

## **Plan estratégico Empresa Seguros del Estado**

Ana Lorena Arias Vargas

José Romero Fula

Laura Yesenia Pedrao

Sandra Milena Gamba Franco

Albert Olarte

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de empresas

2022

## **Plan estratégico Empresa Seguros del Estado**

Ana Lorena Arias Vargas

José Romero Fula

Laura Yesenia Pedrao

Sandra Milena Gamba Franco

Albert Olarte

Tutora

Nathaly Johana Rincón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de empresas

2022

## Resumen

Dentro de la configuración empresarial nos encontramos con que las organizaciones además de tener una estructura de liderazgo y acciones orientadas a la producción, así como también el hecho de orientar cada una de estas acciones a normativas medioambientales preestablecidas con el estándar ISO. De acuerdo a lo anterior, el presente plan de desarrollo estratégico busca establecer una serie de referencias, estrategias y acciones que conduzcan a los principios de la RSE en la empresa de seguridad Seguros del Estado, mediante dicho plan se busca establecer un protocolo de acción donde se conceptualice en una primera instancia los fines y objetivos de la RSE, del mismo modo, comprender la importancia de la producción limpia dentro de las organizaciones, el desarrollo del marco institucional, los objetivos y fines del plan estratégico, así como también el mapeo de todas las acciones que deben emprenderse desde el circuito de stakeholders, empleados, empresarios y directiva de la organización a fin de validar el plan que cumpla “Responsabilidad Social Empresarial” e influencia dentro del espacio físico actuante.

***Palabras clave:*** estrategia, responsabilidad empresarial, normas, RSE.

### **Abstract**

Within the business configuration, we find that organizations, in addition to having a leadership structure and actions oriented towards production, “as well as the fact” of directing each one of these actions to pre-established environmental regulations with the ISO standard. In accordance with the above, this strategic development plan seeks to establish a “series of references, strategies and actions that lead to the principles of CSR” in the insurance company Seguros del Estado, through said plan it seeks to establish an action protocol where In the first instance, the aims and objectives of CSR are conceptualized, in the “same way, to understand the importance of clean production within organizations, the development of the institutional framework, the objectives and aims of the strategic plan”, as well as the mapping of all the actions that must be undertaken from the circuit of stakeholders, employees, businessmen and management of the organization in order to validate the plan that meets the true purpose of “Corporate Social Responsibility” and influence within the acting physical space”.

***Keywords:*** strategy, corporate responsibility, standards, SRE.

## Tabla de Contenido

Conceptualización.....	9
Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico. ....	9
RSE.....	9
Poster Gobierno Corporativo. ....	14
Producción limpia y el consumo sostenible .....	14
Aplicación.....	18
Marco institucional.....	18
Diagnóstico.....	23
Instrumentos de diagnóstico. ....	23
Resultados obtenidos.....	27
Gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial.....	27
Mapa de stakeholders. ....	40
Árbol de problemas .....	41
Árbol de objetivos: .....	42
Mapa de estrategias. ....	43
Plan de Mejoramiento .....	44
Plan de acción y de seguimiento .....	45
Conclusiones .....	49
Referencias Bibliográficas .....	50
Anexos .....	54

**Lista de tablas**

Tabla 1. Marco institucional .....	18
Tabla 2. Instrumento del Diagnostico Seguros del Estado .....	24
Tabla 3. Plan de acción y de seguimiento .....	45

### Lista de figuras

Figura 1. Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico .....	9
Figura 2. continuación Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico .....	9
Figura 3. Poster Gobierno Corporativo.....	14
Figura 4. Logo Seguros del Estado .....	18
Figura 5. Organigrama Seguros del Estado .....	21
Figura 6. Pregunta N°1 .....	27
Figura 7. Pregunta N°2 .....	28
Figura 8. Pregunta N°3 .....	28
Figura 9. Pregunta N°4 .....	29
Figura 10. Pregunta N°5 .....	29
Figura 11. Pregunta N° 6 .....	30
Figura 12. Pregunta N°7 .....	31
Figura 13. Pregunta N°8 .....	31
Figura 14. Pregunta N°9 .....	32
Figura 15. Pregunta N°10 .....	33
Figura 16. Pregunta N°11 .....	33
Figura 17. Pregunta N°12 .....	34
Figura 18. Pregunta N°13 .....	34
Figura 19. Pregunta N°14 .....	35
Figura 20. Pregunta N°15 .....	36
Figura 21. Pregunta N°16 .....	36
Figura 22. Pregunta N°17 .....	37
Figura 23. Pregunta N°18 .....	37
Figura 24. Pregunta N°19 .....	38
Figura 25. Pregunta N°20 .....	39
Figura 26. Mapa de stakeholders. ....	40
Figura 27. Árbol de problemas Seguros del Estado.....	41
Figura 28. Árbol de objetivos Seguros del Estado.....	42
Figura 29. Mapa estratégico Seguros del Estado .....	43

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Formular estrategias para la empresa seguros del estado, sobre la “RSE y normativa ISO 26000” y de esta manera garantizar la sostenibilidad empresarial en el tiempo.

### **Objetivos Específicos**

Aumentar en un 85% el conocimiento por parte de los empleados, mediante capacitaciones (1 por mes) donde se traten temas de RSE, logrando así que el 100% de los colaboradores tengan plena idea del tema.

Realizar cronograma para socializar temas relacionados, con programas de Responsabilidad social en un 80% de los trabajadores.

Incrementar en un 70% los aportes de la empresa en materia de políticas de aporte ambiental a la comunidad logrando así conciencia ambiental



## Conceptualización

### Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico.

Link: <https://www.timetoast.com/timelines/2810705>

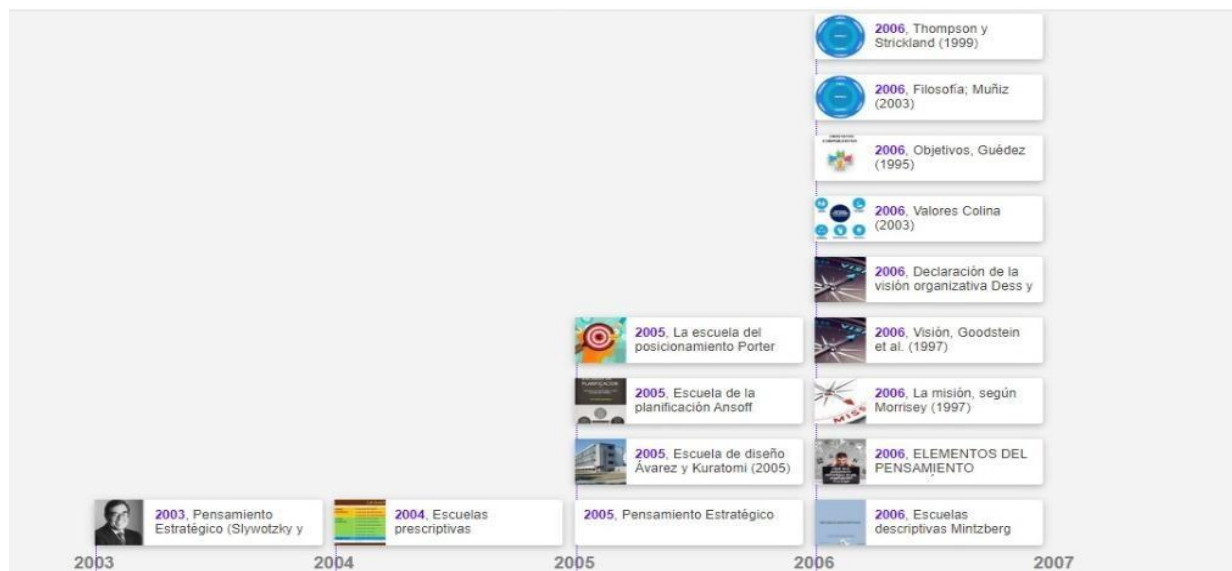
#### Figura 1.

*Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico.*



#### Figura 2.

*continuación Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico.*



## RSE

El desarrollo siempre trae consigo riesgos y falencias en el mismo proceso, generando iniciativas que favorecen a un grupo significativo de personas, pero también trae afectaciones importantes para otras, que de alguna forma nos dice que la “RSE” se enfrenta a una serie de retos en el sector y cómo esto influye a gran escala en el cumplimiento de los compromisos.

Es importante reconocer los diversos elementos de la RSE, la cual partirá de los diversos criterios, entorno realidad en la cual se desarrollan los stakeholders de tal forma que se logre una razón del por qué se realiza o se toma la decisión de hacer las acciones, de esta forma se logra reconocer la identidad y sostenibilidad partiendo de “la importancia de la RSE como principio activo dentro del segmento de actividades que desarrolla una organización, sin embargo se debe tener en cuenta la cadena de valor la cual es la herramienta por la cual se evaluara elementos como: debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas, de tal forma que se tenga el punto de partido para la toma de decisiones por cuanto a los mecanismos para accionar y tomar decisiones, así como ejecutar para el desarrollo sostenible”.

De igual manera se debe estar centrado en los grupos de interés directos a trabajar dado que es el enfoque en el cual transcurre el desarrollo de la RSE con cada uno de sus participantes así que las relaciones permiten generar elementos como: confianza, ética cultural, valores, comunicaciones dialogo.

Cada uno de estos elementos hacen parte de la forma de superar cada uno de los desafíos con el fin de la construcción de acuerdos socialmente sostenibles y responsables desde las aplicaciones de acciones comunes, así que partiendo de esta responsabilidad se debe analizar dimensiones como: económica interna externa. Social interna y externa. Social cultural, política, ecológica. Por lo tanto, del estudio de estas dimensiones se reconocer líneas estrategias las cuales incluyen aquellos elementos subjetivos dentro de los cuales se encuentran: ética y gobernabilidad, calidad de vida (social bienestar) compromiso con las comunidades y cuidado del medio ambiente.

