación es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad en todo su entorno, condiciones, comportamientos a todo el personal y la idea es hacer partícipe a todo su equipo para tener una versión de peso mayor y poder analizar y ejecutar las recomendaciones pertinentes.

Se asigna entonces al estudiante Oscar Andrés Polanco Torres como investigador integrante del diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial y será el encargado de presentar ante el equipo de trabajo los aspectos relacionados para el cumplimiento del material analizado para el desarrollo de la actividad.

### *Variables e indicadores diagnóstico de cumplimiento FAYENS*

Presentamos a continuación la Tabla 2, que nos muestra la variables e indicadores de diagnóstico tenidos en cuenta en la entrevista realizada a la empresa creaciones y confecciones FAYENS.

**Tabla 2.**

*Variables e indicadores de diagnóstico*

<b>Materia</b>	<b>Indicadores de cumplimiento</b>
<b>Fundamental</b>	<b>o Variables</b>
<b>Gobernanza organizacional</b>	<b>Ejercicio Organizacional para el mes de septiembre</b> $\frac{5 \text{ de objetivos logrados}}{5 \text{ de objetivos planteados}} * 100 = 100\%$
	<b>Solución de los problemas a la comunidad</b> $\frac{4 \text{ problemáticas solucionadas}}{5 \text{ problemáticas registradas}} * 100 = 80\%$
<b>Derechos humanos</b>	<b>Personas con discapacidad contratadas directamente</b> $\frac{1 \text{ personas con discapacidad contratadas}}{15 \text{ total, de trabajadores}} * 100 = 6,6\%$
	<b>Personas con discapacidad contratadas indirectamente</b> $\frac{1 \text{ personas con discapacidad contratadas}}{15 \text{ total, de trabajadores}} * 100 = 6,6\%$
	<b>Edad del personal que conforma la organización</b> $\frac{2 \text{ de trabajadores mayores de 45 años}}{15 \text{ total, de trabajadores}} * 100 = 13,3\%$ $\frac{6 \text{ trabajadores entre 30 y 45 años}}{15 \text{ total de trabajadores}} * 100 = 40\%$ $\frac{6 \text{ de trabajadores entre 20 y 35 años}}{15 \text{ total, de trabajadores}} * 100 = 40\%$



$$\frac{1 \text{ de trabajadores menores de 20 años}}{15 \text{ total, de trabajadores}} * 100 = 6,6\%$$

**Medio** **Gasto en programas ambientales**

**Ambiente**  $\frac{2 - \text{Criterios de Desarrollo Sostenible implementados/o ejecutados}}{2 - \text{Criterios de desarrollo sostenible planificados}} * 100 = 100\%$

**Aplicación de materia prima como contaminante**

$$\frac{0.5 \text{ tonelada de tela en el 2021}}{1 \text{ tonelada de tela 2020}} * 100 = 50\% \text{ reducción de tela}$$

**Practicas justas de operación**

- Participación de colaboradores indirectos y directos formados en las capacidades oportunas e instrucciones anticorrupción en la microempresa y marca.
- Juicios de elección y valoración de vendedores

$$\frac{15 \text{ de trabajadores formados en Políticas y PR anticorru}}{15 \text{ total de trabajadores}} * 100 = 100\%$$

**Asuntos de** **PQR mes de septiembre**

**consumidores**  $\frac{200 \text{ llamadas atendidas}}{250 \text{ llamadas recibidas}} * 100 = 80\%$

**Llamadas atendidas por incidentes**

$$\frac{49 \text{ llamadas por incidentes solucionadas}}{50 \text{ llamadas recibidas por incidentes}} * 100 = 98\%$$

---

**Nota.** Los indicadores son en base a los ítems encontrados en la ISO 2600.

\* Se hace referencias a aspectos más destacaos de la normativa aplicada.

\* se nota una mayor aplicabilidad a procesos encontrados

### ***Interpretación de los resultados obtenidos***

En cuanto a los indicadores se deducir que la empresa en cuanto a gobernanza de organización realiza con éxito los objetivos planteados en su totalidad, así como solución a las problemáticas registradas en su mayoría, considerándola como una microempresa que está en las facultades y posibilidades de generar rentabilidad y conciencia frente a las problemáticas encontradas en el entorno.

