

Plan estratégico de responsabilidad social empresarial para Arrancagua S.A.S

Ana María Carmona Carmona

Erika Tatiana Jiménez Martínez

Faison Yair Sánchez Delgadillo

Juan Gabriel Flórez

Maristela Arenas Cardona

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Administración de Empresas

CEAD Medellín

Mayo de 2023

Plan estratégico de responsabilidad social empresarial para Arrancagua S.A.S

Ana María Carmona Carmona

Erika Tatiana Jiménez Martínez

Faison Yair Sánchez Delgadillo

Juan Gabriel Flórez

Maristela Arenas Cardona

Presentado al Tutor:

Henry Hurtado Bolaños

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Administración de Empresas

CEAD Medellín

Mayo de 2023

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo formular el plan estratégico de responsabilidad social empresarial para la empresa Arrancagua S.A.S, en el cual se busca integrar las variables fundamentales que contiene la norma ISO 26000 con el fin de garantizar una trazabilidad y su sostenibilidad en el tiempo.

En este sentido a partir de la formulación y aplicación de una entrevista como instrumento de recolección de información, se realiza el análisis y diagnóstico de cada una de las variables y materias fundamentales de la RSE y ODS al interior de la empresa Arrancagua S.A.S, con el fin de conocer su estado, que factores inciden en su cumplimiento, las acciones y estrategias que se han implementado y demás aspectos fundamentales que inciden en cada uno de las áreas y procesos de la empresa.

Se identifica el problema central, encontrándose el inadecuado manejo y disposición de los residuos sólidos que genera la empresa y el cual está relacionado con la variable de gestión ambiental; es así como se construye el árbol de problemas, se identifican las causas, los efectos y consecuencias, las cuales una vez establecidas se transforman al árbol de objetivos mediante el cual se proponen los objetivos para el entorno económico, social y ambiental que son indispensables para cumplir con la RSE en la organización.

Finalmente, se realiza el plan de acción y de seguimiento como base para formular el plan estratégico de responsabilidad social de la empresa Arrancagua S.A.S, en donde se logra integrar para su cumplimiento las variables de la norma ISO 26000.

Palabras Clave: responsabilidad, normatividad, desarrollo sostenible, ambiente, residuos, objetivos.

Abstract

The objective of this work is to formulate the strategic plan of corporate social responsibility for the company Arrancagua S.A.S, in which it seeks to integrate the fundamental variables contained in the ISO 26000 standard in order to guarantee traceability and its sustainability over time.

In this sense, from the formulation and application of an interview as an instrument for collecting information, the analysis and diagnosis of each of the variables and fundamental matters of CSR and SDGs within the company Arrancagua S.A.S is carried out, with the in order to know its status, what factors affect its compliance, the actions and strategies that have been implemented and other fundamental aspects that affect each of the areas and processes of the company.

The central problem is identified, finding the inadequate management and disposal of solid waste generated by the company and which is related to the environmental management variable; This is how the problem tree is built, the causes, effects and consequences are identified, which once established are transformed into the objectives tree through which the objectives for the economic, social and environmental environment that are essential for comply with CSR in the organization.

Finally, the action and monitoring plan is carried out as a basis for formulating the strategic plan of social responsibility of the company Arrancagua S.A.S, where the variables of the ISO 26000 standard are integrated for compliance.

Keywords: responsibility, regulations, sustainable development, environment, waste, objectives.

Tabla de Contenido

Introducción.....	9
Objetivos.....	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Conceptualización.....	11
Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico	11
Resumen sobre las características, elementos y formas para gestionar estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial RSE.....	15
Que es la Responsabilidad Social Empresarial	15
Características de la responsabilidad Social Empresarial	16
Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	17
Cómo gestionar la responsabilidad social empresarial.....	18
Poster sobre gobierno corporativo, características y aportes al bienestar humano	19
Ensayo Argumentativo.....	21
¿Producción limpia y consumo sostenible? Son realmente elementos claves de la gestión organizacional para el desarrollo sostenible y disminución de los impactos ambientales	21
Aplicación.....	28
Marco institucional.....	28
Diagnóstico	32
Resultados aplicación instrumento recolección de información	32
Análisis de los resultados obtenidos	45
Matriz de marco lógico	52

Árbol de problemas	52
Árbol de objetivos	55
Mapa Estratégico.....	57
Cuadro de stakeholders de la empresa ARRANCAGUA S.A.S	60
Plan de Mejoramiento	63
Plan de acción y de seguimiento	63
Conclusiones	68
Referencias Bibliográficas	69
Apéndice	76
Apéndice A. Formato de Recolección de Información.....	76

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Marco Institucional</i>	29
Tabla 2 <i>Stakeholders General de la empresa</i>	61
Tabla 3 <i>Stakeholders ambiental de la empresa</i>	62
Tabla 4 <i>Plan de acción y de seguimiento</i>	64
Tabla 5 <i>Formato recolección de la información</i>	76

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Evolución pensamiento estratégico parte 1</i>	12
Figura 2 <i>Evolución pensamiento estratégico parte 2</i>	13
Figura 3 <i>Evolución pensamiento estratégico parte 3</i>	14
Figura 4 <i>Poster Gobierno Corporativo</i>	20
Figura 5 <i>Estructura Organizacional empresa ARRANCAGUA S.A.S</i>	31
Figura 6 <i>Árbol de problemas</i>	54
Figura 7 <i>Árbol de objetivos</i>	56
Figura 8 <i>Mapa Estratégico</i>	59

Introducción

En la actualidad la responsabilidad social empresarial viene cobrando día a día mayor relevancia, dado a su gran contribución al cuidado y conservación ambiental. Esta herramienta es exitosa para el ámbito empresarial porque brinda los mecanismos que permiten el mejoramiento continuo, logrando así un modelo sostenible que garantiza el equilibrio en las dimensiones sociales, ambientales y económicos de las empresas y el entorno. Si bien implementar la RSE no es una obligación para las empresas, se ha evidenciado que su ejecución permite grandes beneficios en sus procesos, rentabilidad y el mejoramiento de su imagen corporativa. Para el consumidor actual es vital que las empresas contribuyan con el mejoramiento y conservación del medio ambiente debido a que las consecuencias del daño ambiental afectan los intereses de toda la población en general.

La empresa ARRANCAGUA S.A.S es una microempresa ubicada en el Municipio de Sonsón-Antioquia, se dedica a la producción y tuestión de café, constituida legalmente desde el año 2015, con el propósito de ofrecer una alternativa diferencial para el consumo, a través de un producto limpio, de excelente calidad y con atributos especiales.

Mediante el desarrollo del presente trabajo se presentará un análisis y diagnóstico detallado de la empresa ARRANCAGUA S.A.S. con respecto a la aplicación de las materias fundamentales bajo la norma ISO 26000, con el objetivo de brindar las herramientas necesarias para la construcción de un plan estratégico de responsabilidad social empresarial para la optimización y ejecución de procesos sostenibles que garanticen el bienestar social y el cuidado ambiental.

Objetivos

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

Analizar el nivel de aplicación de las materias fundamentales en cuanto a la norma internacional ISO 26000, en pro de la consolidación de actividades dirigidas a la satisfacción de los grupos de interés de la empresa “Arrancagua S.A.S”.

Identificar la problemática principal de la implementación de la norma ISO 26000 en la empresa Arrancagua S.A.S, teniendo en cuenta el análisis de las materias fundamentales, con el objetivo de establecer la falencia más importante en el proceso de implementación.

Formular plan estratégico de responsabilidad social empresarial a partir del análisis y el diagnóstico obtenido de las diversas variables y la situación actual de la empresa con relación a la gestión de RSE e interacción con los objetivos de desarrollo sostenible.

Construir el plan de acción y seguimiento para la consolidación del plan estratégico de responsabilidad social para la empresa Arrancagua S.A.S.

Conceptualización

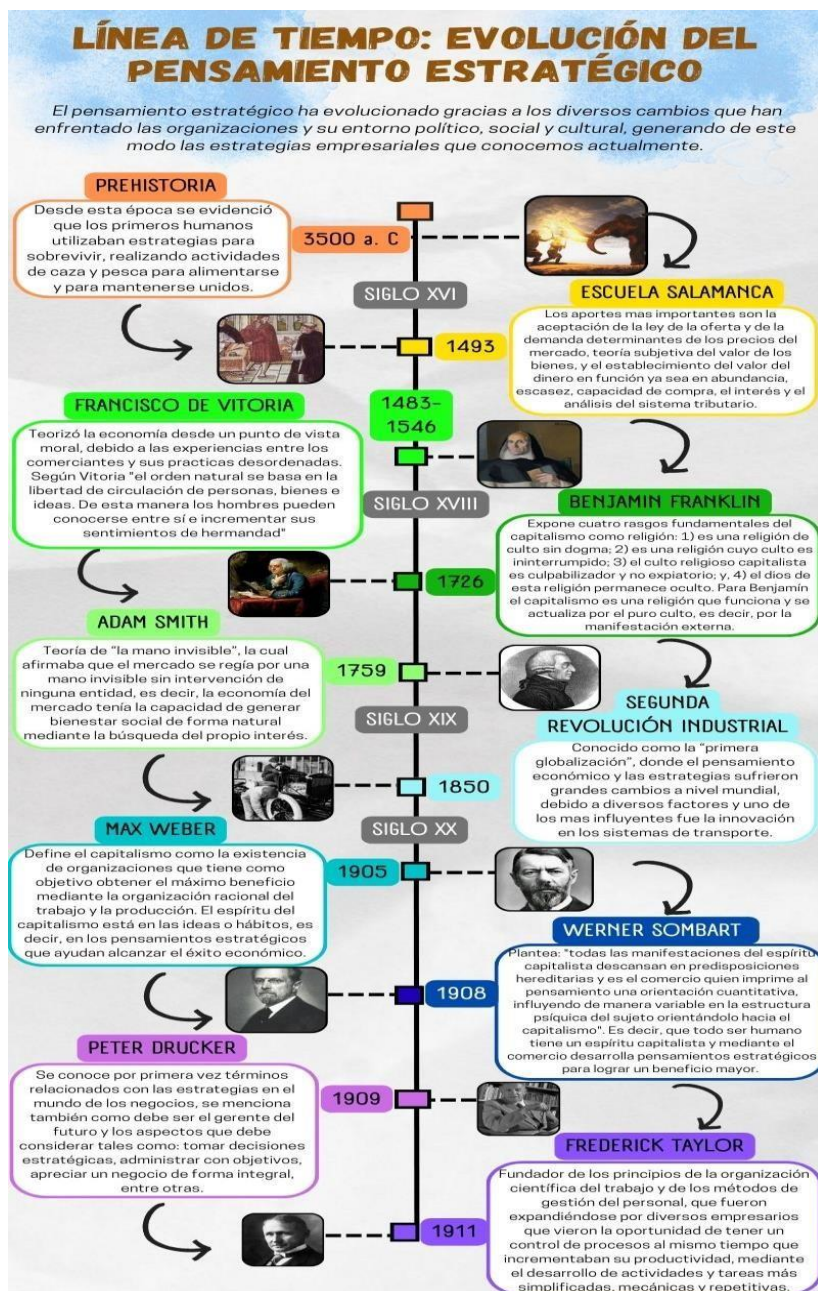
Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico

Se realiza la investigación y el análisis de la historia y evolución que ha tenido el pensamiento estratégico en el cual se busca identificar cual ha sido su relación con el pensamiento estratégico.

Se estudian y analizan las diversas teorías, sus autores, ubicación geográfica y la época en que surgieron para construir así de manera gráfica la línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico, el cual ha sido de gran importancia para la humanidad ya que ha coadyuvado a tener la coordinación de una mentalidad creativa, permitiéndole así avanzar de manera significativa en beneficio del hombre.

