

**Trazando un Camino hacia el Éxito, la Gestión Estratégica de la Responsabilidad Social
Empresarial en Aguas Monte Elías**

Luz Emilsen Bedoya

Fredy Alberto González

María Isabel Moreno

Alba Luz Salazar

Asesor

Henry Hurtado Bolaños

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

2023

Resumen

Este trabajo se realiza con el objetivo de examinar las prácticas, la implementación que se están llevando a cabo dentro de la compañía Aguas Monte Elías y su impacto en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), además de analizar el progreso de actividades en la cadena de suministro y la participación dentro de la comunidad. Se aborda este tipo de empresa para el desarrollo de la investigación teniendo en cuenta que su objetivo es el suministro de un recurso vital importante como lo es el agua, razón que conlleva a prácticas sostenibles y socialmente responsables. También se sustrae información acerca de los desafíos y los obstáculos que la compañía enfrenta tanto interno como externamente, en lo relacionado con la implementación de prácticas socialmente responsables y las estrategias que se utilizan para superarlos.

Para concluir se hace mención a la relevancia de la RSE en la compañía, la cual puede generar grandes beneficios, no solo como una responsabilidad ética, sino también como una estrategia empresarial que puede generar impactos positivos a corto, mediano y largo plazo. A partir del estudio, el análisis y los resultados realizados por los estudiantes de grupo 101008- 18, se proporcionan recomendaciones para fortalecer y expandir las iniciativas de la RSE, con el fin de que la compañía Agua Monte Elías aporte al progreso sostenible y al bienestar tanto de la organización como de su entorno.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, partes interesadas, gobierno corporativo, ética, valor agregado.

Abstract

This work is conducted with the aim of examining the practices being carried out within Aguas Monte Elias, as well as the impact of Corporate Social Responsibility (CSR). It also analyzes the development of activities in the supply chain and its involvement within the community. This type of company is addressed in the research due to the fact that its objective is the supply of a vital resource (water), which requires sustainable and socially responsible practices. Information regarding the challenges and obstacles the company faces both internally and externally in relation to the implementation of socially responsible practices and the strategies used to overcome them are also taken into account. To conclude, mention is made of the relevance of CSR in the company, which can generate significant benefits not only as an ethical responsibility, but also as a business strategy that can have positive impacts in the short, medium, and long term. Based on the results obtained by the students of group 101008-18, it is recommended that the company strengthen and expand Corporate Social Responsibility initiatives so that Agua Monte Elías will continue to contribute to sustainable development and the well-being of the company and its surroundings.

Keywords: Corporate Social Responsibility, stakeholders, corporate governance, ethics, added value.

Tabla de Contenido

Introducción.....	8
Objetivos.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
Conceptualización.....	10
Pensamiento Estratégico.....	10
Relato del desarrollo del pensamiento estratégico hasta su integración con la administración estratégica	11
Atributos, componentes y métodos para gestionar de manera estratégica la Responsabilidad Social Empresarial.....	12
Aplicación	21
Selección de la Empresa	21
Marco Institucional.....	23
Instrumento de Diagnóstico.....	25
Diagnóstico	26
Matriz de Marco Lógico	39
Plan de Mejoramiento	43
Plan de Acción y Seguimiento.....	43
Referencias Bibliográficas	47
Apéndices	51

Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Criterios de Selección del Investigador.....</i>	21
Tabla 2	<i>Criterios de Selección del Investigador.....</i>	22
Tabla 3	<i>Cronograma de implementación – Plan de Acción.</i>	43
Tabla 4	<i>Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Económica.....</i>	44
Tabla 5	<i>Cuadro Plan de acción y seguimiento – Dimensión Social.....</i>	45
Tabla 6	<i>Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Ambiental.....</i>	46

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Secuencia cronológica que muestra la evolución del pensamiento estratégico a lo largo del tiempo</i>	11
Figura 2 <i>Infografía gobierno corporativo.....</i>	15
Figura 3 <i>Logo de la empresa escogida</i>	23
Figura 4 <i>Organigrama Empresa Águas Monte Elías.....</i>	25
Figura 5 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 1.....</i>	26
Figura 6 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 2.....</i>	27
Figura 7 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 3.....</i>	28
Figura 8 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 4.....</i>	29
Figura 9 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 5.....</i>	29
Figura 10 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 6.....</i>	30
Figura 11 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 7.....</i>	31
Figura 12 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 8.....</i>	32
Figura 13 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 9.....</i>	33
Figura 14 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 10</i>	34
Figura 15 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 11</i>	35
Figura 16 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 12</i>	36
Figura 17 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 13</i>	37
Figura 18 <i>Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 14</i>	38
Figura 19 <i>Árbol de Problemas.....</i>	40
Figura 20 <i>Árbol de Objetivos.....</i>	41
Figura 21 <i>Mapa estratégico Águas Monte Elias.....</i>	42

Lista de Apéndices

Apéndices A <i>Formato de Recolección de Información</i>	51
---	----

Introducción

La Comisión Europea señala que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se derivan de iniciativas voluntarias, que tienen un alcance más allá de sus obligaciones legales, con el propósito de lograr objetivos sociales y ambientales en el desarrollo de su actividad cotidiana; es por esto que independientemente del tamaño, todas las empresas deberían implementar la RSE. Aunque en algunas organizaciones la RSE inicia como un tema de marketing, se ha evidenciado que paulatinamente se va convirtiendo en un cambio sistémico donde las empresas van tomando conciencia y entrando en sintonía acorde con los nuevos escenarios, donde se ven afrontadas a poblaciones más jóvenes y exigentes que de forma constante y reiterativa piden un impacto en lo social y el medio ambiente de forma positiva.

La RSE tiene grandes y múltiples beneficios, claros y reales que a la larga abarcan desde el incremento de las ventas, mejora el clima laboral, aumenta los retornos de inversión e incluso convierte a la empresa en un referente de éxito para su sector y su comunidad.

A través de la construcción de *Trazando un camino hacia el éxito, la gestión estratégica de la responsabilidad social empresarial en Aguas Monte Elías*, se busca imprimir una hoja de ruta, acorde a los pilares de calidad de vida, ética empresarial, respeto al medio ambiente, vinculación con la comunidad y una mercadotecnia responsable, diseñando sus objetivos e indicadores que le permitan en un término establecido alinearse estratégicamente con los factores que ella considera importantes para el desarrollo de su operación y para contribuir a la comunidad que se encuentra en su entorno, logrando permear hacia todos lados ya sea clientes, colaboradores y comunidad el ambiente de la RSE.

Objetivos

Objetivo General

Integrar las fases de evaluación, diagnóstico, planteamiento y desarrollo del plan estratégico, dentro del despliegue e implementación de la RSE en el marco de las iniciativas adelantadas por la empresa Aguas Monte Elías S.A.S.

Objetivos Específicos

Aplicar la planificación estratégica a través de un instrumento de recolección de información, que permita evaluar la situación actual de Aguas Monte Elías S.A.S, mediante un diagnóstico, conforme a su gestión frente a la RSE e interacción con los ODS.

Establecer el grado de implementación de los principios clave de la norma ISO 26000, proponiendo actividades que posibiliten a la empresa lograr sus metas vinculadas con la RSE.

Elaborar un plan estratégico de RSE alineado con los principios esenciales de la norma ISO 26000, que le permita instaurar una continuidad sostenible a lo largo del tiempo.

Conceptualización

Pensamiento Estratégico

A lo largo de la historia las herramientas para ir mejorando y avanzando en la gestión administrativa, financiera, social entre otras dentro de las empresas, son de gran importancia sobre todo a nivel gerencial, razón por la cual el pensamiento estratégico debe ser esa herramienta útil que se debe cultivar, para que así se vea reflejada la buena consecución de objetivos y la solución a los inconvenientes que se presenten en el futuro al interior de la organización.

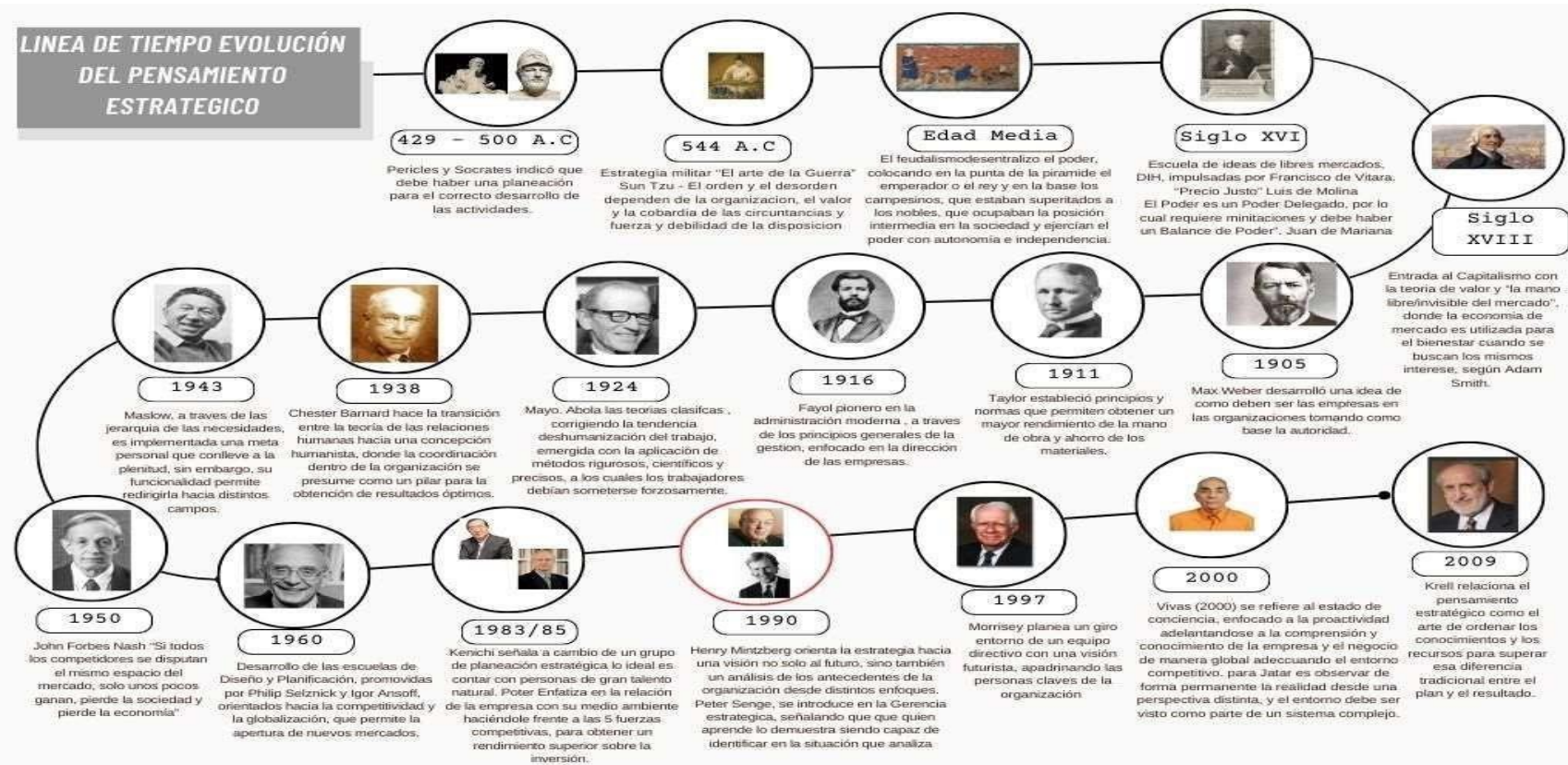
El crecimiento del pensamiento estratégico permite visualizar los cambios y la trazabilidad que han tenido las organizaciones en escenarios económicos, políticos, culturales y ambientales entre otros elementos de gran importancia.