Y cuando los Derechos Humanos se pretende analizar los diferentes conceptos de contratación encontrados así como la conformación de la microempresa, encontramos qué es una entidad con una baja contratación tanto personal que cuente con discapacidad en contratación directa o indirecta, recomendando que se debe trabajar en pro de vincular, incluir personas con tipo discapacidades, pero que a su vez este conscientes de la actividad que ejecuta y por ende puede dar cumplimiento a la actividad que tiene como microempresa en el desarrollo de confección y de diseño, así como la atención y desenvolvimiento de las actividades en la economía textil, además se puede evidenciar qué la conformación de la organización de su personal y en su mayoría cuentan con trabajadores de 20 a 45 años siendo este un gran porcentaje frente a los indicadores encuestados, encontrando además una mínima contratación de personal menor de 20 años y a su vez mayores de 45 años, hermanando así qué es una economía que por lo general cuenta una elevada población adulta con conocimientos en la confección y el desenvolvimiento de la cultura textil.

Otros indicadores entrevista de variables frente a la microempresa fue la de medio ambiente es una microempresa ejecuta con éxito los criterios planificados frente a los ejecutados, siendo responsable con el entorno que los rodea y agradecido en su actividad, por otro lado se puede deducir que frente a el año en relación y comparando años anteriores la reducción de

materia prima (telas) contaminante se ha reducido en un 50% y a su vez considerando que continuarán trabajando entre los desechos de materia prima son aprovechables revisando los y a su vez minimizando la contaminación participando así de manera activa y eficiente en el desenvolvimiento de la actividad que ofrece y ejecuta.

Una de las variables tratadas a su vez fue la de prácticas justas de operación donde la microempresa cuenta con una selección y procedimiento integrado eliminando políticas y procedimientos de contratación y de manejo de proveedores derrotando temas de corrupción considerando así que es una empresa que trabaja en pro de la paz y de la equidad para todos.

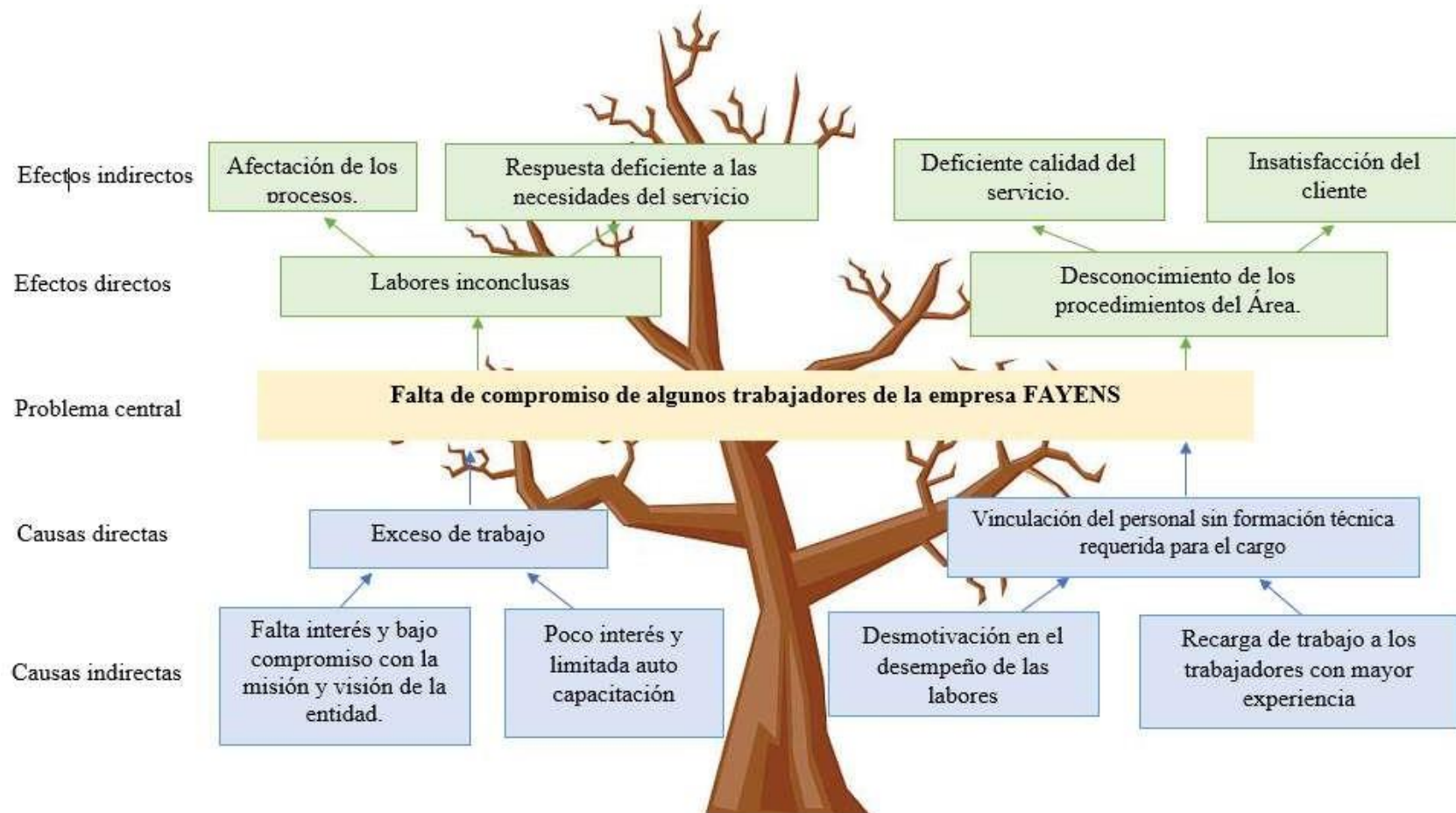
Por último se atiende una variable muy importante que es lo relacionado asuntos con tema de clientes encontrando, así que es una microempresa que recibe y a su vez atiende de una manera muy oportuna todas las peticiones quejas y reclamos que tiene los clientes enriquecimiento de la tarea en nuestro oportunidad se analizó el mes de septiembre dónde se puede evidenciar una efectiva atención de las llamadas bien sea por los temas concernientes o por información y a su vez por la actividad que desempeña la microempresa, también se puede evidenciar que en cuanto a las llamadas recibidas por incidentes bien sea por inconformidad de los productos obtenidos en su gran porcentaje estas incidencias fueron solucionadas concluyendo así que es una microempresa que vela por la buena atención en buen servicio y que está en la disposición de atender y solucionar para así conservar a sus clientes.

