

**Recomendaciones para la elaboración del plan estratégico en la Empresa Cervecería Trece
Pesos para la aplicación de la norma ISO 26000 en la materia de gobernanza de la
organización**

Ingrid Yurany Arteaga Castillo

María Alejandra Correa García

José Danilo Gómez Núñez

Yudy Marcela Peña Mateus

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables y de Negocios- ECACEN

Administración de empresas

2023

**Recomendaciones para la elaboración del plan estratégico en la Empresa Cervecería Trece
Pesos para la aplicación de la norma ISO 26000 en la materia de gobernanza de la
organización**

Ingrid Yurany Arteaga Castillo

María Alejandra Correa García

José Danilo Gómez Núñez

Yudy Marcela Peña Mateus

Asesora

Carolina Iveth Sánchez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables y de Negocios- ECACEN

Administración de empresas

2023

Resumen

La sostenibilidad ha sido vista como una oportunidad de mejorar las necesidades del presente siendo estas satisfechas de manera oportuna, correcta y a su vez dejando un camino para las nuevas generaciones, buscando mitigar los impactos ambientales, sociales y económicos; debido a la fuerza que ha venido tomando dentro del mundo empresarial, se vio la necesidad de establecer parámetros de sostenibilidad con la creación de la norma ISO 26000 en el año 2001 y en el año 2010 se publica oficialmente; desde entonces las empresas cuentan con un manual donde se detalla los ítems en donde puede aportar como empresas al desarrollo sostenible, aunque esta norma no es certificable, contar con el cumplimiento de la misma puede traer beneficios en el mundo corporativo.

Basado en lo anterior el grupo de trabajo realizó un análisis a una de las empresas del sector, buscando dar respuesta a la pregunta ¿Nivel de cumplimiento y falencias en comparación con la norma ISO 26000?, para lo cual seleccionó la empresa Cervecería Trece Pesos, encargada de la elaboración de cerveza artesanal ubicada en Zipaquirá.

Para el análisis se realizó la identificación indicadores teniendo en cuenta las variables determinadas por la norma ISO 26000, como instrumento de recolección se utilizó la entrevista la cual fue aplicada a una muestra del personal de la empresa, lo que permitió establecer el porcentaje de cumplimiento de la norma e identificar sus principales oportunidades de mejora sobre las cuales se plantearon objetivos estratégicos en pro de la mejora continua.

Palabras clave: Medio ambiente, norma ISO 26000, partes interesadas, plan estratégico, responsabilidad social, sostenibilidad.

Abstract

Sustainability has been seen as an opportunity to improve the needs of the present, being these satisfied in a timely, correct manner and in turn leaving a path for the new generations, seeking to mitigate environmental, social and economic impacts; Due to the strength that it has been taking within the business world, the need to establish sustainability parameters was seen with the creation of the ISO 26000 standard in 2001 and in 2010 it was officially published; Since then, companies have a manual detailing the items where companies can contribute to sustainable development. Although this standard is not certifiable, having compliance with it can bring benefits in the corporate world.

Based on the above, the working group executed out an study of one of the companies in the sector, seeking to answer the question: Level of compliance and shortcomings in comparison with the ISO 26000 standard? for which it selected the company Cervecería Trece Pesos, responsible to produce craft beer located in Zipaquirá.

For the analysis, the identification of indicators was carried out considering the variables determined by the ISO 26000 standard, as a collection instrument the interview was used, which was used to a sample of the company's personnel, which allowed establishing the percentage of compliance with the standard and identify its main opportunities for improvement on which strategic objectives were raised in favor of continuous improvement.

Keywords: Environment, ISO 26000 standard, interested parties, strategic plan, social responsibility, sustainability.

Tabla de contenido

Objetivos	8
Análisis institucional.....	9
Marco institucional.....	9
Diagnóstico	11
Mapa estratégico	18
Plan de mejoramiento	19
Conclusiones	21
Recomendaciones	22
Referencias Bibliográficas	24
Apéndice	27

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Marco institucional</i>	9
Tabla 2. <i>Diagnóstico</i>	11
Tabla 3. <i>Cuadro de Stakeholders</i>	17
Tabla 4. <i>Plan de acción y seguimiento</i>	19

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama</i>	10
Figura 2. <i>árbol de problemas</i>	15
Figura 3. <i>Árbol de objetivos</i>	16
Figura 4. <i>Mapa estratégico</i>	18

Objetivos

Objetivo general

Proponer recomendaciones para la elaboración del plan estratégico en la Empresa Cervecería Trece Pesos para la aplicación de la norma ISO 26000 en la materia de gobernanza de la organización.

Objetivos específicos

Seleccionar una empresa del sector secundario en el área de Zipaquirá, para verificar la aplicación de la norma en cada una de sus materias.

Crear una herramienta que permita recolectar información (entrevista) con el fin de reconocer el nivel de aplicación de la norma en la compañía seleccionada.

Analizar la conclusión del estudio de la herramienta implementada (entrevista), y generar un dictamen que permita evaluar el nivel de aplicación en cada una de las materias fundamentales descritas en la norma.