Figura 1

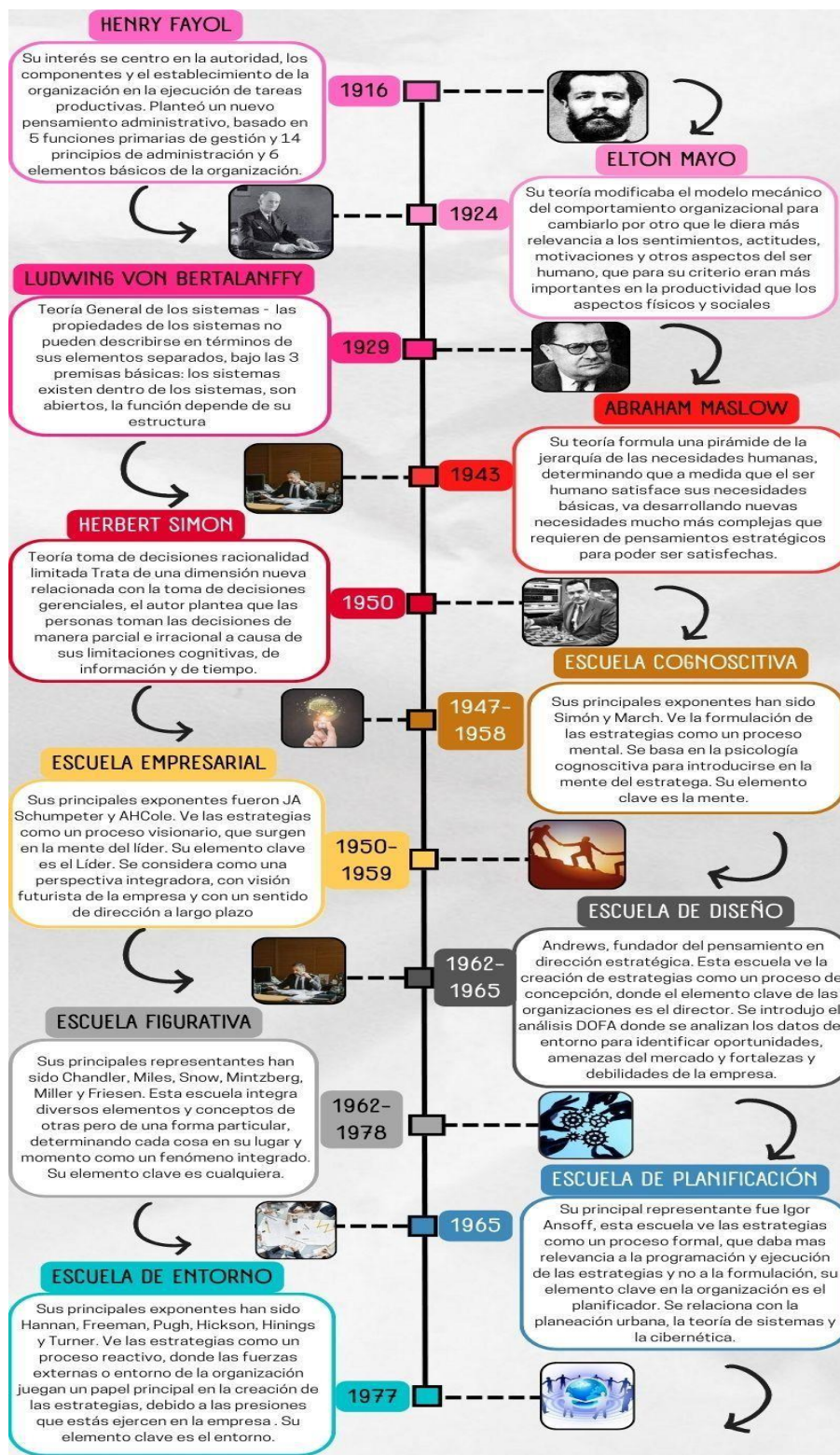
Evolución pensamiento estratégico parte 1



Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Figura 2

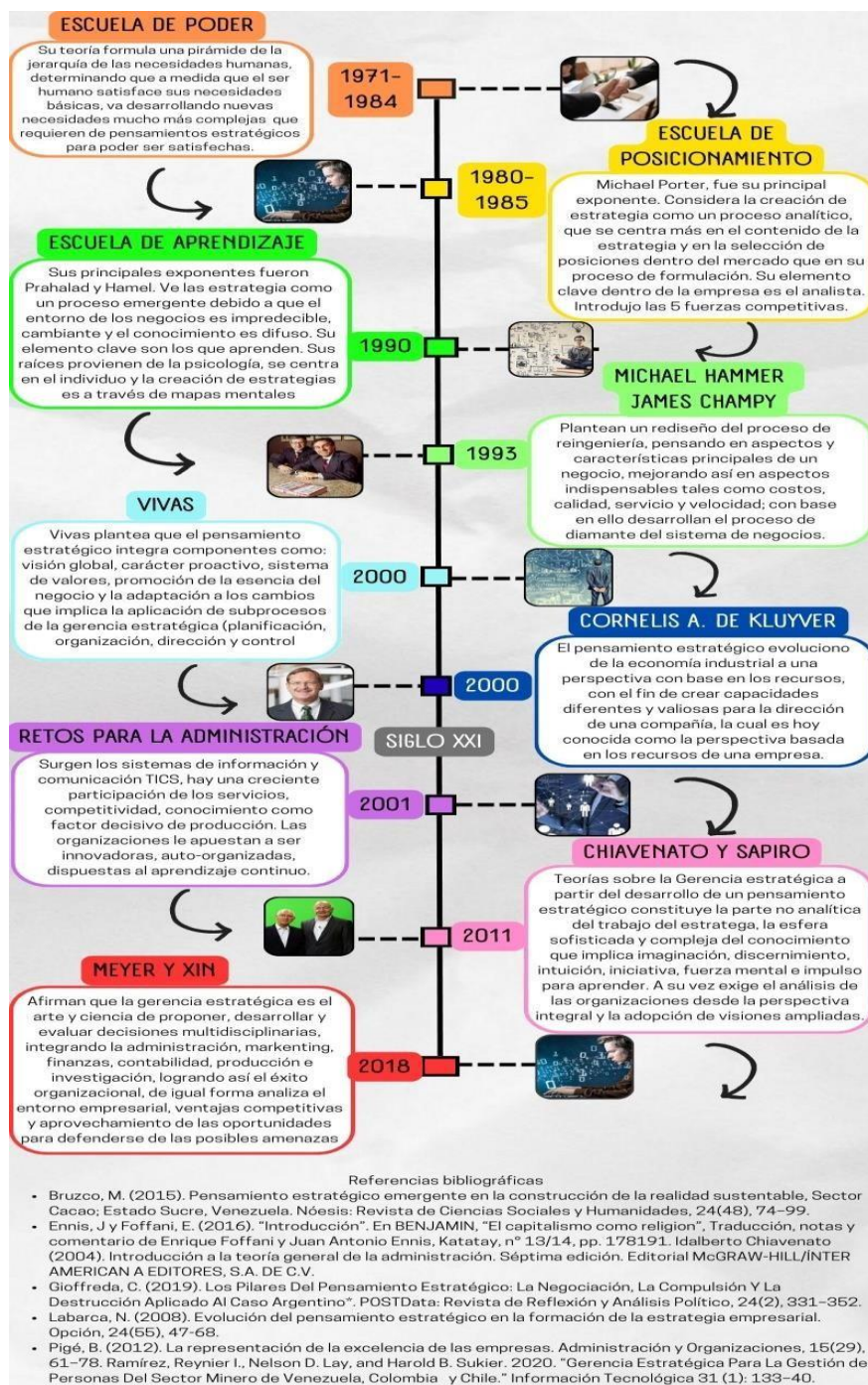
Evolución pensamiento estratégico parte 2



Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Figura 3

Evolución pensamiento estratégico parte 3



Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Resumen sobre las características, elementos y formas para gestionar estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial RSE

Que es la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se puede definir como aquellas acciones que las empresas realizan y que están orientadas a mitigar los efectos negativos que estas generan en el ámbito social, ecológico y económico de la sociedad en donde se encuentran asentadas y desarrollan sus actividades.

La RSE es un concepto administrativo que reúne de forma activa un conjunto actividades, estrategias y sistemas de gestión, que buscan equilibrar entre los ámbitos sociales, ambientales y económicos para llegar a la eficacia empresarial, esta iniciativa se considera de carácter voluntario y pretende que las actividades empresariales tengan resultados positivos sobre las comunidades y el medio ambiente.

Como podemos analizar, durante los últimos años la Responsabilidad social empresarial (RSE) ha venido tomando fuerza, debido a la crisis ambiental que el planeta viene presentando como lo es el cambio climático y efecto invernadero, esto como consecuencia de las inadecuadas prácticas ambientales que las industrias vienen realizando lo que ha ocasionado gran contaminación al aire, al ambiente, al recurso hídrico etc.

En nuestro País Colombia la RSE no se encuentra reglamentada bajo ninguna norma o ley que obligue a las empresas a cumplir con procesos de responsabilidad social; ésta se ha convertido en un tema recíproco ante la explotación de recursos, bienes y servicios que generan ganancias a una empresa u organización, que de alguna manera debe ser retribuido a la sociedad; visto de otro modo, la RSE se ha convertido también en una estrategia de negocio a través del

cual buscan transmitir una cierta sensación de bienestar, de posicionarse entre la competencia y destacarse por sus acciones responsables ante la sociedad.

Características de la responsabilidad Social Empresarial

Encontramos siete características importantes que están orientadas a generar las bases para que las empresas establezcan estrategias de RSE que les permitan asumir compromisos claros y eficaces, capaces de comprometerse a responder por sus acciones de una manera transparente:

- Se debe concebir la responsabilidad Social Empresarial como una práctica responsable.
- Bajo una visión de manera integral en los negocios, creando valor económico en el aspecto ambiental relacionado con el planeta, en lo social relacionado con las personas y en el beneficio relacionado a lo económico.
- Se debe articular a los diferentes procesos del negocio, buscando el equilibrio entre los intereses de cada uno de los actores que están involucrados.
- Debe haber un compromiso con iniciativas de carácter voluntario que se visionen más allá de lo exigido.
- Se desarrolla a partir de estrategias con las que se busca obtener ganancias económicas en el mediano y largo plazo, a partir de la minimización de costos y optimización en los procesos lo que puede generar crecimiento, explorar nuevos mercados, innovar productos y fidelizar clientes. Genera, además puede mejorar la imagen de la empresa.
- Cada empresa de manera personalizada y diferente implementa la RSE de acuerdo a factores como el tamaño de la empresa, sector al que pertenece, cultura empresarial y estrategias corporativas.

-Se debe articular e integrar la gestión y la estrategia empresarial, la RSE no se puede centralizar en actividades puntuales, pero tampoco aisladas.

-Propender en generar beneficios no solo financieros sino también sociales y de carácter ambiental, orientados a la mejora en la competitividad y productividad empresarial.

Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE requiere de compromiso, responsabilidad y voluntad para llevar a cabo cada una de las actividades que generen valor a la sociedad y el medio ambiente; beneficios generales, conducta adecuada con ética y transparencia, flexibilidad y adaptabilidad al entorno. Los principales elementos que la conforman son: Empresa, políticas, procedimientos, sociedad y medio ambiente.

Para emprender las acciones de Responsabilidad Social Empresarial se deben tener en cuenta los elementos fundamentales que permitan su desarrollo y ejecución, tenemos entonces tres elementos básicos:

La Empresa: La Responsabilidad Social Empresarial debe ser una búsqueda constante, orientada a establecer estrategias que garanticen un compromiso institucional de manera que permita integrar los valores éticos y comportamientos económicos.

El Medio ambiente: Como elemento fundamental de cuidado, protección y conservación, la empresa debe procurar por desarrollar su actividad económica tendiente a satisfacer las necesidades de las personas, pero sin afectar la capacidad para que las futuras generaciones puedan tener acceso a dichos recursos.

La Sociedad: La Responsabilidad Social Empresarial se debe realizar y desarrolla bajo la convicción y ética de las empresa y negocios a nivel social, conscientes de la problemática

ambiental y social que actualmente tiene la sociedad, procurando por mitigar al máximo los riesgos y daños ocasionados con su actividad empresarial.

Cómo gestionar la responsabilidad social empresarial

Las empresas tienen la responsabilidad de asumir los efectos negativos que se derivan de sus actividades productivas y empresariales, las cuales son de diversa índole y repercuten en el medio ambiente y en la sociedad de una manera diferente, dependiendo de los factores asociados a su actividad económica.

En la gestión de la responsabilidad social no solo implica ser rentables, producir bienes y servicios, generar empleos, cumplir con las normas y leyes, pagar impuestos y no hacer daño al entorno que rodea a la empresa, gestionar va más allá, generando iniciativas coherentes para promover el respeto hacia los derechos humanos, promoviendo el desarrollo local y social, a partir de la creación de productos y servicios bajo estándares de calidad que no causen daño a las personas ni al medio ambiente, realizando contrataciones públicas responsables a través de actividades que resuelvan situaciones reales y no solo sean esfuerzos para presentar informes y datos que no impacten positivamente los diferentes ámbitos.

La Responsabilidad Social Empresarial debe abarcar los diferentes ámbitos de la sociedad, así:

Ámbito Medioambiental: Se debe procurar por optimizar al máximo los recursos, minimizando el impacto que las actividades puedan ocasionar como los usos y ahorro eficiente del agua, economía circular. Ahorro energético etc.

Ámbito Comunitario: En este ámbito las empresas se deben enmarcar en un entorno de carácter social y comunitario, en que la sociedad pueda beneficiarse con la actividad económica de la empresa y tomar así conciencia de su gran importancia. Deben procurara por lograr la

integración y bienestar de las comunidades en las cuales desarrollan su actividad económica y en donde se encuentran asentadas.

Posición en el mercado: Las empresas deben trabajar por mantener estándares de calidad en los productos y servicios ofertados a partir de políticas transparentes que conlleven a obtener garantías plenas en el mercado.

Respecto al puesto de trabajo: Las empresas deben implementar medidas que permitan integrar el trabajo y la familia, gestionar y ofrecer procesos de formativos para el trabajo, ambientes laborales tranquilos, cordiales y de respetos en todos sus aspectos.