## Matriz de marco lógico

### Árbol del problema

Figura 10.

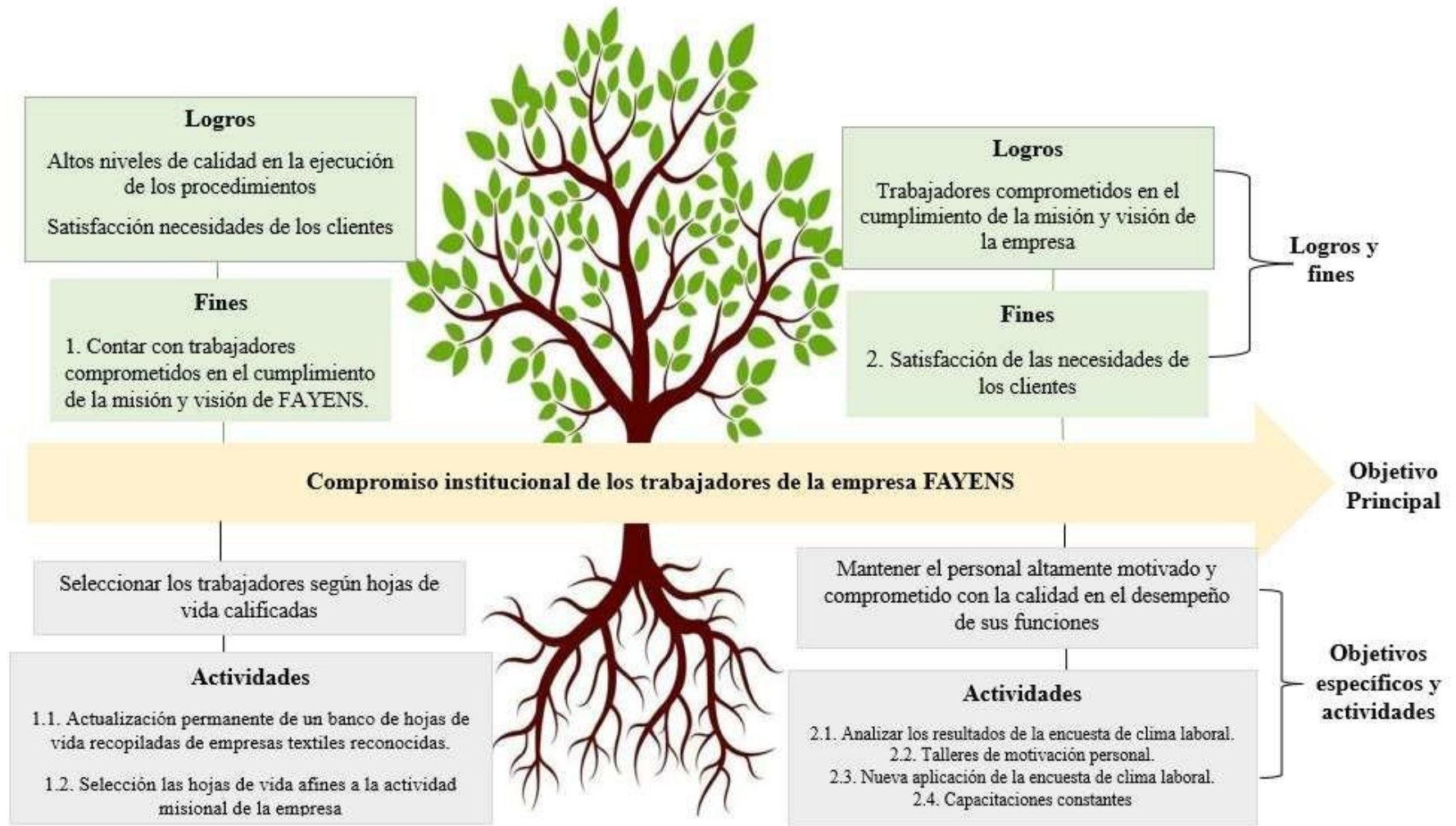
### Árbol de problemas



## Árbol de Objetivos

Figura 11.