Aconsejar un plan estratégico según la oportunidad de mejora identificada por medio del análisis de resultados, buscando la mejora continua para la empresa Cervecería Trece Pesos.

Análisis institucional

Marco institucional

La empresa Cervecería Trece Pesos fue seleccionada teniendo en cuenta el nivel de acceso a la información, su personal de trabajo y las oportunidades de crecimiento en el sector cervecero basados en su trayectoria, premios e innovación en sus productos. Lo que la hace una empresa proyectada a la mejora continua.

Tabla 1

Marco institucional

Nombre de la empresa	Cervecería trece pesos
Sector	Secundario
Ubicación	Zipaquirá
Misión	Complacer las necesidades de los clientes a través de la diversificación de sabores en cervezas artesanales, cumpliendo con los estándares de salubridad y calidad determinados por el gobierno.
Visión	Convertirnos en la principal empresa distribuidora de cerveza artesanal a nivel Departamental en Cundinamarca para el año 2025, y a nivel nacional para el año 2028.
Valores	<p>Respeto: Nos caracterizamos por ser una empresa que respeta a las personas sin importar su estatus social o cargo en una entidad.</p> <p>Integridad: Nos reconocen por ser una empresa que practica la integridad en sus decisiones y procesos.</p> <p>Empatía: Buscamos tener empatía con nuestros clientes, “ponernos en sus zapatos” de esta manera fidelizamos a nuestros clientes.</p> <p>Lealtad: Nuestros clientes y proveedores nos reconocen por ser leales a ellos y a nuestras raíces, nuestros sabores y nuestros valores.</p> <p>Comprensión: Como proveedores pretendemos comprender a nuestros clientes, sus preferencias, igualmente con nuestros empleados siendo cada día más humanos.</p>
Estructura Organizacional	Divisional

Cervecería trece pesos, es una empresa que produce y distribuye cerveza artesanal en la sabana centro, nuestro principal catalogo se estructura en las siguientes cervezas:

Heroica Blonde: 5,2% ABV – 21 IBU, cerveza rubia, elaborada con las mejores maltas alemanas y lúpulos del noroeste del pacifico americano

Trece IPA: 6,5% ABV – 60 IBU, cerveza cargada de lúpulo y con suficiente cuerpo para sostenerlo

Productos

Lager: 4,5% ABV – 17 IBU, cerveza elaborada con pilsner para un sabor suave y fresco siendo nuestra cerveza más tomable

694 Stout: 6% ABV – 45 IBU, cerveza con aroma de maltas tostadas y chocolate con final seco.

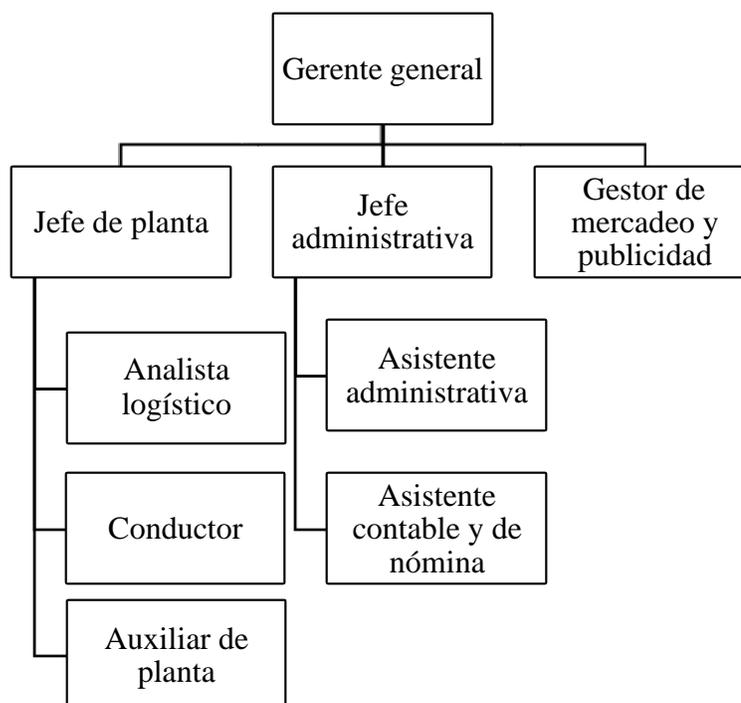
Sour ale: 4,8% ABV- 12 IBU, cerveza con notas de maracuyá, guayaba y mango

Aunque por temporadas tenemos otros tipos de cerveza que podemos ofrecer al público innovando con las recetas.

Fuente. Autor.

Figura 1

Organigrama



Fuente. Autor.

Diagnóstico

Para el planteamiento de la herramienta de recopilación de información (entrevista), se tuvieron en cuenta las siete (7) materias fundamentales de la norma ISO 26000 y la estructura por medio de indicadores que permiten identificar la aplicación de estas. Se plantearon por cada una de las materias dos preguntas que permitieron evaluar el cumplimiento de los indicadores.

Tabla 2.

