Plan de Acción y Seguimiento para la R.S.E. de la Empresa Celsia S.A. E.S.P.

José Edgar Ospina Ortiz

Julie Paola Barrero Hurtado

Kelly Xiomara Moreno Cubillos

Leidy Natalia Camacho Torres

Margarita Jiménez Noguera

Director

Andrés Iván Toledo Bernal

Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD

Escuela de ciencias Administrativas, contables, económicas y de negocios ECACEN

Administración de Empresas

2025

Dedicatoria

Ante todo, estamos agradecidos a Dios por permitirnos tener la vida que llevamos, efectuar las labores que a diario hacemos y realizar los sueños que nos proponemos. Y a nuestras familias, que nos han apoyado a lo largo de nuestras carreras y son la piedra angular de esta misión., así como el punto de apoyo en los momentos de flaqueza, cuando las extensas jornadas de trabajo y estudio, más nos trataron de amilanar, en el transcurso de este Diplomado.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios en primer lugar, a nuestras familias y a las personas que nos han apoyado a lo largo de nuestra carrera, y contribuido con aportes que han enriquecido nuestro perfil como futuros profesionales. En particular, Andrés Iván Toledo Bernal, nuestro director y tutor del Diplomado en Dirección Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial, ha sido nuestro mejor mentor y guía. Agradecemos su trabajo, tenacidad y dedicación a todos los alumnos de este Diplomado. Es un ser humano que nos ha brindado no sólo su tiempo sino también sus conocimientos para ayudarnos a ser mejores personas en el futuro y excelentes Administradores de Empresas.

Resumen

En el contexto actual de crisis ambiental y social, el consumo sostenible y la producción limpia surgen como alternativas claves para transformar los modelos económicos tradicionales, promoviendo un desarrollo más equitativo. La responsabilidad social empresarial (RSE) se consolida como una base esencial para que las organizaciones integren estas estrategias.

Un gobierno corporativo eficaz se basa en la transparencia, la rendición de cuentas, la equidad y la responsabilidad, fomentando la confianza entre los actores involucrados. Estos principios previenen la corrupción, mejoran la toma de decisiones y promueven el bienestar al garantizar acciones empresariales en ser.

En un entorno empresarial con altas expectativas, integrar prácticas responsables refuerza la reputación y la sostenibilidad. La norma ISO 26000 ofrece un marco para adoptar prácticas que promuevan la sostenibilidad social, ambiental y económica.

En este contexto, CELSIA, líder en el sector energético en Colombia, enfrenta el reto de aplicar eficazmente la ISO 26000. Aunque ha avanzado en cuidado ambiental y prácticas laborales, persisten brechas que dificultan su consolidación como referente de RSE. Este análisis identifica problemas, áreas de mejora y propone un plan estratégico para optimizar su gestión de RSE.

Palabras Clave: Crisis ambiental, Producción limpia, Consumo sostenible, Desarrollo equitativo, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Desarrollo sostenible, Gestión organizacional, Sostenibilidad, Gobierno corporativo, Equidad.

Abstract

In the current context of environmental and social crisis, sustainable consumption and clean production are emerging as key alternatives for transforming traditional economic models and promoting more equitable development. Corporate social responsibility (CSR) has become an essential basis for organizations to integrate these strategies.

Effective corporate governance is based on transparency, accountability, equity and responsibility, fostering trust among stakeholders. These principles prevent corruption, improve decision making and promote well-being by ensuring business actions in being.

In a business environment with high expectations, integrating responsible practices reinforces reputation and sustainability. ISO 26000 provides a framework for adopting practices that promote social, environmental and economic sustainability.

In this context, CELSIA, a leader in the energy sector in Colombia, faces the challenge of effectively implementing ISO 26000. Although it has made progress in environmental care and labor practices, there are still gaps that hinder its consolidation as a CSR benchmark. This analysis identifies problems, areas for improvement and proposes a strategic plan to optimize its CSR management.

Keywords: Environmental crisis, Clean production, Sustainable consumption, Equitable development, Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainable development, Organizational management, Sustainability, Corporate governance, Equity.

Tabla de Contenido

Introducción 11

Justificación 12

Objetivos 13

Objetivo General 13

Objetivos Específicos 13

Conceptualización 14

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 14

Gobierno Corporativo 14

Producción Limpia 15

Consumo Sostenible 15

Aplicación 17

Marco Institucional 17

Valores 17

Estructura Organizacional 18

Criterios de selección de la empresa 19

Marco Metodológico 22

Diagnostico 24

Instrumento de Diagnóstico 24

Resultado de la aplicación del instrumento 25

Análisis General de la Encuesta Aplicada 36

Resultados Clave y Análisis 38

Matriz de Marco Lógico 40

Árbol de problemas 40

Cuadro de stakeholders relacionados con la organización 43

Árbol de Objetivos 44
Análisis del Árbol de Objetivos 46
Mapa Estratégico 47
Mapa de Estrategias 47
Análisis mapa de estrategias 48
Plan de Mejoramiento 50
Plan de Acción 50
Análisis del Plan de Acción 55
Conclusiones 56
Referencias Bibliográficas 58

Lista de Figuras

Figura 1 *Estructura Organizacional CELSIA S.A.* 19

Figura 2 *Compilado Encuestados* 25

Figura 3 *Pregunta No. 1 ¿Cómo percibe la gestión que realiza Celsia.S.A., en términos de responsabilidad y transparencia?* 26