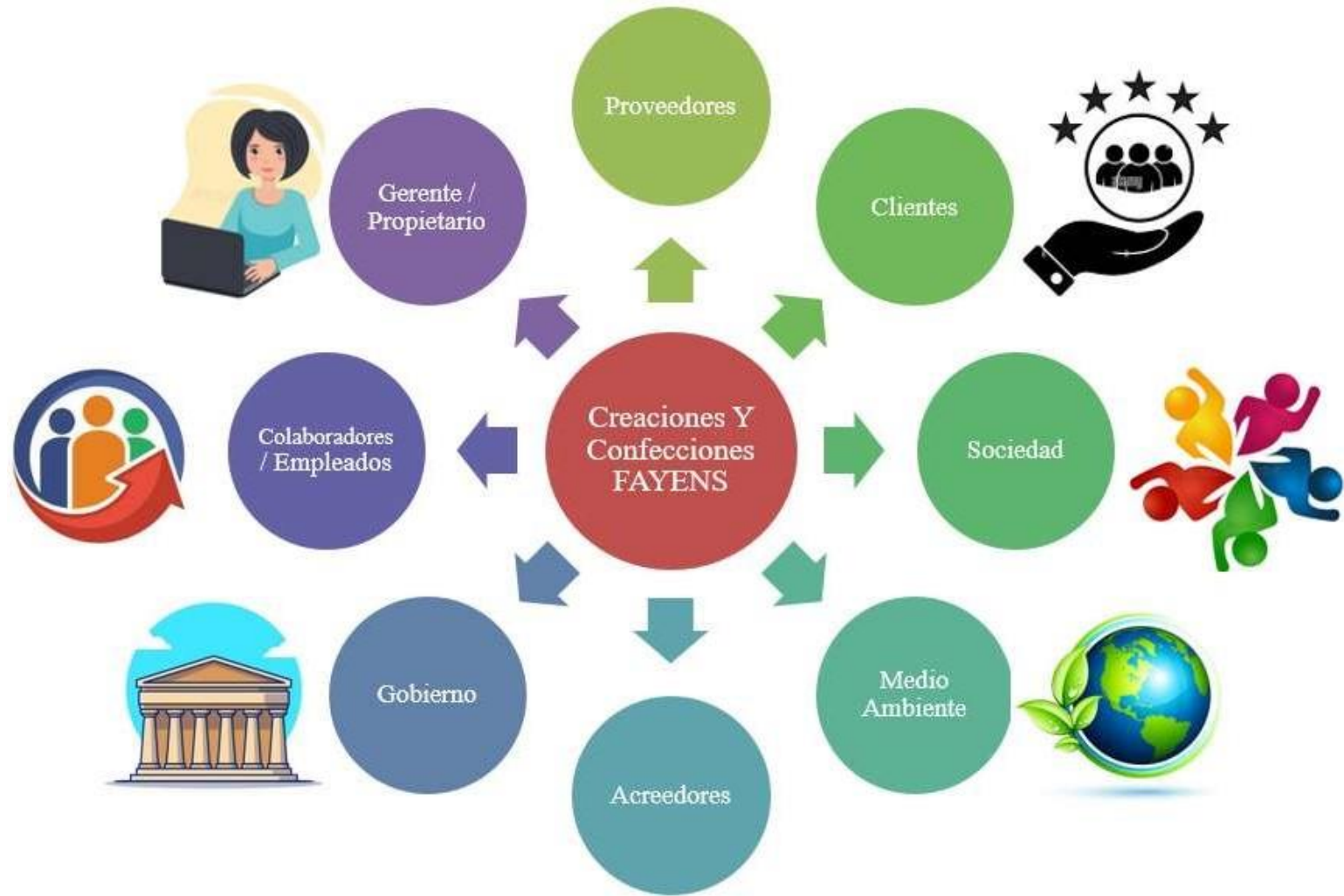
Árbol de objetivos



*Cuadro de Stakeholders*

**Figura 12.**

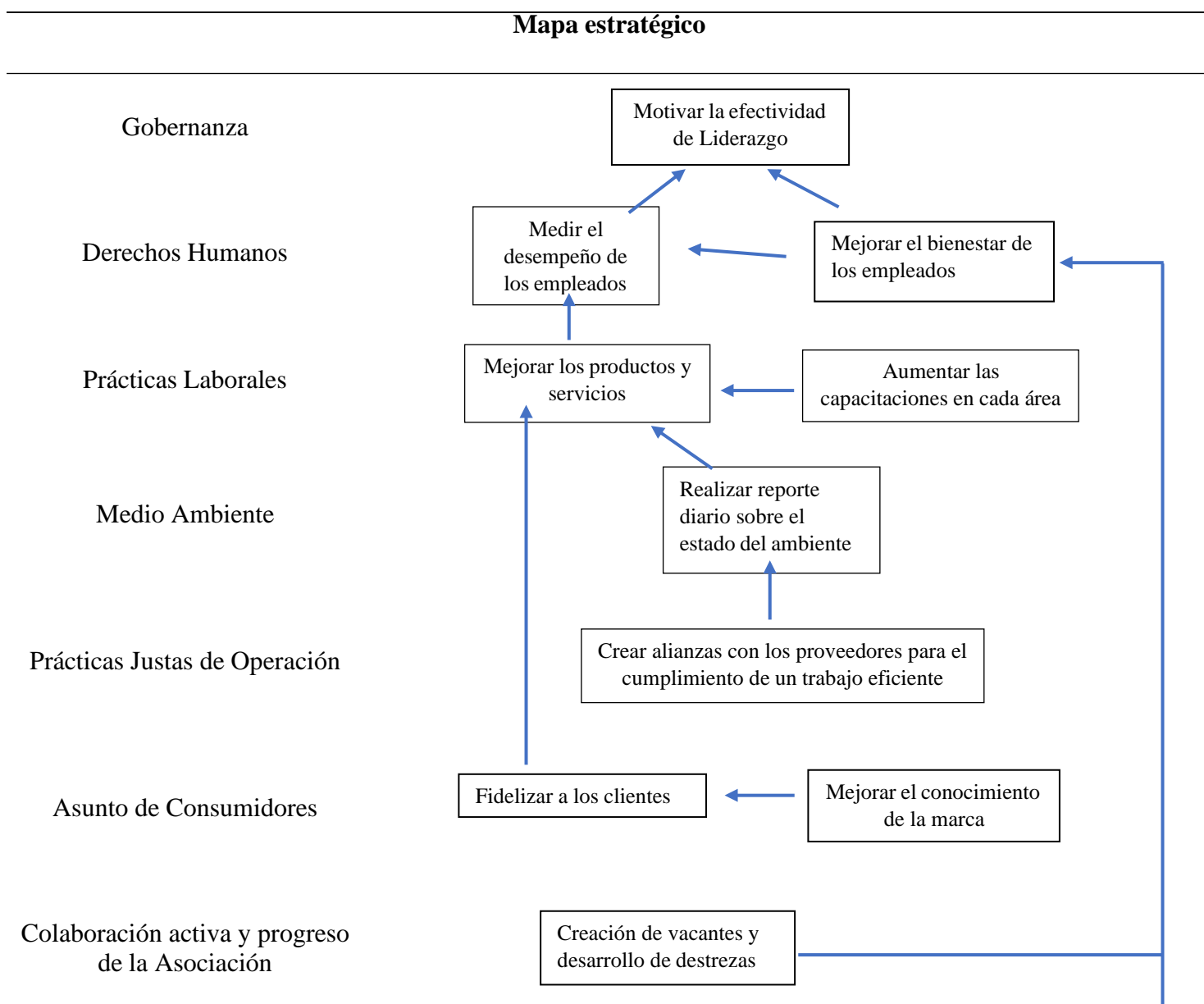
*Stakeholders*



### Mapa estratégico

Exhibimos a continuación la Tabla 3, que muestra el mapa estratégico de la microempresa creaciones y confecciones FAYENS.

**Tabla 3.**  
Mapa estratégico FAYENS



**Nota.** Las variables muestran las pautas estratégicas para la microempresa.

\*Se hace referencias a los indicadores aplicables para la excelencia.

\*se nota un mayor alcance para las apuestas proyectadas

### **Plan de mejoramiento**

Este nos indica la ejecución sobre los criterios encaminados al plan estratégico de desarrollo en el seguimiento, el cual propone diversas habilidades desde las dimensiones de responsabilidad social, haciendo uso analítico y verificado sobre los resultados alcanzados en la investigación; el equipo académico encargado de la investigación debe proporcionar a la organización una estructura sólida frente al diseño del plan de acción con información detallada sobre el diagnóstico hecho para la empresa FAYENS en la que se identifique el estado actual de esta y cuál será su propósito estratégico bajo los objetivos abordados.