La creación de la línea temporal permitirá observar, desde eventos históricos hasta la actualidad, los momentos y cambios que ha experimentado el pensamiento estratégico y su conexión con la gestión estratégica.

Relato del Desarrollo del Pensamiento Estratégico hasta su Integración con la Administración Estratégica

Figura 1

Secuencia cronológica que muestra la evolución del pensamiento estratégico a lo largo del tiempo



Nota. Secuencia cronológica de los principales representantes del pensamiento estratégico.

Atributos, Componentes y Métodos para Gestionar de Manera Estratégica la Responsabilidad Social Empresarial

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Para el desarrollo de la conceptualización del presente trabajo, hemos realizado una serie de consultas de personas especializadas en materia de la RSE, para iniciar tomamos algunos apartes de los conceptos que algunos autores dan acerca de la RSE:

De acuerdo con Valverde, J. & Bermúdez, J (2012), la RSE implica no solo la integración voluntaria de una serie completa de políticas, prácticas y programas en operaciones comerciales tales como la salud y seguridad en el trabajo, la gestión de los recursos humanos, la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales sino también la adaptación al cambio. Al incorporar principios y valores éticos de actuación social en las operaciones comerciales se lucha contra la corrupción y se aseguran procesos transparentes para lograr una sociedad mejor con rostro humano al mercado mundial. (p.20)

En tal sentido, la RSE como su nombre lo indica, es la responsabilidad que tiene la empresa con la sociedad, esto no solo implica cuidar del medio ambiente, evitando ocasionar daños a este, producto de su actividad, sino que también implica preocuparse por la gestión de los recursos humanos, la gestión en el trabajo, buscando de esta manera impactar de forma positiva a la sociedad que rodea a la empresa, involucrando aspectos tales como la ética en el hacer de sus actividades, realizándolas de tal manera que resguarde el medio ambiente y la biodiversidad, respetando los derechos de los trabajadores, para lo cual no debe financiar la explotación ni la esclavitud laboral;

De otra parte, tenemos el siguiente concepto de Díaz, Nelson (2014) quien asegura que “la RSE no se trata de una moda, en cambio es el papel que deben jugar las empresas hoy en día,

favoreciendo el desarrollo equilibrado respecto al medio ambiente, el bienestar de la sociedad, los recursos de la naturaleza y lo económico” (pág. 129).

La responsabilidad social empresarial tiene varios aspectos que son claves, entre ellos los siguientes:

Ambiental. las empresas que promueven la RSE buscan tener practicas sostenibles, minimizando la contaminación y buscando conservar los recursos naturales, evitando impactos negativos al medio ambiente.

Social. en este aspecto las empresas buscan optimizar las condiciones laborales de sus empleados, promueven la inclusión y buscan contribuir a las comunidades en las que desarrollan su actividad económica, apoyando proyectos sociales.

Ética. evitar prácticas como la explotación laboral, la corrupción y el fraude son estándares éticos adoptados por las empresas que practican la RSE.

Económico. una empresa debe ser económicamente viable para poder sostener sus compromisos y contribuir al desarrollo sostenible.

La responsabilidad social empresarial se gestiona iniciando por integrar está en la estrategia corporativa, alineándola con los objetivos y misión de la empresa, lo cual le permitirá tener un impacto positivo, teniendo en cuenta también que es importante identificar las partes interesadas, sus expectativas para determinar las acciones pertinentes, seguido de esto se deben definir las metas y los objetivos, de tal manera que sean medibles acorde al impacto social y ambiental que estos ocasionen, continuando con el proceso se deben asignar los recursos tanto humanos, financieros como tecnológicos necesarios para implementar y mantener las iniciativas de la responsabilidad social empresarial de la empresa, como último punto se debe comunicar de manera transparente

y autentica las iniciativas y logros de la RSE a todos los interlocutores de la organización tanto internos como externos (Puterman, 2011).

En línea con esto último también cabe destacar el concepto de Díaz, Nelson (2014) que nos comenta lo siguiente:

Cabe aclarar que los grupos de interés (o stakeholders) son personas o grupos de personas que influyen o se ven afectados por las actividades de la empresa. Saber quiénes son y qué cuestiones les interesan, resulta vital para la sostenibilidad de la empresa y es imprescindible identificarlos de cara a la implementación de la RSC (p.130).

La relación entre la responsabilidad social y los grupos de interés es de gran importancia en la gestión de una organización ética y sostenible, identificar quienes son los grupos de interés relevantes, significa comprender quienes resultan afectados por las operaciones de la organización y quienes pueden influir en esta, lo que va a permitir establecer unos canales de comunicación, en donde se atiendan las necesidades, preocupaciones y expectativas a fin de tomar decisiones más informadas y poder adaptar sus prácticas para generar un impacto positivo.

Es importante resaltar que la responsabilidad social implica considerar no solo los impactos sociales sino también los impactos ambientales en las operaciones de la empresa, por ello se deben tener en cuenta iniciativas que reduzcan el impacto ambiental.

En conclusión, la Responsabilidad Social Empresarial implica abordar las preocupaciones y expectativas de diversos grupos de interés con el objetivo de tener un impacto positivo en la sociedad, y operar de manera ética y sostenible

Prácticas Favorables que Aseguran la Vida: Producción Respetuosa del Medio Ambiente y Consumo Responsable

El planificar, organizar, liderar y controlar, son ejes esenciales de la gestión organizacional, la cual le permite a las organizaciones anticiparse a los diferentes escenarios, tendencias del mercado, políticas gubernamentales y otros factores que influyen, tanto internos como externos, para ello la alta dirección deberá contar con un foco estratégico que le permita visualizar de forma sólida, los objetivos y planes a seguir, teniendo en cuenta aspectos relevantes que aseguren la sostenibilidad humana y del medio ambiente.

Cada día se evidencia más el consumo de recursos naturales, que se emplean en la creación de productos que buscan satisfacer las demandas de consumo de las personas, esto afecta la biodiversidad que se está reduciéndose a pasos agigantados, incidiendo en altos índices de consumo, de desperdicios y de malas prácticas de usabilidad, consecuencia de ello en nuestro planeta encontramos menos bosques, el agua potable cada día se reduce más y se ve más contaminada, de igual manera nuestra capa de ozono por la contaminación y la polución es más densa y menos vivible.

Para entender mejor este tema y realmente tomar conciencia, debemos comprender como nuestro planeta, sabiamente mantenía un equilibrio desde sus inicios, conservando el efecto invernadero que servía como intermediario entre el sol y la tierra, emitiendo los gases requeridos para conservar el hábitat en la tierra y asegurar la preservación de la humanidad, la flora y la fauna. Con la llegada del sistema capitalista instaurado desde la revolución francesa y la revolución industrial en el siglo XVIII, el cual se ha arraigado en la economía mundial, donde prima como métrica el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), dejando de lado el valor de los recursos naturales y dando paso a una sociedad consumista, donde a las organizaciones se les

evalúa y reconoce por sus dividendos, representados en clientes y ganancias.

Sin embargo, cabe resaltar que a pesar de la globalización económica, la sociedad ha ido percibiendo y entendiendo la necesidad de implementar modificaciones en las pautas de conducta, en los procesos de producción y en los hábitos de consumo, es por ello que hoy en día en muchas sociedades establecen, normas y leyes en la industria, con las cuales se pretende contar con estrategias, que mejoren los procesos en la consecución de recursos y materias primas, su transformación y manejo de los desechos, buscando la oportunidad de desarrollo del país, pero asegurando tanto el progreso como la adaptación de prácticas de producción responsable y un consumo sostenible por parte de las poblaciones.

De otro lado los autores Peñalosa Otero y López Celis señalan que:

“según Thompson (2015), en la actualidad los consumidores se están orientando a productos naturales, más sostenibles y menos tóxicos, las nuevas generaciones están revolucionando el mundo, generando nuevas tendencias que giran alrededor de lo sostenible y el cuidado del medio ambiente, promoviendo movimientos que permitan diezmar las consecuencias de los malos hábitos de consumo, que no solamente afectan a la salud del planeta a través del gasto desmedido de los recursos naturales, sino que además, van haciendo meya en la salud, tanto física como mental de los seres humanos” (Peñalosa Otero y López Celis)

En consecuencia, entidades internacionales como la Organización de las Naciones Unidas mediante su iniciativa para la Protección del Medio Ambiente denominado PNUMA, ha integrado los principios fundamentales para la Producción Limpia en medio de las estrategias globales que permiten mejorar la eficacia en las etapas de producción y disminuir los posibles riesgos que atenten contra la población mundial y el medio ambiente, mediante este programa se

han desarrollado eventos para su divulgación y entendimiento entre todos los actores involucrados, ya sea en las fases de fabricación o en las etapas de uso y adquisición, en el marco de los acuerdos establecidos por el PNUMA en el plan de implementación de Johannesburgo en 1989, los cuales tienen como objetivo cambiar el rumbo de los modelos de producción y consumo actuales que carecen de sostenibilidad y buen manejo y que además enrutan los esfuerzos por consolidar el logro de los Objetivos para Desarrollo Sostenible (ODS) en su numeral 12, que enuncia la necesidad de garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

La producción limpia implica una estrategia que las organizaciones deben implementar en sus procesos, a fin de afectar lo menos posible el medio ambiente, esto sugiere que no solo se preocupen por ser rentables, sino que también le den un espacio importante direccionado a resguardar el medio ambiente, operando con buenas prácticas, lo que no implica necesariamente aumentar sus costos, si no que por el contrario, con el uso de estas prácticas se puede pensar incluso en una mayor rentabilidad; por ejemplo, reducir el consumo de agua, el cual es un ejercicio que no solamente impacta de manera positiva al medio ambiente, sino que además le genera un ahorro a las organizaciones; otro ejemplo es el de reciclar y reutilizar los residuos, lo cual genera un ingreso extra para las organizaciones y por supuesto un impacto positivo al medio ambiente; la producción limpia integra varios actores de su entorno, como lo son principalmente los gobiernos y sus autoridades ambientales, las agremiaciones industriales y las comunidades entre otros.