La responsabilidad social es gestionada por las empresas de distintas maneras y en algunos casos no utilizan un sistema, aunque es recomendable porque permite la coordinación y control más eficiente de las actividades desarrolladas en cada uno de los procesos para identificar de forma más ágil las posibles desviaciones y poder generar acciones de mejora continua.

Poster sobre gobierno corporativo, características y aportes al bienestar humano

Se diseña y elabora un poster sobre el tema de gobierno corporativo, características y aportes al bienestar humano a partir de la investigación de las diferentes teorías y sus autores. El gobierno corporativo se define como un conjunto de estructuras y procesos que empresa puede adoptar, orientado a su dirección y control con el objetivo de mejorar su desempeño e incentivar su acceso al capital externo de manera que le permita contribuir al desarrollo económico y sostenible de la empresa.

Figura 4

Poster Gobierno Corporativo



Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Ensayo Argumentativo

¿Producción limpia y consumo sostenible? Son realmente elementos claves de la gestión organizacional para el desarrollo sostenible y disminución de los impactos ambientales

Introducción

El cuidado, protección y conservación del medio ambiente es un tema de interés público que durante las últimas décadas ha venido alertando y preocupando a la población mundial, debido a los impactos negativos que inciden de manera negativa en el medio ambiente, siendo la industria uno de los actores que han contribuido más al deterioro y contaminación medio ambiental.

La escasez de los recursos naturales y el daño ambiental a través de los años es realmente evidente, y las consecuencias que ha dejado el crecimiento económico sobre el equilibrio ambiental no se pueden ocultar, como lo expresó Malthus (1798) “el peso de la población es tan superior a la capacidad de la tierra para permitir la subsistencia del hombre, que una u otra forma de muerte prematura acabara por visitar a la raza humana” (Pág. 9), evidenciando una verdad absoluta, a medida que el ser humano iba desarrollándose disminuía la existencia de los recursos naturales y materias primas. Por esta razón la preocupación es notoria y ha llevado al surgimiento de distintos estándares ambientales y modelos económicos de consumo controlados, necesarios para poder resolver las problemáticas ambientales y poder garantizar los recursos a generaciones futuras. Las acciones a nivel organizacional para minimizar el consumo desenfrenado y sobreexplotación de recursos con la ayuda de las nuevas tecnologías son ahora

las principales protagonistas en los procesos empresariales para garantizar el uso eficiente de los recursos.

La Producción Limpia y el Consumo Sostenible, es un referente que permite hacer más y mejor con menos, es por ello que a continuación abordaremos dichas temáticas, el PNUMA (1989) define la producción más limpia como “la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva e integrada a procesos productivos y de servicios para mejorar la ecoeficiencia y reducir los riesgos humanos y al medio ambiente”, conocida también como una estrategia empresarial para la competitividad.

Para nadie es un secreto que a nivel mundial se vive un profundo y doliente caos de índole ambiental que afecta a toda la humanidad, altas olas de calor, temperaturas altas y otros acontecimientos que han azotado a zonas alejadas a nosotros.

La producción limpia hace referencia al proceso productivo de las empresas donde se utilizan tecnologías y prácticas para reducir al máximo el impacto al medio ambiente, mientras que el consumo sostenible se orienta en la responsabilidad y conciencia para hacer usos de los recursos naturales afectar la capacidad para las nuevas generaciones. Estas dos estrategias han surgido para cumplir objetivos estrechamente relacionados que se enmarcan en el cuidado ambiental, pero ¿qué tanto pueden aportar estos dos elementos en la gestión empresarial para llegar a garantizar un desarrollo sostenible, proteger el medio ambiente y la preservar los recursos naturales? Este será el interrogante en que basaremos los argumentos de este documento.

Según Epstein (2000) “los crecientes intereses ecológicos han alcanzado nuevos enfoques para administrar los impactos ambientales y sociales; comenzado las organizaciones a identificar

este tipo de desembolsos como inversiones críticas para el éxito corporativo, más que como desembolsos cumplidores de regulaciones”.

Desarrollo

De acuerdo con el termino de producción Más Limpia, el Programa para el Medio Ambiente de Naciones Unidas indica que “la producción más limpia es una aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva e integrada, en los procesos productivos, los productos y los servicios para reducir los riesgos relevantes a los seres humanos y el medio ambiente” (UNEP, 2000, pág. 2).

Por su parte el consumo sostenible se define como “Conjunto de acciones que tratan de encontrar soluciones a los desequilibrios sociales y ambientales mediante una conducta responsable. El objetivo es asegurar que se satisfagan las necesidades básicas mientras se reducen los excesos y se evita el daño ambiental” (UNESCO/ UNEP, 2002). El termino consumo sostenible está estrechamente relacionado con el desarrollo sostenible desde sus orígenes, el cual es definido como la forma de “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades” (Ortiz, 2009).

Expuesto lo anterior, la producción más limpia se convierte en una herramienta para la gestión ambiental en la que se integran tres variables importantes en los entornos económico, social y ambiental, a partir de las cuales se busca mejorar las prácticas ambientales de cada uno de los sectores productivos a nivel mundial, en aras de propender por cuidar, preservar y proteger el medio ambiente, además de proveer las condiciones necesarias para desarrollar procesos productivos responsables que permitan de una u otra forma mitigar los impactos

ambientales causantes del deterioro y desgaste del medio natural basados en la responsabilidad social empresarial.

El Ministerio del Medio Ambiente de Colombia (1997) formuló y presentó la Política Nacional de Producción más Limpia y la define como “ la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva e integrada en los procesos productivos, los productos y los servicios, para reducir los riesgos relevantes a los humanos y al ambiente”(p.19), es así como a través de esta política el gobierno nacional busca establecer estrategias que permitan prevenir la contaminación desde su origen y construir mecanismos eficaces para la sostenibilidad y competitividad en todos los sectores.

Las políticas públicas se convierten en instrumentos importantes para establecer programas, procesos y estrategias encaminadas a dar solución a una determinada problemática, en este caso el tema ambiental preocupa y afecta a toda una sociedad, en este sentido cabe bien mencionar que la producción más limpia está orientada a generar diferentes beneficios en la eficiencia de procesos, uso y consumo racional de recursos, materias primas, energía, agua, manejo adecuado de residuos sólidos y disminución de agentes contaminantes, lo que sin duda debe ser una de las mayores razones para que personas del común desde sus hogares, gremios, asociaciones, organizaciones del sector empresarial, instituciones educativas y demás adopten medidas de prevención y protección de la mano de un instrumentos como la política pública de producción más limpia y demás normatividad ambiental vigente.

Dado que tomar conciencia o llevar a cabo cambios en la forma de desarrollar sus procesos no es una iniciativa de todas las organizaciones, y sumando la constante preocupación por años que ha tenido el consumo desmedido de los recursos naturales, y las evidencias de los daños causados por las empresas y el hombre en el desarrollo de su existencia, muchos han sido

las organismos que han establecido diversas políticas para orientar a la preservación del medio ambiente, y donde se busca regular el cumplimiento estricto de estas políticas y estrategias para garantizar el cuidado ambiental. Como lo evidencia Hoof (2008):

La adopción de esta gestión ambiental empresarial como respuesta a la problemática generada depende de un conjunto de fuerzas, dentro de las que se encuentran tendencias del mercado y las políticas gubernamentales que tienen origen en los convenios y acuerdos internacionales para la promoción de la gestión ambiental en el interior de las entidades productivas. (p. 1)

Las decisiones empresariales deben estar orientadas a implementar acciones que minimicen el uso de recursos para la producción y que se generen los residuos mínimos durante todo el ciclo de vida de los productos; es decir, los impactos causados durante los procesos de extracción de materias primas, producción, comercialización, sean en la medida de lo posible menores y más eficientes. Es aquí donde elementos como la producción limpia y el consumo sostenible empiezan a ser protagonistas de las gestiones empresariales que permitan garantizar los objetivos ambientales, económicos y sociales.

La producción limpia y el consumo sostenible se caracterizan por estar estrechamente relacionados y su gran importancia radica en que buscan promover la responsabilidad social en el ámbito empresarial. Ambas se enfocan en la gestión eficiente responsable de los recursos naturales y la reducción del impacto ambiental. En este sentido, las empresas pueden adoptar medidas para promover tanto la producción limpia como el consumo sostenible en sus operaciones, lo que les permitirá mejorar su imagen y reputación, reducir sus costos operativos, aumentar la eficiencia y la productividad, y contribuir al desarrollo sostenible.

Finalmente, toda la humanidad debe ser más consciente del daño que el sobreconsumo, la sobrepoblación y el crecimiento urbano descontrolado le están haciendo al planeta para que todos los esfuerzos realizados por diferentes organizaciones alrededor del mundo puedan ser efectivos y se pueda mitigar un poco los efectos negativos que se han ocasionado a nuestro hábitat natural.

Conclusión

La producción limpia y consumo sostenible son dos elementos claves para la protección del medio ambiente. Las empresas tienen un papel fundamental en la promoción de estas prácticas, y su compromiso activo es necesario para lograr un verdadero impacto positivo en la protección ambiental y preservación de los recursos naturales.

Además, estos dos conceptos son de gran importancia en el desarrollo sostenible, es así como las empresas deben adoptar medidas para fomentar el uso responsable de los recursos naturales que garanticen un equilibrio, bienestar económico, social y ambiental. De igual forma al hacerlo no solo contribuyen con el bienestar de la sociedad y medio ambiente, sino que también pueden mejorar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

La producción más limpia, precisamente como lo indica su nombre nos invita a que racionemos de manera responsable los diferentes recursos a los que se tiene acceso, de igual forma a optimizar las materias primas en el área de producción, lo anterior mejorando de manera económica, social y ambientalmente las comunidades, minimizando al máximo la generación de desechos producto d actividades industriales.

Durante los últimos años, la producción más limpia ha venido cogiendo mayor fuerza e importancia dentro de las empresas y organizaciones, lo que es realmente positivo ya que como tema de interés general y global debe ser competencia de todos, la producción más limpia aporta

grandes beneficios para el desarrollo de las regiones, permite establecer procesos productivos amigables con el medio ambiente, aporta a la salud pública, fortalece los diferentes procesos productivos de las empresas, mejora la competitividad y sostenibilidad empresarial, permite cumplir con estándares de calidad que hoy en día exige la normatividad legal; en este sentido la producción más limpia no puede ser una camisa de fuerza para que las empresas cumplan con una norma, debe ser un compromiso real con las personas, de convicción, de responsabilidad social y ambiental, de querer preservar, cuidar y proteger el medio ambiente que es un compromiso de todos.

Aplicación

Marco institucional

Arrancagua S.A.S es una empresa pequeña ubicada en el Municipio de Sonsón-Antioquia, se dedica a la producción y comercialización de café tipo especial, fue fundada con el fin de ofrecer un café especial diferentes, limpio, con atributos especiales basados en procesos agroindustriales exigentes para producir un café de calidad.

Arrancagua S.A.S surgió de la idea de ofertar otra alternativa para consumir una de las bebidas más reconocidas en el mundo, el café reconocido por sus características especiales en sabor y aroma de campo, propios del municipio de Sonsón y con el cual se busca llegar unos consumidores y mercados exigentes, competitivos y sobre todo globalizados.

La empresa cuenta con una plataforma estratégica a partir de su misión, visión y valores corporativos, los cuales además sirven como guía para promover unos comportamientos éticos y responsables en la empresa. Además, se cuentan con procesos productivos enmarcados en la calidad e innovación de los productos buscando satisfacer los clientes y consumidores.