Diagnóstico

Materia Fundamental o variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental	Pregunta	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	La empresa cuenta un sistema de organización estandarizado.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuentan con una matriz de escalamientos? - ¿Se realizan auditorias del proceso de toma de decisiones? 	Entrevista realizada a los cargos de primer nivel de la compañía.
Derechos humanos	La empresa cuenta con Sistema establecido de (PQRS).	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Tiene un control de la resolución de reclamaciones? - ¿Con que periodicidad realizan controles del procedimiento de resolución de reclamaciones? 	Entrevista al área de servicio al cliente.
Prácticas laborales	La empresa cumple con los requisitos legales mínimos establecidos por el ministerio de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Tienen una política de trabajo? - ¿Cumplen con los pagos de ley a todos sus trabajadores? 	Entrevista a un determinado número de colaboradores de diferentes cargos y áreas.
Medio ambiente	Cuenta La empresa Plan de Gestión Ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Realizan jornadas con los empleados en pro del medio ambiente? ¿con que periodicidad? - ¿Quiénes son sus aliados estratégicos para llevar a cabo estas jornadas? 	Entrevista a empleados de diferentes cargos y áreas.

Prácticas justas de operación	Cuentan con un programa de SAGRILAFT dentro de la compañía.	- ¿Quién audita internamente su programa de SAGRILAFT? - ¿Qué documentos solicitan a clientes y proveedores para prevenir el lavado de activos?	Entrevista al área encargada del control del programa de SAGRILAFT.
Asuntos de consumidores	Genera prácticas de marketing justas.	- ¿Su publicidad cuenta con información imparcial? - ¿En su publicidad son claros con ofertas, promociones y precios?	Observación y entrevista realizada al área de marketing.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	La empresa cuenta con un programa de apoyo a la comunidad en la que se encuentra.	- ¿Cuentan con un programa de apoyo a la comunidad? - ¿Qué actividades realizan dentro de este programa?	Observación y entrevista de los trabajos realizados por medio del programa establecido.

Fuente. Autor.

Resultados de la aplicación del instrumento

Se realizó la aplicación del instrumento de recolección de datos (entrevista), a 6 personas de la organización tomando cargos de primer nivel (Gerente general), segundo nivel (jefaturas y liderazgo) tercer nivel (asistente y auxiliar). Detallados a continuación:

Gerente general: Gabriel Taboada quien lleva 5 años dentro de la empresa, fue seleccionado por ser el fundador de la empresa Cervecería Trece Pesos y tener acceso a toda la información de la empresa.

Jefe de planta: Wilton Molina quien lleva 3 años dentro de la empresa desempeñando este cargo, fue seleccionado teniendo en cuenta que es la persona que maneja el área de producción.

Jefe de administración: Mireya Castillo quien lleva 3 años y medio dentro de la compañía, se ha seleccionado teniendo en cuenta su crecimiento profesional dentro de la empresa.

Líder de mercadeo y publicidad: Paola Campos quien lleva 1 años dentro de la empresa, se seleccionó teniendo en cuenta los conocimientos aplicables a la materia de asuntos de los consumidores relacionado con la norma ISO 26000.

Asistente administrativa: Karen Ortiz quien lleva 1 año y medio dentro de la empresa, se seleccionó debido a que hace parte del área administrativa, desde un rol operativo lo que nos ayudó a tener una referencia de la comunicación que existe entre jefaturas y la operación administrativa.

Auxiliar de planta: Leonardo Leon quien lleva 1 año en la empresa, se seleccionó teniendo en cuenta su rol operativo permitiéndonos tener una referencia de la comunicación que existe entre jefaturas y el área de producción.

Las entrevistas se desarrollaron por diferentes medios de comunicación, como lo fueron videollamadas, llamada telefónica o de forma presencial.

Diagnóstico de la empresa

La empresa Cervecería Trece pesos se dedica a la elaboración y venta de cerveza, ubicada en Zipaquirá, Cundinamarca.

Con la aplicación del herramienta de recopilación de información (encuesta) empleada a 6 personas de la compañía y la información recopilada a través del Gerente General, el señor Gabriel Taboada, se puede observar que actualmente la compañía cuenta con un 70% de aplicación en la norma ISO 26000, lo cual genera una buena imagen, al ser una empresa pequeña busca ser sostenible y generar una influencia positiva en el sector tomando acciones con el medio ambiente, creando buenas, prácticas laborales, brindando información veraz y clara a sus consumidores, y el cumplimiento del SAGRILAF.

A pesar de su alto grado de cumplimiento la empresa aun presenta un 30% de incumplimiento con relación a las variables de derechos humanos y gobernanza de la organización, sobre esta última la empresa no cumple con los criterios evaluados ya que hay ausencia de un plan de perfilamiento, la matriz de escalamientos, estándares para el crecimiento laboral, límites claros de poder de decisión, estándares de comunicación, una política o procedimiento para determinar el proceso para tomar decisiones y mucho menos una auditoria de estas actividades.