Figura 4 *Pregunta No. 2 ¿Cómo evalúa el compromiso que tiene Celsia S.A. con principios éticos en su trato con los consumidores?* 26

Figura 5 *Pregunta No.3 ¿Qué tan fácil le resulta utilizar los canales de comunicación de Celsia S.A., para expresar sus inquietudes y sugerencias?* 27

Figura 6 *Pregunta No.4 ¿Considera que Celsia S.A. toma en cuenta el respeto por los derechos humanos en sus productos o servicios?* 28

Figura 7 *Pregunta No.5 ¿Le gustaría qué Celsia S.A. se apropie de mejores medidas para garantizar que sus prácticas sean aún más respetuosas con los derechos humanos?* 28

Figura 8 *Pregunta No.6 ¿Está al tanto de las iniciativas de Celsia.S.A. para asegurar un trato justo y condiciones laborales dignas para sus empleados?* 29

Figura 9 *Pregunta No.7 ¿Considera que las condiciones laborales de Celsia S.A., impactan de manera positiva o negativa en la calidad de sus productos o servicios?* 30

Figura 10 *Pregunta No.8 ¿Qué tan importante es para usted que la empresa utilice prácticas sostenibles en la producción y distribución de los productos?* 30

Figura 11 *Pregunta No.9 ¿Conoce las políticas, en cuanto a la protección y preservación del medio ambiente?* 31

Figura 12 *Pregunta No.10 ¿Las prácticas de operación de Celsia S.A. son justas y transparentes cuando trata con sus clientes?* 32

Figura 13 *Pregunta No.11 ¿Qué tan confiable es Celsia S.A. en términos de ofrecer productos o servicios con precios justos y transparentes?* 32

Figura 14 *Pregunta No.12 ¿Cómo calificaría el nivel de atención al cliente y la resolución de quejas dentro de la empresa?* 33

Figura 15 *Pregunta No.13 ¿Confía en la calidad y seguridad de los productos o servicios que ofrece la empresa?* 34

Figura 16 *Pregunta No.14 ¿Se involucra la empresa y sus empleados en actividades de voluntariado o en proyectos sociales comunitarios?* 34

Figura 17 *Pregunta No.15 ¿Participa o ha participado en alguna actividad comunitaria patrocinada por Celsia? S.A.?* 35

Figura 18 *Árbol de problemas Celsia S.A. E.S.P* 41

Figura 19 *Árbol de Objetivos Celsia S.A. E.S.P.* 44

Figura 20 *Mapa de Estrategias Celsia S.A. E.S.P* 46

Lista de Tablas

Tabla 1 *Cuadro de stakeholders relacionados con la Empresa Celsia S.A. E.S.P.* 42

Tabla 2 *Estrategias Sociales*..... 48

Tabla 3 *Estrategias Ambientales*..... 48

Tabla 4 *Estrategias Económicas* 49

Tabla 5 *Estrategias Operativas*..... 49

Tabla 6 *Perspectiva Social*..... 51

Tabla 7 *Perspectiva Ambiental*..... 52

Tabla 8 *Perspectiva Económica* 53

Tabla 9 *Perspectiva Operativa*..... 54

Introducción

Esta experiencia nos permitirá construir y aplicar instrumentos de recolección de información en un contexto empresarial real, analizando los datos obtenidos para evaluar el cumplimiento normativo y su impacto.

Un componente clave del crecimiento y la sostenibilidad de cualquier organización es la planificación estratégica. La planificación estratégica es esencial para el crecimiento sostenible de las organizaciones, que deben priorizar responsabilidades sociales y ambientales junto con sus objetivos financieros. La norma ISO 26000 guía la integración de la responsabilidad social corporativa en sus estrategias, promoviendo el bienestar social y ambiental.

En esta actividad, se busca evaluar el cumplimiento de las materias fundamentales de la norma ISO26000 en una empresa regional y su alineación con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), permitiendo a los estudiantes comprender cómo estos conceptos se interrelacionan y se aplican en el ámbito empresarial.

Promover constantemente la colaboración de las partes interesadas y las relaciones participativas, teniendo siempre en cuenta el desarrollo de modelos laborales legalmente vinculantes, la ética empresarial y la educación de las empresas sobre los intereses sociales y medioambientales de las comunidades en las que operan, ya que estos factores afectan a su éxito y reputación a largo plazo. (López, 2017)

Justificación

En un entorno corporativo en constante cambio y globalización tecnológica, las empresas deben diseñar estrategias a largo plazo para mitigar el impacto de sus actividades, usualmente centradas en generar riqueza para los accionistas, ignorando en muchas regiones la extracción de recursos.

Por estas razones, es importante señalar que la responsabilidad social empresarial ha evolucionado como un modelo esencial, pero muchas organizaciones lo adoptan solo como un requisito operativo, sin desarrollar una verdadera conciencia para contribuir voluntariamente a la mitigación ambiental.

La aplicabilidad de la norma ISO 26000 en el sector energético es un área crucial para el desarrollo sostenible, justifica su selección como herramienta de evaluación y de Celsia S.A. como empresa de estudio. Cesia S.A. es un ejemplo perfecto para examinar las prácticas de gestión en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas por su dedicación a la calidad, la innovación y la responsabilidad social. También tiene un gran impacto en el medio ambiente y la comunidad.