La RSE no solo esta direccionada a la empresa si no a su capital humano con garantías dignos y aportantes a la calidad de vida individual social y ecológica. Por consiguiente, esta esta

responsabilidad es más un compromiso frente a una actividad estratégica mediante prácticas honestas con un valor agregado.

Dentro de sus características más apreciadas se puede reconocer comprende visión integral de la forma de negocios mediante la creación de un valor agregado y con beneficio económico, ambiental social.

Por consiguiente, cada decisión está enmarcada con la armonía de actores involucrados, sin embargo, esta estrategia reduce costos mediante la optimización de procesos genera un crecimiento innovaciones, mejorando la imagen y presentación de la empresa u organización.

Es en este punto donde tiene una aparición importante el pensamiento estratégico, y como su desarrollo a lo largo de todos estos años, permiten que desde el inicio las empresas en su gestión tengan en cuenta la mitigación, reducción de elementos que puedan generar algún tipo de daño, esto para que sea tenido en cuenta en países en vía de desarrollo.

De acuerdo a francés (2016) en su escrito titulado “el pacto entre los negocios y la sociedad”, este manifiesta que para hacer necesario el desarrollo autosustentable, es necesario poner “los cimientos para un crecimiento económico sostenible, incluyente, armónico y respetuoso con valores humanos y sociales”.

Por otro lado, otro del consolidado de autores que resalta dicha premisa es a través del llamado Libro Verde (2005), donde se hacer referencia a las aproximaciones sociales que debe llevar a cabo de forma plena dentro “de las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir más en capital humano” (p. 13).

Es por tal motivo que Jana (2013), también hace mención a la profundización de una serie de aspectos formativos del ser, dentro de los cuales destaca que para aplicar una serie de métodos orientados al cambio sostenible deben ser precedidos por medio de “una serie de

iniciativas que propendan el comportamiento ético, transparente y loable deben contribuir sobre el desarrollo social, cumplir las respectivas expectativas de forma coherente a la normativa del comportamiento socio-crítico” (p. 23).

A su vez dentro del marco del desarrollo sostenible la premisa mayor es “producir bienes y servicios responsables, que cumplan su función como lo indican, que compensen las necesidades de la sociedad y no sólo de las empresas, provocando bajo prácticas dignas y de eficacia, con materia prima no dañina, pagada a precio justo, en condiciones higiénicas saludables, con respeto el medio ambiente, impulsando el desarrollo de la comunidad con la creación de empleos con sueldos justos, con condiciones de trabajo dignas y enriquecedoras, que incluyan la diversidad de género, étnica y personas con diversidad funcional” (Visaya, 2014, p. 37).

Donde además, todo ello debe ir enmarcado en función de los dictámenes de la Comisión Europea (2014), el cual propone que, “todos aquellos principios de RSE en todas las organizaciones deben ir más allá de los deberes legales, tienen que ver con el alcance de objetivos éticos, donde impulsen la cultura autosustentable desde la labor en las comunidades y permitan que las iniciativas hagan compendio de la labor empresarial con las comunidades, siendo socialmente responsables impulsando la producción de bienes y servicios”.

A lo que, Ysaya (2015) puntualiza además que “la sostenibilidad se enfoca en desarrollar estrategias que ayuden a reducir los costos en materias primas normalmente contaminantes y así aumentar ingresos, además de esto la sostenibilidad se considera como un factor clave en el crecimiento de nuevos mercados con la vista puesta en la recuperación económica sostenible” (p. 23).

A lo que, se puede interpretar como una emergencia, ya que “la necesidad de que las empresas se hagan sostenibles a nivel mundial es creciente ya que el impacto ambiental es muy grave y se están consumiendo los recursos naturales rápidamente” (Ysaya, 2015, p. 25).

Y es que, de manera precisa, algunas de las demandas de organizaciones como la ONU, la OIT y la OCDE sobre la gestión y normativas para el impulso de las normas de gestión de GRI, dentro los cuales se busca establecer que todos aquellos “indicadores propuestos por Instituto Ethos, Down Jones Sustainability Indexes, Good Corporation, Marco general de INCAE; los balances sociales, informes de resultados, memorias de sostenibilidad o balances integrados, lo importante es que se rinda cuenta institucional de la gestión económica, social y ambiental de la compañía”.

Ante estas emergencias, lo expuesto por Malavé y Piñango (2012), establece que cada uno de los “roles que deba asumir el gerente o líder de la estrategia deben estar claramente descritos en pro de la innovación, el desarrollo, el consenso y la reciprocidad en proceso donde se les pueda dar mayor estabilidad y control a todo aquello que pueda ser programado” (p. 691).

## Poster Gobierno Corporativo.

Figura 3.

Poster Gobierno Corporativo

**EL GOBIERNO CORPORATIVO**

Es el marco de normas y prácticas, qué se refiere a las estructuras y procesos para la dirección de las compañías por el cual un consejo de administración asegura la rendición de cuentas, la equidad y la transparencia en la relación de una empresa con todas las partes que se encuentran interesadas.

**SE ENTIENDE** En concreto, establece las relaciones entre la junta directiva, el consejo de administración, los accionistas y el resto de partes interesadas, y estipula las reglas por las que se rige el proceso de toma de decisiones sobre la compañía para la generación de valor.

**EVOLUCION** En los últimos años, y más concretamente a raíz del inicio de la crisis financiera, la comunidad internacional ha comprendido la importancia que tiene que las sociedades cotizadas sean gestionadas de manera adecuada y transparente.

**CARACTERISTICAS**

El gobierno corporativo trae muchos beneficios a las organizaciones permitiendo mejorar la administración del riesgo, facilitando el acceso al mercado de capitales, promueve el aumento de liquidez, permite la reducción de costos de capital, entre otros.

- Control de actividades económicas.
- Promover el liderazgo.
- Administrar con integridad, eficiencia y transparencia.
- Establece objetivos estratégicos
- Cumplir con el modelo de negocio diseñado para satisfacer la estrategia.

**APORTES AL BIENESTAR HUMANO**

- Acceso a financiación.
- Gestión de riesgos
- Acciones generadoras de beneficios económicos y sociales.
- Crecimiento y estabilidad de las empresas.

Permite la puesta en marcha de acciones y su monitoreo y la protección para los asociados, clientes, proveedores, inversionistas, directivos y en general, todos los usuarios interesados (stakeholders).

Se fortalecen y mejoran aspectos claves para las empresas y la sociedad, como las buenas prácticas, la confianza, el compromiso, la participación, la comunicación y la transparencia

**PRINCIPIOS BÁSICOS**

- Eficiencia
- Equidad
- Cumplimiento responsable
- Transparencia

Grupo: 101008\_12  
Diplomado De Profundización En Gerencia Estratégica Y Responsabilidad Social Empresarial

## Producción limpia y el consumo sostenible.

Desde la perspectiva de la relación con la gestión organizacional.

“Los objetivos del desarrollo sostenible” ODS de acuerdo a su primer a versión en 1992 buscaron impulsar nuevos mecanismos para incentivar la producción y el consumo responsable, teniendo en cuenta las precariedades del mundo actual y cómo éstas han ido evolucionando de forma gradual con procesos como la inserción de amplias tecnologías en diferentes “ámbitos de la vida diaria” y que además han sido fundamentadas por la debilidad del hombre de generar procesos industrializados que estén a la mano o al servicio de la producción sin tener en cuenta las consecuencias de ello.

Por esta razón, (Cruz, 2013), ha señalado que ODS fueron creados a partir de la necesidad de entender los diferentes contextos vulnerables que se presentan en el mundo actual como consecuencia del abuso y la “explotación de los recursos naturales”, además de la falta de políticas de sensibilización sobre el uso del agua, la energía eléctrica y otros elementos que como seres humanos necesitamos día con día para poder sobrevivir. Entendiendo que el consumo puede ser parte del problema principal que es la vulnerabilidad ambiental, tampoco debemos omitir el hecho de aspectos como la pobreza, la caza furtiva, la destrucción de áreas naturales para generar mayor cantidad de procesos industrializados que lleven a otro nivel el consumo.

Por tanto, para paliar esta situación, se necesita visionar de una nueva perspectiva el enfoque de consumo y la producción, en base al desarrollo sostenible como lo plantean los ODS, que, de alguna forma asumen que el “ciclo de vida de los productos y servicios” que son ofrecidos al consumidor deben estar fundamentados en la generación de políticas que logren un margen de estabilidad en cuanto a sostenibilidad económica, social, ambiental, en materia de producción de otros rubros, teniendo en cuenta que el objetivo a corto plazo es: generar medidas de regulación social y ambiental que puedan dar pie a una producción más limpia por García (1962) y basado en el trabajo de Cruz (2013).

Lo anterior entonces, obedece a una serie de soluciones de carácter operativo donde se deben abordar diversas soluciones desde lo táctico, entendiendo que la implementación de políticas que establezcan una producción sostenible y limpia deben ir desde la estructura más pequeña hasta la más grande, a fin de establecer en un primer momento la gestión en cadena de los suministros que se emplean para el “proceso producto, la administración y gestión de los desechos, la valoración de la cadena de valor, la concepción del ciclo de la vida, la innovación y normativas de carácter ecológico” (Cruz, 2013).