Dentro de este tema de la producción libre, se debe incluir el desarrollo sostenible, el cual de acuerdo con Hoof, Monrroy & Saer, quienes citan a (Unep 2008): *“concepto universal que promueve satisfacer las necesidades de la generación presente sin afectar la capacidad de las*

generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Pág. 2).

Teniendo en cuenta la falta de iniciativas en materia de desarrollo sostenible, el Estado Colombiano a través de su Ministerio de Medio Ambiente, ha desarrollado la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible, dirigida hacia la transformación de paradigmas entorno a la producción y el consumo en la economía colombiana, en procura de la sostenibilidad ambiental. Esto involucra a los diferentes actores ya mencionados, quienes han de participar de manera orgánica mediante una nueva Gestión Organizacional en procura de establecer las ya mencionadas tendencias de producción limpia y consumo sostenible en los diferentes sectores del país y permita el desarrollo y mejoramiento de las regiones y el medio ambiente.

Otro aspecto relevante, es el consumo responsable, el cual lo define el Observatorio Ambiental de Bogotá:

El consumo responsable es una manera de consumir bienes y servicios teniendo en cuenta, además de las variables de precio y calidad, las características sociales y laborales del entorno de producción y las consecuencias medioambientales posteriores. Cada producto o servicio tiene una historia: antes de llegar a la góndola o local comercial, los mismos han pasado por distintas instancias (materia prima, fabricación o ensamblado, distribución, canales de venta, etc.) (Observatorio Ambiental de Bogotá, 2022).

Dentro del consumo responsable se integran 3 tipos de consumo: el consumo ético (valores de austeridad), consumo ecológico (reducir, reutilizar, reciclar) y consumo solidario (consumo social y comercio justo), con la intención de integrar aspectos sociales, ambientales y éticos en las decisiones de compra.

En este sentido es importante que la gestión organizacional se articule con estos tipos de consumo a través de diferentes estrategias, recursos e instrumentos, que impliquen un cambio en la toma de decisiones de carácter directivo, promocionando y asumiendo una gestión ambiental enfocada en el concepto de producción más limpia, que no solo está a favor del medio ambiente, sino además promueve la competitividad empresarial, donde las organizaciones generan un valor agregado al diezmar los factores de contaminación en sus procesos productivos.

En conclusión, se puede decir que el derroche de recursos naturales, las malas prácticas y el desconocimiento, ha llevado a la humanidad a pasar momentos trágicos; sed, hambre, pobreza e incertidumbre, razón por la cual es responsabilidad de todos y de cada uno, concientizarnos del cuidado y el aprovechamiento adecuado de los recursos proporcionados por la naturaleza.

Euronews señala que el secretario de las Naciones Unidas, Antonio Guterres afirma lo siguiente, *“La era del calentamiento global ha terminado. Ha llegado la era de la ebullición global. El aire es irrespirable, el calor es insoportable, y el nivel de beneficios de los combustibles fósiles y la inacción climática es inaceptable.”* (Euronews, 2023).

Por esta razón, los gobiernos y empresarios liderados por las Naciones Unidas, han venido integrando el concepto ambiental como un valor agregado a los esquemas de producción limpia, como un enfoque ambiental preventivo, y de manejo responsable de los recursos naturales, lo cual indica la importancia de fomentar y promover la innovación y desarrollo (I+D) como una variable para el manejo responsable y competitivo en el desarrollo productivo y organizacional de los países; queda claro, que para poder lograr el desarrollo sostenible se requiere una transformación en la gestión organizacional, en los diferentes sectores de las naciones, en donde se evidencie un cambio legítimo de las actitudes, en lo que respecta a la producción ecológica y el consumo sustentable, donde impere la gestión ambiental responsable

con políticas y normas que la protejan y cuente con programas e incentivos para a la investigación y el desarrollo que garanticen el mejoramiento continuo, el bienestar de los pobladores y la protección y recuperación del medio ambiente.

Aplicación

Selección de la Empresa

Tabla 1

Criterios de selección del investigador

Integrante	Empresa	Acceso	Direccionamiento Estratégico	Evaluación	Total
Alba Luz Salazar	Soluciones Ventas e Instalaciones SAS	3	3	3	9
Luz Emilsen Bedoya	Pañalera Agu - Gú	4	1	2	7
María Isabel Moreno	Agua Monte Elías	5	4	4	13
Fredy Gonzalez	Co & Tex SAS	2	5	2	9

Nota. Calificación de los criterios de selección de las Empresas

Justificación

Una vez analizadas las diferentes alternativas encontramos que la compañía Aguas Monte Elías cuenta con elementos inherentes a la industria de la producción de alimentos, lo cual implica la necesidad de cumplir con las normas que le exigen las autoridades y los consumidores finales; de igual manera se tuvo en cuenta el tamaño de la organización con el fin de poder realizar un muestreo no mayor al 30 % de su población, de esta manera se considera que tiene el perfil adecuado para ser analizado en cuanto a su Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 2

Evaluación criterios de selección del investigador

Estudiante	Conocimiento de la Temática	Habilidades Comunicativas	Experiencia Investigativa	Capacidad de Análisis	Total
Alba Luz Salazar	5	4	5	5	19
Luz Emilsen Bedoya	5	4	5	5	19
María Isabel Moreno	5	4	4	5	18
Fredy González	5	5	5	5	20

Nota. Evaluación criterios de selección del investigador

Para esta fase se tuvo en cuenta las habilidades comunicativas e investigativas de cada uno de los integrantes del grupo, dando como resultado la siguiente tabulación.

Marco Institucional

Figura 3

Logo de la empresa escogida



Nota. Logo Empresa Agua Monte Elías, tomada de Comercializadora-Monte-Mateus. (s. f.).

Razón Social: Mateus Sepúlveda David Santiago y/o Agua Monte Elías

NIT: 1000516647 - 1

Descripción

Aguas Monte Elías es una empresa familiar dedicada a la purificación y envase de agua natural y con gas, distribuyendo el producto en diferentes presentaciones tales como: agua botellón, agua botella 600cc, botella 335cc, bolsa 600cc y bolsa 300cc. La empresa se ubicada al occidente de la ciudad de Bogotá D.C, en la calle 64 No. 105 D- 51 El Muelle Zona 4, tiene una trayectoria de más de 18 años en el mercado.

Misión

IncurSIONamos en el mercado hace 18 años ofreciendo a nuestros consumidores agua con un alto grado de pureza, contamos con altos estándares de calidad y estrictos procesos de control. Nuestro proceso de expansión hace que hoy contemos con diferentes líneas de bebidas, deliciosas, saludables y al alcance de todos. (Comercializadora-Monte-Mateus (s. f.)).

Visión

Llegar a toda Colombia a través de nuestro canal de distribución y consolidarnos como una de las empresas más reconocidas en el mercado de las bebidas en el país. (Comercializadora-Monte-Mateus (s. f.)).

Principio de Calidad

Agua Monte Elías es el resultado de la aplicación de alta tecnología sobre un moderno y exigente proceso de purificación mediante rayos UV, diversos filtros carbón activado, arena, gravilla, antracita e intercambiadores de iones, removiendo el 98% de sólidos disueltos. Las características fisicoquímicas microbiológicas y orgánicas del producto, hacen de esta agua una bebida de la más alta calidad. (Comercializadora- Monte-Mateus (s. f.)).

Figura 4

Organigrama Empresa Águas Monte Elías



Nota. Estructura organizacional - Adaptado a partir de entrevistas

Instrumento de Diagnóstico

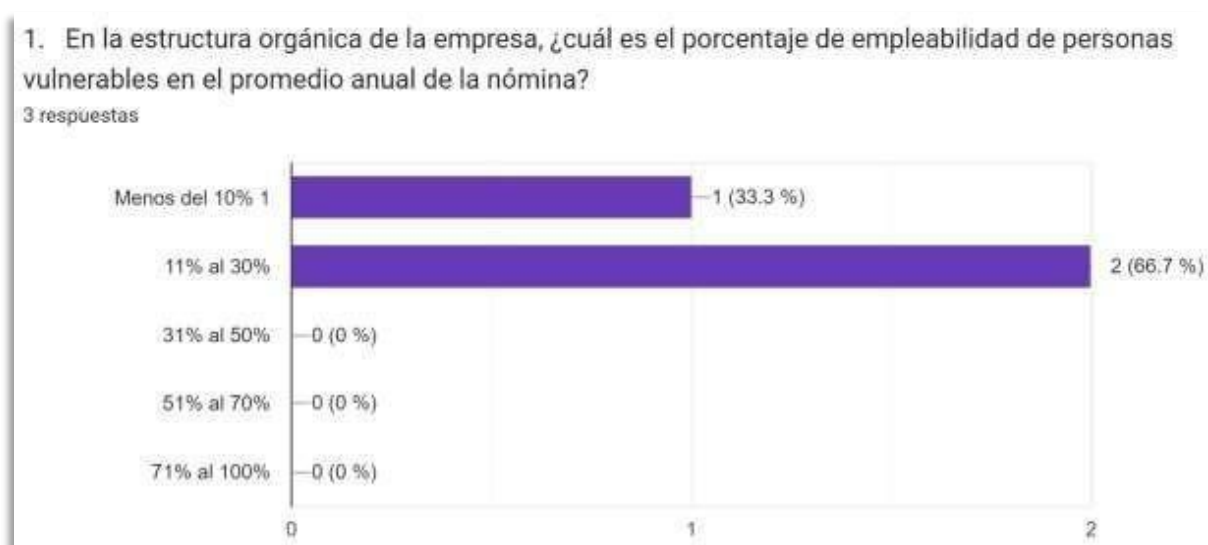
Con el fin de evaluar de manera efectiva la gestión de la RSE en aguas Monte Elías, se realizará un estudio a través de una encuesta como instrumento de diagnóstico, teniendo en cuenta que su población no sobrepasa los 10 empleados se determinó una muestra del 30% (3 personas), mediante este recurso se explorarán aspectos claves que abarcan desde la ética empresarial hasta la relación con la comunidad y el cuidado del entorno ambiental, y de esta manera determinar cómo la empresa aborda los principios y directrices establecidos en la norma ISO 26000, la cual constituye un marco de referencia internacional para la Responsabilidad Social Empresarial.

Con este ejercicio se pretende identificar el nivel de implementación de la norma, sus fortalezas y opciones de mejora entorno a la gestión de la RSE en Aguas Monte Elías, encaminando sus acciones hacia la excelencia en términos de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

Diagnóstico

Figura 5

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 1



Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 1.