La norma ISO26000, al ser un marco reconocido internacionalmente, permite una evaluación exhaustiva de las prácticas de RSC de Celsia S.A. y su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), facilitando así el diagnóstico de su contribución al desarrollo sostenible.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un análisis integral de la implementación de la norma ISO 26000 en CELSIA, identificando las principales áreas de mejora y proponiendo estrategias efectivas para optimizar la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa.

Objetivos Específicos

Analizar los resultados individuales de las preguntas del informe para identificar patrones y tendencias relevantes, y sintetizar los resultados clave para proporcionar una visión clara y comprensible de los hallazgos más importantes.

Realizar un diagnóstico inicial de la situación actual de la organización, estacando fortalezas y áreas de mejora, y elaborar un cuadro de stakeholders relacionados con la organización para entender mejor sus intereses y expectativas.

Proponer los objetivos a corto, medio y largo plazo de la organización mediante un árbol de objetivos y un mapa estratégico, detallando los pasos necesarios para alcanzarlos, considerando factores operativos, sociales, medioambientales y económicos.

Conceptualización

En el contexto actual, donde las empresas enfrentan crecientes expectativas por parte de la sociedad y los mercados, resulta esencial adoptar enfoques integrales que combinen el éxito corporativo con la sostenibilidad y la ética. Este trabajo tiene como objetivo explorar cómo conceptos clave que están interconectados en la búsqueda de un desarrollo empresarial que favorezca no solo a las organizaciones, sino también al entorno y a la comunidad en general. A continuación, se analiza cada uno de estos pilares, destacando sus interrelaciones y su relevancia para promover un modelo empresarial ético y sostenible.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Se presenta como un enfoque de gestión corporativa. corporativa que prioriza la ética y la sostenibilidad en las operaciones empresariales. Su objetivo principal es transformar las relaciones entre las organizaciones, sus grupos de interés y el entorno. En América Latina, la RSE adquiere un papel particularmente relevante, dado que estas empresas constituyen un pilar fundamental para la economía y la cohesión social de la región. Al adoptar estrategias de RSE, las PYMES pueden optimizar activos intangibles y generar valor añadido, consolidando su competitividad y sostenibilidad. Como señala Mellado (2009), la implementación exitosa de estas iniciativas requiere una gestión profesional tanto a nivel empresarial como comunicativo.

Gobierno Corporativo

En estrecha relación con la RSE, el gobierno corporativo desempeña un rol crucial al establecer las reglas, principios y procedimientos que regulan la estructura organizacional y la gestión interna de las empresas. Este sistema busca garantizar una administración ética y transparente que esté alineada con los intereses de todos los actores involucrados, fortaleciendo la confianza y la sostenibilidad a largo plazo. Según Fernández Izquierdo (2014), el gobierno

corporativo actúa como un catalizador de la responsabilidad social corporativa, promoviendo prácticas empresariales basadas en valores éticos y sociales que refuercen el compromiso con el entorno y la sociedad.

Producción Limpia

Por otra parte, la producción limpia representa un enfoque estratégico indispensable en el marco de la sostenibilidad empresarial. Este modelo se orienta a prevenir impactos ambientales negativos mediante la optimización de procesos, productos y servicios. Su prioridad es maximizar el aprovechamiento de los recursos disponibles mientras se minimizan los desechos y emisiones contaminantes. Este enfoque no solo responde a la necesidad de cuidar el medio ambiente, sino que también impulsa la eficiencia operativa y la reducción de costes, beneficiando a las empresas y al ecosistema. Según Van Hoof (2008), la producción limpia permite integrar la eficiencia y el cuidado ambiental en las operaciones diarias, contribuyendo así a una sostenibilidad global.

Consumo Sostenible

Finalmente, el consumo sostenible complementa estas iniciativas al abordar la necesidad de cambiar los hábitos de consumo hacia opciones que respeten el entorno y aseguren el bienestar de las futuras generaciones. Este enfoque enfatiza el uso consciente y responsable de bienes y servicios, promoviendo un equilibrio entre las necesidades actuales y la protección del patrimonio natural. Como destaca Ortiz de Mendivil Llano (2012), el consumo sostenible es esencial para alcanzar un desarrollo equilibrado en los ámbitos económico, social y ecológico.

En síntesis, la RSE, el gobierno corporativo, la producción limpia y el consumo sostenible son pilares interrelacionados que permiten a las organizaciones adoptar un modelo de gestión más ético y sostenible. Juntos, estos conceptos ofrecen una guía para transformar las prácticas

empresariales, contribuyendo no solo al éxito corporativo, sino también Al progreso de la sociedad y el medio ambiente.

Aplicación

Marco Institucional

Nombre de la Empresa

Celsia S.A. ESP

Sector

Empresa de servicio público de energía eléctrica (Sector Energético)

Ubicación

Tolima, Valle del Cauca, Choco.

Misión

Somos una empresa de energía, en la que hemos encontrado nuevas maneras de asesorar a nuestros clientes con soluciones avanzadas e innovadas para que sus hogares o empresas se conecten y puedan disfrutar de muchas ventajas que brinda la nieva energía en los países donde estamos presentes.

Visión

La visión de Celsia es ofrecer una experiencia memorable a sus clientes, a través de un servicio de calidad, soluciones innovadoras y una relación ágil y efectiva.