Ante ello, la premisa sobre la organización de las empresas a impulsar estos mecanismos que lo que buscan a la larga es el “mejoramiento de las condiciones de vida” sin aumentar la degradación medioambiental, sin tampoco comprometer los recursos de las otras generaciones, además que se permite la desvinculación del crecimiento económico por medio de la degradación del medio ambiente a través de la reducción de la energía y la extracción de minerales, así como también la aplicación de un nuevo enfoque que permita un “efecto retorno”, que para Cruz (2013) prima sobre “el consumo se construye de la racionalidad integral y comunicación de la sociedad, que tienen unos principios dados por un desarrollo cultural y determina que es un proceso sociocultural dado por la expansión capital enfocada a unas necesidades individuales. En su proceso de investigación muestra los consumidores y los ciudadanos que hacen parte de una cultura y desarrollo generados por la economía dependiendo de su situación y lugar donde vive” (p. 28).

De alguna manera, la producción es proporcional a lo que las organizaciones buscan producir, dicho margen está anclado a las necesidades de consumo y producción que a su vez no son cónsonas con la realidad que estamos viviendo ni tampoco forman parte de la satisfacción de necesidades de una economía y producción verde.

A esto entonces se dice que el problema principal que radica en “el tema ambiental se convierte en interés público a nivel internacional hace escasos treinta años, como uno de los elementos fundamentales del bienestar y desarrollo universal. su importancia, en la década de los sesenta en los países desarrollados, se da a raíz de los impactos negativos del crecimiento económico, que conlleva graves consecuencias para la calidad de vida, el soporte de ecosistemas y la disponibilidad de los recursos” (Rodríguez, 2004, p. 55)



La legislación referente a la Responsabilidad Social Empresarial, se presente en ámbitos tanto nacionales como internacionales, esto se evidencia en nuestro país en la ley 70 de 2010 donde el objeto de esta ley es “es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales”.

Internacionalmente se conoce el concepto de Desarrollo sostenible nace de manera pública en “Informe Brundtland” publicado en 1987 en la Naciones Unidas, en este informe se trata “el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental”, el propósito fundamental era exponer que el avance que ha vivido la sociedad se ha dado generando un costo muy alto en el medio ambiente y la necesidad de replantear las políticas de desarrollo económico de manera global, por estas y otras intervenciones, como la “Declaración de Río sobre el medio ambiente” y desarrolla en junio de 1992, donde se reafirmó la declaración que había sido realizada en Estocolmo en junio de 1972 que trato sobre medio humano, siendo esta tomada como base para el desarrollo y la importancia del desarrollo sostenible, una de las normas más conocidas es la ISO 26000 “nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible”.

## Aplicación

### Marco institucional

**Tabla 1.**

*Marco institucional*

**Nombre de la  
empresa**

**Seguros Del Estado S.A**

**Figura 4.**  
*Logo Seguros Del Estado*



**Sector**

“Seguros del Estado” se presenta en su página web como “una empresa que cuenta con una amplia experiencia y especialización en la suscripción de Seguros de Cumplimiento, Automóviles, Responsabilidad Civil, Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, Daños Materiales, Maquinaria y Equipo, Accidentes Personales, Vida Individual y Grupo”. Además de que buscan perseguir como objetivo fundamental "la protección del patrimonio de todos los colombianos mediante una serie de productos acorde a los riesgos que puedan afectarles", cuentan además con un sistema de respaldo multinacional de primer orden. Dentro de sus productos y servicios que cuenta la empresa se tiene:  
Seguros de salud.

Seguros automotores.

Seguros de prestación de servicio.

Seguros de bienes e inmuebles.

Para Seguros del Estado, lo importante en el proceso es amplificar de manera acelerada la cobertura, ya que se cuenta con una presencia magnificada en 23 ciudades y se cuenta con alrededor de “4.000 agentes independientes, agencias y corredores, quienes cuentan con un amplio conocimiento de nuestros productos”.

**Ubicación**

Carrera 10 #21-33, Edificio San Francisco Plaza, Tunja, Boyacá.

**Misión**

“Satisfacer las diferentes necesidades de protección de la vida y patrimonio de los colombianos y sus empresas, ofreciendo confianza y tranquilidad a nuestros clientes, atractiva rentabilidad a nuestros accionistas y progreso y seguridad a nuestros colaboradores” (Seguros del Estado, 2022).

**Visión**

“Ser una de las empresas más sólidas y eficientes del sector asegurador colombiano, manteniendo liderazgo en los ramos de Seguros Generales y de Personas, a través de excelencia en el servicio a nuestros clientes mediante procesos de transformación digital” (Seguros del Estado, 2022).

**Valores**

“Respeto”

“Lealtad”

“Rectitud”

“Honestidad”

“Transparencia”

“Igualdad”

“Disciplina”

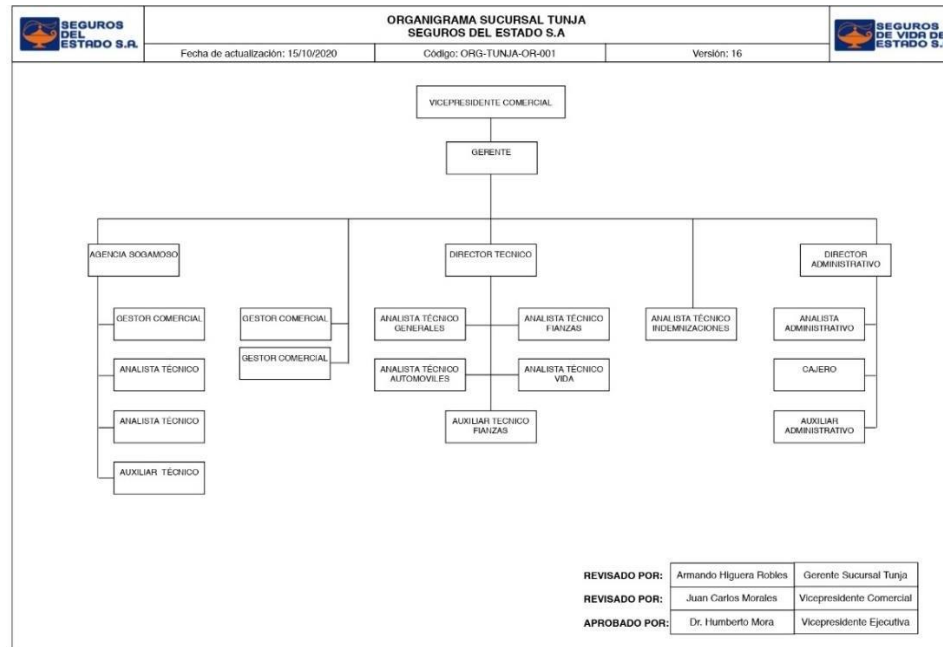
“Responsabilidad”

(“Seguros del Estado”, 2022).

**Estructura organizacional**

De acuerdo a “Seguros del Estado” (2022), se dice que “en Seguros Del Estado y Seguros De Vida Del Estado mantenemos una focalización exclusiva hacia nuestros clientes, todos los esfuerzos a nivel de investigación de mercados, creación de productos, actualizaciones tecnológicas buscan desarrollar productos y/o actualizar los que están vigentes con el propósito de satisfacer las necesidades de cobertura de los colombianos, mediante una excelente prestación de servicio tanto en la oficina principal como en las sucursales a nivel nacional. Tal propósito se ha buscado mediante la adecuación de nuestros centros de negocios y una continua capacitación de todos los colaboradores de la organización”.

**Figura 5.**  
*Organigrama Seguros del Estado*



**Proceso de  
planificación  
actual de la  
microempresa**

Una vez definido los objetivos, el paso a seguir es identificar las diferentes opciones que tiene la empresa para alcanzar sus objetivos. El análisis de ésta admitirá establecer “las opciones estratégicas, dentro de las cuales serán escogidas aquellas que han de constituir los proyectos estratégicos que completarán el plan estratégico de Seguros Bolívar.

La teoría administrativa examina diversos tipos de metodología para la identificación de opciones estratégicas, siendo éstas las siguientes”:

- a. Alternativas estratégicas
- b. Análisis vectorial de crecimiento
- c. Análisis del portafolio de productos

**Diagnóstico.*****Instrumentos de diagnóstico.***

El instrumento de “diagnóstico” empleada para la empresa “Seguros del Estado” está basado en la encuesta, esta encuesta permitirá dilucidar las diferentes políticas que adopta la institución para generar sus servicios y que tiene como objetivo descentralizar lo relacionado en materia de servicios.

**Tabla 2.***Instrumento del Diagnostico Seguros del Estado.*

<b>Material fundamental o variables</b>	<b>Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental</b>	<b>Preguntas (10 a 15 en total)</b>	<b>Instrumento y población objeto de estudio</b>
<b>Gobernanza de la organización</b>	Las políticas de transparencia y ética en sus procesos se encuentran debidamente delimitada en cuanto a la rendición de cuentas y cumplimiento de metas establecidas previamente	¿Cuenta la empresa con procesos claros, que conlleven a la correcta rendición de cuentas?	Dirigida a directivos de la organización de Seguros del Estado seccional Tunja Boyacá
<b>Derechos humanos</b>	La dignidad como base principal de los derechos humanos, dentro de las políticas de gobernabilidad	¿Cuenta la organización con políticas claras, en cuanto a la aplicación y respeto de los derechos humanos de sus colaboradores internos y externos de la organización?	Dirigida a recursos humanos y colaboradores que hacen parte de la organización
<b>Prácticas laborales</b>	Sus prácticas laborales se encuentran acorde a sus lineamientos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Existen canales claros de comunicación y participación dentro de la organización, donde se puedan expresar y promover actividades de mejora?</li> <li>2. ¿considera que sus políticas de bienestar son claras?</li> </ol>	Dirigida a todos los rangos laborales dentro de la organización