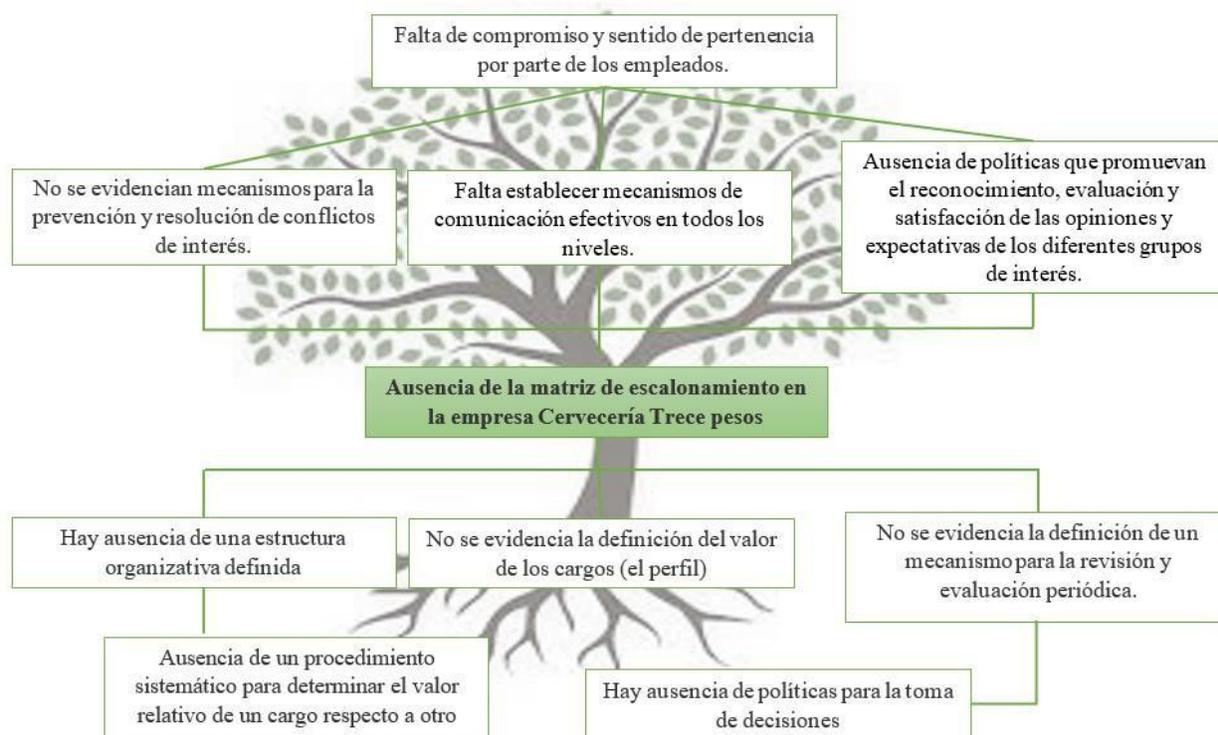
Teniendo en cuenta esta información el grupo de trabajo logra establecer la principal falencia que tiene la cervecería trece pesos en cuanto a la norma ISO 26000, de esta manera se logra instaurar un plan de trabajo, donde inicialmente el grupo de trabajo ilustra un árbol de problemas con causa y efectos de la principal falencia identificada, posterior esto el grupo de trabajo ilustra un árbol de objetivos planteando una oportunidad de mejora para dicha falencia junto con sus medios y fines; con esta información se identifican los stakeholders involucrados con la empresa y finalmente un mapa estratégico donde se busca plantear un propuesta de valor que busca mejorar la comunicación de la empresa, el poder de decisión y escalamientos en cada uno de los casos.

Árbol de problemas

A continuación, el grupo de trabajo presenta un árbol de problemas de manera que se puede identificar como el problema principal la ausencia de la matriz de escalonamiento, la cual genera unas causas y efectos derivados de este.