Análisis

El interrogante busca establecer el grado de compromiso de la organización con personas vulnerables de su región, los resultados nos permiten establecer que se cumple en un promedio de del 15% según los encuestados, teniendo en cuenta que la gerencia le ubica por debajo del 10%, siendo la persona que más conoce sobre su personal incorporado anualmente en la empresa. Significa un porcentaje importante dado que el número promedio de colaboradores es

de 10 personas.

Figura 6

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 2



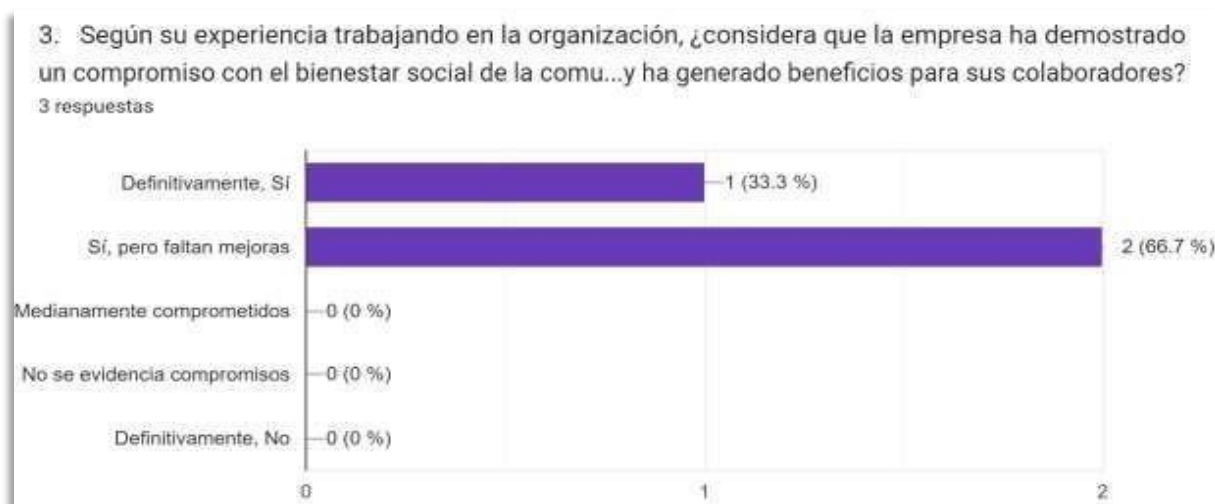
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 2

Análisis:

En este interrogante, coincide la totalidad de encuestados en que los niveles de incidencias en la compañía están por debajo de 10 incidencias en los últimos doce meses, con la salvedad de que todos han sido atendidos al 100% de satisfacción, lo que permite prever que existe un buen grado de compromiso y responsabilidad de la organización en materia de cuidados y salubridad de sus colaboradores.

Figura 7

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 3



Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 3

Análisis

Con respecto a este interrogante y de acuerdo con la encuesta realizada se puede evidenciar que en general si se ha demostrado un interés por parte de la empresa en cuanto al bienestar de los empleados, aunque más de la mitad de los empleados sienten que se podría mejorar el compromiso (el 66% de los empleados respectivamente).

Figura 8

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 4

4. ¿Cuáles son los medios o canales que utiliza o conoce de la empresa para recibir y transmitir información relacionada con la resolución de reclamaciones o conflictos?

3 respuestas

Por medio del diálogo

Gerencia

NOTIFICACION AL JEFE DIRECTO

Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 4

Análisis

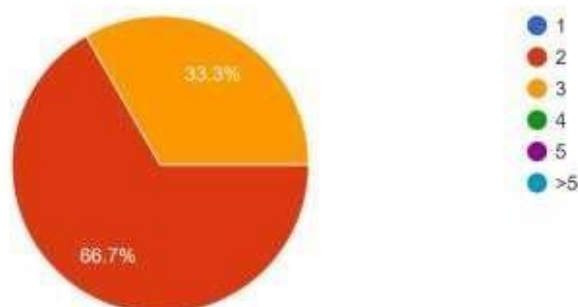
Para este punto todos los encuestados concuerdan en que la solución de conflictos o los reclamos a que haya lugar, se han realizado de manera verbal al comunicarse mediante el jefe o gerente.

Figura 9

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 5

5. ¿Cuántas capacitaciones orientadas a mejorar sus competencias y habilidades ha realizado en el último trimestre?

3 respuestas



Nota.

Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 5

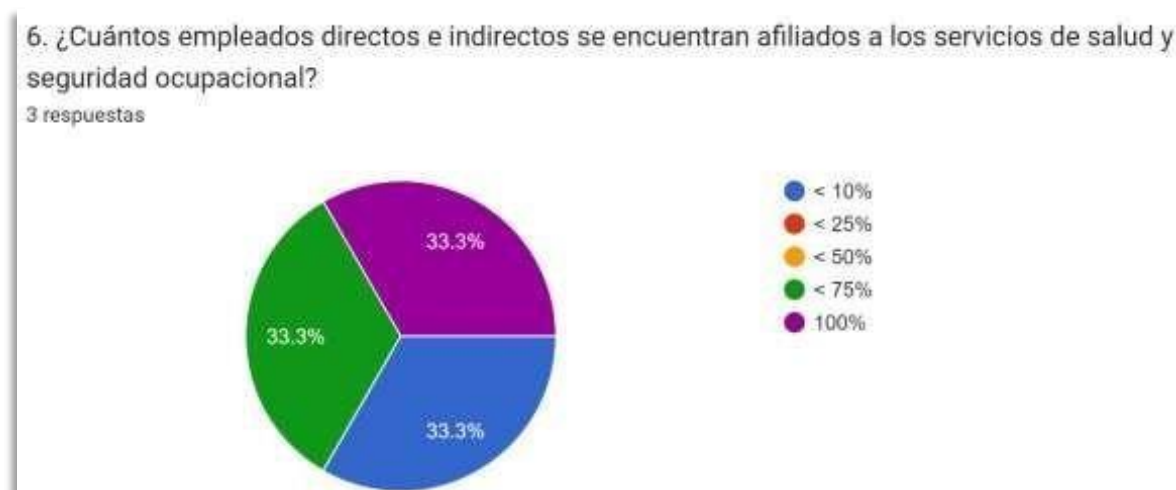
Análisis

A través de la formulación de esta pregunta se obtiene el indicador “Calcular el índice de Desarrollo Humano y Formación de Empleados que gestiona la compañía.”

Como resultado alcanzado se observa un 66.7% señala que ha realizado dos (2) capacitaciones en torno a mejorar sus competencias y habilidades en el último trimestre y un 33.3% indica que ha participado en (3) tres de ellas. Estos resultados plasman el compromiso por parte de la empresa en orientar e incluir a sus propios trabajadores, en un programa de crecimiento y preparación; generando responsabilidad social empresarial sostenida a futuro, lo que le permitirá a la empresa evolucionar en procesos.

Figura 10

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 6



Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 6

Análisis

Por medio de esta interrogante se establece la tasa de afiliación a servicios de salud y seguridad ocupacional de la empresa, para lo cual el instrumento proporcionó la siguiente información: un 33,3 indica que más del 10% tiene acceso a este indicador, un 33,3% señala que

es más del 75% y finalmente un 33,3% manifiesta que el 100% se encuentra afiliado. Al observar estas cifras y evaluar el perfil de las personas que respondieron el instrumento, se aprecia que una incongruencia en cuanto si realmente la totalidad del personal se encuentra bajo estas condiciones laborales.

Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 7

Figura 11

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 7



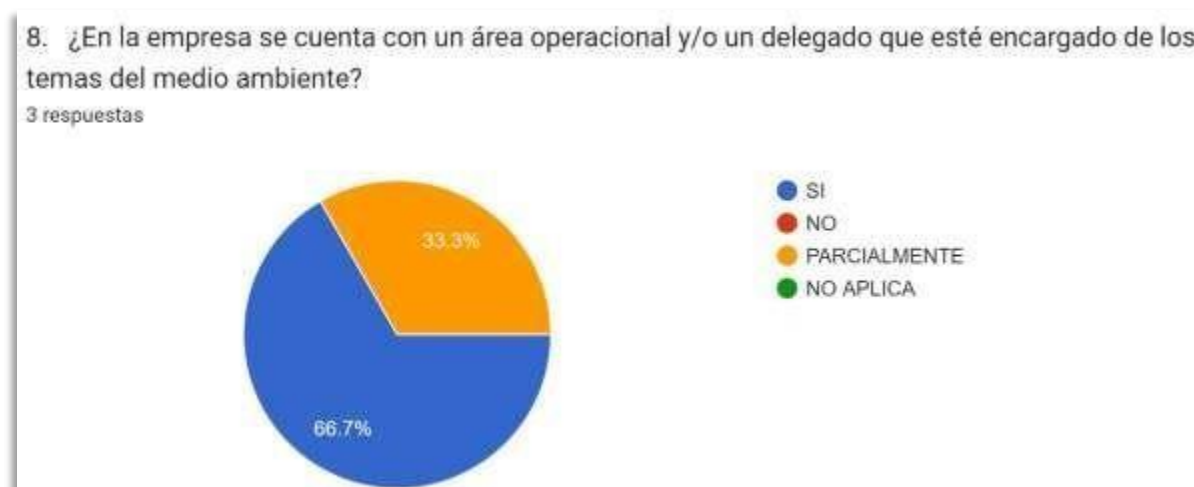
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 7

Análisis

Esta pregunta se hizo con el fin de determinar la eficacia que tiene la empresa Aguas Monte Elías en la identificación de fuentes de contaminación, a lo cual el 100% de la muestra contesta que, si se tiene, determinando que la empresa cuenta con mecanismos para la identificación de fuentes contaminantes.

Figura 12

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 8



Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No.8

Análisis

Al igual que la pregunta anterior, esta se realiza para determinar si la empresa tiene mecanismos que detecten las fuentes de contaminación, se busca corroborar la información, detectando una contradicción, pues el 33.3 % de la muestra, asegura que hay un delegado para estos asuntos, pero que las funciones son cumplidas parcialmente, lo que demuestra que se debe mejorar en esta área.