Valores

Transparencia

Celsia se considera una organización ética y transparente, y busca generar confianza en sus accionistas, la sociedad y su negocio.

Compromiso con la Calidad y la Seguridad

Celsia se compromete con la calidad y la seguridad en todo lo que hace.

Trabajo en Equipo

Celsia promueve el trabajo en equipo, la comunicación franca y ponerse en el lugar del otro.

Respeto

Celsia establece principios de relacionamiento basados en el respeto, la transparencia y la construcción de confianza.

Pasión por Servir

Celsia se caracteriza por su pasión por servir.

Espíritu Colaborador

Celsia promueve el espíritu colaborador.

Confiabilidad

Celsia se caracteriza por su confiabilidad.

Dinamismo

Celsia se caracteriza por su dinamismo.

Versatilidad

Celsia se caracteriza por su versatilidad.

Orientación al Resultado

Celsia se caracteriza por su orientación al resultado.

Estructura Organizacional *(Ver Figura 1: Estructura Organizacional)*

Figura 1

Estructura Organizacional CELSIA S.A.

Fuente. Elaboración propia

Criterios de Selección de la Empresa

Las actividades principales de la organización empresarial de CELSIA S.A., tal como se establece en su objetivo, visión y desarrollo operativo, son la producción, transmisión y comercialización de energía eléctrica. La empresa también tiene como objetivo gestionar sus activos en fuentes de energía limpia, incluidas las producidas por el sol, el viento y el agua.

Cabe mencionar que, aunque cada una de estas actividades especifica un componente utilizado para la tarifa energética, existe un mercado de producción y venta de electricidad basado en la conveniencia y las subastas porque nuestra nación cuenta con un sistema centralizado para ello. libre dentro del sector de generación. Empresas como Celsia S.A. son las encargadas de la generación, distribución, transmisión y comercialización de energía eléctrica en Colombia.

CELSIA capitalizó esta oportunidad para comprar una porción de la generación, distribución y comercialización de energía en hogares y empresas del Tolima y valle del cauca. Adicionalmente, adquirió activos en naciones latinoamericanas como Costa Rica, Honduras y Panamá. (Celsia 2023)

Sin embargo, ¿qué justifica la dedicación de CELSIA a la administración operativa, financiera y económica de estas áreas? En primer lugar, porque proporciona un mejor posicionamiento para el abastecimiento de los productos en el mercado, como consecuencia se hace a través de un método de subasta diaria, lo que le da una posición preferente para la adquisición, distribución y otras actividades debido a su monopolio en la generación.

De acuerdo con las leyes mencionadas, siempre se buscó una división de «poderes» en relación con la energía eléctrica, con lo que se dividieron los sectores. Sin embargo, las empresas optaron por invertir en estos dos sectores y, en consecuencia, en el sector que genera la energía eléctrica, tras darse cuenta de que una gran parte de los beneficios se quedaba en los «peajes de comercialización» generados por la distribución o el transporte. (Celsia 2023)

Es una buena estrategia desde una perspectiva puramente rentable y económica, y lo es aún más dada la forma en que CELSIA está innovando en el mercado del sector de la generación. Por ejemplo, en el área de generación de energía electica, los parques solares tienen costes variables durante el proceso de producción de energía más bajos que la energía térmica o

hidráulica, aunque esta última además tiene costes variables relativamente bajos durante el proceso de generación.

Como resultado, CELSIA es capaz de generar grandes beneficios con bajos costes de producción y menores pagos por peajes de distribución de energía. Además, por mandato de la legislación colombiana, cualquier empresa que considere realizar diferentes operaciones en los campos de la elaboración transmisión, distribución y comercialización debe incluir en su contabilidad garantías para desarrollar iniciativas que aminoren los efectos adversos sobre el medio ambiente.

Celsia en este caso no ha sido la excepción Apoyada por la Fundación ARGOS, de la que la organización miembro, la organización ofrece asistencia, donaciones, colaboración, mediación y promoción del cuidado del medio ambiente las regiones donde desarrolla su actividad o tiene centrales eléctricas.

Marco Metodológico

Mediante el análisis evaluativo a las prácticas de gestión en el ámbito de la responsabilidad social empresarial a Celsia S.A. empresa de estudio, se recurrirá al enfoque cualitativo con el cual se desarrollara esta investigación, teniendo en cuenta que como información primaria se parte de la información obtenida de los resultados de la encueta aplicada, como información secundaria fueron tenidos en cuenta el árbol de problemas, en donde se identificó claramente el problema principal, árbol de objetivos, mapa estratégico y el plan de acción en donde se realizan observaciones que le permitan a la empresa asegurar las acciones correspondientes a la responsabilidad social empresarial (RSE.

Así también, el diseño no experimental que será aplicado de manera trasversal, según Vilca Tacsa (2019), "Por ser una investigación transversal la recolección de datos se aplica en un solo momento. Asimismo, sus resultados podrán ser considerados en otras instituciones en relación el problema y contexto" (Vilcas Tacsa, 2019), para conocer a detalle el cumplimiento de algunas de las materias fundamentales de la norma ISO 26000 y su lineación con la responsabilidad social empresarial (RSE). De acuerdo con Camacho (2008) "el diseño no experimental se realiza sin manipulación deliberada de variables independientes, porque estas ya ocurrieron y no se pueden manipular ni controlar" (Camacho de Báez, 2008)

Acerca de la población y muestra Lerma (2009), menciona que "la población es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que representan una característica determinada o que correspondan a una misma definición y cuyos elementos se estudiaran sus características y relaciones" (p72) (Lerma, 2009). Para la presente actividad fueron tenidos en cuenta como población todos los clientes de Celsia S.A. que residen en Ibagué Tolima hombres y

mujeres caracterizados por adquirir el servicio de energía eléctrica residencial o comercial periodo mayor a 30 días.