Figura 2

Árbol de problemas



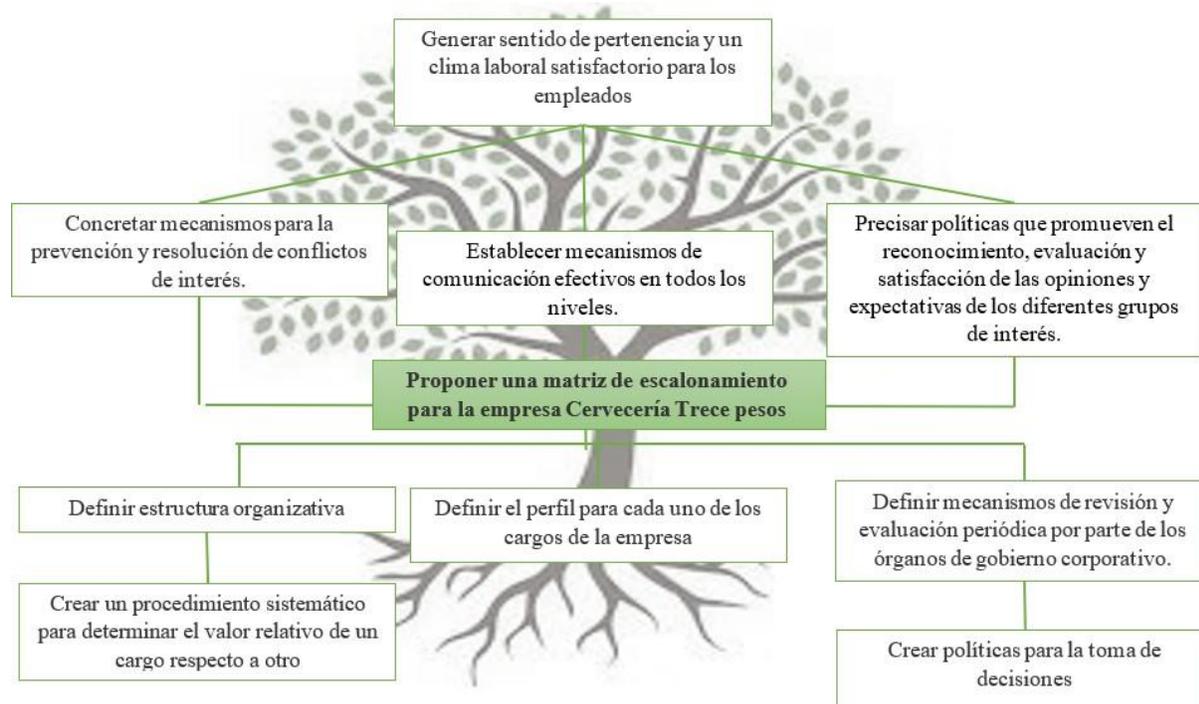
Fuente. Autor.

Árbol de objetivos

A continuación, el grupo de trabajo presenta un árbol de objetivos graficado a continuación se proponen las algunas alternativas para solucionar a la oportunidad de mejora que se logró identificar en la compañía.

Figura 3

Árbol de objetivos



Fuente. Autor.

Análisis de Involucrados

Se determinan los grupos de actores o *stakeholders* que intervienen con la empresa,

examinando intereses o expectativas, la posición y la contribución o gestión.

Tabla 3

Cuadro de Stakeholders

<i>Stakeholders – Cervecería trece pesos.</i>			
Actor	Intereses o expectativas	Posición	Contribución o gestión
Socios, accionistas e inversionistas	Lucro y aumento del valor de la empresa. Utilidad de las inversiones. Claridad de las operaciones Participación e inspección de la gestión.	Cooperante	Crear alianzas con otras entidades. Aportar financieramente.
Personal Compañía	Salario mínimo, prestaciones de ley, seguridad e higiene en el trabajo. Mejorar conocimientos y competencias. Incrementar la motivación en los colaboradores. Seguridad e higiene en el trabajo.	Cooperante - beneficiario	Participar de manera activa en las estrategias y proyectos planteados.
Proveedores	Aprobación de los principios del mercado. Mantener flujo de caja para garantizar los pagos. Datos clara de las oportunidades comerciales. Cortesía con las marcas.	Cooperante	Crear alianzas que permitan contribuir en lo social y ambiental.
Clientes y consumidores	Transparencia con la relación calidad-precio. Información real sobre los productos.	Cooperante - beneficiario	Participar de manera activa en las estrategias y proyectos planteados por la empresa.
Comunidad	Ayuda a las entidades sociales y culturales. Mitigación de los impactos asociados.	Beneficiario	Participar de manera activa en las estrategias y proyectos planteados
Ambiente	Cuidado, respeto y protección al medio ambiente.	Beneficiario	Ninguno