<b>Medio ambiente</b>	La organización cuenta con políticas claras en cuanto al desarrollo sostenible y aporte a la sostenibilidad	<p>3. ¿El desarrollo de su trabajo le permite vivir con dignidad?</p> <p>1. ¿La organización promueve el desarrollo de la libre personalidad sin juzgamientos dentro de la organización?</p> <p>2. ¿Conoce si la empresa cuenta con políticas de aporte al ambiente y su comunidad?</p>	Dirigida a colaboradores de la organización
<b>Práctica justa de operación</b>	Las relaciones laborales se basan en respeto, trato digno y ético, tanto interno como relación externa con la organización	<p>1. ¿Cuenta la empresa con políticas claras de competencia leal?</p> <p>2. ¿Considera que hay competencia leal con las otras organizaciones que se encuentran en mismo rubro?</p>	Dirigida a colaboradores de la organización de Seguros del Estado seccional Tunja Boyacá
<b>Asuntos de consumidores</b>	Cuenta con políticas que sean aplicables en cuanto al trato justo en precio y calidad de los consumidores y el aporte a un desarrollo sostenible	<p>1. ¿Considera que los servicios ofrecidos por la organización son justo en cuanto costo beneficio, con sus consumidores?</p> <p>2. ¿Es fácil adquirir los servicios que la organización ofrece?</p>	Dirigida a colaboradores de la organización de Seguros del Estado seccional Tunja Boyacá

**Participación  
activa y  
desarrollo de la  
comunidad**

El impacto de la empresa, dentro de su comunidad aporta bienestar a la misma, cumpliendo con políticas de bienestar externo e interno

3. ¿Considera que su publicidad y marketing son honestos con los consumidores?
4. ¿Considera que existe el trato responsable a la información obtenida por parte de los consumidores?
1. ¿Conoce de programas que la organización ofrezca a la comunidad, frente a la inteligencia vial?
2. ¿Considera que luego de adquirir uno de sus productos o servicios, el consumidor puede acceder a los beneficios de manera ágil?

Dirigida a colaboradores de la organización de Seguros del Estado seccional Tunja Boyacá

Fuente: Gamba, (2022).

## Resultados obtenidos

### *Gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial*

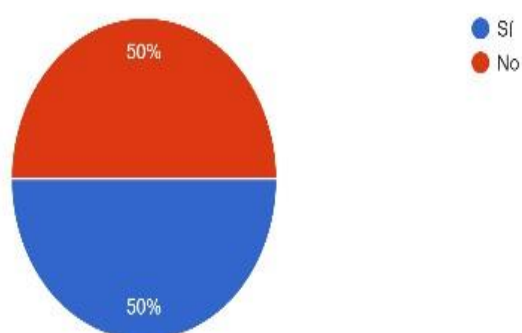
El presente instrumento se aplica en la Oficina de Seguros de Estado, seccional Tunja Boyacá, con el fin de saber si la organización cuenta con políticas de responsabilidad social empresarial y si sus colaboradores conocen de ellas

#### **Figura 6.**

##### *Pregunta N°1*

¿cuenta la empresa con procesos claros, que conlleven a la correcta rendición de cuentas?

20 respuestas



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados de la Empresa seguros del estado, el 50% conocen los “procesos de rendición de cuentas de la organización” y así mismo el otro 50% no tiene conocimiento del tema.

**Análisis:** Se puede evidenciar que, aunque el 50% conoce el proceso el otro 50% no lo conoce, por lo que es una cifra elevada de desconocimiento de este proceso

**Figura 7.***Pregunta N°2*

Si la respuesta anterior es si, por favor indique a continuación cuales conoce

10 respuestas

Ante la junta directiva
Ante los propietarios, pues esta empresa es privada
Lo hacen ante la junta de dueños
No lo se
Se hacen en reunion de directivos y accionistas
Es privada y se hace con los directivos y accionistas
Input de gastos e insumos, control presupuestal, proceso de auditoria
El proceso mas claro, es que hacen reunión entre accionistas y junta directiva, pero esta se reliza privada
Ante la junta directiva y luego a los accionistas, de manera privada

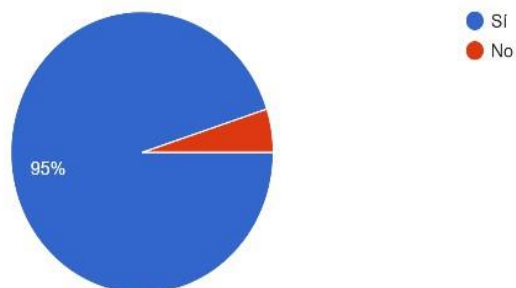
**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados el 8% tienen conocimiento sobre los procesos de rendición de cuentas, el 2% respondieron explícitamente que no saben y el 50% no respondieron

**Análisis:** Se evidencia que el 20% tiene claro que la rendición de cuentas se realiza frente a la junta directiva y de accionistas, por lo que es un alto porcentaje de desconocimiento en cuanto a la rendición de cuentas

**Figura 8.***Pregunta N°3*

¿Considera que luego de adquirir uno de sus productos o servicios, el consumidor puede acceder a los beneficios de manera ágil?

20 respuestas



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados el 95% que es ágil la atención luego de adquirir un producto o servicio de la empresa, mientras que el 5% considera que no lo es

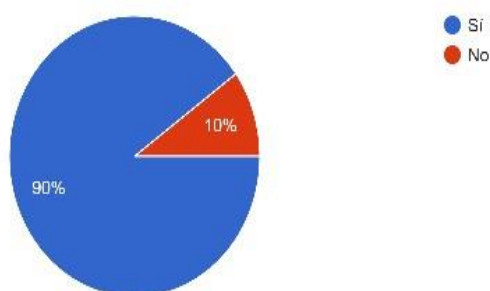
**Análisis:** Se puede evidenciar que la mayoría de los trabajadores están de acuerdo con la agilidad de la atención luego de adquirir un servicio o producto con la empresa, lo que demuestra la perspectiva desde los trabajadores respecto de la responsabilidad que tiene la empresa

### Figura 9.

#### Pregunta N°4

¿Cuenta la organización con políticas claras, en cuanto a la aplicación y respeto de los derechos humanos de sus colaboradores internos y externos de la organización?

20 respuestas



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados, 90% de considera que la organización cuenta con políticas claras en cuanto a la aplicación y respeto de los derechos humanos, mientras que el 10% considera que no es así

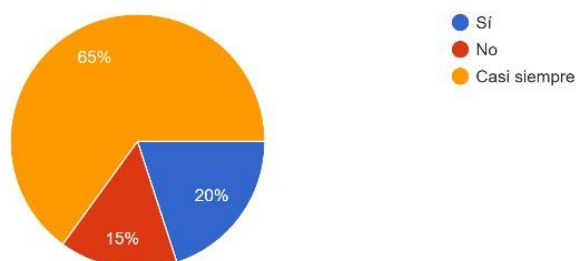
**Análisis:** “Se evidencia que la mayoría de los encuestados”, conocen de manera clara la aplicación política de respeto y derechos humanos dentro de la organización, sin embargo, el 10% no las conoce por lo que este porcentaje se podría reducir.

### Figura 10.

#### Pregunta N°5

¿Existen canales claros de comunicación y participación dentro de la organización, donde se puedan expresar y promover actividades de mejora?

20 respuestas



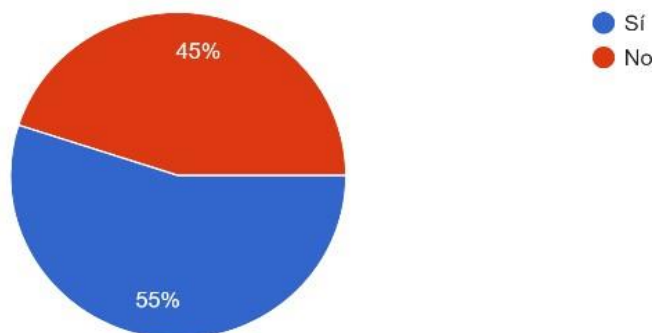
**Interpretación:** De 20 trabajadores encuestados, respecto de la claridad en los canales de comunicación y participación el 20% considera que, si lo pueden hacer, el 65% considera que casi siempre lo pueden hacer y el 15% que no lo pueden hacer

**Análisis:** Se puede evidenciar que la mayoría de los trabajadores conocen los canales de comunicación en su trabajo, donde pueden expresar y promover actividades de mejora, así mismo se encuentra un porcentaje en el que expresan que no existen canales de comunicación, por ende, no se presentan exposición de actividades de mejora.

### Figura 11.

Pregunta N° 6

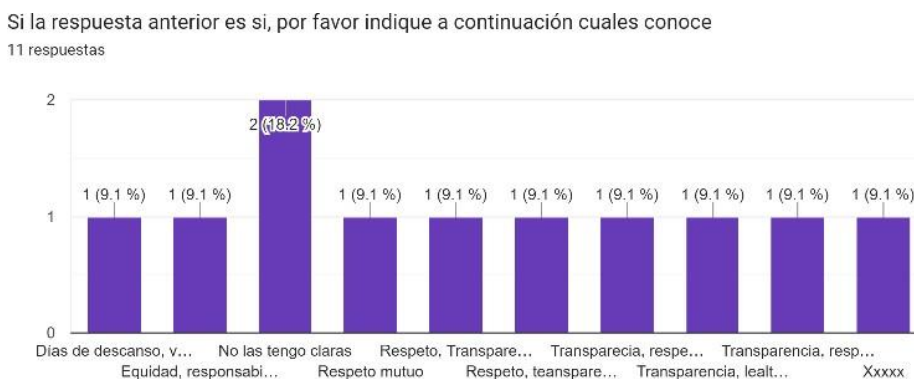
¿considera que sus políticas de bienestar son claras?  
20 respuestas



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados, el 55% considera que las políticas de bienestar son claras, mientras que el 45% las desconocen

**Análisis:** Se puede evidenciar que para más de la mitad encuestados las políticas de bienestar son claras, sin embargo, el número de trabajadores que no tiene clara las políticas de bienestar es muy alto, siendo un tema importante dentro de la organización.