La muestra seleccionada para la aplicación del instrumento (encuesta) obtuvo un conglomerado de 81 personas hombres y mujeres clientes del servicio de energía eléctrica residencial y comercial prestado por Celsia S.A., accedieron a contestar las quince preguntas de la encuesta realizada por los estudiantes que llevan a cabo la presente investigación. Dando respuesta de manera voluntaria y participativa.

Por lo anterior, con el propósito de identificar como la empresa de estudio Celsia S.A. está incorporando de manera integral, la implementación de la norma ISO 26000 y la responsabilidad social empresarial (RSE). no solamente en el área interna con sus colaboradores en los diferentes procesos, sino que también ha logrado involucrar otros actores como son los clientes, los cuales mediante su participación en la recolección de información, tienen la percepción de Celsia S.A, como una empresa con principios éticos, buen trato con los consumidores, practicas sostenibles que son importantes para la producción de la empresa, pero también es importante mencionar que los encuestados han hecho algunas referencias acerca de que Celsia S.A. enfrenta algunos retos y falencias correspondientes la mitigación del impacto ambiental generalmente en el área donde opera, así como también la aplicación del modelo estandarizado de la norma ISO 26000 que promueve la responsabilidad social empresarial (RSE).

Diagnostico

Instrumento de Diagnóstico

El diagnóstico realizado identifica las áreas críticas en la implementación de la norma ISO 26000 dentro de CELSIA, considerando las materias fundamentales establecidas por la norma:

Gobernanza Organizacional

CELSIA ha avanzado en la adopción de principios de gobernanza corporativa, pero persiste una desconexión entre las políticas definidas y su aplicación operativa, especialmente en los niveles intermedios de gestión.

Derechos Humanos

Si bien la organización cuenta con lineamientos generales para asegurar el respeto a los derechos humanos, se evidencian falencias.

Prácticas Laborales

Generalmente los programas enfocados hacia el bienestar de los empleados son robustos, pero falta un enfoque integral que aborde aspectos como la diversidad e inclusión en donde se halle un equilibrio entre la vida laboral y personal.

Medio Ambiente

CELSIA ha invertido significativamente en proyectos de energía renovable y eficiencia energética, pero enfrenta desafíos en la mitigación de impactos ambientales en las comunidades donde opera.

Prácticas Justas de Operación

La transparencia en las operaciones y la batalla contra la corrupción son conceptos en los que se requiere un mayor esfuerzo, especialmente en la interacción con autoridades locales y regionales.

Participación Activa de la Comunidad

Este es uno de los aspectos más débiles en la implementación de la norma, ya que la empresa no ha logrado establecer mecanismos efectivos para involucrar a las comunidades de manera constante y significativa.

Asuntos de Consumidores

Aunque se han implementado estrategias para incrementar la experiencia con el cliente, de esta manera la comunicación sobre las políticas de sostenibilidad y responsabilidad social hacia los consumidores sigue siendo limitada.

Resultado de la Aplicación del Instrumento

Figura 2

Compilado Encuestados

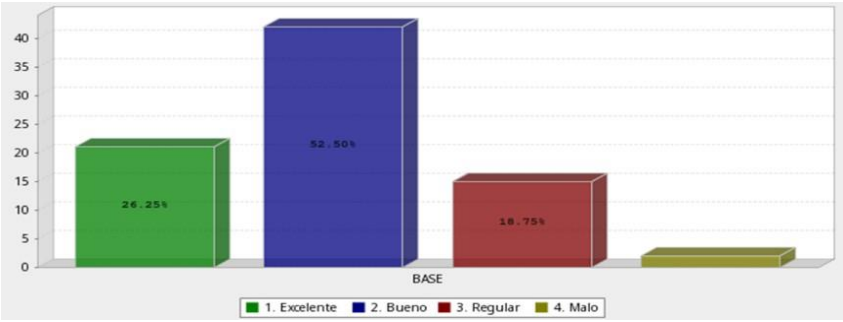
Fuente. Elaboración propia

Análisis

La encuesta dirigida a trabajadores y en especial a clientes de la empresa CELSIA S.A fue vista por 157, de los cuales 81 iniciaron el proceso y 80 la completaron satisfactoriamente. El tiempo promedio de duración de la encuesta fue de aproximadamente 3 minutos, lo que refleja una buena actitud de intereses y compromisos por parte de los ´participantes *(Ver Figura 2: Compilado Encuestados)*

Figura 3

Pregunta No. 1 ¿Cómo percibe la gestión que realiza Celsia S.A, en términos de responsabilidad y transparencia?