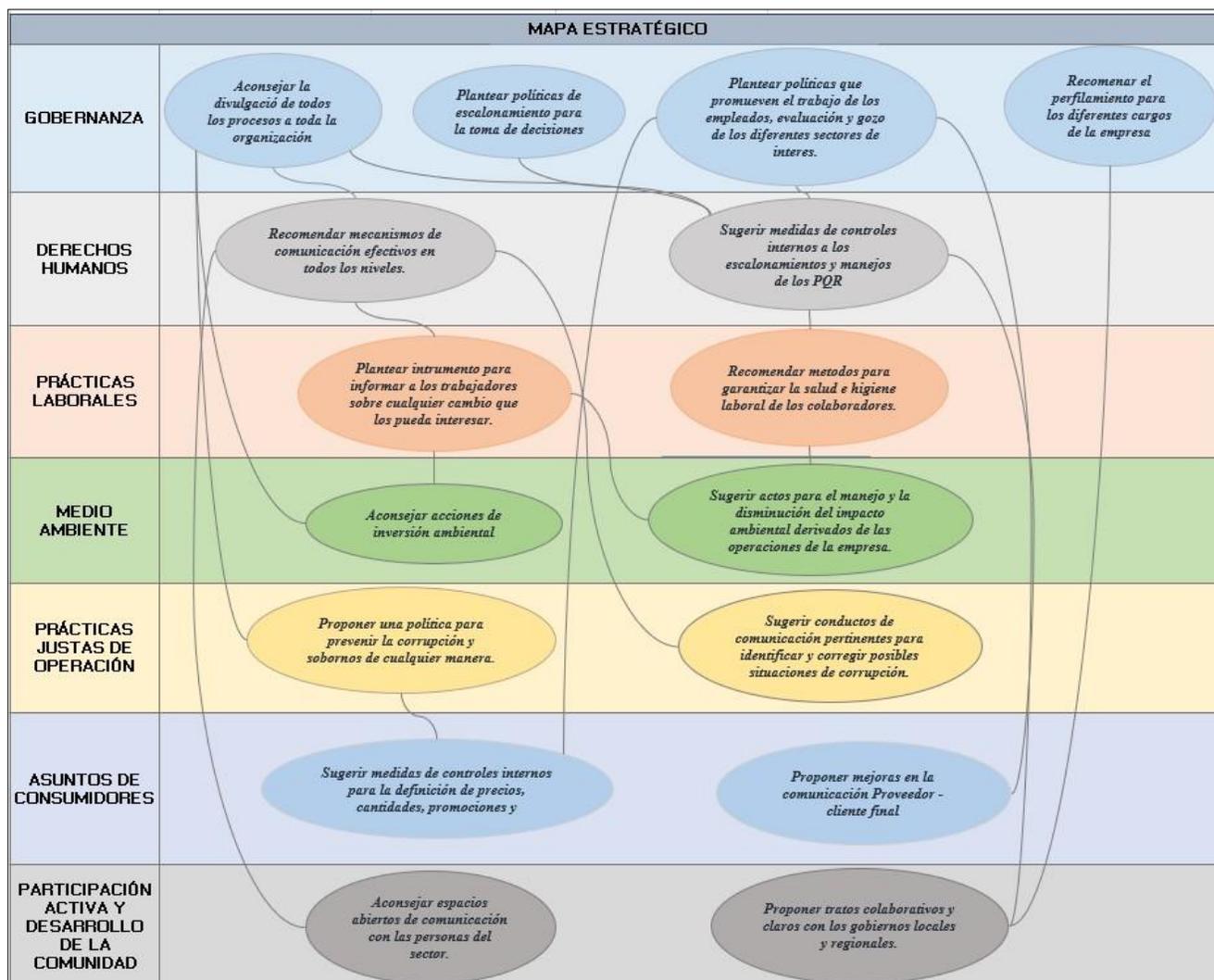
Fuente. Autor.

Mapa estratégico

Este instrumento se crea basándose en la materia de Gobernanza de la organización. Se establecen las estrategias que permitirán a la empresa Cervecería Trece Pesos generar una propuesta de valor encaminada a mejorar los procesos de comunicación, el poder de decisión y escalamientos en cada uno de los casos. Las estrategias planteadas en cada una de las materias son propuestas para mejorar el desempeño organizacional y crear mejores prácticas.

Figura 4

Mapa estratégico



Fuente. Autor.

Plan de mejoramiento

En la siguiente tabla podremos identificar un grupo de acciones recomendadas a la empresa con el fin de mejorar la adaptación y satisfacción de la norma ISO 26000, dichas estrategias deben ser alcanzables y medibles teniendo en relación los campos económicos, sociales y medio ambientales. Para este plan de trabajo el monitoreo se propone que se realice de manera regular con el fin de determinar si por medio de las estrategias recomendadas se están obteniendo los resultados esperados, o si por es necesario ser replanteadas.

En el plan de trabajo se priorizaron las estrategias más relevantes para la compañía estimando un plazo y forma de medición.

Tabla 4

Plan de acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Económica	Proponer la creación del perfilamiento para la variedad de cargos dentro de la compañía.	Recomendar la implementación de políticas que promuevan el agradecimiento, la valoración y gozo de las expectativas de los diferentes grupos involucrados. Proponer la creación de una escala salarial incluyendo el perfil profesional.	12 meses	<u>Cargos Perfilados</u> <u>Cargos actuales</u>
Social	Sugerir actividades o programas de mejora donde se involucren los grupos involucrados (trabajadores, proveedores, compradores y sociedad).	Asesorar programas de formación o actividades enfocados a programas sociales para las comunidades. Recomendar la implementación y divulgación del código de ética a los sectores involucrados o que sea de su atención	12 meses para tres actividades o programas.	<u>Nivel de participación</u> <u>Invitados</u> <u>Grupos de interes informados</u> <u>Grupos de interes</u>

		(trabajadores, proveedores, compradores y sociedad).	
Ambiental	Proponer campañas que generen conciencia por el uso adecuado del capital natural.	<p>Sugerir la realización de jornadas de sensibilización en pro del reciclaje.</p> <p>Aconsejar campañas internas con los colaboradores de todas las áreas donde se genere conciencia por el gasto de luz y agua.</p> <p>Aconsejar campañas de retorno de envases por parte de los clientes.</p>	<p>12 meses</p> <p><i><u>Nivel de participación</u></i> <i>Invitados</i></p> <p><i><u>Consumo de energía y agua mes actual</u></i> <i>Consumo mes anterior</i></p> <p><i><u>Envases retornados</u></i> <i>Unidades vendidas</i></p>

Fuente. Autor.