Figura 13

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 9



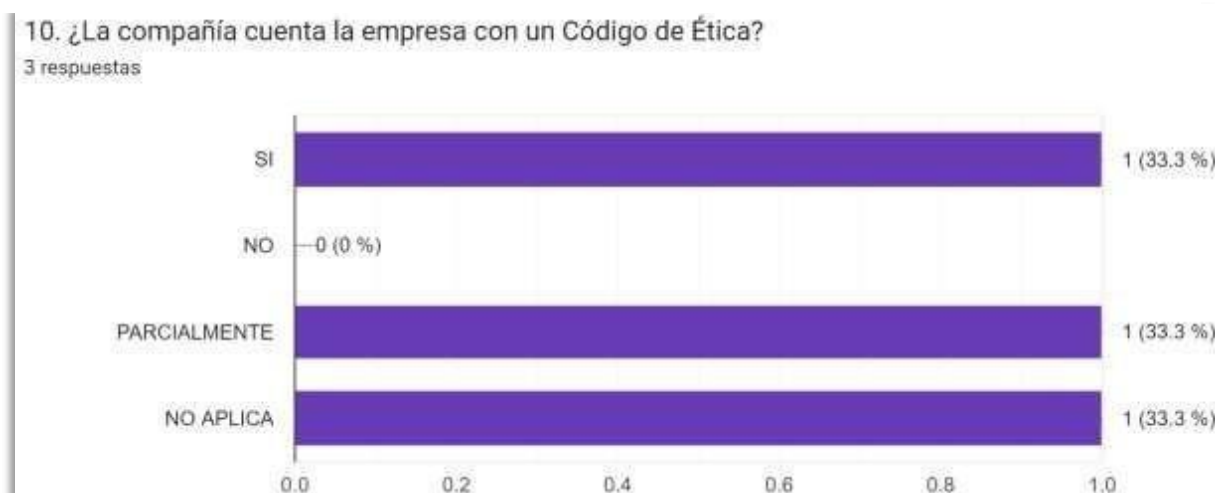
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 9

Análisis

En cuanto al índice de impacto de acciones de RSE en la operación de la empresa, el instrumento arrojó como resultado mediante una respuesta abierta conceptos como el cumplimiento de la normatividad, la gerencia y la responsabilidad de todos para un futuro de la empresa; lo que indica la aplicación de prácticas justa de operación; teniendo como relevancia el objeto social de compañía que va más allá de la interacción entre el cliente y producto, sino además tiene un fuerte impacto en el tratamiento y la conservación de un producto natural tan indispensable como lo es el agua.

Figura 14

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 10



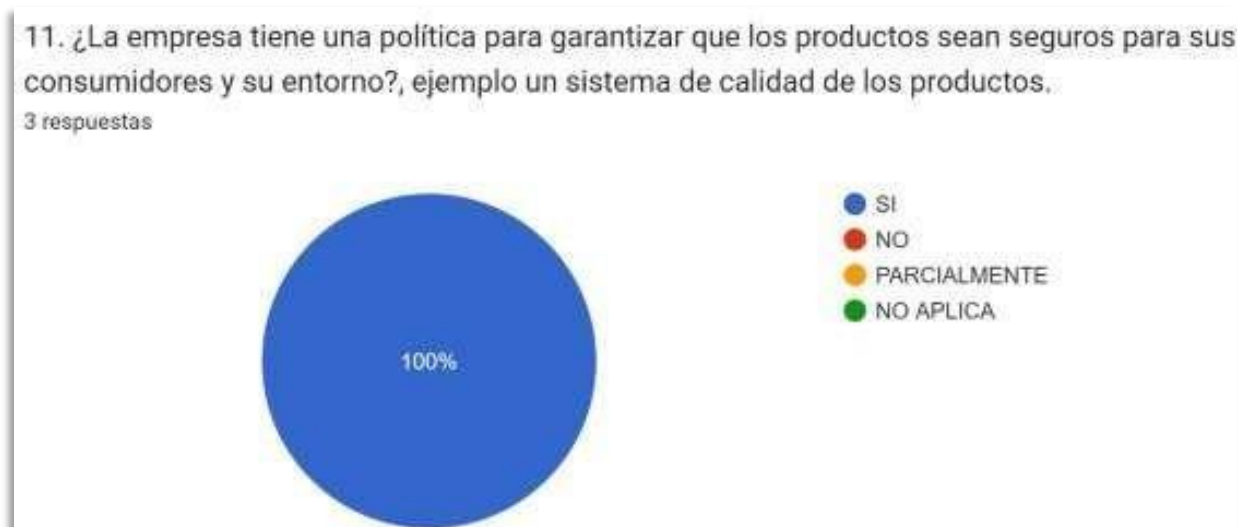
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No.10

Análisis

Los resultados de este interrogante identifican el nivel de adherencia, así como el desempeño de la política anticorrupción que maneja la compañía, aclarando que desde la dirección se manifestó no contar con la implementación de un código de ética, lo que genera desorientación en sus diferentes áreas y procesos, desconociendo su ruta a seguir en cuanto su compromiso social, ético y valor agregado, factores que impactan directamente en su imagen corporativa.

Figura 15

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 11



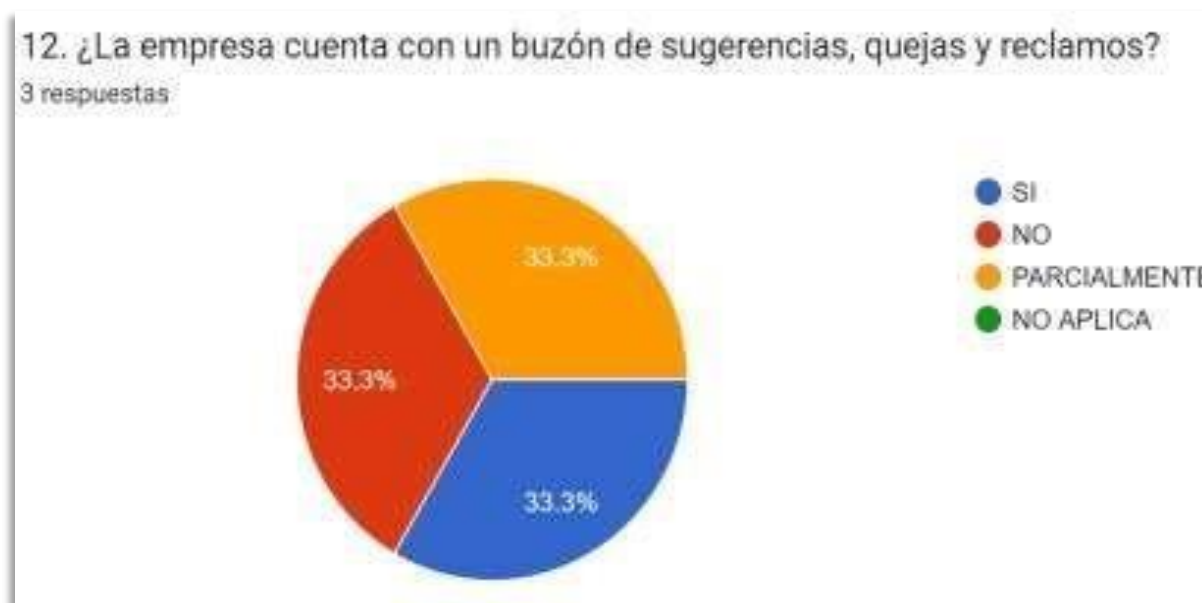
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 11

Análisis

De acuerdo con las respuestas de la muestra del 30% de la población, de la cual el 100% asegura que tiene políticas para garantizar la seguridad de sus productos a los consumidores y su entorno, demostrando de esta manera un nivel de calidad alto en los productos que ofrece la empresa.

Figura 16

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 12



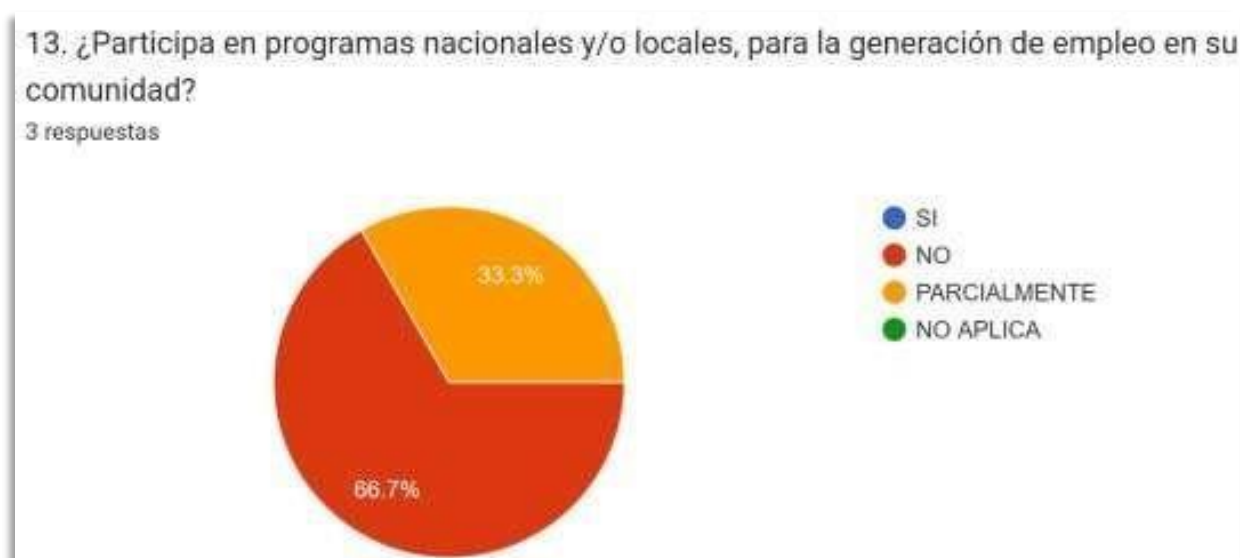
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No. 12

Análisis

Esta pregunta se formula con el fin de determinar la calidad de atención que proporciona la empresa, en su resultado se puede determinar que si hay un buzón de quejas y reclamos, pero este es poco promocionado y no ha generado mayor impacto, dado que la votación estuvo dividida en tres partes iguales entre que si existe este buzón con 33.3%, que no existe con el 33.3% y parcialmente con 33.3% lo que deja claro la mala gestión de este, por ende se recomienda, gestionar mejor el buzón de quejas y reclamos, dado que este permite tener un mejor nivel de servicio, conociendo las fallas y solucionarlas.