Tabla 1*Marco Institucional*

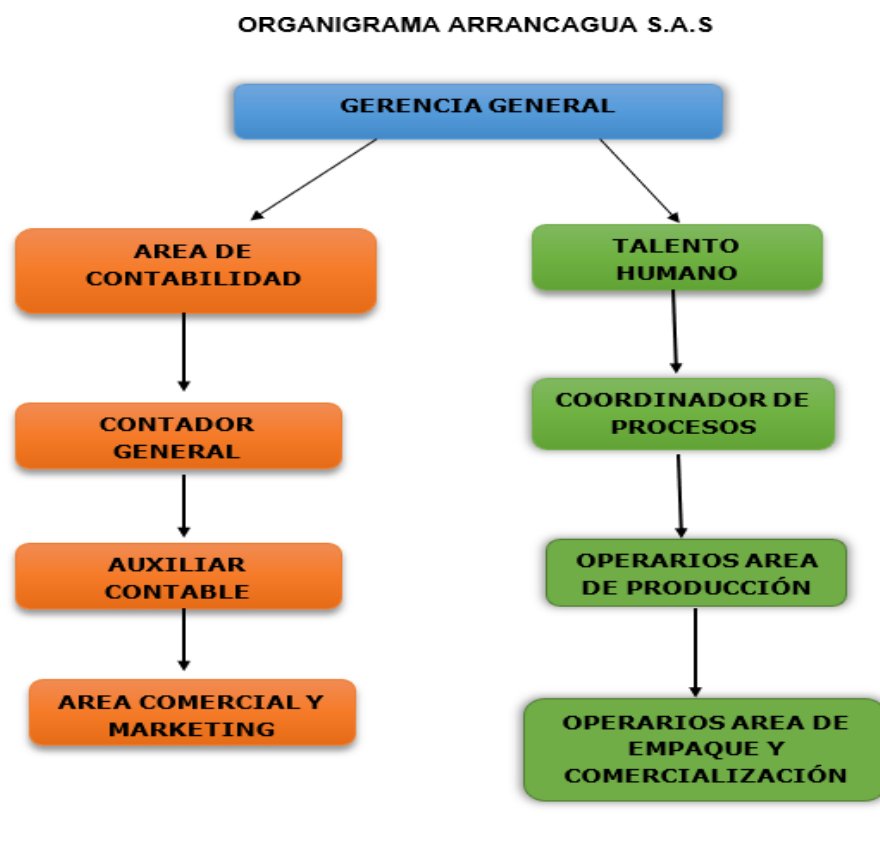
Nombre de la empresa:	Arrancagua S.A.S
Sector	Agroindustrial
Ubicación	Planta principal en el Municipio de Sonsón-Antioquia
Misión:	<p>Arrancagua tiene como misión ser una empresa dedicada a la torrefacción y comercialización de café tipo especial, con atributos inigualables en suavidad, sabor y aroma que los distinguen entre otros como un café tipo especial.</p> <p>Arrancagua pretende posicionarse en los mejores mercados del producto, para mejorar la calidad de vida de las personas que hacen parte de su proceso productivo, así mismo busca generar rentabilidad económica, calidad de vida, el crecimiento personal y empresarial siendo respetuosos con el medio ambiente.</p>
Visión	<p>Arrancagua se proyecta para el año 2025 como una empresa sólida, rentable, reconocida en el mercado, certificada con estándares, ser la empresa que produce uno de los mejores cafés tipo especial en la región y con apertura a nuevos mercados nacionales.</p> <p>Excelencia: Buscamos mejorar continuamente, para ser reconocidos en el mercado local y nacional, para crecer y permanecer.</p> <p>Calidad: Buscamos satisfacer las expectativas de nuestros clientes ofreciéndoles un producto con altos estándares de calidad en sabor, aroma y presentación.</p>

Valores	<p>Respeto: Hacia nuestros clientes razón de ser de la empresa, hacia los caficultores que son nuestros principales proveedores y que con su esfuerzo contribuyen para que nuestro producto sea excelente; hacia nuestro recurso humano que con su trabajo hacen posibles nuestros sueños.</p> <p>Compromiso: Con una gestión basada en el progreso continuo estimulando la interacción, el esfuerzo y la contribución de todos nuestros colaboradores, hacia el alcance de nuestras metas.</p> <p>Innovación: Incorporando nuevas tecnologías, capacitación constante, estar a la vanguardia de las demandas del mercado, para contribuir al desarrollo de la empresa.</p>
----------------	--

Nota. Información tomada de <https://arrancaguacoffee.webnode.es/>

Figura 5

Estructura Organizacional empresa ARRANCAGUA S.A.S



Nota. Información tomada de <https://arrancaguacoffee.webnode.es/>

Diagnóstico

Resultados aplicación instrumento recolección de información

Título de la Encuesta: diagnosticar la situación actual de las empresas ARRANCAGUA S.A.S a partir desde diversas variables relacionadas con la gestión de Responsabilidad Social Empresarial e interacción con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La encuesta se realizó y/o aplico al Gerente General y a la Coordinadora de Procesos del área de Talento Humano de la empresa ARRANCAGUA S.A.S

Sección 1- Variable Gobernanza de la Organización

Para esta sección 1, las preguntas 1 y 2 se realizan al Gerente de la Empresa Sr. Sergio Orozco Guarín.

Pregunta # 1

¿La empresa promueve la transparencia, la integridad y la rendición de cuentas, considerando a sus colaboradores?

- a) Si**
- b) No**
- c) Algunas Veces**
- d) Muy Pocas Veces**

Respuesta: **a) Si**

El Señor Orozco manifiesta que en su empresa siempre se busca trabajar bajo valores y principios que desde un principio se han trazado, por supuesto los principios como la transparencia, la integridad y la correcta rendición de cuentas han estado muy presentes en la empresa y los trabajadores siempre han hecho parte de este proceso, pues el talento humano es el

activo más importante que tenemos y así siempre hay que considerarlo de esa manera y tenerlos en cuenta en todos los procesos.

Pregunta # 2

¿Al interior de la empresa durante el último año cuantos eventos se han desarrollado para el análisis, socialización y cumplimiento de la normatividad que rige las empresas del sector?

a) 1

b) **2**

c) 3 o mas

c) No Sabe/ No Responde

Respuesta: **b) 2**

El Señor Orozco manifiesta que en su empresa en el último año se realizaron dos eventos en donde se dio a conocer a sus trabajadores y algunos invitados externos el estado actual de la empresa, los procesos que se desarrollan, el índice de cumplimiento de la normatividad que rige a las empresas del sector en donde lograron establecer algunos objetivos y compromiso para el mediano y largo plazo. De los dos eventos de rendición de cuentas programados por la empresa se cumplieron los al 100%.

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Gobernanza de la Organización:

100%

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ de eventos desarrollados}}{\text{Total programados}} \times 100$$

$$\frac{2}{2} \times 100 = 100\%$$

Sección 2- Variable Derechos humanos

Para esta sección 2, las preguntas 3 y 4 se realizan al Gerente de la Empresa Sr. Sergio Orozco Guarín.

Pregunta # 3

¿Durante el último año la empresa ha desarrollado campañas de sensibilización para mejorar la comprensión e importancia de la equidad y no discriminación?

- a) Entre 1 y 3
- b) Más de 3**
- c) No se han realizado
- d) Otra Cual_____

Respuesta: **a) Mas de 3**

El Señor Orozco manifiesta que en su empresa durante el último año se realizaron alrededor de 4 capacitaciones y talleres en asocio con entidades municipales y otros entes privados, en aras de establecer canales de comunicación e integración adecuados que permitan concientizar a las personas sobre un trato digno, equitativo y en igualdad de condiciones para todos sin discriminación alguna. De los cinco programas para el periodo se lograron desarrollar 4.

Pregunta # 4

¿La empresa establece políticas claras y acciones que propendan por el respeto y cumplimiento a los derechos humanos?

- a) Si**
- b) No
- c) No Sabe/ No Responde
- d) Otra cual _____

Respuesta: *a) Si*

El Señor Orozco manifiesta que, en su empresa, aunque no se tienen políticas formuladas se trabaja en pro de mantener una buena relación interpersonales basado en el respeto hacia la diferencia de los demás y sus derechos fundamentales, para lo cual tenemos un manual de funciones, unos valores y unos principios empresariales que debemos cumplir.

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Derechos humanos: 80%

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ de campañas desarrolladas}}{\text{Total programadas}} \times 100$$

$$\frac{4}{5} \times 100 = 80 \%$$

Sección 3- Variable Prácticas Laborales

Para esta sección 3, las preguntas 5 y 6 se realizan a la Coordinadora de procesos del área de Talento Humano, Sra. Claudia Patricia Manrique

Pregunta # 5

¿El personal que labora en la empresa está debidamente dotado con los elementos de protección personal que los proteja ante cualquier riesgo que puedan amenazar su seguridad o su salud en el trabajo?

- a) **Si**
- b) No
- c) Algunos trabajadores
- d) Otra Cual _____

Respuesta: *a) Si*

La Señora Claudia Manrique manifiesta que sí, todos los trabajadores están debidamente dotados con los elementos de protección personal que los proteja ante cualquier tipo de accidente o incidente laboral que se pueda presentar.

Pregunta # 6

¿Durante el último año cuantas campañas de promoción y prevención de los factores de riesgos laborales y seguridad en el trabajo ha realizado la empresa con todos sus colaboradores?

- a) 1
- b) 2
- c) 3 o mas
- c) No Sabe/ No Responde

Respuesta: **b) 2**

La Señora Claudia Manrique manifiesta que durante el último año en cada semestre se llevó a cabo en convenio con la ARL una jornada de promoción y prevención de riesgos laborales en la cual participaron el 100% de los trabajadores de la empresa, esto con el fin de mantener a los trabajadores informados y capacitados sobre los riesgos que existen al interior de la empresa y cómo actuar frente a cualquier situación que se presente. De las dos campañas programadas para el año se lograron desarrollar las dos sin ningún contratiempo.

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Prácticas Laborales: 80%

$$\frac{\text{N}^{\circ} \text{ de campañas desarrolladas}}{\text{Total programadas}} \times 100$$

$$\frac{2}{2} \times 100 = 100 \%$$

Sección 4- Variable Medio ambiente

Para esta sección 4, las preguntas 7, 8 y 9 se realizan a la Coordinadora de procesos del área de Talento Humano, Sra. Claudia Patricia Manrique.

Pregunta # 7

¿La empresa cuenta con la política de gestión ambiental que integre todas las áreas y miembros de la empresa?

- a) Si
- b) No
- c) No Sabe/ No Responde
- d) Otra cual _____

Respuesta: *a) Si*

La Señora Claudia Manrique manifiesta que la gestión ambiental siempre tiene que ser una de las prioridades para cualquier empresa, aunque Arrancagua no tiene la política formulada, siempre se propende porque cada uno de los procesos de la empresa se realicen de manera responsable, teniendo en cuenta el uso racional del agua y los recursos, adecuado manejo de residuos sólidos y su adecuada disposición, la utilización de materiales orgánicos o reciclables, son varias acciones que nosotros siempre tenemos presentes.

Pregunta # 8

¿Durante el último año cuantas campañas de promoción para la protección y conservación del medio ambiente, producción sostenible y adaptación al cambio climático ha desarrollado la empresa con sus colaboradores?

- a) 1
- b) 2

c) 3 o mas

c) No Sabe/ No Responde

Respuesta: **c) 3 o más**

La Señora Claudia Manrique manifiesta que durante el último año se realizaron 5 campañas sobre la protección y conservación al medio ambiente, en asocio con la oficina de emprendimiento del municipio y la secretaría de Asistencia Rural y Medio Ambiente, en aras de concientizar a todo el personal de la empresa sobre las acciones para proteger y cuidar el medio ambiente, tanto al interior de la empresa como en sus hogares; se programaron 4 campañas, dos por semestre y logramos realizar 4.

Pregunta # 9

¿De los aspectos e impactos identificados por la empresa que causan daño al medio ambiente en el desarrollo de sus actividades, a cuántos les ha implementado medidas para su mitigación?

a) Todos

b) Solo a algunos (los más relevantes Máximo 3)

c) Ninguna

Respuesta: **b) Solo a algún manejo integral de residuos solidos**

La Señora Claudia Manrique manifiesta que se identificaron algunas anomalías en el proceso de manejo y adecuada disposición de los residuos sólidos al interior de la empresa, para lo cual se realizaron los respectivos correctivos y seguimiento, así mismo se reforzaron las acciones con algunas charlas y capacitaciones sobre el Manejo Integral de Residuos Sólidos (MIRS) para todos los trabajadores.

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Medio ambiente: Medidas adoptadas 50% cumplimiento

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ de medidas adoptadas}}{\text{Total de impactos identificados}} \times 100$$

$$\frac{2}{4} \times 100 = 50\%$$

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Medio ambiente: Campañas realizadas 100% cumplimiento

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ de campañas realizadas}}{\text{Total campañas programadas}} \times 100$$

$$\frac{4}{4} \times 100 = 100\%$$

Sección 5- Variable Practicas justas de operación

Para esta sección 5, las preguntas 10 y 11 se realizan al Gerente de la Empresa Sr. Sergio Orozco Guarín.

Pregunta # 10

¿La empresa tiene formulado e implementado el código de ética como herramienta para promulgar los valores, principios, conductas y políticas empresariales?

a) Si

b) No

c) No Sabe/ No Responde

d) Otra cual _____

Respuesta: *a) No*

El Señor Orozco manifiesta que en su empresa aún no se cuentan con este tipo políticas establecidas, pero a un corto plazo se espera formularla e implementarla, pero se trata de dar cumplimiento a todos aquellos procesos y acciones que propendan por dar cumplimiento y respetar los valores, principios, conductas y políticas que a nivel de la empresa se implementen.

Pregunta # 11

¿Durante el último año la empresa cuantas campañas ha desarrollado con sus colaboradores y demás personal externo para la promoción y creación de ventajas competitivas basados en su política, valores y principios?

a) 1

b) **2**

c) 3 o mas

d) Otra Cual _____

Respuesta: *b) 2*

El Señor Sergio Orozco manifiesta que durante el último año se realizaron 2 campañas sobre promoción y canales adecuados de comercialización, publicidad y marketing en asocio con la oficina de emprendimiento del municipio, en donde participaron algunos trabajadores de la empresa sobre todo del área de procesos; se tenían programados 4 pero solo se realizaron 2 campañas.

**Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Practicas justas de operación:
50%**

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ de campañas realizadas}}{\text{Total campañas programadas}} \times 100$$

$$\frac{2}{4} \times 100 =$$

Sección 6-Variable Asuntos de consumidores

Para esta sección 6, las preguntas 12 y 13 se realizan a la Coordinadora de procesos del área de Talento Humano, Sra. Claudia Patricia Manrique.