Conclusiones

Por medio de este trabajo se logra analizar los puntos a favor y oportunidades de mejora de la empresa Cervecería Trece Pesos, basados en la norma ISO 26000 y sus materias fundamentales, por medio de una herramienta de recopilación de datos (entrevista), logrando identificar como principal oportunidad de mejora la materia gobernanza de la organización, teniendo en cuenta que no se evidencia una matriz de escalonamiento, perfilamiento de personal, políticas claras para la determinación de decisiones empresariales, código de ética, entre otros factores involucrados en esta materia fundamental.

Teniendo en cuenta el análisis realizado se puede evidenciar que la empresa Cervecería Trece Pesos cuenta con un alto nivel de cumplimiento en la adaptación de la norma, lo que la hace una empresa confiable, con responsabilidad social y demuestra la mejora continua en pro de la sostenibilidad.

Con base en las evidencias y la información recolectada mediante la herramienta de recolección de datos (entrevista), el grupo de trabajo propone un plan estratégico diseñado para la empresa Cervecería Trece Pesos como posible plan de trabajo para la mejora continua e aplicación del 100 % de la norma ISO 26000.

Recomendaciones

El grupo de trabajo luego del análisis realizado a la empresa Cervecería Trece pesos e identificando la oportunidad de mejora presentada en gobernanza de la organización, fundamentados en la norma ISO 26000, realiza las siguientes recomendaciones:

Implementar políticas dirigidas a los diferentes grupos de interés: estas políticas deben promover el trabajo realizado por los empleados, evaluación y gozo de las expectativas y observaciones de cada grupo de involucrado a las que sean dirigidas, con el fin de establecer un orden y directrices específicas promoviendo un mejor ambiente laboral sano, transparente y la presentación de una organización más robusta ante los posibles clientes y proveedores.

Realizar una escala salarial con perfilamiento profesional: crear una matriz de escalamiento salarial que incluya el perfilamiento profesional con el fin de estandarizar los salarios dentro de la empresa, oportunidades de crecimiento, estándares mínimos profesionales con los que el personal debe cumplir según el cargo asignado; esto traerá más orden a la organización y un nivel de exigencia mínimo a los colaboradores, con el fin de mejorar los procesos e incentivar el crecimiento profesional.

Establecer programas de formación y/o actividades que se encuentren enfocadas a la comunidad: estos programas y/o actividades fomentarán el trabajo social dentro y fuera de la compañía, lo que generará mayor reconocimiento de la empresa en el sector donde está ubicada, mejorando el nivel de ventas y publicidad por medio de la voz a voz.

Implementar y divulgar el código de ética: Crear un documento el cual deberá ser divulgado a los diferentes los sectores involucrados o que sea de su atención (trabajadores, proveedores, compradores y sociedad), con el fin de establecer normas claras dentro y fuera de la compañía, según la ética y valores empresariales, esto les ayudará a tener mayor confiabilidad con clientes y proveedores, siendo más competitivos en el mercado de la cervecería artesanal.

Generar campañas de reciclaje: teniendo en cuenta que el reciclaje es un factor importante en la actualidad, esto les puede ayudar a ser reconocidos como una empresa sostenible con responsabilidad ambiental, atrayendo principalmente clientes jóvenes interesados por el cuidado del medio ambiente y a ser partícipes de festivales y ferias, adicional obtener premios o reconocimiento por su labor con el medio ambiente.

Aplicar campañas internas para la reducción del gasto de luz y agua: el principal beneficio que traerá este tipo de campañas es la reducción de gastos en el consumo de luz y agua, adicional generará espacios de convivencia y comunicación con los colaboradores sin generar gastos adicionales ya que se harían dentro de la jornada laboral.

Promover retorno de envases por parte de los clientes: el principal beneficio de llevar a cabo esta actividad será la disminución en costos de materia prima, apoyo a los clientes en cuanto al retorno y disposición final del envase.

Referencias Bibliográficas

- Belda Hériz, I. (2018). Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible. Editorial Tébar Flores, 16-66.
- 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.
- Buitrago, H. K. y Betancourt, M. d. M. (2013). El gobierno corporativo como pilar fundamental para la sostenibilidad de la economía. *Gestión & Desarrollo*, 10 (1), pp. 195-205.
- 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.
- 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.
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*.
- 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.
- 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.
- 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.

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

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto.

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

Iturbide, J. R. (2018). El economista_ La gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

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

Medina, M & Moreno, C (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.

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.

Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas.

Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). El consumo sostenible como perspectiva innovadora. *B – EUMED*, 7-72.

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78.

¿Qué es una empresa socialmente responsable? (2022, 8 agosto). UNIR México.

Rengifo Medina, C. N. (2022). Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible : reflexiones desde la ética aplicada = Corporate social responsibility and sustainable development: reflections from applied ethics. *Revista de Filosofía*, 39(. 100), 409–420.

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

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos.

Soto, D. & Soto, D. (Il.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores, 17-64.

Tabra Ochoa, E. P. (2015). Solidaridad y gobierno corporativo de la empresa: una mirada a los organismos internacionales. J.M. BOSCH EDITOR, 10-28.