**Dimensión Económica:** En cuanto al objetivo de planeación financiera y la ejecución de los objetivos se define una caracterización del presupuesto destinado y el rubro económico que se aplicará de forma estratégica, el cual va a ir destinado a la aplicación, sensibilización, promocionar y ampliar el cuidado del entorno ambiental; así como incrementar los ingresos y la rentabilidad organizacional.

**Dimensión Social:** Está dimensión a la vez realista ampliación frente a las políticas el entorno social y las prácticas ambientales que la empresa puede involucrar para promover el desarrollo de labores empresariales que disminuyan el impacto generado por los entes involucrados en los que se tiene en cuenta los Stakeholders puesto que estos ejercen influencia para el aumento social de la empresa.

**Dimensión Ambiental:** Mediante esta dimensión se define el objetivo estratégico cómo estructura principal sobre el diagnóstico de la empresa FAYENS en el que hace referencia la importancia del diseño estratégico relacionado con el uso de los residuos generados en cada proceso operacional, brindando orientación sobre el uso adecuado de reducir, reusar y reciclar, de



esta forma integrando prácticas que promuevan el desarrollo de un ambiente ecológico, haciendo uso de tanques recolectores que permitan la rápida eliminación residuos.

### Plan de acción y de seguimiento

Presentamos a continuación la Tabla 4, que nos muestra plan de acción y de seguimiento involucrando aspectos económicos, sociales y ambientales de la empresa creaciones y confecciones FAYENS.

**Tabla 4.**  
*Plan de acción y de seguimiento*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
<b>Económica</b>	Establecer el impacto en los ingresos obtenidos como colaboradores en uso, inversión y ahorro, con la implementación de la RSE a nivel interno y a nivel de pensamiento	Estrategias Corporativa – Robustecimiento de sistemas financieros como capacidad de respuesta de los ingresos para inversión y ahorro en pro de metas propias y de sus familias.	6 meses	\$ 500.000	$\frac{\text{Vinculaciones sistemas financieros realizadas}}{\text{Vinculaciones sistemas financieros deseados}} * 100$
		Asignar recursos financieros para capacitación en economía	12 meses	\$ 3.000.000	$\frac{\text{Capacitaciones en economia realizadas}}{\text{Capacitaciones en economia solicitadas}} * 100$