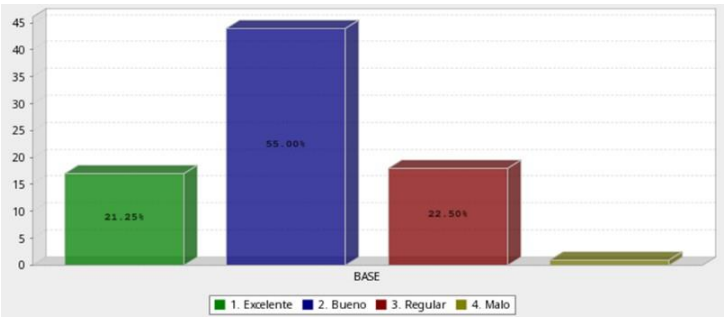
Nota. Imagen tomada de question-pro. *Fuente*. Elaboración propia

Análisis

La gestión de CELSIA S.A. en términos de responsabilidad y transparencia muestra una percepción positiva predominante, con un 79% de los encuestados calificándola como Excelente o Buena. Sin embargo, un 21,25% la considera Regular o Mala, lo que señala oportunidades para reforzar la comunicación y las prácticas en estas áreas. Estos resultados evidencian que, aunque la empresa cuenta con una buena imagen general, sería útil trabajar en los aspectos señalados por el grupo con opiniones menos favorables. *(Ver Figura 3: Pregunta No. 1)*

Figura 4

Pregunta No. 2 ¿Cómo evalúa el compromiso que tiene Celsia S.A. con principios éticos en su trato con los consumidores?



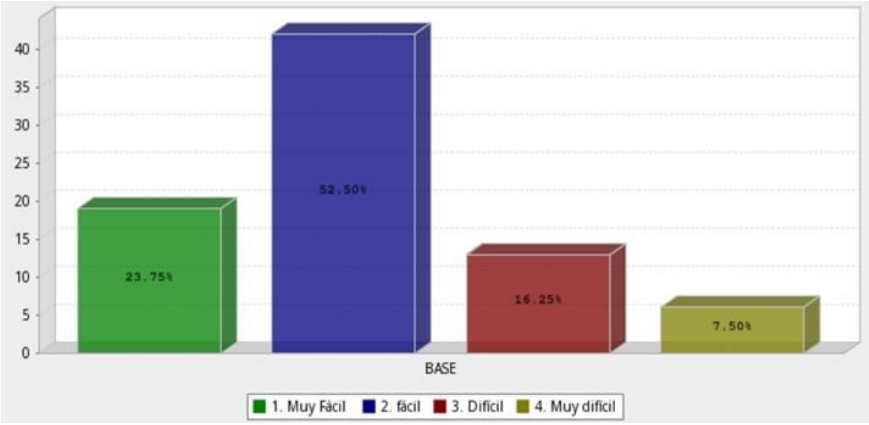
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia

Análisis

Los resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva sobre el compromiso de la empresa con los principios éticos en el trato a los consumidores, con un 76,25% de los encuestados calificándolo como Excelente o Bueno. Sin embargo, un 23,75% considera que este compromiso es Regular o Malo, lo que indica áreas de oportunidad para mejorar. Estos resultados sugieren que, aunque CELSIA tiene una imagen sólida en ética, sería valioso reforzar sus iniciativas y atender las percepciones negativas para consolidar aún más su reputación en este aspecto. *(Ver Figura 4: Pregunta No. 2)*

Figura 5

Pregunta No.3 ¿Qué tan fácil le resulta utilizar los canales de comunicación de Celsia S.A, para expresar sus inquietudes y sugerencias?



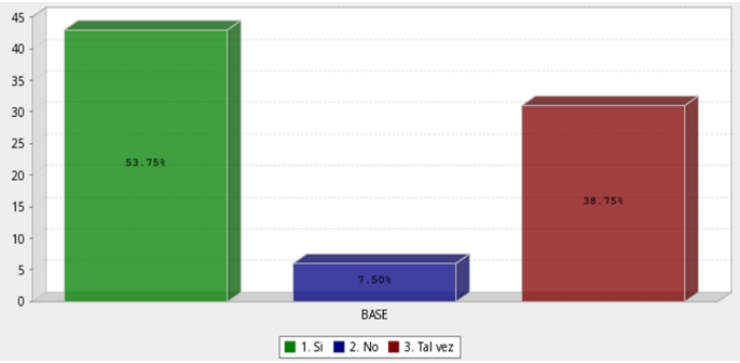
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

La facilidad de uso de los canales de comunicación de CELSIA S.A. es valorada positivamente, con un 76,25% de los encuestados calificándolos como Muy fáciles o Fáciles para expresar inquietudes y sugerencias. Sin embargo, un 23,75% los considera Difíciles o Muy difíciles, lo que señala la importancia de incrementar el acceso y la efectividad de estos canales para todos los usuarios. *(Ver Figura 5: Pregunta No. 3)*

Figura 6

Pregunta No.4 ¿Considera que Celsia S.A. toma en cuenta el respeto por los derechos humanos en sus productos o servicios?