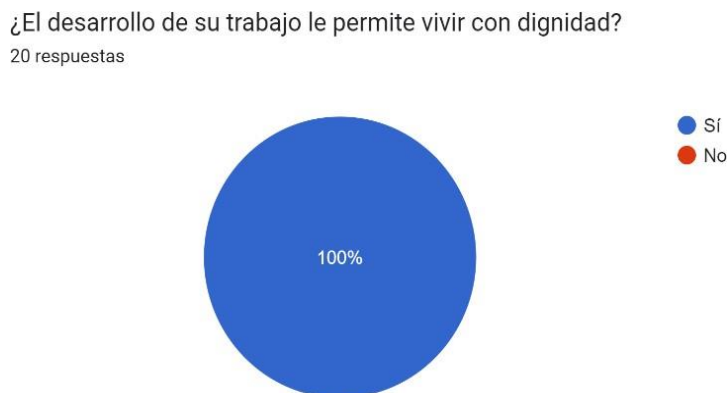
**Figura 12.**  
Pregunta N°7



**Interpretación:** De acuerdo a las 11 respuestas, tenemos que el 18.2% no tiene clara las políticas de bienestar y un 9.1% en igual proporción tienen presente algunas de las políticas con las que cuenta la empresa

**Análisis:** Podemos identificar que a pesar que 9 personas identifican algunas de las políticas de bienestar estas no son claras y con un buen trabajo dentro de la organización se puede aumentar el porcentaje de claridad de las mismas.

**Figura 13.**  
Pregunta N°8



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados el 100% consideran que su trabajo les permite vivir con dignidad

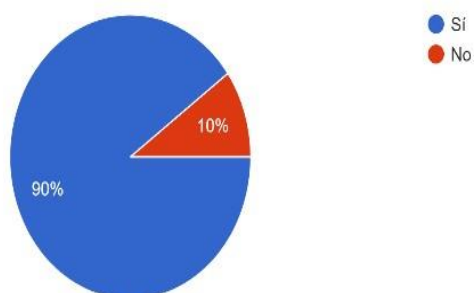
**Análisis:** Se puede evidenciar que, para toda la población encuestada, el desarrollo de su trabajo dentro de la organización les permite vivir con dignidad, por lo que se deduce una buena calidad de vida, siendo la vida digna uno de los derechos fundamentales de nuestra sociedad.

#### Figura 14.

##### Pregunta N°9

¿La organización promueve el desarrollo de la libre personalidad sin juzgamientos dentro de la organización?

20 respuestas



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados, el 90% considera que dentro de la organización se promueve el desarrollo de la libre personalidad, mientras que el 10% que esto no sucede

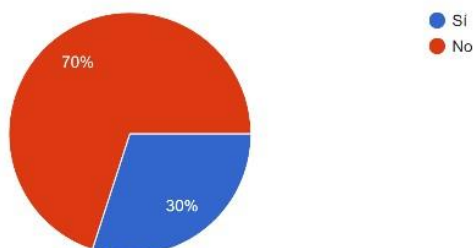
**Análisis:** “Se evidencia que la mayoría de los trabajadores” se encuentran a satisfacción con la libre personalidad, sin juzgamientos que promueve la organización, lo que es muy importante, puesto que nuestro país se asocia mucho al derecho a la diversidad, sin embargo, hay un pequeño porcentaje que no lo considera así

#### Figura 15.

##### Pregunta N°10

¿ Conoce si la empresa cuenta con políticas de aporte al ambiente y su comunidad?

20 respuestas





**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados el 70% no conoce políticas de aporte ambiental a la comunidad, mientras que el 30% manifiesta que si conoce de políticas de aporte ambiental y a la comunidad

**Análisis:** Se evidencia un porcentaje muy alto del desconocimiento de aportes ambientales y a la comunidad que realice la organización, siendo este un punto muy relevante dentro de una sociedad, mientras por un porcentaje más pequeños que no alcanza a ser la mitad, manifiesta que, si conoce de políticas de aporte ambiental y a la comunidad, presentadas por la organización.

### Figura 16.

#### Pregunta N°11

Si la respuesta anterior es si, por favor mencione alguna

5 respuestas

- Publicidad en redes sociales
- Publicidad sobre el cuidado ambiental
- Apoyo a la fundación Mariana, se hace apadrinando a niños con síndrome down
- Apoyo a la fundación Mariana, campañas sobre el medio ambiente
- Reciclaje

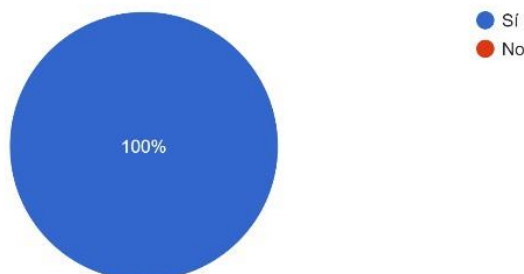
**Interpretación:** La empresa dentro de sus políticas que posee del aporte que realizan al ambiente y a su comunidad, no la vivencian todos sus empleados a esto vemos que pocos colaboradores identifiquen cuáles son esas políticas que tiene la empresa en ese sentido.

**Análisis:** Podemos evidenciar que dentro de las políticas para contribuir al ambiente y a la comunidad se tiene la publicidad en redes, en el cuidado ambiental, ciertos apoyos que le dan a la fundación mariana y el reciclaje deben la empresa involucrar más a sus colaboradores en conocer esas políticas que son de vital importancia dentro de la RSE.

**Figura 17.***Pregunta N°12*

¿Cuenta la empresa con políticas claras de competencia leal?

20 respuestas



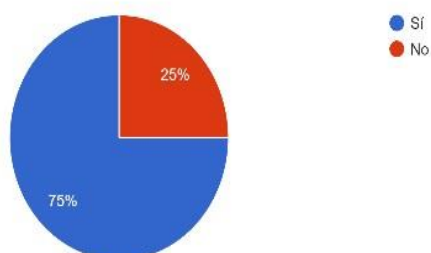
**Interpretación:** Con un total de 20 trabajadores encuestados, el 100% tiene conocimiento sobre las políticas de competencia leal

**Análisis:** Con un total de los encuestados de manera favorable, tienen conocimiento respecto de las políticas de competencia leal, lo que indica que, en cuanto a libre competencia, lo que demuestra un alto índice de interés de la transparencia de la organización en el rubro de los seguros.

**Figura 18.***Pregunta N°13*

¿Considera que hay competencia leal con las otras organizaciones que se encuentran en mismo rubro?

20 respuestas



**Interpretación:** Con un total de 20 trabajadores encuestados, 75% considera que hay competencia leal con las otras organizaciones que se encuentran en mismo rubro, mientras que el

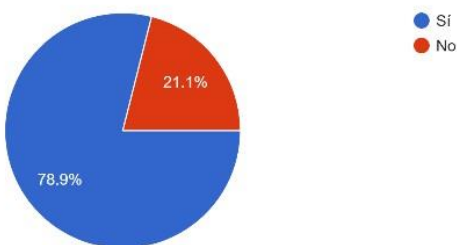
25% de los trabajadores consideran que la competencia con las organizaciones del mismo rubro no lo son.

**Análisis:** Se evidencia que la percepción de los trabajadores es de más de la mitad de los encuestados, sin embargo, un porcentaje menor considera que si hay competencia desleal respecto de las empresas que se encuentran en el mercado dentro del mismo rubro.

### Figura 19.

*Pregunta N°14*

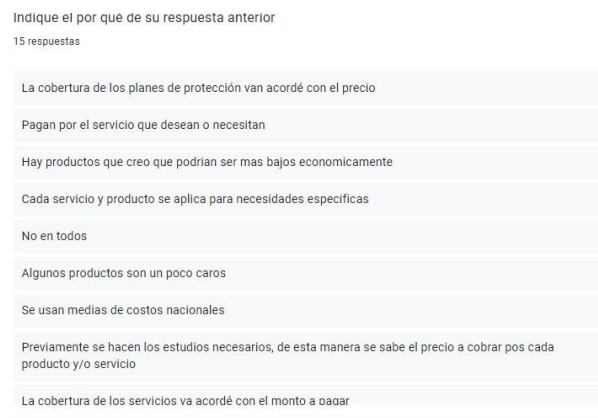
¿Considera que los servicios ofrecidos por la organización son justo en cuanto costo beneficio, con sus consumidores?  
19 respuestas



**Interpretación:** De los 20 trabajadores encuestados, respecto de que los servicios ofrecidos por la organización son justo en cuanto costo beneficio, con sus consumidores el 78,9% considera que, si lo son, mientras que el 21,1% considera que no los son

**Análisis:** La mayoría de los trabajadores consideran que es justo el precio en relación al servicio que adquieren por parte de la organización, sin embargo, se evidencia un porcentaje considerable, donde los trabajadores consideran lo contrario. Punto que es relevante al momento de conocer sobre la cartera con la que cuenta la organización.

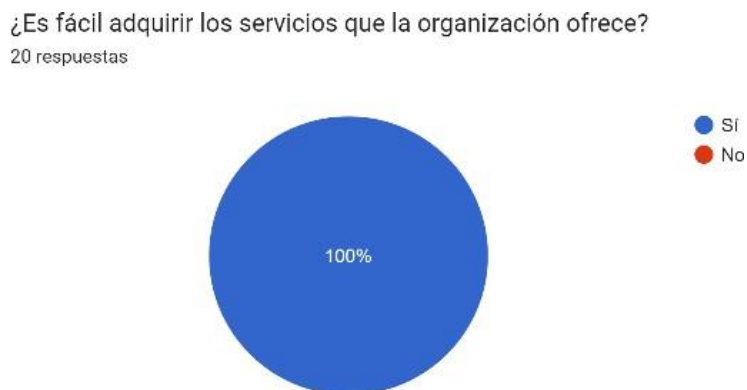
**Figura 20.**  
*Pregunta N°15*



**Interpretación:** Los colaboradores consideran que los servicios ofrecidos son justos en cuanto al costo beneficio con un muy buen porcentaje en la aceptación

**Análisis:** Se observa que algunas de las consideraciones por las cuales consideran que es justo los servicios y esto es porque los mismo cubren las necesidades de sus clientes.