Pregunta # 12

¿Los productos que oferta la empresa a sus consumidores, cumplen con todos los estándares de calidad en temas como de rotulado, información sobre valor nutricional, lotes, vencimiento, componentes, entre otros de manera clara, visible y comprensible para el consumidor?

- a) Siempre
- b) Algunas Veces
- c) Muy Pocas Veces
- d) d) Otra cual _____

Respuesta: **a) Siempre**

La Señora Claudia Manrique manifiesta que los tres productos principales que la empresa comercializa (Café especial tostado molido, café especial premium, café especial suave, café expreso) cuentan con el rotulado pertinente de acuerdo con lo establecido en la normatividad legal, para nosotros es de gran importancia que nuestros clientes y consumidores tengan una información clara y confiable sobre nuestros productos.

Pregunta # 13

¿De las solicitudes (PQRS) presentadas por parte de los clientes en el último mes, a cuantas se les ha dado una respuesta oportuna?

- a) **Todas**
- b) Entre 1 y 10
- c) Ninguna

Respuesta: **a) Todas**

La Señora Claudia Manrique manifiesta que la empresa es fundamental conocer las inquietudes, sugerencias y comentarios de nuestros clientes y consumidores, por eso el 100% de las solicitudes que nos llegan son contestadas de manera pertinente, durante el último año atendimos 15 solicitudes varias de nuestros consumidores.

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Asuntos de consumidores:

Estándar de calidad de los productos 100%

$$\frac{\text{N° de productos con rotulado}}{\text{Total productos comercializados}} \times 100$$

$$\frac{4}{4} \times 100 = 100\%$$

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Asuntos de consumidores:

PQRS resueltas 100%

$$\frac{\text{N° PQRS resueltas}}{\text{Total PQRS recibidas}} \times 100$$

$$\frac{15}{15} \times 100 = 100\%$$

Sección 7- Participación y desarrollo de la comunidad

Para esta sección 7, las preguntas 14 y 15 se realizan a la Coordinadora de procesos del área de Talento Humano, Sra. Claudia Patricia Manrique

Pregunta # 14

¿La empresa promueve y ejecuta procesos de inclusión social e integración con comunidades vulnerables de su sector?

- a) Si
- b) No
- c) **Algunas Veces**
- d) Muy Pocas Veces
- e) No Sabe/No Responde

Respuesta: **c) Algunas Veces**

La Señora Claudia Manrique responde que la empresa en algunas ocasiones ha participado de manera directa e indirecta en algunas actividades de integración con las comunidades vulnerables, en algunas fechas importantes como el día de la antioqueñidad y navidades comunitarias, nos hemos integrado entorno a alguna tarde recreativa, cultural y artística con el fin de brindar espacios de esparcimiento e integración.

1. ¿Qué Proyectos ha desarrollado la empresa, que lleven un beneficio hacia la comunidad?
 - a) Proyectos de Inclusión.
 - b) **Proyectos Productivos.**

- c) Proyectos Comunitarios
- d) Otra cual _____
- e) Ninguno

Respuesta: *c) Proyectos Productivos.*

La Señora Claudia Manrique responde que la empresa en asocio con la oficina de desarrollo económico y emprendimiento del Municipio de Sonsón han desarrollado con un grupo de mujeres emprendedoras un proyecto productivo para fomentar la siembra de legumbres bajo producción limpia y orgánica, con el fin de incentivar a las mujeres a trabajar en equipo y obtener algunos ingresos económicos para su sostenibilidad.

Resultados Porcentaje de cumplimiento de la variable Participación y desarrollo de la comunidad 50 %

$$\frac{\text{No. de proyectos realizados}}{\text{Total de proyectos}} \times 100$$

$$\frac{1}{2} \times 50 \%$$

Análisis de los resultados obtenidos

Para la interpretación de los resultados y su análisis se llevó a cabo la descripción de cada una de las variables y factores establecidos en la encuesta, así como los resultados obtenidos de manera general en las respuestas dadas por el Gerente General y la Coordinadora de Procesos del área de Talento Humano ARRANCAGUA S.A.S.

Se realiza el análisis en el cual se correlaciona el nivel de asociación entre los factores mencionados y el nivel de cada materia de acuerdo al área analizada. Para el análisis de las diversas variables o materias fundamentales se consideró el índice de correlación de la RSE y ODS en donde se destaca el nivel asociación significativo entre las mencionadas variables.

La norma ISO 26000 en **gobernanza**, reconoce la importancia de que las empresas establezcan sistemas y procesos formales o informales para la toma de decisiones para lograr los objetivos trazados. Estos mecanismos dependen del tamaño y el tipo de empresa, y pueden ser mecanismos en base a estructuras y procesos definidos o simplemente mecanismos influenciados desde la alta dirección y que están ligados a la cultura y los valores que la empresa establezca como ejemplo a sus colaboradores y clientes. Esta variable es sumamente importante para el desarrollo de la RS, porque es donde se garantiza su inclusión y desarrollo a nivel organizacional, es decir, es la encargada de establecer las estrategias que ayuden al cumplimiento normativo de la RS en todos los procesos de la empresa, incluyendo la participación de las partes involucradas.

Con respecto a la aplicación del instrumento en la **variable gobernanza** en la empresa Arrancagua S.A.S, se tuvo en cuenta el desarrollo de estrategias encaminadas al cumplimiento de la normatividad y metas de la RS, en especial los relacionados con valores y principios como la integridad, la transparencia y rendición de cuentas, al igual que la promoción para lograr la

participación en integración de los empleados en las actividades propuestas para la RS. Para ello se establecieron las preguntas 1 y 2 dirigidas al gerente y al coordinador del área de talento humano, que permitieron conocer información específica de la empresa en torno a esta variable.

Los resultados encontrados evidenciaron el compromiso de la empresa con la promoción de valores y principios como la transparencia, integridad y rendición de cuentas, así como la participación de los colaboradores.

En relación con el principio de rendición de cuentas, la empresa cumple en un 100% este indicador, debido a que se ha cumplido con el total de eventos programados (2) de rendición de cuentas, que han servido para dar a conocer el estado actual de la empresa, los resultados y objetivos logrados hasta el momento y el cumplimiento de la normatividad vigente por parte de la empresa.

De igual forma los resultados obtenidos evidencian que pese a que la empresa Arrancagua S.A.S no tiene un proceso establecido de RS, si cuenta con diversas estrategias relacionadas con el buen gobierno y la cultura organizacional que permiten desarrollar una serie de iniciativas que ayudan a mantener relaciones basadas en principios éticos entre propietarios, clientes, empleados, proveedores y comunidad. Especialmente en base al modelo de estructura organizacional donde se reconoce a través de su misión, visión valores y principios establecidos sirvan como ejemplo y sean aplicados tanto por empleados, clientes y demás partes interesadas.

Finalmente, esta materia permite a la empresa Arrancagua S.A.S determinar si debe implementar, fortalecer o realizar cambios estructurales en sus políticas y programas relacionados con la RS, y conocer el impacto de los eventos realizados en sus colaboradores, y así lograr identificar que otros programas son necesarios desarrollar en el corto y largo plazo para mejorar el índice de cumplimiento de la RS dentro de la empresa.

En cuanto a la variable **derechos humanos**, la normativa vigente (ISO 26000), establece que es estrictamente necesario que las empresas establezcan políticas y estrategias que permitan garantizar las buenas relaciones y el respeto para cumplir los derechos de los seres humanos. Identificar y actuar en pro al cuidado de los derechos humanos varía dependiendo de la empresa, ya que el impacto en el entorno laboral es diferente de acuerdo con la naturaleza y las actividades que desarrolla la empresa. Dentro de los derechos humanos las empresas deben garantizar el respeto físico e integral del ser humano en el desarrollo de sus funciones. Así como también se debe implementar medidas para el cumplimiento de los derechos de tipo económico, social y cultural, a través de una remuneración digna, espacios de participación en diferentes eventos y facilidades en el acceso a la educación de sus empleados. Otro aspecto clave en torno a esta materia es la promoción de la no discriminación, que permita que las empresas empleen estrategias para eliminar cualquier conducta discriminatoria, sino también en caso de una eventual ocurrencia se puedan contar con un reglamento donde se indique las medidas correctivas que den lugar de acuerdo con la infracción.

Para la evaluación de la variable relacionada con los derechos humanos en la empresa Arrancagua S.A.S, se tuvo en cuenta los aspectos como políticas y estrategias internas que promuevan el respeto y el cumplimiento de los derechos, así mismo el desarrollo de campañas de sensibilización para promover la no discriminación. Para ello se establecieron las preguntas 3 y 4 dirigidas al gerente general y al coordinador de talento humano, que brindaron información acerca de esta variable.

Los resultados obtenidos, evidencian que la empresa ha desarrollado campañas de sensibilización con el objetivo de evitar la discriminación y equidad de género en el que se observa un cumplimiento del 80% hasta el momento, si bien no se ha cumplido con el 100% se

lleva un gran avance para su total cumplimiento. El objetivo principal de dichas iniciativas más allá de cumplir con las normas vigentes es lograr un trato digno, equitativo hacia todas las personas y erradicar cualquier situación de discriminación.

Es importante resaltar que pese a que la empresa Arrancagua S.A.S. no cuenta con una política establecida en torno a la discriminación, si promueve las buenas relaciones interpersonales y la protección de los derechos humanos a partir del manual de funciones donde establece los principios y valores de la empresa y que se espera que todas las personas involucradas asuman con responsabilidad las normas allí establecidas.

Otro aspecto para resaltar dentro de la empresa es que cuenta con un área de recursos humanos, la cual es vital para garantizar que se cumplan con las normas y el cuidado de los derechos humanos.

Finalmente, los resultados obtenidos de forma general en la materia derechos humanos permite a la empresa Arrancagua S.A.S, conocer el estado de cumplimiento de los aspectos relacionados con los derechos humanos, sus fortalezas y debilidades para así determinar las acciones a desarrollar para fortalecer los criterios que no cumplen con las normas establecidas para los derechos humanos.

Se ha observado que **el análisis de la variable prácticas laborales** muestra que el 100% de las dos campañas programadas por la compañía el 80% de las campañas desarrolladas cumplieron con el objetivo. Arrojo que la Cantidad de estrategias y mecanismos implementados por la empresa para promover acciones en el sistema de seguridad y salud en el trabajo, es así como se evidencia que los trabajadores están debidamente dotados con los elementos de protección personal que los proteja ante cualquier tipo de accidente o incidente laboral que se pueda presentar; que durante el último año en cada semestre se llevó a cabo en convenio con la

ARL una jornada de promoción y prevención de riesgos laborales en la cual participaron todos los trabajadores de las diferentes áreas de la empresa, esto con el fin de mantener a los trabajadores informados y capacitados sobre los factores de riesgo que existen y cómo actuar frente a cualquier situación que se presente. De las dos campañas programadas para el año se lograron desarrollar las dos sin ningún contratiempo.

Se evidencia que el **análisis de la variable medio ambiente** muestra que el 50% de las dos medidas adoptadas fueron identificados 4 impactos. Arrojo que el número de estrategias y medidas implementadas para lograr el uso racional y eficiencia de los recursos mitigando el impacto negativo al medio ambiente tienen que ser una de las prioridades para cualquier empresa, aunque Arrancagua no tiene la política formulada, siempre se propende porque cada uno de los procesos de la empresa se realicen de manera responsable, teniendo en cuenta el uso racional del agua y los recursos, manejo adecuado de los residuos sólidos y su adecuada disposición, la utilización de materiales orgánicos o reciclables, son varias acciones que siempre tienen presentes.

El 100% de las 4 campañas realizadas fueron realizadas 4 campañas. Arrojo que se identificaron algunas anomalías en el proceso de manejo y adecuada disposición de los residuos sólidos en la empresa, para lo cual se realizaron los respectivos correctivos y seguimiento, así mismo se reforzaron las acciones con algunas charlas y capacitaciones sobre el Manejo Integral de Residuos Sólidos (MIRS) para todos los trabajadores.

Estos resultados aportan al buen manejo que tiene la compañía con variables que hacen parte fundamental de la norma ISOS 26000 relacionada con la RSE y ODS.

Con relación a la variable **prácticas justas de operación**, el gerente de la empresa (Arrancagua S.A.S) al preguntarle de que si la empresa tiene formulado e implementado el

código de ética como herramienta para promulgar los valores, principios y conductas este ,manifiesta que no lo implementan, pero que en el corto plazo planean implementarlo, es así que podemos concluir de que a pesar de no implementar el código de ética en la empresa, un factor de gran importancia para la misma y el personal como lo es las practicas justas, es de resaltar de que el gerente tiene toda la disposición de implementarlo, respecto a la aplicación de campañas con el personal manifiesta que se han realizado dos en el presente año, concluimos entonces que el porcentaje de cumplimiento con relación a las practicas justas de operación es del 50 %, quiere decir entonces que respecto a esta variable la empresa cumple solamente con la mitad, razón por cual es importante realizar los ajustes necesarios en la misma, para que se cumpla al 100 % con la normatividad ISO 2600.