	con creación de empresa y valor en la entidad en que trabajan con fin de motivación y crecimiento integral.	y base de crecimiento que sean aplicados en el manejo adecuado utilizando técnicas propicias en el diseño de la gestión, que promueva el ahorro y la inversión.			
	Aumentar el impacto en las comunidades de los proyectos implementados	Estrategias cooperativas – Alianzas transectoriales para conocer los impactos sociales que genera la empresa FAYENS y la interacción del equipo humano de la microempresa.	12 meses	\$2.500.000	$\frac{\text{Cantidad de programas sociales}}{\text{N}^\circ \text{ de habitantes beneficiados}} * 100$
<b>Social</b>	con la participación de los colaboradores FAYENS a fin de acrecentar su compromiso	Integrar espacios educativos políticas ambientales integrar en	6 meses	\$1.500.000	$\frac{\text{Cantidad de actividades realizadas}}{\text{Cantidad de actividades proyectadas}} * 100$

	institucional y social.	espacios educativos las políticas ambientales utilizadas en la actualidad por los entes involucrados de Stakeholders en compromiso como trabajador y de relación colectiva.			
<b>Ambiental</b>	Analizar si con la implementación de la RSE la empresa FAYENS está mitigando los impactos generados al medio ambiente con la	Estrategias Corporativas – Promoción y fomento de la cultura del reciclaje y buenas prácticas ambientales lideradas por los colaboradores FAYENS en compromiso corporativo. Definir en el entorno laboral espacios seguros	12 meses	\$1.500.000	$\frac{\text{Cantidad de programas sociales}}{\text{N}^\circ \text{ de habitantes beneficiados}} * 100$
			6 meses	\$1.000.000	$\frac{T. \text{ de espacios adecuados en zonas ecologicas}}{T. \text{ de espacios destinados para recolectar basuras}} * 100$

---

cooperación de que permitan implementar  
todas las áreas zonas ecológicas dónde se  
involucradas con pueda reducir, reusar y  
los trabajadores reciclar los residuos  
como aprovechables y no  
compromiso aprovechables de la planta  
institucional y de física de la empresa  
entorno. FAYENS con propuestas  
articuladas por los  
trabajadores.

---

**Nota.** Las variables muestran el plan de acción y seguimiento para la microempresa.

ª Se hace referencias a los indicadores ambiental ,social y económico.

ˆ se nota un mayor alcance para las apuestas proyectadas en los escenarios desarrollados

## Conclusiones

La actividad realizada nos permite evidenciar la importancia de evaluar constantemente los procesos realizados para identificar los puntos débiles y tomar acciones necesarias para corregir o contrarrestar los problemas que se están presentando y que afectan la imagen corporativa, las acciones a tomar mejoran el sistema de gestión de la empresa y le permite estar cada día más preparada en el cumplimiento de acciones que le permitan certificar este sistema de gestión; el fortalecer procesos de la organización le permite ser más competitivo y cumplir con las recomendaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial teniendo así una marca cada día más reconocida por sus buenas prácticas empresariales.

Adicional es importante resaltar que a pesar de ser una pequeña empresa, se esmera por darles oportunidad de trabajo a las personas integrales pero involucra colaboradores con discapacidades, que demuestran sus destrezas apesar de tener una limitación, una microempresa 100% efectiva en derechos humanos y que valora en talento de la gente, con el seguimiento y paso a paso de las fase del diplomado se hizo posible abarcar temas de conceptos historia, diseño, estrategias y de recomendaciones para las áreas y los autores que día a día trabajan en la microempresa cultivando sueños y enriqueciendo la cultura textil desde su actividad con hermosos diseños y creaciones dignas de apreciar y adquirir, estos seguimientos permitieron obtener indicadores y propuestas de objetivos, destacando el acompañamiento del tutor que oriento y facilito las herramientas para hacer posible la culminación de las fases proyectadas.