Figura 17

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 13



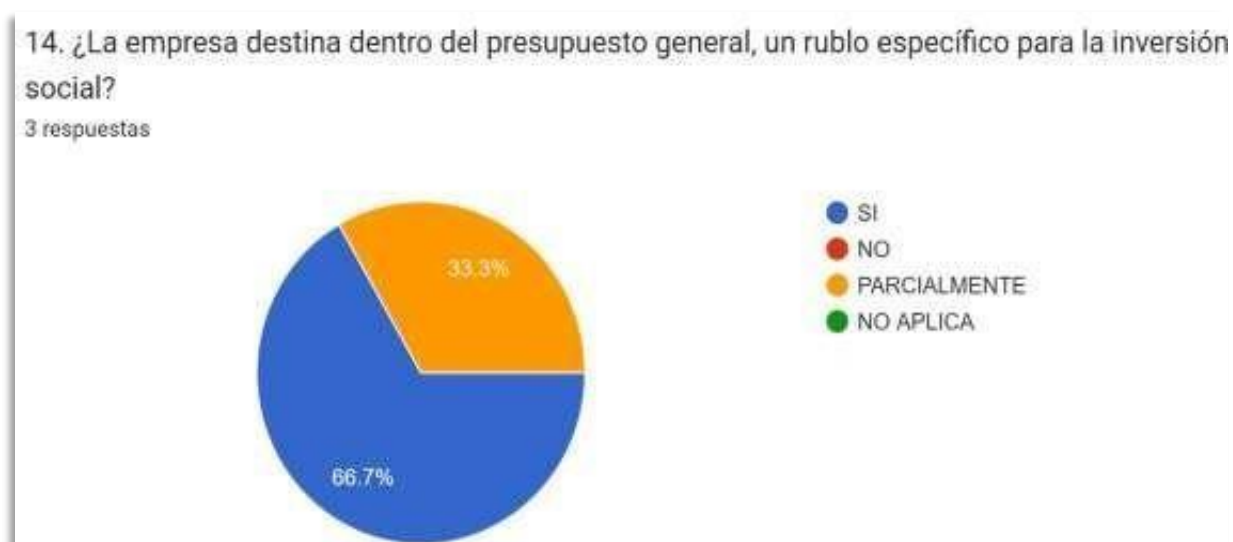
Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No.13

Análisis

Las respuestas obtenidas en este interrogante permiten establecer que no existe total certeza de haber participado la compañía en programas de desarrollo institucional para la generación de empleo, muy seguramente esto se debe a que la compañía se encuentra catalogada como una empresa Mi Pyme y por el momento no cuenta con el músculo financiero para poder realizar proyectos de expansión que le permitan elevar sus niveles de modernización de su planta y consecuentemente aumentar el número de colaboradores.

Figura 18

Pregunta y gráfico respuesta encuesta, pregunta No. 14



Nota. Adaptado de respuestas obtenidas en Encuesta, pregunta No.14

Análisis

Teniendo en cuenta que la Gerencia aplicó en la presente encuesta y su respuesta es afirmativa, se denota en todo caso que dichas actividades no son del conocimiento y participación de todos los colaboradores, en este punto, es esencial que la organización esté enterada y consciente de dichas actividades y el nivel de inversión a lo cual está comprometida la organización, de esta manera, eleva los niveles de satisfacción y reconocimiento por parte de sus colaboradores, lo cual aumenta el nivel de satisfacción en su clima organizacional.

Matriz de Marco Lógico

Lista de Hallazgos Encontrados

La empresa no evidencia un plan estratégico empresarial que determine el rumbo de acciones a largo y mediano plazo en materia de RSE.

La empresa cuenta con un buzón de quejas y reclamos, pero este no se ha realizado su sensibilización de forma correcta.

No se evidencian los planes promocionales que en materia de responsabilidad social aplicada como valor agregado le permita ser reconocida en el mercado.

No se tienen todos los empleados afiliados a salud y seguridad ocupacional

No se cuenta con un Código de Ética Empresarial.

No se tiene un procedimiento formal para recibir y transmitir información relacionada con la resolución de conflictos.

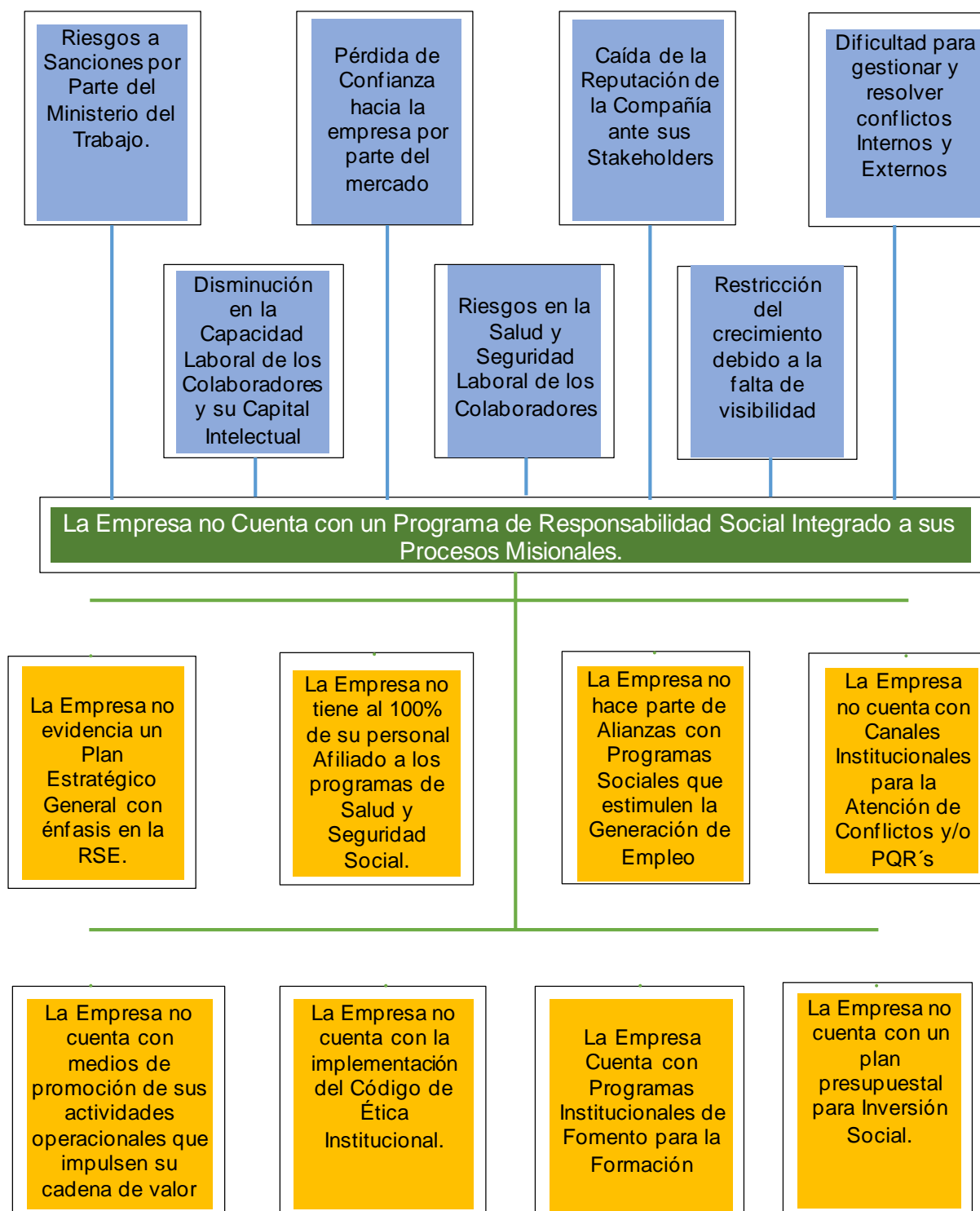
No se evidencia la protocolización de un plan de formación integral al personal.

No existen evidencias de la implementación del Plan presupuestal para la inversión social.