Por otra parte, en cuanto a asunto de consumidores al preguntarle a encargada del área de talento humano de la empresa (Arrancagua S.A.S), de que si los productos que oferta la empresa a los consumidores, cumplen con todos los estándares de calidad, manifiesta que siempre lo cumplen de igual forma, con relación a las solicitudes (PQRS) presentadas por los clientes en el último mes, al preguntar de a cuantas se le dieron respuesta, respondió que a todas le dieron respuesta, en ese orden de ideas el porcentaje de cumplimiento con relación a los asuntos de consumidores es del 100 % en consecuencia, no se requieren ajustes de fondo pero si continuar con una mejora continua en la empresa.

Se evidencia que en el **análisis variable participación y desarrollo de la comunidad**. La empresa Arrancagua S.A.S, es una empresa que visiona tener mayor reconocimiento a nivel nacional y posicionar la marca a nivel internacional. Es por ello importante la intervención activa y socialmente responsable de la empresa en la contribución hacia el fortalecimiento económico y social de las comunidades, por medio de la educación, creación de nuevos empleos entre otros,

se considera de cierta manera. Como la forma amable y significativa de retribuirle a la comunidad, siendo esta pieza fundamental en el desarrollo y crecimiento de la empresa, el cual es ayuda directa al consumo de los productos.

En algunas empresas la participación en la comunidad no es positiva, dicen no invertir en la comunidad porque no ven oportunidades económicas el cual no genera valor económico.

Con base a la información suministrada por la Sra. Manrique, la empresa Arrancagua, participa de forma ocasional en actividades de desarrollo social, vinculado en eventos culturales y artísticos, pero se evidencia que la participación es poca frente a las necesidades existentes de la comunidad, como es el caso del alto índice de deserción escolar de primaria y secundaria debido a la gran cantidad de habitantes que están el plano rural. A su vez, se abona la inclusión de mejoramiento a la calidad de vida de las mujeres emprendedoras, pero es importante ratificar la necesidad de crear nuevos proyectos de desarrollo que beneficien la comunidad, es el caso de explorar el mundo de las artesanías con materiales de café, el cual integraría aún más la razón fundamental a esta labor, que es la ayuda y cooperación al mejoramiento de muchas familias de la región. No obstante, a través del crecimiento de la empresa, se incluirán mayores retos que abarcarán de mayor forma a la comunidad, el cual siendo una empresa no de gran magnitud, es satisfactorio que entre sus procesos estos estén presentes y se ven reflejados en los proyectos realizados.

Inicialmente se plantean estrategias para llegar al escenario propuesto, es así como de acuerdo a los objetivos de cada variable se definieron los indicadores para verificar el cumplimiento de cada estrategia y les permitan a las directivas tener información real tendiente a la toma de decisiones acordes y adecuadas a los requerimientos de la empresa.

Por ende, las preguntas formuladas están acorde a los objetivos propuestos al tipo de empresa seleccionada para su aplicación.

Finalmente, los resultados obtenidos están acorde al criterio de la encuesta, donde para el lector es de fácil entendimiento y llega a obtener el hilo del tema.

En conclusión, el trabajo está estructurado bajo la temática planteada, su información es adecuada para el lector, su forma de aplicación en forma de encuesta es correcto y organizado para el entendimiento de los resultados.

Con el instrumento aplicado, se logró cumplir con el objetivo propuesto inicialmente el cual está orientado a establecer si la empresa propuesta cumple con la normatividad ISO 2600, en ese orden de ideas se pudo determinar su estado de avance y cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos de desarrollo sostenible que son de vital importancia en los procesos productivos e industriales al interior de cualquier empresa u organización.

Matriz de marco lógico

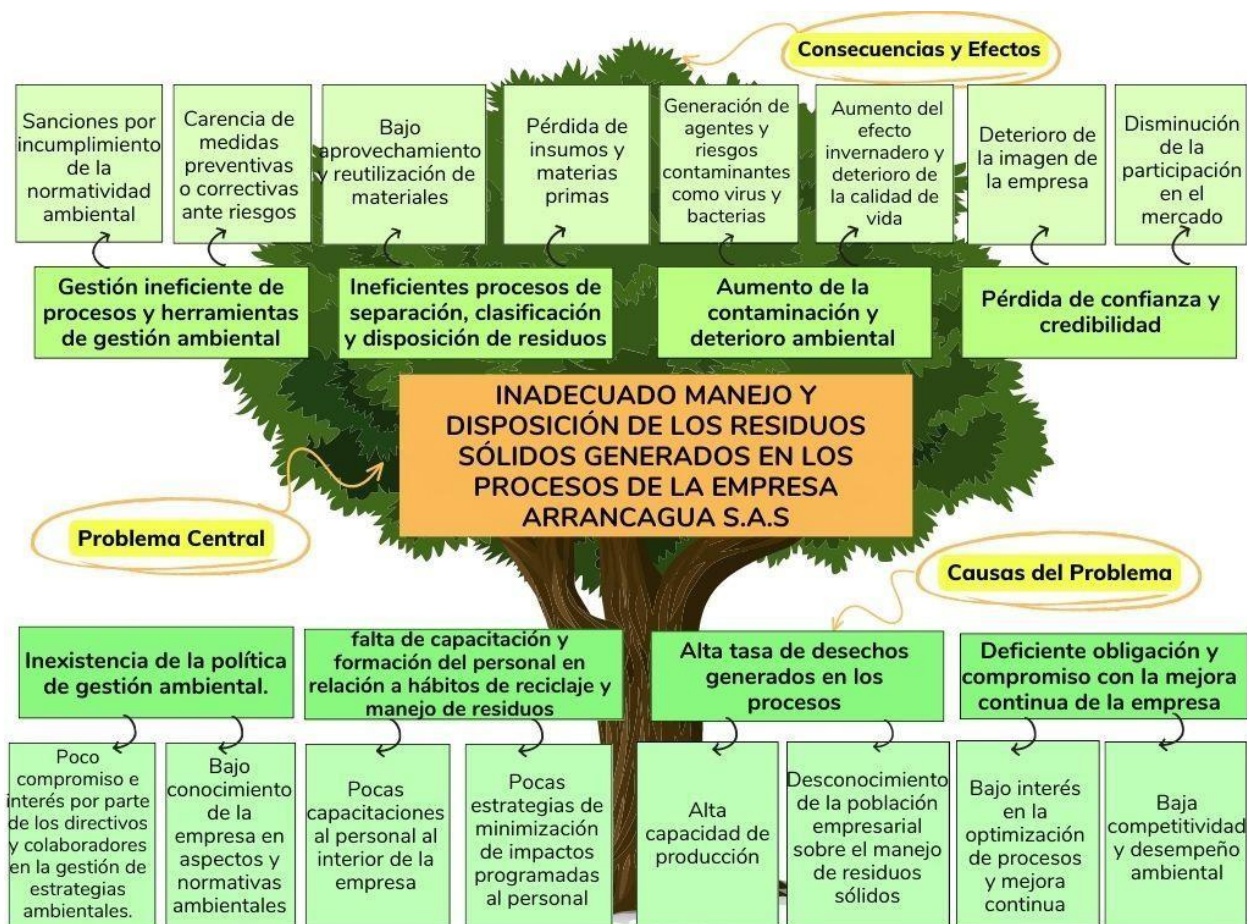
Árbol de problemas

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos con el análisis realizado para evaluar la situación actual que presenta la empresa ARRANCAGUA S.A.S, en sus diferentes áreas; es así como se evaluaron las variables relacionadas con la gestión de Responsabilidad Social Empresarial e interacción con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, se identifica que la variable *Medio Ambiente* presenta un cumplimiento del 50% de las acciones y medidas implementadas por la empresa en el marco de la política de gestión ambiental; aunque la empresa ha realizado acciones en temas como el uso racional del agua y los recursos, manejo adecuado de los residuos sólidos y su adecuada disposición, la utilización de materiales

orgánicos o reciclables, entre otros, se identifica como problema central de dicha variable el *inadecuado manejo y disposición de los residuos sólidos al interior de la empresa*, se realiza el árbol de problemas identificando las causas que dan origen al problema y los efectos que estas causas pueden ocasionar para la empresa.

Figura 6

Árbol de problemas



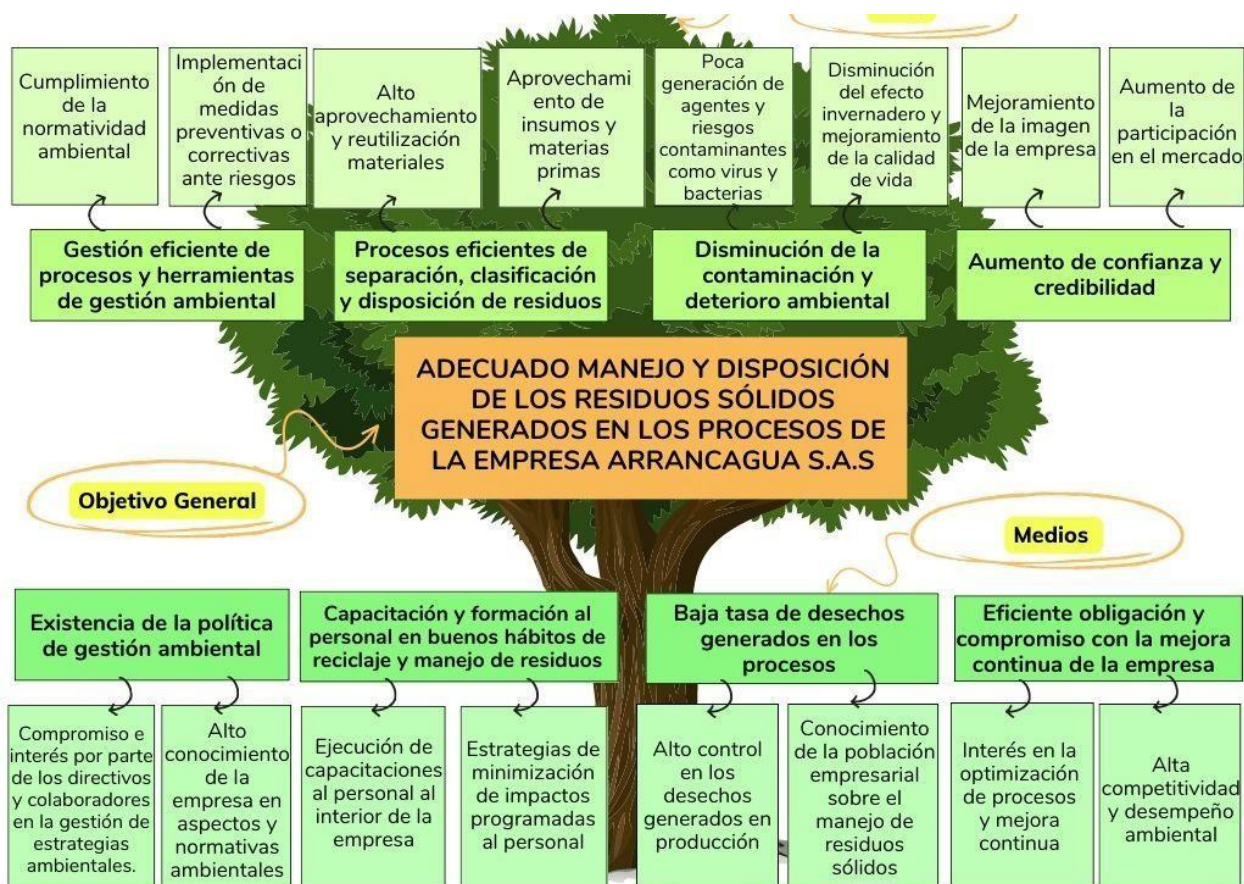
Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Árbol de objetivos

Se realiza el árbol de objetivos a partir de la transformación del árbol de problemas identificados para la empresa ARRANCAGUA S.A.S, es así como se busca formular las metas y estrategias que permitan dar solución a los problemas encontrados en las diferentes áreas de la empresa en lo relacionado a la variable Gestión Ambiental, la cual presenta un índice bajo de cumplimiento por parte de la empresa en temas relacionados con la política ambiental, manejo y disposición adecuada de residuos sólidos, gestión insuficiente de procesos o y herramientas de gestión ambiental, baja capacitación y formación formal e informal al personal de la empresa entre otros problemas que deben ser intervenidos en aras de mejorar los procesos al interior de la empresa.

Figura 7

Árbol de objetivos



Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Mapa Estratégico

Mediante la construcción del mapa de estrategias se realiza la formulación de los objetivos estratégicos de las empresas ARRANCAGUA S.A.S, a partir de las diversas variables relacionadas con la gestión de Responsabilidad Social Empresarial e interacción con los Objetivos de Desarrollo Sostenible; el mapa estratégico nos permite conocer un poco más fondo la empresa desde su visión, misión, valores corporativos y todas aquellas estrategias que se pueden implementar para lograr sus objetivos y metas.