WWW.13pesos.com

Apendice

Preguntas de la entrevista realizada en la empresa Cervecería Trece Pesos

1. ¿Cuentan con una matriz de escalamientos?
2. ¿Se realizan auditorias del proceso de toma de decisiones?
3. ¿Tiene un control de la resolución de reclamaciones?
4. ¿Con que periodicidad realizan controles del procedimiento de resolución de reclamaciones?
5. ¿Tienen una política de trabajo?
6. ¿Cumplen con los pagos de ley a todos sus trabajadores?
7. ¿Realizan jornadas con los empleados en pro del medio ambiente? ¿con que periodicidad?
8. ¿Quiénes son sus aliados estratégicos para llevar a cabo estas jornadas?
9. ¿Quién audita internamente su programa de SAGRILIFT?
10. ¿Qué documentos solicitan a clientes y proveedores para prevenir el lavado de activos?
11. ¿Su publicidad cuenta con información imparcial?
12. ¿En su publicidad son claros con ofertas, promociones y precios?
13. ¿Cuentan con un programa de apoyo a la comunidad?
14. ¿Qué actividades realizan dentro de este programa?

Análisis de resultados por materia fundamental norma ISO 26000

Variable de Gobernanza- Sistema de organización estandarizado

Pregunta #1

¿Cuentan con una matriz de escalamientos?

Esta pregunta se realizó a cinco personas las cuales coinciden en que la empresa no cuenta con una matriz de escalamiento, pero si con niveles de jefatura.

Pregunta #2

¿Se realizan auditorias del proceso de toma de decisiones?

Esta pregunta se realizó a cinco personas las cuales coinciden en que la empresa no cuenta con un proceso de toma de decisiones.

Variable derechos humanos - PRQS

Pregunta # 3

¿Tiene un control de la resolución de reclamaciones?

Esta pregunta se realizó a cinco personas las cuales afirman que la empresa si maneja un control de la resolución de reclamaciones por medio de un cuadro en Excel.

Pregunta # 4

¿Con que periodicidad realizan controles del procedimiento de resolución de reclamaciones?

Esta pregunta se realizó a cinco personas las cuales afirman que la empresa si realiza el control de la resolución de reclamaciones cada dos meses.

Variable Prácticas laborales - requisitos legales**Pregunta # 5**

¿Tienen una política de trabajo?

Esta pregunta se realizó a todos los participantes quienes afirman que la empresa no cuenta con una política de trabajo establecida

Pregunta # 6

¿Cumplen con los pagos de ley a todos sus trabajadores?

Esta pregunta se realizó a todos los participantes quienes afirman que la empresa si cumple con todos los pagos de ley establecidos por el gobierno.

Variable Medio ambiente – Plan Gestión Ambiental**Pregunta # 7**

¿Realizan jornadas con los empleados en pro del medio ambiente? ¿con que periodicidad?

Esta pregunta se realizó a todos los participantes quienes afirman que la empresa si realiza jornadas en pro del ambiente una vez al año.

Pregunta # 8

¿Quiénes son sus aliados estratégicos para llevar a cabo estas jornadas?

Esta pregunta se realizó a todos los participantes quienes afirman que en la empresa los aliados estratégicos que los apoyan son los bares y la alcaldía de Zipaquirá.

Variable prácticas justas de operación - programa de SAGRILAFIT

Pregunta # 9

¿Quién audita internamente su programa de SAGRILAF?

Esta pregunta se realizó a cinco personas las cuales afirman que la empresa contrata un auditor externo cada año.

Pregunta # 10

¿Qué documentos solicitan a clientes y proveedores para prevenir el lavado de activos?

Esta pregunta se realizó a cinco personas las cuales afirman que la empresa solicita a clientes y proveedores para prevenir el lavado de activos los documentos como son el formulario de creación, la cedula o RUT, la certificación bancaria a nombre de la persona o empresa, la declaración de renta o certificado de contador y los estados financieros (Si aplica).

Variable Asuntos de consumidores - prácticas de marketing justas**Pregunta # 11**

¿Su publicidad cuenta con información imparcial?

Esta pregunta se realizó al gerente general y al líder de mercadeo y publicidad, quienes afirman que si manejan los estándares de publicidad permitidos tanto en redes como en los eventos en donde asisten.

Pregunta # 12

¿En su publicidad son claros con ofertas, promociones y precios?

Esta pregunta se realizó al gerente general, el jefe de administración y el líder de mercadeo y publicidad quienes afirmaron que si son claros ya que se menciona los productos, valores y tiempos de promoción.

Variable participación activa y desarrollo de la comunidad - programa de apoyo a la comunidad

Pregunta # 13

¿Cuentan con un programa de apoyo a la comunidad?

Esta pregunta se realizó a todos los participantes quienes afirman que en la empresa si cuenta con un programa de apoyo a la comunidad.

Pregunta # 14

¿Qué actividades realizan dentro de este programa?

Esta pregunta se realizó a todos los participantes quienes afirman que en la empresa compra útiles escolares para los niños del barrio santa Isabel.