**Figura 21.**  
*Pregunta N°16*



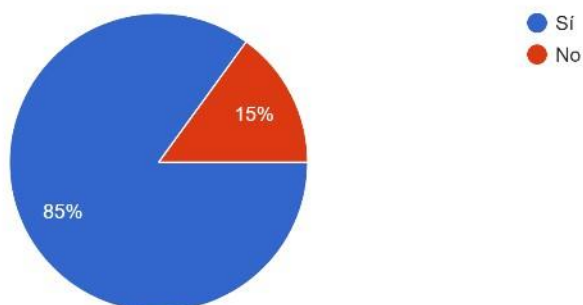
**Interpretación:** Con un total de 20 trabajadores encuestados, el 100% responde que es fácil adquirir alguno de los servicios ofrecidos por la compañía

**Análisis:** Claramente se identifica por parte de los trabajadores opinando el 100% que adquirir uno de los servicios es fácil, pues sus trabajadores así lo consideran.

**Figura 22.**  
*Pregunta N°17*

¿Considera que su publicidad y marketing son honestos con los consumidores?

20 respuestas



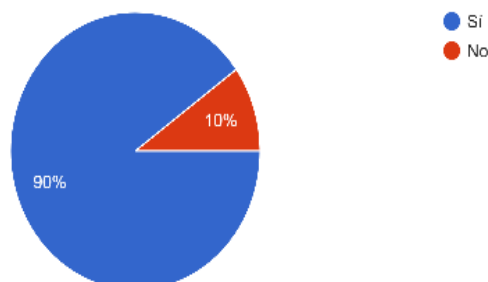
**Interpretación:** Con un 85% de los trabajadores encuestados, consideran que la publicidad y el marketing son honestos con sus consumidores, sin embargo, el 15% manifiestan que no están de acuerdo

**Análisis:** es de evidenciar que los trabajadores están de acuerdo con el marketing y publicidad presentado por la organización el cuál va dirigido a sus consumidores, así mismo se evidencia un porcentaje, aunque es menor en desacuerdo, este es claramente evidenciado.

**Figura 23.**  
*Pregunta N°18*

¿Considera que existe el trato responsable a la información obtenida por parte de los consumidores?

20 respuestas



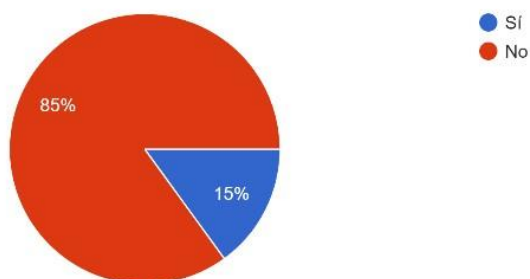
**Interpretación:** Con un 90% de los trabajadores encuestados que consideran que existe el trato responsable a la información obtenida por parte de los consumidores y un 10% que manifiestan que no lo es.

**Análisis:** La mayoría de los trabajadores manifiestan que se le da un trato responsable a la información obtenida de los consumidores, siendo este un tema muy importante y sensible dentro de la sociedad, sin embargo, se refleja una minoría que se encuentra en desacuerdo con el trato que se le da a la información obtenida de los consumidores.

#### Figura 24.

##### Pregunta N°19

¿Conoce de programas que la organización ofrezca a la comunidad, frente a la inteligencia vial?  
20 respuestas



**Interpretación:** Con un 85% de la población encuestada, que manifiesta no tener conocimiento sobre programas de inteligencia vial dirigidos a la comunidad y un 15% de la población encuestada que manifiesta que si conoce de programas dirigidos a la comunidad referentes a la inteligencia vial

**Análisis:** La mayoría de los encuestados manifiestan no tener conocimiento respecto de programas de inteligencia vial, que sean dirigidos a la comunidad donde se encuentra la organización, en este caso la ciudad de Tunja, lo que resulta interesante, pues uno de los seguros que más ofrece la empresa son los de tránsito.

**Figura 25.***Pregunta N°20*

Indique el por qué de su respuesta anterior

5 respuestas

No requiero servicios sobre inteligencia vial y soy que ajena a esos procesos
Apoyo a la fundación Mariana
No he visto que se hagan campañas lideradas, quizá sea porque llevo poco tiempo en la empresa
Xxx
Porque usualmente lo hace el gobierno

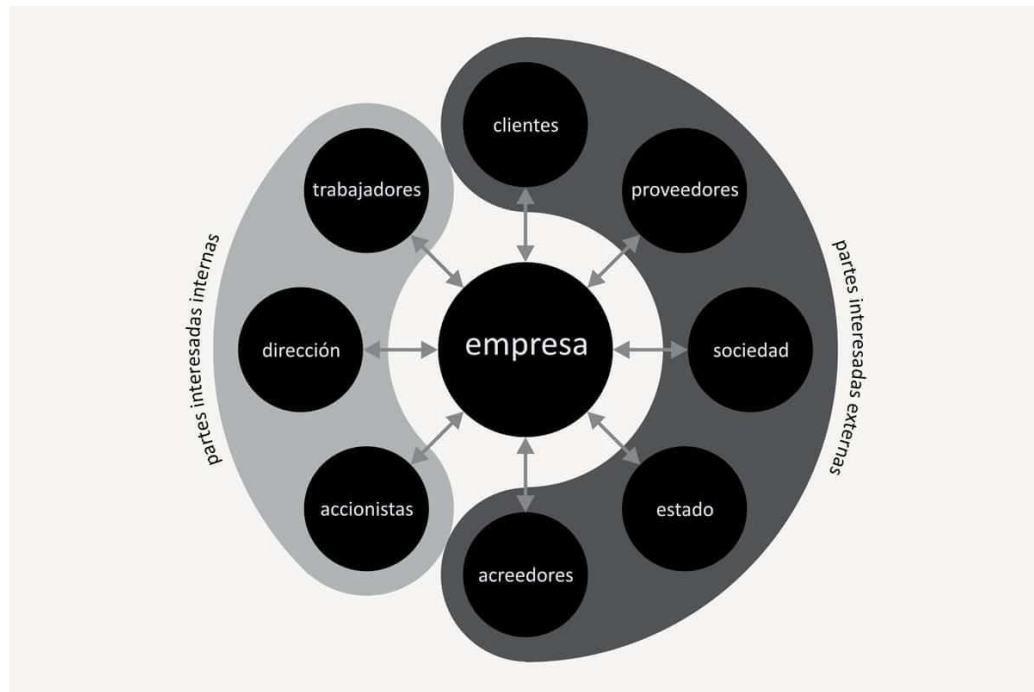
**Interpretación:** A la pregunta ¿Conoce de programas que la organización ofrezca a la comunidad, frente a la inteligencia vial? La mitad de los encuestados respondieron conocer de los programas, ¿sino sólo 5 dieron respuesta a la pregunta siguiente donde se preguntaba sobre dichos programas? Así, solo el 25% de los encuestados respondieron a la pregunta.

**Análisis:** Se evidencia que el porcentaje mayor se encuentra en el desconocimiento de la existencia de programas sobre inteligencia vial a la comunidad, siendo este un punto relevante para la organización, pues esta empresa es mayormente conocida por los seguros vehiculares.

## Mapa de stakeholders.

### Figura 26.

*Mapa de stakeholders.*



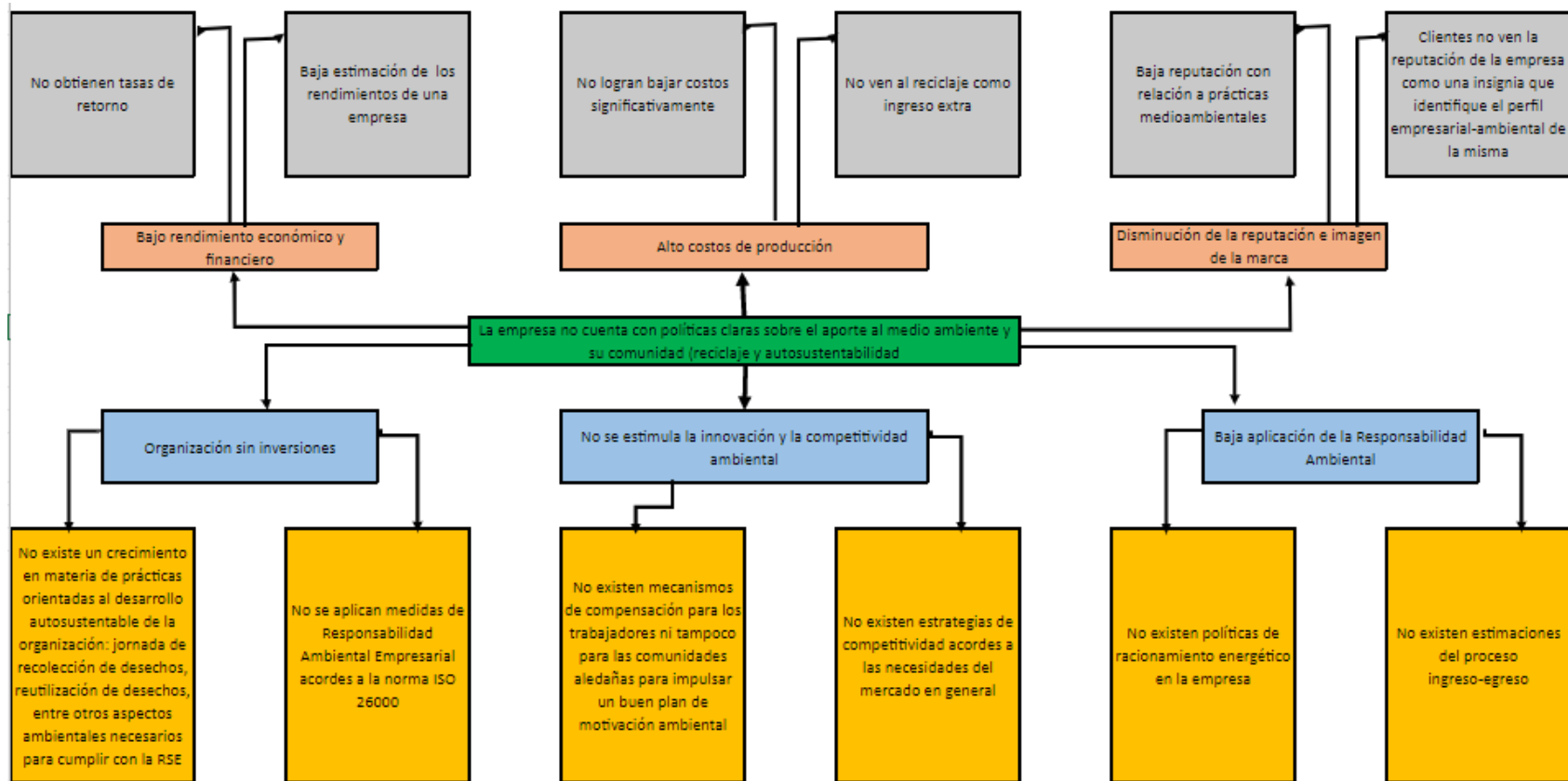
Fuente: Arias, 2022.