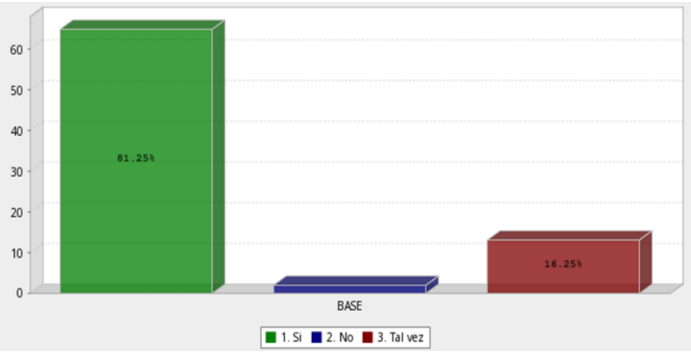
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

En su mayoría los encuestados (53,75%) considera que CELSIA S.A. toma en cuenta el respeto por los derechos humanos en sus productos o servicios, mientras que un 7,50% opina lo contrario. Además, un 38,75% responde con Tal vez, lo que refleja dudas o falta de claridad sobre las acciones de la empresa en este aspecto. Esto sugiere que podría ser beneficioso comunicar con mayor transparencia los esfuerzos de CELSIA en esta área. *(Ver Figura 6: Pregunta No. 4)*

Figura 7

Pregunta No.5 ¿Le gustaría qué Celsia S.A. se apropie de mejores medidas para garantizar que sus prácticas sean aún más respetuosas con los derechos humanos?



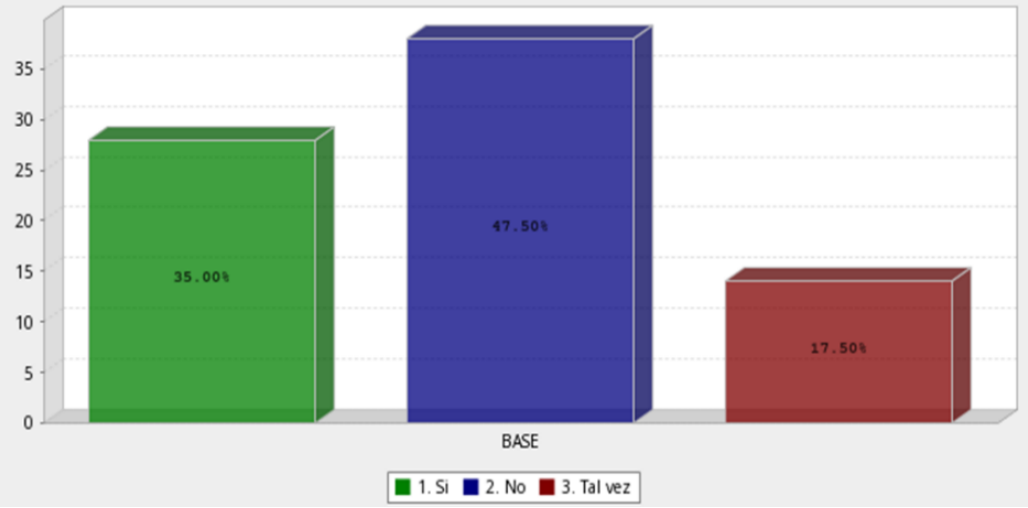
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

En un (81,25%) los encuestados consideran importante que CELSIA S.A. adopte mejores medidas para garantizar que sus prácticas sean más respetuosas con los derechos humanos. Solo un 2,50% está en desacuerdo, mientras que un 16,25% responde Tal vez, lo que refleja un interés generalizado por fortalecer las acciones de la empresa en este ámbito. *(Ver Figura 7: Pregunta No. 5)*

Figura 8

Pregunta No.6 ¿Está al tanto de las iniciativas de Celsia S.A, para asegurar un trato justo y condiciones laborales dignas para sus empleados?



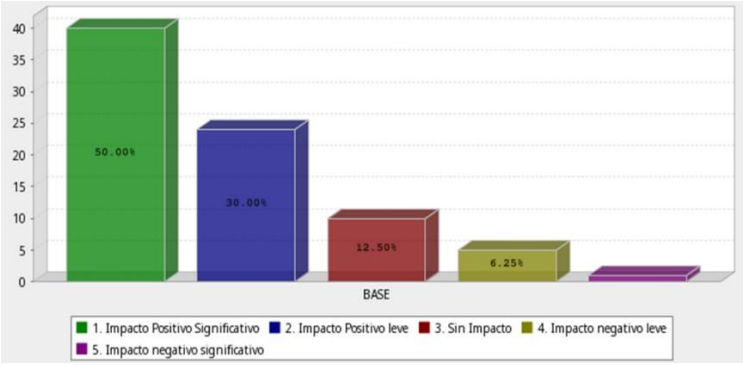
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

Un 35% de los encuestados afirma estar al tanto de las iniciativas de CELSIA S.A. para asegurar un trato justo y condiciones laborales dignas, mientras que un 47,50% señala no conocerlas. Además, un 17,50% responde Tal vez, lo que indica la necesidad de una comunicación más clara y efectiva para dar a conocer estas acciones dentro y fuera de la empresa. *(Ver Figura 8: Pregunta No. 6)*

Figura 9

Pregunta No.7 ¿Considera que las condiciones laborales de Celsia S.A., impactan de manera positiva o negativa en la calidad de sus productos o servicios?