## Referencias bibliográficas

- Aguilar Quiñonez, Y. & Tabra Ochoa, E. (2022, 2 agosto). Gobierno corporativo: el rol de la junta directiva en las Instituciones Financieras Intermediarias de Microfinanzas (IFIM). *Revista de Derecho*, 32, 71-105. <https://doi.org/10.5377/derecho.v1i32.14670>
- Colaboradores de Wikipedia. (2022). Gobierno corporativo+ - Wikipedia, la enciclopedia libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/Gobierno\\_corporativo](https://es.wikipedia.org/wiki/Gobierno_corporativo)
- Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las PYMES del sector metalmecánico del municipio Guacara del estado Carabobo . (2017). Edu.ve. <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/handle/123456789/4342>
- Economipedia. (s. f.). *Definición corporativismo*. Recuperado 20 de septiembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/corporativismo.html>
- Facebook - Meld je aan of registreer je. (2022.). *Facebook* [https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?type=3&\\_rdr](https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?type=3&_rdr)
- FAYENS MODA Y TEXTILES. (2022). Tienda De Ropa Para Mujeres en Neiva. <https://fayens-moda-y-textiles.negocio.site/>
- Fayens. Moda, Textiles Y Confecciones - Neiva - WorldPlaces. (2022). <https://colombia.worldplaces.me/review/88890257-fayens-moda-textiles-y-confecciones.html>

González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119.

<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>

Hoof, B. (2008). *PRODUCCION MAS LIMPIA. PARADIGMA DE GESTION AMBIENTAL*.

Casa del libro <https://www.casadellibro.com.co/libro-produccion-mas-limpia-paradigma-de-gestion-ambiental/9789701513675/1231406>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (1993) *Ley 99 de 1993*

<https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/ley-99-1993.pdf>

Ministerio de Ambiente. (2021) Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible

[https://www.minambiente.gov.co/wpcontent/uploads/2021/06/polit\\_nal\\_produccion\\_consumo\\_sostenible.pdf](https://www.minambiente.gov.co/wpcontent/uploads/2021/06/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf)

Miriam, L., & Patigño, D. (2007). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ENFOQUE ESTRATÉGICO Y DE CREACIÓN DE VALOR* . Edu.co.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morales, M. H. (2022). *SECTOR TEXTIL, CONFECCION, DISENO Y MODA*. prezi.com.

<https://prezi.com/vahbjp79eevg/sector-textil-confeccion-diseno-y-moda/?frame=002d2f7ceaebfdbc59395d6d2761f7b6cd064937>



Rigola, Miquel. (1999) PRODUCCION + LIMPIA casadellibro.

<https://www.casadellibro.com/libro-produccion--limpia/9788449700729/642272>


## Apéndice

### Formato de Recolección de Información

Figura 13.

*Formato de Recolección de Información*

**Entrevista Creaciones y Confecciones *fayens***



Nombre completo: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

- 1) **¿Qué tan importante es para usted conocer el número de beneficiarios que tiene por año su empresa?**
  - a) Importante
  - b) Poco importante
  - c) Indiferente
- 2) **En general, ¿Con qué frecuencia la empresa brinda oportunidad laboral a personas con discapacidad?**
  - a) Anualmente
  - b) Semestralmente
  - c) Rara vez
  - d) Nunca
- 3) **¿Con qué frecuencia la empresa contrata personal?**
  - a) Anualmente
  - b) Semestralmente
- 4) **¿Con qué periodicidad la empresa realiza campañas ambientales de educación y socialización?**
  - a) Semestralmente
  - b) Mensualmente
  - c) Semanal
  - d) Rara vez
- 5) **¿Con qué periodicidad la empresa realiza actividad para promover el respeto y garantía de los derechos para con sus trabajadores?**
  - a) Semestralmente
  - b) Mensualmente
  - c) Anualmente
  - d) Todos los días
- 6) **¿La empresa realiza programas que garanticen el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?**
  - a) Semestralmente
  - b) Mensualmente
  - c) Anualmente
  - d) Todos los días
- 7) **¿Qué tipo de programas ha implementado la empresa para garantizar el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?**
  - a) Reutilización de material reciclable
  - b) Ahorro de energía
  - c) Separación y/o manejo de residuos sólidos
  - d) Siembra de arboles
- 8) **¿Qué tipo de programas promueve la empresa para el desarrollo económico y social de la región?**
  - a) Apoyo a organizaciones sociales
  - b) Apoyo a líderes comunitarios
  - c) No promueve.
- 9) **¿De qué manera atiende la empresa las quejas y reclamos del cliente?**
  - a) Buzón de PQRS.
  - b) Oficina de atención al cliente.
  - c) Línea telefónica PQRS.
  - d) Correo electrónico PQRS.
- 10) **¿Qué tipo de medios utiliza la empresa para el manejo de la información?**
  - a) Oficina de comunicaciones
  - b) Página web
  - c) Redes sociales
  - d) Ninguno