## Árbol de problemas

Figura 27.

Árbol de problemas Seguros del Estado

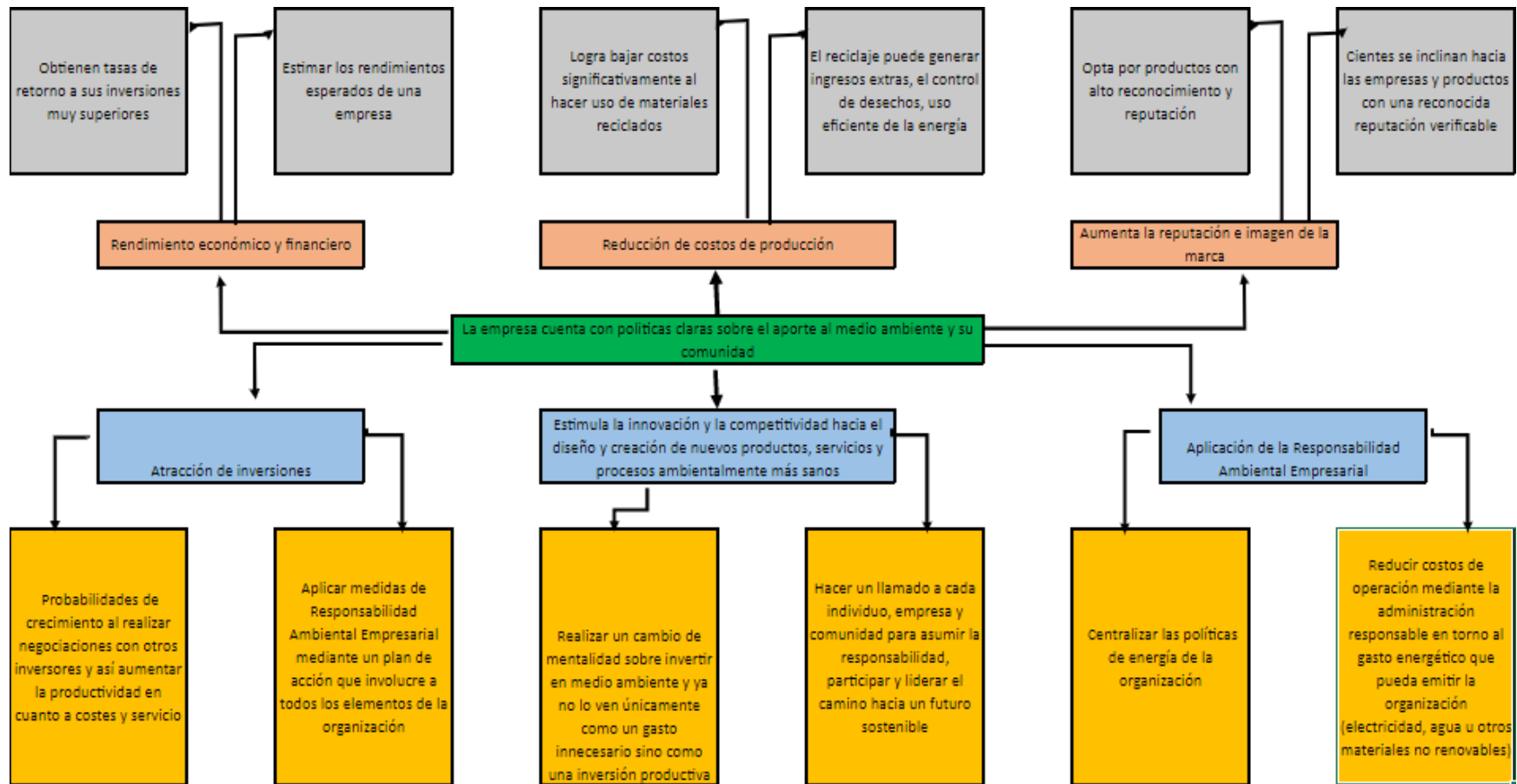


Fuente: Grupo 12, 2022.

## Árbol de objetivos:

**Figura 28.**

*Árbol de objetivos Seguros del Estado*

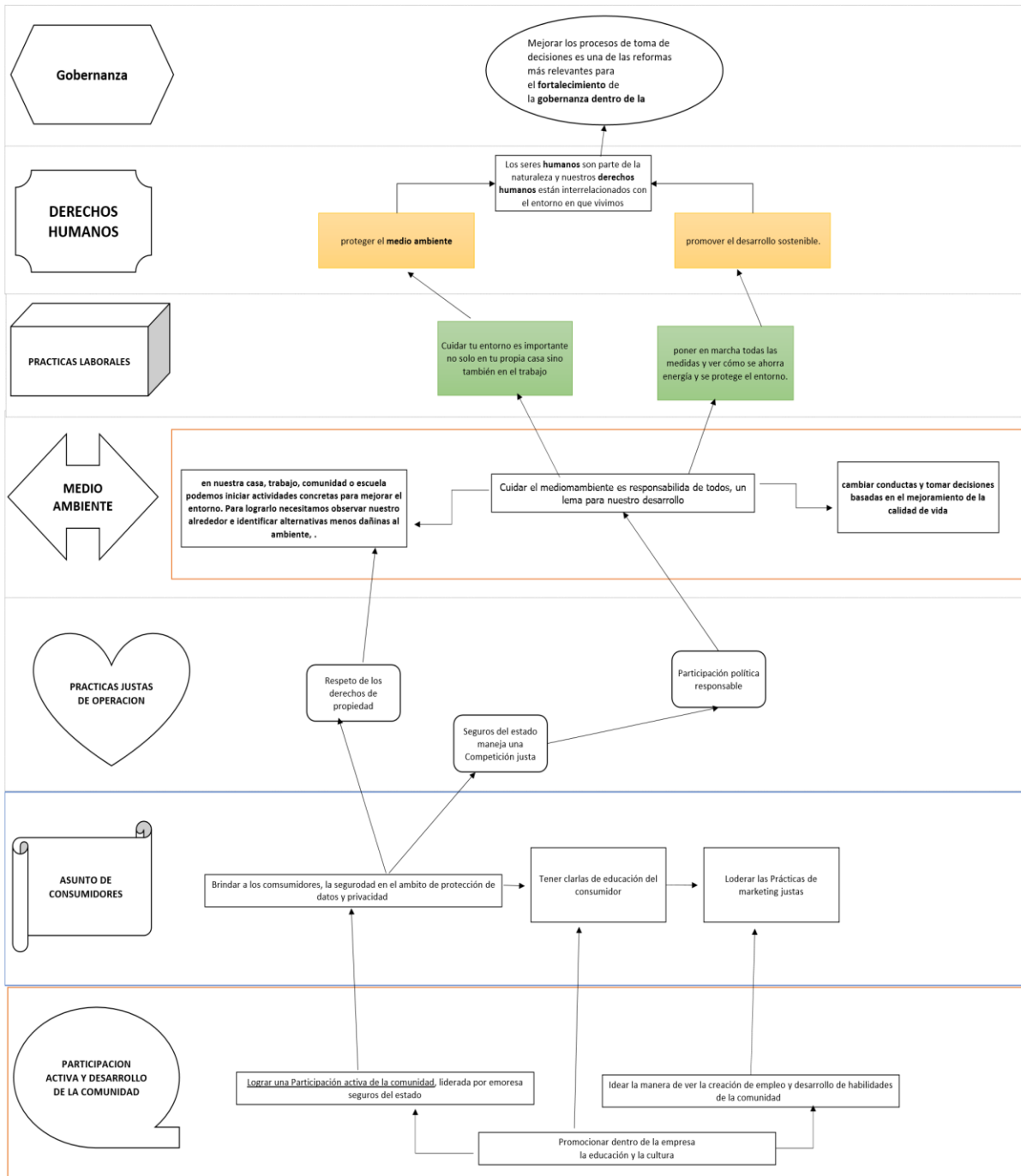


Fuente: Grupo 12, 2022.