Árbol de problemas

Figura 19

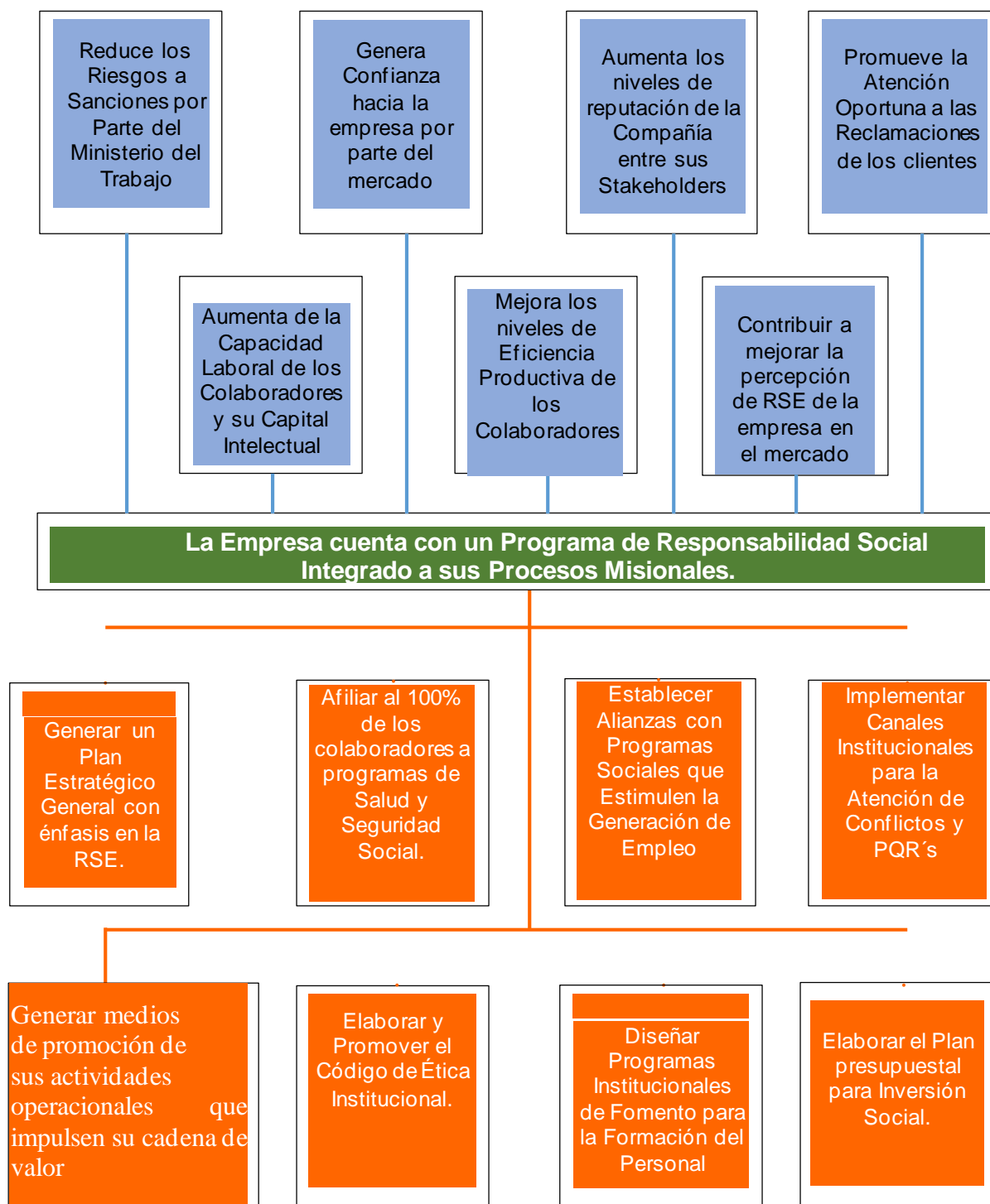
Árbol de Problemas



Árbol de Objetivos

Figura 20

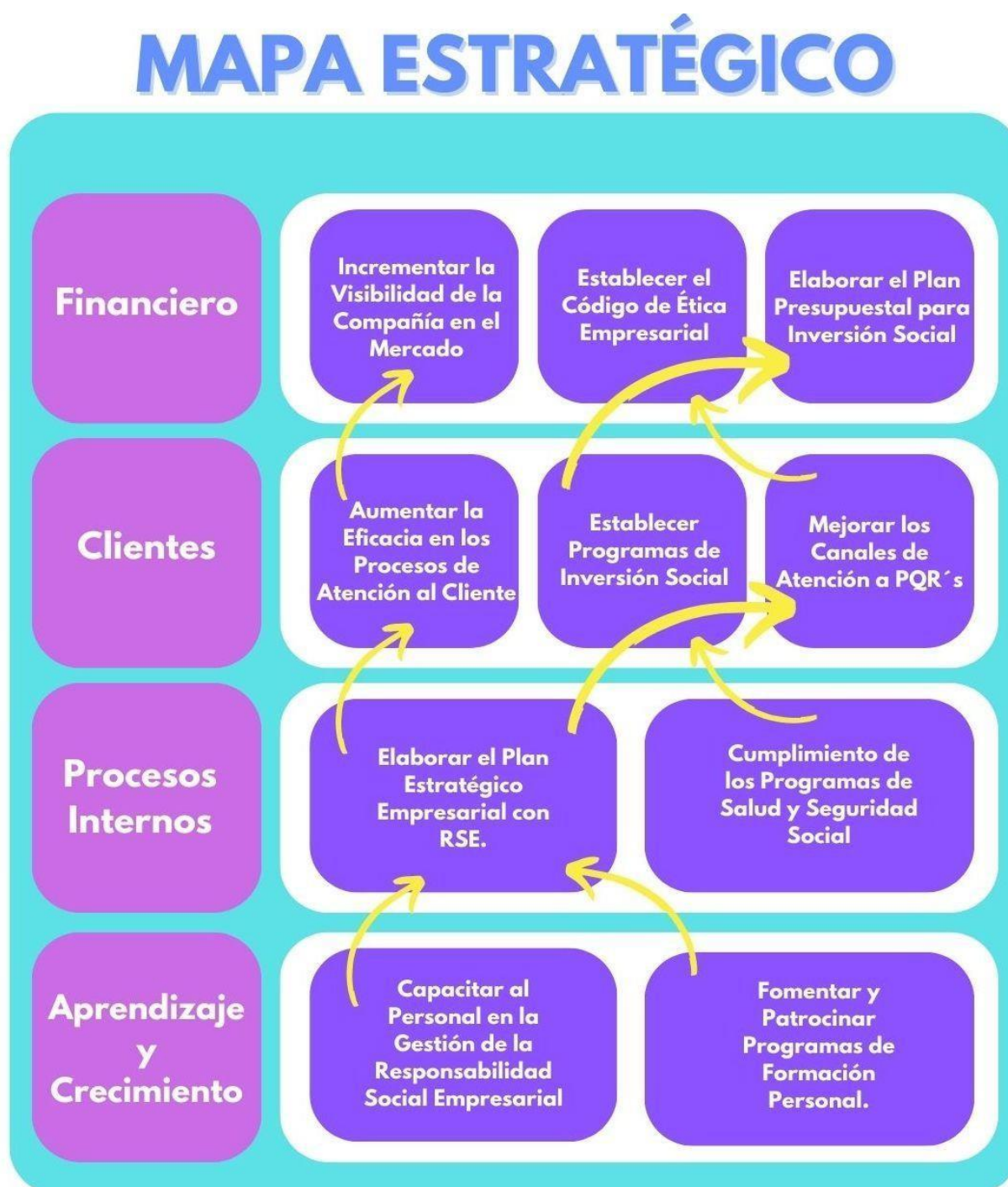
Árbol de Objetivos



Mapa Estratégico

Figura 21

Mapa estratégico Águas Monte Elias



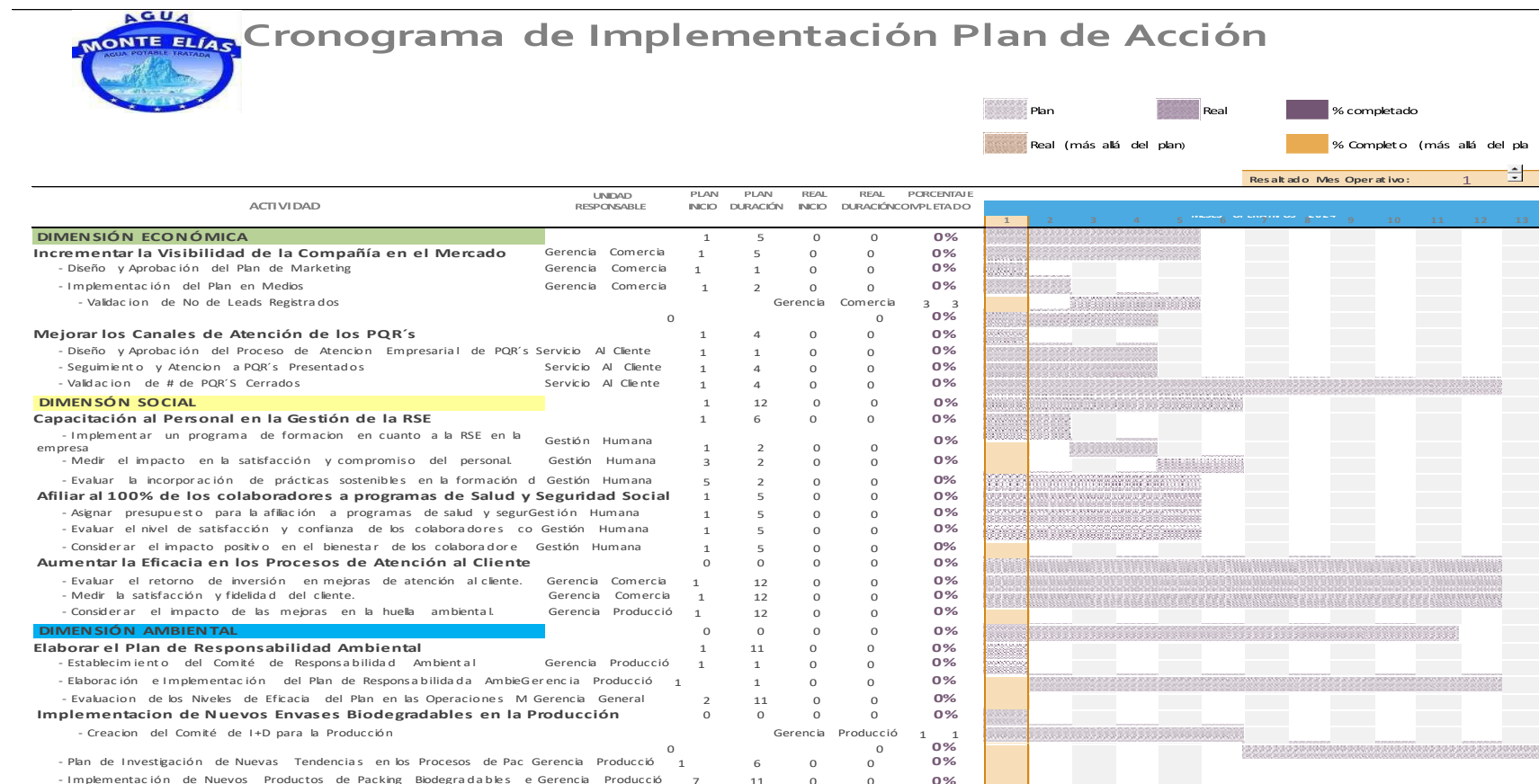
Nota. Adaptado a partir de información obtenida con la encuesta y entrevistas a la empresa

Plan de Mejoramiento

Plan de Acción y Seguimiento

Tabla 3


Cronograma de implementación – Plan de Acción.



Nota. Cronograma de implementación Plan de Acción – Aguas Monte Elías S.A.S.

Tabla 4

Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Económica

 CUADRO DE PLAN DE ACCION Y SEGUIMIENTO AGUAS MONTE ELIAS S.A.S.											
DIMENSION	OBJETIVO ESTRATEGICO	ESTRATEGIA	INDICADOR	ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	# MESES	RANGO DE CUMPLIMIENTO			
								Óptimo	Tolerable	Deficiente	Objetivo
DIMENSIÓN ECONÓMICA	Incrementar la Visibilidad de la Compañía en el Mercado	Elaborar e Implementar el Plan Estratégico de Marketing	Tasa de Conversion de Lead's en Clientes (#lead Convertidos/#Negocios x Periodo)* 100	Diseño y Aprobación del Plan de Marketing	10/01/2024	31/01/2024	1	95-100%	95-90%	90-80%	100%
				Implementación del Plan en Medios	1/02/2024	28/02/2024	1	95-100%	95-90%	90-80%	100%
				Validación de No de Leads Registrados	1/03/2024	31/05/2024	3	80-100%	50-79%	0-49%	10%
				Diseño y Aprobación del Proceso de Atención Empresarial de PQR's en Marketing	10/01/2024	15/01/2024	0,5	95-100%	95-90%	90-80%	100%
	Mejorar los Canales de Atención de los PQR's	Implementar el Proceso de Atención Empresarial para PQR's.	Porcentajes de PQR's Cerrados sobre el Total Recibidos por Trimestre (#PQR Cerrados/#PQR Recibidos)* 100	Seguimiento y Atención a PQR's Presentados	15/01/2024	31/04/2024	4	95-100%	95-90%	90-80%	100%
				Validación de No de PQR'S Cerrados	15/01/2024	31/04/2024	4	80-100%	50-79%	0-49%	100%

Nota. Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Económica

Tabla 5

Cuadro Plan de acción y seguimiento – Dimensión Social

DIMENSIÓN SOCIAL										
Capacitación al Personal en la Gestión de la RSE	Contratar un proveedor de formación en RSE, crear materiales internos y establecer sesiones de formación programadas.	Porcentaje de personal capacitado en RSE	Implementar un programa de formación en cuanto a la RSE en la empresa	10/01/2024	1/03/2024	2	80-100%	50-79%	0-49%	100%
			Medir el impacto en la satisfacción y compromiso del personal.	1/03/2024	1/05/2024	2	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			Evaluar la incorporación de prácticas sostenibles en la formación de los trabajadores	1/05/2024	1/07/2024	2	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			Asignar presupuesto para la				80-100%	50-79%	0-49%	100%
	Establecer un sistema de seguimiento para garantizar la afiliación de el 100% de los colaboradores a salud y seguridad social	Porcentaje de colaboradores afiliados a programas de Salud y Seguridad Social / # Empleados Directos.	afiliación a programas de salud y seguridad social.	10/01/2024	1/06/2024	6	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			Evaluar el nivel de satisfacción y confianza de los	10/01/2024	1/06/2024	6	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			colaboradores con los programas de seguridad social y salud.	10/01/2024	1/06/2024	6	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			Considerar el impacto positivo en el bienestar de los	10/01/2024	1/06/2024	6	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			colaboradores.	10/01/2024	1/06/2024	6	80-100%	50-79%	0-49%	90%
			Evaluar el retorno de inversión en mejoras de atención al cliente.	10/01/2024	10/01/2025	12	80-100%	50-79%	0-49%	90%
	Implementar un sistema de gestión de atención al cliente, capacitar al personal y recopilar información.	Porcentaje de Clientes Satisfechos. Sobre el Numero de Clientes Atendidos	Medir la satisfacción y fidelidad del cliente.	10/01/2024	10/01/2025	12	10-20%	5-10%	0-5%	15%
			Considerar el impacto de las mejoras en la huella ambiental.	10/01/2024	10/01/2025	12				