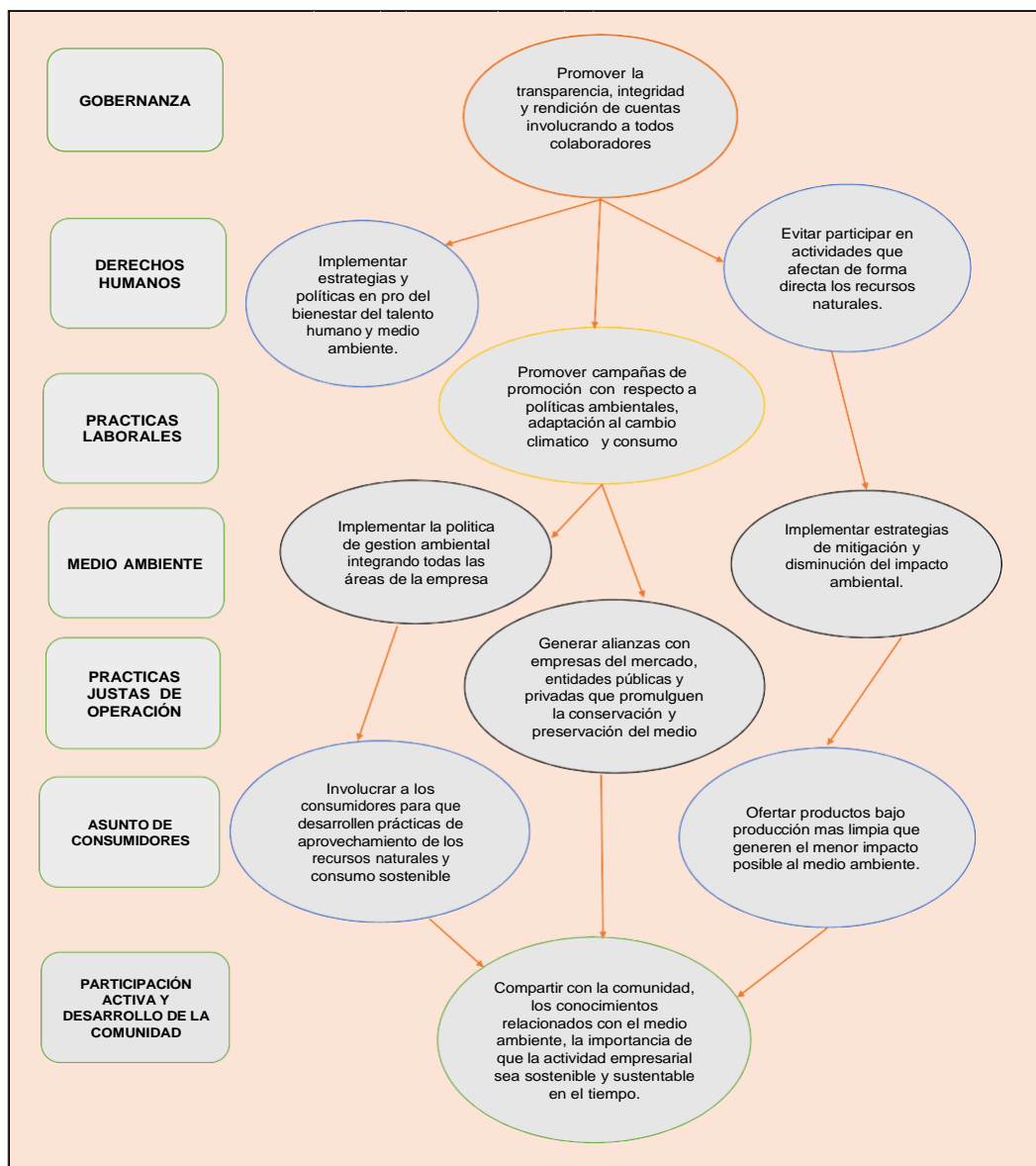
Es así como a partir del árbol de problemas y su transformación en árbol de objetivos se identifica el problema central relacionado con la variable gestión ambiental y se construye las estrategias y alternativas de solución para dar solución a la problemática identificada en cada una de las materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial.

Tenemos entonces para la variable gobernanza se busca promover la transparencia, integridad y rendición de cuentas involucrando a todos colaboradores, en la variable derechos humanos Implementar estrategias y políticas en pro del bienestar del talento humano y medio ambiente, en la variable prácticas laborales se busca promover campañas de promoción con respecto a políticas ambientales, adaptación al cambio climático y consumo sostenible, en la variable medio ambiente se proponen la realización de campañas de promoción con respecto a políticas ambientales, adaptación al cambio climático y consumo sostenible, en la variable practicas justa de operación, se espera generar alianzas con empresas del mercado, entidades públicas y privadas que promulguen la conservación y preservación del medio ambiente, en la variable asuntos de consumidores se propone involucrar a los consumidores para que desarrollen prácticas de consumo sostenible y finalmente en la variable participación activa y desarrollo de la comunidad se propone compartir con la comunidad los conocimientos relacionados con el

medio ambiente, la importancia de que la actividad empresarial sea sostenible y sustentable en el tiempo.

Figura 8

Mapa Estratégico



Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Cuadro de stakeholders de la empresa ARRANCAGUA S.A.S

Se construye el Cuadro de stakeholders mediante el cual se identifican los grupos de interés que de una u otra manera pueden influir de manera tanto directa o indirecta en el desarrollo de los diferentes procesos administrativos, productivos, industriales, de atención al cliente y demás que desarrolla la empresa ARRANCAGUA S.A.S.

Se construyen dos cuadros de stakeholders de la empresa, en el primero se construye a partir de los grupos de interés general y el segundo cuadro se diseña a partir de la problemática ambiental identificada y los objetivos propuestos.

Tabla 2*Stakeholders General de la empresa*

Grupos de interés para Arrancagua S.A.S	
Internos	<p>Socios: Personas que participan en el negocio de la empresa.</p> <p>Accionistas: Propietarios de la empresa.</p> <p>Colaboradores: Todas las personas que tiene un vínculo laboral directo e indirecto con la empresa.</p> <p>Clientes: Personas que adquieren los productos que oferta la empresa.</p> <p>Proveedores: Conjunto de personas o empresas, quienes suministran los insumos pertinentes, para que la empresa pueda funcionar.</p>
Externos	<p>Comunidad: Población del entorno de la empresa y los cuales pueden verse involucrados o afectados por las decisiones de la empresa, independientemente si son o no consumidores de los productos.</p> <p>Competencia: Empresas que desarrollan la misma actividad en el mercado.</p> <p>Sindicatos: Asociación de trabajadores de la empresa,</p> <p>Medios de Comunicación: Periódico, Canales de Televisión, Radio y diferentes redes sociales, quienes puedan informar a la opinión pública, con relación a la problemática identificada.</p> <p>Instituciones Financieras: Los bancos velan por la solvencia de una empresa, en este caso la empresa en referencia se puede ver afectada debido a la problemática identificada.</p>

Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Tabla 3*Stakeholders ambiental de la empresa*

Identificación de los stakeholders en el aspecto ambiental

Caracterización	Características
Inactivos	Se agrupan los stakeholders que presentan bajo conocimiento y mínima implicación en la problemática ambiental. Para este grupo el tema ambiental no interfiere en las decisiones, ni afectan las decisiones en relación con su vida.
Alertas	En esta categoría, los stakeholders tienen bajo conocimiento sobre problemas ambientales; pero tienen la capacidad de reconocer que el problema existe y se pueden mantener alertas a sus consecuencias.
Informados	Integrada por los grupos que tienen un conocimiento alto relacionado con los problemas ambientales, pero se implican poco con la organización.
Activos	Este grupo tiene mayor sensibilidad en temas ambientales, por el alto conocimiento e implicación en la problemática ambiental. Los grupos más fuertes que integran la categoría suelen ser las autoridades gubernamentales y los ambientalistas o defensores sociales, ya que tienen mayor influencia para provocar un cambio.

Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Plan de Mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento

Se realiza la construcción del plan de acción y seguimiento para la estructuración del plan estratégico de responsabilidad social para la empresa ARRANCAGUA S.A.S, es así como los resultados obtenidos a lo largo del proceso de evaluación y diagnóstico realizado en las variables y materias relacionadas con la gestión de Responsabilidad Social Empresarial e interacción con los Objetivos de Desarrollo Sostenible permitieron identificar la problemática que se relaciona con el manejo y disposición inadecuada de residuos sólidos inmersa en la variable gestión ambiental; se procede a formular los objetivos y las estrategias que permitirán en el mediano y largo plazo dar solución a dicha problemática.

Dichas estrategias son medibles y cuantificables lo que permite establecer acciones claras que facilitarán su desarrollo y cumplimiento en los procesos de la empresa.

Es importante que las estrategias sean coherentes y transversales a los objetivos de la empresa, lo que sin duda permitirá avanzar de manera positiva para que en el mediano plazo se pueda implementar el plan estratégico de responsabilidad social empresarial tendientes al logro de las metas propuestas.

Tabla 4*Plan de acción y de seguimiento*

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	-Ofrecer productos bajo producción que generen el menor impacto posible al medio ambiente	-Realizar ajustes o cambios en el proceso de producción del producto. -Aprovechar los desechos generados en otras actividades. -Acuerdos con proveedores con respecto a las materias primas. -Capacitar a los empleados en aprovechamiento de los residuos para otros procesos agroindustriales de la empresa.	6 meses	8.000.000	N° de cambios ejecutados en producción / N° de cambios planificados en la producción x 100
	-Crear un plan de reciclaje para manejar los residuos. -Aumentar la confianza y credibilidad de la empresa en el mercado para atraer mayor número de consumidores y aumentar las ventas.	-Realizar campañas de mercadeo para posicionar los productos. -Planificación de actividades para la creación del plan. -Compra de materiales necesarios para la implementación del plan. -Socializar e involucrar a todo el personal en aras de realización del plan. -Evaluación, control y seguimiento al plan de reciclaje. -Realizar estrategias de marketing digital con valor	2 meses	2.500.000	Cantidad de residuos reciclados semanal / cantidad total de residuos generados semanal x 100 N° de clientes fidelizados año / N° de clientes

	-Constituir alianzas estratégicas con nuevos proveedores	<p>ambiental e interacción social online, en busca de tener mejor cercanía con el cliente y que estos puedan identificar el compromiso de la empresa para con el medio ambiente.</p> <p>-Crear contenido informativo que le permita al cliente identificar productos menos contaminantes y amigables con el medio ambiente.</p> <p>-Crear espacios de acercamientos con el fin de generar negociaciones ganadoras para ambas partes.</p>	10 meses	\$5.000.000	fidelizados año anterior x 100
			12 meses	\$8.000.000	N° total de proveedores nuevos / N° de proveedores x 100
Social	<p>-Apoyar campañas de promoción con respecto a políticas ambientales adaptación al cambio climático y consumo.</p> <p>-Compartir con la comunidad los conocimientos relacionados con el medio ambiente, la importancia de que la actividad empresarial sea sostenible y sustentable en el tiempo.</p>	<p>-Programar capacitaciones al personal en buenos hábitos de reciclaje, manejo de residuos y consumo sostenible.</p> <p>-Evaluar a los empleados acerca de la práctica de las políticas ambientales.</p> <p>-Programar espacios con la comunidad de concientización del cuidado del medio ambiente, compartiendo ideas para que se comprometan a realizar acciones que ayuden con el impacto ambiental.</p> <p>- Realizar actividades educativas para reconocer y</p>	3 meses	2.500.000	<p>N° de colaboradores capacitados/ N° de colaboradores de la empresa x 100</p> <p>N° de personas comprometidas para el cuidado</p>

	evidenciar la problemática real en sus entornos	3 meses	2.500.000	ambiental/ N° de personas asistentes a la capacitación x 100
	-Realizar talleres de aprendizaje la elaborar manualidades con material reciclable orientado a la comunidad del sector.			
	- Desarrollar estrategias para implementar la política de gestión ambiental para la empresa.	6 meses	\$5.000.000	N° de actividades ejecutadas para la implementación de la política ambiental / N° de actividades programadas para la implementación de la política ambiental x 100
	-Programar las actividades para la ejecución de la política.			
	-Organizar los recursos necesarios para la implementación de la política.			
	-Evaluación, seguimiento y control de la política ambiental.			
Ambiental	-Implementar estrategias y programas de educación ambiental en el cuidado, preservación de los recursos naturales y la mitigación del impacto ambiental	3 meses	\$2.000.000	N° de estrategias implementadas/ N° de estrategias programadas x 100
	- Realizar actividades de promoción y divulgación de la normatividad ambiental vigente integrada a la política de gestión ambiental			
	-Realizar campañas de mitigación del consumo energético y agua. (apagar equipos y luces mientras no se usen.)			
	-Aumentar el índice de			
	- Ubicar puntos ecológicos en lugares estratégicos para la recolección y			

participación en programas o actividades ambientales y sociales	clasificación de residuos y generar incentivos y puntos acumulables que puedan ser premiados. - Uso de energía solar y eólica en la empresa. -Minimizar el consumo de papel y plásticos - Apoyar campañas u obras, lideradas por entidades gubernamentales como cuidados del medio ambiente, reciclaje entre otros	6 meses	\$4.000.000	N° de actividades realizadas en el año / N° de actividades realizadas año anterior x 100
---	---	---------	-------------	--

Nota. Elaborado Grupo Colaborativo 101008_2

Conclusiones

La norma Internacional ISO 26000, en definitiva, es una guía oportuna para la aplicabilidad de la Responsabilidad social en cualquier empresa u organización, para este caso en particular de la empresa “Arrancagua S.A.S, se considera que es de gran importancia identificar el problema central de la aplicabilidad de esta norma en la empresa en mención, estableciendo así las causas, efectos, objetivos y estrategias mediante el desarrollo de árboles de problemas, de objetivos y mapa estratégico.