Mapa de estrategias

Figura 29.

Mapa estratégico Seguros del Estado



Fuente: Grupo 12, 2022.

Link: [https://1drv.ms/x/s!AvFVxrZDTvNujnbtPO\\_Id6izxbnv?e=oIXUBK](https://1drv.ms/x/s!AvFVxrZDTvNujnbtPO_Id6izxbnv?e=oIXUBK)

### **Plan de Mejoramiento**

Es importante tener presente que esta herramienta nos permite identificar las debilidades que se presentan en una organización, ya que en este se comprenden las mejoras que se deben afrontar y fortalecer en cada procedimiento teniendo presente la planeación, el cronograma y los procesos de ejecución que se implementarán para obtener resultados eficientes de acuerdo a los objetivos establecidos. Al hacer uso de las técnicas de fortalecimiento la empresa podrá hacer uso de un direccionamiento que cumpla las acciones que encaminan los recursos fundamentales desde las dimensiones económicas, sociales y ambientales.

### Plan de acción y de seguimiento

**Tabla 3.**

*Plan de acción y de seguimiento*

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador	Seguimiento
Económica	Implementar acciones frente al impacto de los ingresos obtenidos por la participación de los colaboradores en el uso de inversiones que implementan la responsabilidad social empresarial de forma interna y externa frente a la creación de una motivación y crecimiento global	Estrategia institucional que integre el fortalecimiento de los sistemas financieros y las capacitaciones frente a los ingresos que se utilizan en las inversiones y el ahorro con el propósito de aumentar la participación en las metas	3 meses	\$ 750.000	$\frac{V. sistemas financieros realizadas}{V. sistemas financieros deseados} * 100$	Llevar a cabo un seguimiento constante En dónde se presente un informe trimestral sobre la participación de las actividades cronometradas y plasmar el desarrollo del crecimiento económico de la empresa verificando de forma progresiva la legislación de los gastos y el cumplimiento de los acuerdos frente a los convenios sociales que la empresa realiza de forma externa e interna
		Delegar recursos económicos que estén destinados a la capacitación y el crecimiento en el que se implemente un	6 meses	\$ 2.500.00	$\frac{Capacitacion economia realizadas}{Capacitacion economia solicitadas} * 100$	

		manejo sobre las técnicas del sistema de gestión que promueva las inversiones y el ahorro.				
<b>Social</b>	Determinar cuáles serán las normativas ambientales desde el entorno social que utilizará las empresas con los diferentes interventores con el fin de beneficiar los procesos y el impacto operacional de la organización frente a la comunidad y de esta forma profundizar el compromiso social.	Analizar las políticas ambientales que se aplicarán desde el entorno laboral y que impactan la economía de la empresa, así como el contexto que se intervendrá	6 meses	\$ 2.000.00	$\frac{C. de programas normativos}{N^{\circ} de permisos ambiental operacional} * 100$	Mediante los permisos ambientales gestionados y las normatividades se realizará un registro de las entidades privadas y públicas que serán unidas para darle cumplimiento a las actividades que impactan el ambiente, de esta forma generar un porcentaje de asistencia y verificar la planilla respectiva donde se divulguen estrategias que contribuyan una participación social.
		Intervenir espacios laborales alianzas que fomenten el impacto de interacción con el equipo humano y poder identificar los efectos de sociales que está generando la	6 meses	\$ 1.550.00	$\frac{C. de actividades realizadas}{C. de actividades proyectadas} * 100$	

<b>Ambiental</b>	Definir cuál será la implementación que se llevará a cabo frente a la responsabilidad social empresarial para la empresa con el fin de mitigar el impacto ocasionado en el medio ambiente y recuperar la confianza en el entorno social e involucrar actividades con los colaboradores en el que se defina un compromiso organizativo	empresa en la comunidad. En la estrategia empresarial será la promoción de incentivar la cultura ciudadana y el reciclaje aplicando las buenas prácticas ambientales en el que se involucre el personal colaborador de la empresa y se garantice un compromiso por cumplir. Incentivar el entorno laboral en el que se propongan espacios seguros y zonas ecológicas con el fin de reducir, reusar y reciclar para hacer a aprovechamiento	6 meses	\$ 1.550.00	$\frac{T. \text{ de espacios zonas ecologicas}}{T. \text{ de espacios recolectar basuras}} * 100$	Llevar un registro y control de forma semestral donde se vinculan las participaciones implementadas por el entorno ambiental haciendo uso de la implementación de reducir reciclar y reutilizar cómo aumentar el informe financiero frente a las inversiones ecológicas aplicadas por el personal administrativo.
			6 meses	\$ 1.000.00	$\frac{C. \text{ de actividades realizadas}}{C. \text{ de actividades proyectadas}}$	

Fuente: Grupo 12, 2022.

de espacios  
seguros.



## Conclusiones

En la realización de esta actividad se puede comprender la importancia que tiene el objetivo principal frente al planteamiento de un problema en dónde se evalúa y determina los criterios que tienen mayor debilidad y “pueden afectar para la toma de decisiones haciendo necesario generar un contraste entre el problema y la solución que a este se le va a generar, planteando de forma efectiva una imagen corporativa frente a las acciones de mejora y el sistema de gestión con la calidad y la gestión del medio ambiente frente a la actividad que realiza la empresa esto permite diseñar el cumplimiento de las acciones de forma certificada y que la gestión de la calidad sea aplicada a la Norma ISO 9001 y la ISO 14000, la cual fortalece el entorno de la gestión y el ambiente frente a los procesos organizacionales y relacionar la ISO 26000, la cual se encarga de mantener una estabilidad con la responsabilidad social empresarial y una marca sólida con las buenas prácticas que la empresa ejecute”.

Así mismo se identifica “cuál es el proceso que ejerce la matriz de stakeholders en la organización esta herramienta, es de carácter indispensable para el proyecto y las mejoras en la gestión de calidad que se quieren aplicar generando una información necesaria para la gestión adecuada a lo largo del proyecto y maximizando de forma positiva el impacto que tendrá cada variable en la organización. En cuanto a la responsabilidad social está hoy día es aplicada como una estrategia las prácticas empresariales que genera un compromiso voluntario con las aplicaciones sistemáticas frente a la actividad que realiza la organización y que ayuda de forma financiera la parte administrativa de la organización y promueve el bienestar y derecho de los individuos”.

### Referencias Bibliográficas

- Arias, L. (2022). Estudiante del Programa de Administración de Empresas de la UNAD.
- Bermudez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325.  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdnp&AN=edsdnp.6676416ART&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.A761A71&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Chile.” *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Consumo Responsable. ECODES. <http://www.ecodes.org/consumo-responsable/>
- Cruz, L. (2013). Consumo sostenible, sustentable y responsable.  
<https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2614/Consumo%20sustentable%2C%20sostenible%2C%20responsable.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Gamba, S. (2022). Estudiante del Programa de Administración de Empresas de la UNAD:

- García Canclini. El consumo sirve para pensar. <http://nestorgarciacanclini.net/>
- Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino\*. POSTData: Revista de
- González, Y., Manzano, O. y Torres, M. (2018). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia, [S.l.], p. 53 – 76.
- <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3138>
- Hood, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental, 17-63. Universidad de los Andes. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=17>
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social.
- <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto.
- [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders).
- Medina, M & Moreno, C (2009). ¿Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en

- tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.C521C2B8&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>
- Ortegón, G., Castrillón, O & Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). El consumo sostenible como perspectiva innovadora. *B – EUMED*, 7-72. <https://elibroet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7>
- Ramírez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. “Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Reflexión y Análisis Político, 24(2), 331–352.
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343. [fecha de Consulta 2 de marzo de 2020]. ISSN: 1317-8822. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Seguros del Estado (2022). Presentación Institucional.

<https://www.segurosdeestado.com/pages/AcercadeSegurosdelEstado>

Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344. [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902015000300329](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329)

## Apéndice

### Apéndice A: formato de recolección de información

1. ¿Cuenta la empresa con procesos claros, que conlleven a la correcta rendición de cuentas?
2. Si la respuesta anterior es si, por favor indique a continuación cuales conoce.
3. ¿Considera que luego de adquirir uno de sus productos o servicios, el consumidor puede acceder a los beneficios de manera ágil?
4. ¿Cuenta la organización con políticas claras, en cuanto a la aplicación y respeto de los derechos humanos de sus colaboradores internos y externos de la organización?
5. ¿Existen canales claros de comunicación y participación dentro de la organización, donde se puedan expresar y promover actividades de mejora?
6. ¿considera que sus políticas de bienestar son claras?
7. Si la respuesta anterior es si, por favor indique cuales conoce.
8. ¿El desarrollo de su trabajo le permite vivir con dignidad?
9. ¿La organización promueve el desarrollo de la libre personalidad sin juzgamientos dentro de la organización?
10. ¿Conoce si la empresa cuenta con políticas de aporte al ambiente y su comunidad?
11. Si la respuesta anterior es si, por favor mencione alguna.
12. ¿Cuenta la empresa con políticas claras de competencia leal?
13. ¿Considera que hay competencia leal con las otras organizaciones que se encuentran en mismo rubro?
14. ¿Considera que los servicios ofrecidos por la organización son justo en cuanto costo beneficio, con sus consumidores?

15. Indique el por que se su respuesta anterior
16. ¿Es fácil adquirir los servicios que la organización ofrece?
17. ¿Considera que su publicidad y marketing son honestos con los consumidores?
18. ¿Considera que existe el trato responsable a la información obtenida por parte de los consumidores?
19. ¿Conoce de programas que la organización ofrezca a la comunidad, frente a la inteligencia vial?
20. Indique el por que de su respuesta anterior.