Nota. Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Social

Tabla 6

Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN AMBIENTAL		Elaborar el Plan de Responsabilidad Ambiental		Inicio	Fin	Frecuencia	Avance	Rango	Rango	Rango	Avance
		Descripción	Indicador								
Elaborar el Plan de Responsabilidad Ambiental	Establecer el comité de Responsabilidad Ambiental de la Compañía	Establecimiento del Comité de Responsabilidad Ambiental	Tasa de Conversion de los Procesos Misisonales de la Empresa en Actividades con Responsabilidad Ambiental	10/01/2024	31/01/2024	1	80-100%	50-79%	0-49%	100%	
		Implementación del Plan de Responsabilidad Ambiental	Evaluación de los Niveles de Eficacia del Plan en las Operaciones Misisonales	10/01/2024	31/01/2024	1	80-100%	50-79%	0-49%	100%	
		Creación del Comité de I+D para la Producción	Niveles de Eficacia del Plan en las Operaciones Misisonales	1/02/2024	31/01/2025	12	80-100%	50-79%	0-49%	90%	
	Implementación de Nuevos Envases Biodegradables en los Procesos de Producción	Plan de Investigación de Nuevas Tendencias en los Procesos de Packing	Implementación de Nuevos Productos de Packing Biodegradables en la Producción	Tasa de Conversión de los Envases Biodegradables en la Producción Total	10/01/2024	31/01/2024	1	80-100%	50-79%	0-49%	100%
		Implementación de Nuevos Productos de Packing Biodegradables en la Producción	Implementación de Nuevos Productos de Packing Biodegradables en la Producción	Tasa de Conversión de los Envases Biodegradables en la Producción Total	1/02/2024	30/06/2024	5	80-100%	50-79%	0-49%	80%
		Implementación de Nuevos Productos de Packing Biodegradables en la Producción	Implementación de Nuevos Productos de Packing Biodegradables en la Producción	Tasa de Conversión de los Envases Biodegradables en la Producción Total	1/07/2024	31/07/2025	12	80-100%	50-79%	0-49%	50%

Nota. Cuadro Plan de Acción y seguimiento – Dimensión Ambiental

Referencias Bibliográficas

- Belda Hériz, I. (2018). Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible. Editorial Tébar Flores, 16-66. <http://bit.ly/3sExPOA>
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2016). *Cartilla de Gobierno Corporativo*. Medellín:Koideas. <https://bit.ly/3MQHW9J>
- Comercializadora-Monte-mateus. (s. f.). Comercializadora-monte-mateus. Recuperado el 24 de noviembre 2023. <https://comercializadora-monte-mateus.webnode.es/>
- Dávila, R. (2013). La capacitación y la responsabilidad social empresarial. <https://bit.ly/3R7OxiR>
- Díaz, Nelson (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?>
- Enciclopedia Humanidades. (s.f). Responsabilidad social empresarial. Recuperado el 24 de noviembre 2023. <https://humanidades.com/responsabilidad-social-empresarial/#ixzz8Bt0nunPu>
- Euronews. (27 de Julio de 2023). *"La era del calentamiento global ha terminado, empieza la era de la ebullición global", dice la ONU*. <https://bit.ly/3QMDgTp>
- Expok. (2017). Los 5 elementos indispensables en un programa de RSE. <https://www.expoknews.com/como-hacer-un-programa-de-rse/>
- 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>

González, A. (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmeccánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo.

<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>

Grupo-Artico-34. (s.f). Código ético: Qué es, beneficios y claves para implantarlo.

<https://protecciondatos-lopd.com/empresas/codigo-etico/>

Hoof, B. V., Monroy, N., & Saer, A. (2008). *Produccion Mas Limpia:*

Paradigma de la Gestión Ambiental. Universidad de los Andes .

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/40312>

ISOTools. (2022). Producción más limpia (P+L). ¿Qué es y cómo beneficia a su organización? Software ISO. <https://bit.ly/3uf0UjW>

Labarca, N. (2008). Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial, 24(55), 47-68. <https://bit.ly/40MnmwV>

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-](https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[08.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y)[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=17](https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Noticias ONU. (14 de septiembre de 2023) No actuar contra el cambio climático pone en peligro nuestras vidas y nuestro desarrollo. <https://bit.ly/47zjFwM>

Noticias ONU. (14 de Septiembre de 2023). No actuar contra el cambio climático pone en peligro nuestra vidas y nuestro desarrollo. <https://bit.ly/46IPMz5>

Observatorio Ambiental de Bogotá (31 de Julio de 2022). Información para el consumidor sostenible. <https://oab.ambientebogota.gov.co/informacion-para-consumidor-sostenible/>

Observatorio Ambiental de Bogotá (31 de Julio de 2022). Información para el consumidor sostenible. <https://oab.ambientebogota.gov.co/informacion-para-consumidor-sostenible/>

- Ortiz, E. (2012). *El Consumo Sostenible Como Perspectiva Innovadora*. B-EUMED.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/51998?page=16>
- Peñalosa, M. & López, D. (2016). *La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable*. XII (23)
<https://www.redalyc.org/journal/4096/409650120008/html/>
- Piriano, M., Fiorito, S. (1938). *Benito Mussolini EL ESTADO CORPORATIVO*.
<https://bibliotecafascista.files.wordpress.com/2020/03/el-estado-corporativo.pdf>
- Puterman, P. (4 de mayo de 2011). ¿Cómo gestionar la responsabilidad social?
<https://diarioresponsable.com/opinion/13657-icomo-gestionar-la-responsabilidad-social>
- Rodríguez, G. & Antolinez, (2015). evolución diacrónica del pensamiento estratégico, scielo.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v18n2/v18n2a27.pdf>
- Román Muñoz, O. (2010). El pensamiento estratégico: Una integración de los sentidos con la razón. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 8(2), 23-36. ISSN: 1794-192X.
<file:///C:/Users/imetr/Downloads/biteca,+562-1428-1-CE.pdf>
- 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)
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>
- Sergio Santillán Díaz. (10 de enero de 2018). La escuela de Salamanca: el origen del Liberalismo | Gabriel Calzada [Archivo de video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=4d0nuu2pt54>
- 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>
- Torres, F. (2020). Principales características y elementos del gobierno corporativo en una empresa. <https://www.blackstonemagazine.mx/principales-caracteristicas-y-elementos-del-gobierno-corporativo-en-una-empresa/>.
- Valverde, J. & Bermúdez, J (2012) ASI SE HACE: Gestión de la responsabilidad social. Heredia Costa Rica: universidad nacional de costa rica.
- <https://www.aedcr.com/sites/default/files/docs/libroasisehaceuna-aed.pdf>


Apéndices

Apéndices A

Formato de Recolección de Información

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
Vicerrectoría Académica y de Investigación

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA
 ESTRATÉGICA Y
 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**



Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

Razón Social: _____ **Fecha:** _____
Representante Legal: _____
Dirección: _____ **Ciudad:** _____
Actividad Económica: _____ **No. Empleados:** _____

Apreciado/a empresario,

Agradecemos su colaboración y apoyo con nuestra investigación sobre el Diagnóstico de Responsabilidad Social Empresarial, siéntase en plena libertad de responder las preguntas y al final de ellas, agradecemos si cuenta con algún comentario y/o aporte; los resultados del estudio le serán compartidos una vez culminemos el proceso de investigación, análisis y diagnóstico, la información recibida será tratada con absoluta discreción y privacidad.

1. En la estructura orgánica de la Empresa Aguas Monte Elías, ¿Cuál es el porcentaje de empleabilidad de personas vulnerables en el promedio anual de la nómina?

- 11% al 30%
- 31% al 50%
- 51% al 70%
- 71% al 100%

2. ¿Cuántas situaciones de riesgo laboral ha tenido que enfrentar la compañía en los últimos doce meses y cuál ha sido el porcentaje de atención satisfactoria de estas?

- < 10
- < 25
- < 50
- < 75
- < 100

Porcentaje de Atención Satisfactoria _____%

3. ¿En su experiencia trabajando con la empresa Monte Elías, ¿considera que la empresa ha demostrado un compromiso con el bienestar social de la comunidad y ha generado beneficios para sus colaboradores?

- Definitivamente, Sí
- Sí, pero faltan mejoras
- Medianamente comprometidos
- No se evidencia compromisos
- Definitivamente, No

4. ¿Cuáles son los medios o canales que utiliza o conoce en la empresa Monte Elías para recibir y transmitir información relacionada con la resolución de reclamaciones o conflictos?

5. ¿Cuántas capacitaciones orientadas a mejorar sus competencias y habilidades ha realizado en el último trimestres?

- 1
- 2
- 3
- 4
- > 4

6. ¿Cuántos empleados directos e indirectos se encuentran afiliados a los servicios de salud y seguridad ocupacional?

- < 10%
- < 25%
- < 50%
- < 75%
- 100%

7. ¿Cuentan con mecanismos para identificar las fuentes de contaminación, relacionadas con sus actividades??

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

8. ¿En la empresa se cuenta con un área operacional y/o un delegado que esté encargado de los temas del medio ambiente?

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

9. ¿Qué acciones enfocadas a la Responsabilidad Social Empresarial desarrolla la empresa y que considera ayuda a mejorar sus operaciones?

10. ¿La compañía cuenta la empresa con un Código de Ética?

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

11. ¿La empresa tiene una política para garantizar que los productos sean seguros para sus consumidores y su entorno?, ejemplo un sistema de calidad de los productos.

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

12. ¿La empresa cuenta con un buzón de sugerencias, quejas y reclamos??

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

13. ¿Participa en programas nacionales y/o locales, para la generación de empleo en su comunidad?

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

14. ¿La empresa destina dentro del presupuesto general, un rublo específico para la inversión social?

- Si
- No
- Parcialmente
- No Aplica

Agradecemos su participación, pronto le contactaremos



Nota: Formulario de recolección de información de Responsabilidad Social Empresarial a la empresa Aguas Monte Elías.

Fuente. Elaboración propia