Una vez establecida la problemática principal a nivel estructural de la empresa Arrancagua S.A.S con relación a su nivel de cumplimiento de la responsabilidad social empresarial, y realizado el concerniente análisis y diagnóstico de la situación, se crea un plan de acción y seguimiento acorde con las necesidades y capacidades de la organización que le garanticen un mejoramiento continuo en aspectos económicos, sociales y ambientales.

En definitiva la responsabilidad social empresarial (RSE), es uno de los aspectos más importantes en cualquier empresa, ya que por medio de esta se establece cual es el aporte de la empresa con su actividad a la sociedad, es importante resaltar de que en esta inciden factores como el ambiental, social, económico entre otros; cómo se ha evidenciado en este caso con la empresa Arrancagua SAS, por ende se considera que la RSE juega un papel determinante en el posicionamiento y reconocimiento de la empresa en el mercado, lo cual definitivamente marca la diferencia y mejora la competitividad cuando se satisface la necesidad que tiene una sociedad sin afectar el entorno ambiental. En consecuencia, se adquieren conocimientos importantes que pueden ser en la vida cotidiana, en los diferentes entornos y especialmente en la disciplina de la administración de empresas.

Referencias Bibliográficas

- Alea García, Alina. (2007). Responsabilidad Social Empresarial. Su Contribución al Desarrollo Sostenible. Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable. 2007, 17, Vol.5. http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp2.htm
- ARRANCAGUA S A S, (2020). El café oculto de Sonsón empieza a recorrer el mundo. Sonsón-Antioquia <https://arrancaguacoffee.webnode.es/>
- Arroyo, J. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. Revista Nacional De Administración, 9(1), 87-103.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rori/v20n2/v20n2a11.pdf>
- Bermúdez-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=edsnp&AN=edsnp.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>
- Calvo, Patrici. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. Tópicos (México), (47), 199-232.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-66492014000200008

- Cruz, G. (2006). La institucionalización de la empresa: casos de éxito de gobierno corporativo. Universidad Anáhuac del Sur S.C. en coedición con Editorial Miguel Ángel Porrúa, 12-50. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/103050?page=12>
- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 9(3), 127–144.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- 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>
- Epstein, Marc J. (2000), El Desempeño Ambiental en la Empresa: Practicas para costear y administrar una estrategia de protección ambiental. Primera Edición, Colombia. ECOE Ediciones.
- Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 18-50.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258?page=18>
- Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*. POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, 24(2), 331–352.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdia&AN=edsdia.ART0001377019&lang=es&site=eds-live&scope=site>

González, Jorge; Salazar, Flor; Ortiz, Raúl; Verdugo, Darwin Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones Telos, vol. 21, núm. 1, 2019 Universidad Privada Dr. Rafael Bellosillo Chacín, Venezuela.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99357718032>

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>

Gutiérrez Pérez, C. & Gutiérrez Cánovas, C. (2009). La actuación frente al cambio climático: guía para un consumo sostenible. Editum. Ediciones de la Universidad de Murcia, 27-67.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/54368?page=27>

Hoof, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental, 17-63.

Universidad de los Andes.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=17>

Idalberto Chiavenato (2004). Introducción a la teoría general de la administración. Séptima edición. Editorial McGRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf

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

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social.

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Julio Heise González. (1935). Las Doctrinas económicas de Werner Sombart. Anales de la Facultad de Derecho Vol. I - enero-Junio de 1935 - N° 1 y 2.

http://web.uchile.cl/vignette/analesderecho/CDA/an_der_completa/0,1363,SCID%253D2999%2526ISID%253D215,00.html

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. Revista Orbis, 13(39), 15– 29.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

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>

Machota, M. y Martínez, M. (1996), Contabilidad Ambiental: una apuesta de futuro. Revista Suma, 2do trimestre, pp. 6-10. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v27n1/0121-6805-rfce-27-01-87.pdf>

Malthus, R. (1798). Ensayo sobre el principio de la población (pp. 9-10).

http://www3.gobiernodecanarias.org/aciisi/cienciasmc/web/pdf/u7_hacia_la_sostenibilidad.pdf

Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). Información Tecnológica, 30(3), 269–276.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?>

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>

ONUUDI. Manual de producción más limpia: Introducción a la producción más limpia. Pág. 3.

Ortiz de Mendivil, E. (2009). Sensibilización ambiental. Madrid CEP. Pág. 18 Rosso, J. W.

(2018). El gobierno corporativo: teoría y evidencia empírica. Editorial UPTC, 10-36.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=10>

Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). El consumo sostenible como perspectiva innovadora. B –

EUMED, 7-72. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7)

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. Administración y

Organizaciones, 15(29), 61–78.

[https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?di](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site)

[rect=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Producción y consumo sostenibles. (2021). In Cerrando ciclos (pp. 21–26). Ediciones USTA.

¿Qué es Gobierno Corporativo? (n.d.). Org.Co. Retrieved February 25, 2023, from.

https://infraestructura.org.co/FortalecimientoEmpresarial/Conceptos/QU%C3%89_ES_GOBIERNO_CORPORATIVO.pdf

- 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 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>
- República de Colombia -Ministerio del Medio Ambiente (1997). Política pública de producción más limpia. Programa de producción más limpia, 1-46.
<https://justiciaambientalcolombia.org/wp-content/uploads/2012/09/polc3adtica-nacional-de-produccic3b3n-mc3a1s-limpia2.pdf>
- 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>
- Rosso, J. W. (2018). El gobierno corporativo: teoría y evidencia empírica. Editorial UPTC, 10-36. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478?page=10>
- 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>
- Ruiz-Lozano, M & Araque-Padilla, R (2015). Códigos éticos y gestión de valores empresariales. Un estudio sectorial comparado en España. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXI(3),295-310. ISSN: 1315-9518.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28042299002.pdf>
- Soto, D. & Soto, D. (Il.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores, 17-64. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587?page=17>

- Soto, D. & Soto, D. (II.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores, 17-64. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587?page=17>
- UNEP -Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2006). Acuerdos Ambientales y Producción más Limpia. In WEnt - Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH, 1-28. <http://www.uneptie.org/pc/home.htm>
- 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

Apéndice

Apéndice A. Formato de Recolección de Información

Título de la Encuesta: diagnosticar la situación actual de las empresas ARRANCAGUA S.A.S a partir desde diversas variables relacionadas con la gestión de Responsabilidad Social Empresarial e interacción con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Tabla 5

Formato recolección de la información

Materia Fundamental o variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental	Preguntas	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la Organización	Índice de cumplimiento en la rendición de cuentas ante los entes reguladores de los procedimientos e impactos generados a la sociedad, a la economía y el medio ambiente.	1. ¿La empresa promueve la transparencia, la integridad y la rendición de cuentas, considerando a sus colaboradores? a) Si b) No c) Algunas Veces d) Muy Pocas Veces	Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ eventos desarrollados}}{\text{Total, programados}} \times 100$	2. ¿Al interior de la empresa durante el último año cuantos eventos se han desarrollado para el análisis, socialización y cumplimiento de la normatividad que rige las empresas del sector? a) 1 b) 2 c) 3 o mas c) No Sabe/ No Responde	

Derechos humanos	Cantidad de estrategias de inclusión social e integración desarrolladas con los miembros de la organización sin distinción alguna	3. ¿Durante el último año la empresa ha desarrollado campañas de sensibilización para mejorar la comprensión e importancia de la equidad y no discriminación?	Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ campañas desarrolladas}}{\text{Total, programados}} \times 100$	a) Entre 1 y 3 b) Más de 3 c) No se han realizado d) Otra Cual _____	
		4. ¿La empresa establece políticas claras y acciones que propendan por el respeto y cumplimiento a los derechos humanos? a) Si b) No c) No Sabe/ No Responde d) Otra cual _____	
Prácticas laborales	Cantidad de estrategias y mecanismos implementados por la empresa para promover acciones en el sistema de seguridad y salud en el trabajo.	5. ¿El personal que labora en la empresa está debidamente dotado con los elementos de protección personal que los proteja ante cualquier riesgo que puedan amenazar su seguridad o su salud en el trabajo?	Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ campañas desarrolladas}}{\text{Total programados}} \times 100$	a) Si b) No c) Algunos trabajadores d) Otra Cual _____	

		<p>6. ¿Durante el último año cuantas campañas de promoción y prevención de los factores de riesgos laborales y seguridad en el trabajo ha realizado la empresa con todos sus colaboradores?</p> <p>a) 1</p> <p>b) 2</p> <p>c) 3 o mas</p> <p>c) No Sabe/ No Responde</p>	
<p>Medio ambiente</p>	<p>Numero de estrategias y medidas implementadas para lograr el uso racional y eficiencia de los recursos mitigando el impacto negativo al medio ambiente.</p>	<p>7. ¿La empresa cuenta con la política de gestión ambiental que integre todas las áreas y miembros de la empresa?</p> <p>a) Si</p> <p>b) No</p> <p>c) No Sabe/ No Responde</p> <p>d) Otra cual _____</p>	<p>Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano</p>
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ campañas realizadas}}{\text{Total, campañas programadas}} \times 100$	<p>8. ¿Durante el último año cuantas campañas de promoción para la protección y conservación del medio ambiente, producción sostenible y adaptación al cambio climático ha desarrollado la empresa con sus colaboradores?</p> <p>a) 1</p> <p>b) 2</p> <p>c) 3 o mas</p> <p>c) No Sabe/ No Responde</p>	

	$\frac{\text{N}^\circ \text{ medidas adoptadas}}{\text{Total, impactos identificados}} \times 100$	<p>9. ¿De los aspectos e impactos identificados por la empresa que causan daño al medio ambiente en el desarrollo de sus actividades, a cuántos les ha implementado medidas para su mitigación?</p> <p>a) Todos</p> <p>b) Solo a algunos (los más relevantes Máximo 3)</p> <p>c) Ninguna</p>	
<p>Prácticas justas de operación</p>	<p>Índice de cumplimiento de las normas y reglas sobre la libre competencia, ventajas competitivas y respeto al cumplimiento de convenios y alianzas interinstitucionales.</p>	<p>10. ¿La empresa tiene formulado e implementado el código de ética como herramienta para promulgar los valores, principios, conductas y políticas empresariales?</p> <p>a) Si</p> <p>b) No</p> <p>c) No Sabe/ No Responde</p> <p>d) Otra cual _____</p>	<p>Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano</p>
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ campañas desarrolladas}}{\text{N}^\circ \text{ campañas programadas}} \times 100$	<p>11. ¿Durante el último año la empresa cuantas campañas ha desarrollado con sus colaboradores y demás personal externo para la promoción y creación de ventajas competitivas basados en su política, valores y principios?</p> <p>a) 1</p> <p>b) 2</p> <p>c) 3 o mas</p> <p>c) Otra Cual</p>	

Asuntos de consumidores	Índice de cumplimiento y atención oportuna a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias realizadas por los consumidores	12. ¿Los productos que oferta la empresa a sus consumidores, cumplen con todos los estándares de calidad en temas como de rotulado, información sobre valor nutricional, lotes, vencimiento, componentes, entre otros de manera clara, visible y comprensible para el consumidor?	Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano
	$\frac{\text{Cantidad productos rotulados}}{\text{Total productos comercializados}} \times 100$	a) Siempre b) Algunas Veces c) Muy Pocas Veces d) Otra cual _____	
	$\frac{\text{N° PQRS resueltas}}{\text{N° PQRS recibidas}} \times 100$	13. ¿De las solicitudes (PQRS) presentadas por parte de los clientes en el último mes, a cuantas se les ha dado una respuesta oportuna?	
		a) Todas b) Entre 1 y 10 c) Ninguna	
Participación y desarrollo de la comunidad	Cantidad de estrategias de participación e inclusión social ejecutadas para el desarrollo sostenible de las comunidades.	14. ¿La empresa promueve y ejecuta procesos de inclusión social e integración con comunidades vulnerables de su sector?	Encuesta aplicada al Gerente General y a la coordinadora del área de procesos de Talento Humano
	$\frac{\text{N° respuestas positivas}}{\text{N° personas encuestadas}} \times 100$	a) Si b) No c) Algunas Veces d) Muy Pocas Veces e) No Sabe/No Responde	

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ proyectos realizados}}{\text{Total, proyectos}} \times 100$$

15. ¿Qué Proyectos ha desarrollado la empresa, que lleven un beneficio hacia la comunidad?

- a) Proyectos de Inclusión.
- b) Proyectos Productivos.
- c) Proyectos Comunitarios
- d) Otra cual _____
- e) Ninguno

Nota. La Autoría Propia a partir de la norma ISO 26000