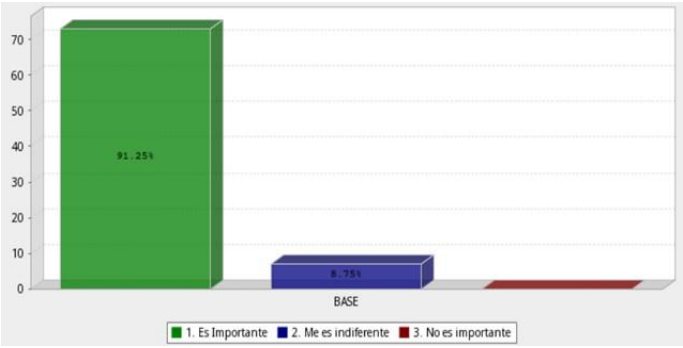
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

Los encuestados en un 80% consideran que las condiciones laborales de CELSIA S.A. tienen un impacto positivo en la calidad de sus productos o servicios, siendo significativo para el 50% y leve para el 30%. Por otro lado, un 12,50% percibe que no hay impacto, y un 7,45% identifica un impacto negativo (leve o significativo). Esto evidencia una valoración mayormente favorable, aunque con margen para mejorar en ciertos aspectos. *(Ver Figura 9: Pregunta No. 7)*

Figura 10

Pregunta No.8 ¿Qué tan importante es para usted que la empresa utilice prácticas sostenibles en la producción y distribución de los productos?



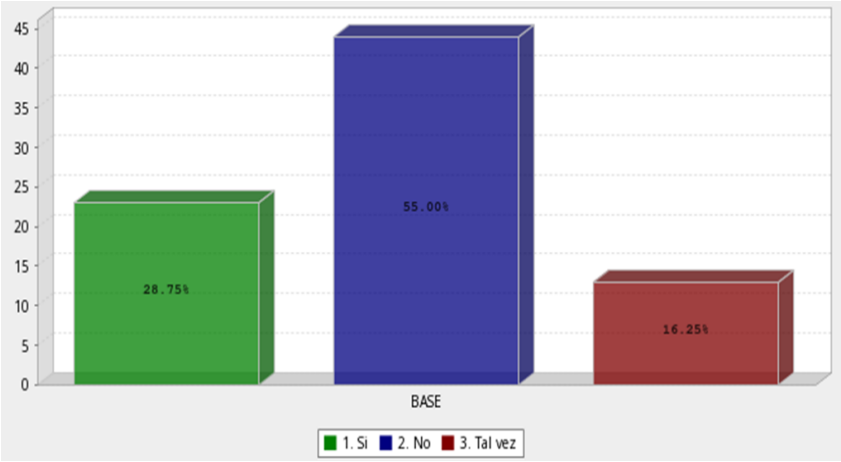
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

El 91,25% de los encuestados considera importante que CELSIA S.A. utilice prácticas sostenibles en la producción y distribución de sus productos, mientras que un 8,75% se muestra indiferente. Ninguna persona señaló que no fuera importante, lo que evidencia un fuerte interés en la sostenibilidad como parte de las operaciones de la empresa. *(Ver Figura 10: Pregunta No. 8)*

Figura 11

Pregunta No.9 ¿Conoce las políticas, en cuanto a la protección y preservación del medio ambiente?



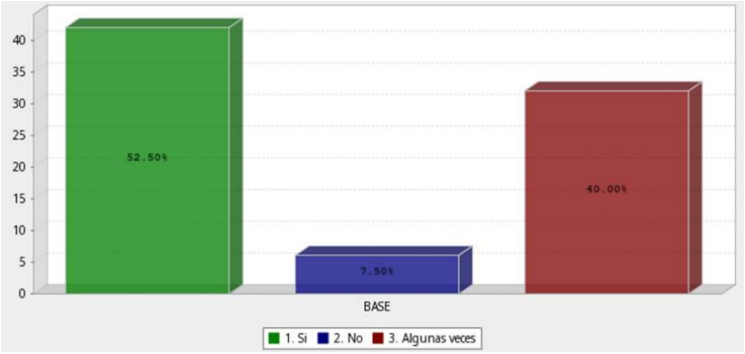
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

Solo el 28,75% de los encuestados afirma conocer las políticas de CELSIA S.A. sobre protección y preservación del medio ambiente, mientras que el 55% no las conoce y un 16,25% responde *Tal vez*. Esto sugiere la importancia de fortalecer la distribución de las políticas para incrementar su visibilidad e impacto. *(Ver Figura 11: Pregunta No. 9)*

Figura 12

Pregunta No.10 ¿Las prácticas de operación de Celsia S.A. son justas y transparentes cuando trata con sus clientes?



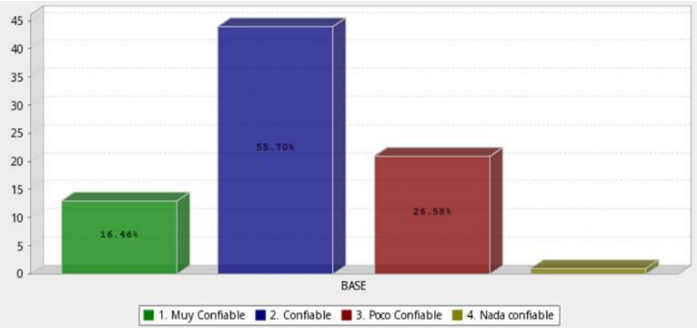
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia

Análisis

El 52,50% de los encuestados considera que las prácticas de operación de CELSIA S.A. son justas y transparentes al tratar con sus clientes, mientras que un 40% cree que esto ocurre solo ***algunas veces*** y un 7,50% opina que no lo son. Estos resultados reflejan una percepción positiva mayoritaria, aunque con áreas de mejora para reforzar la consistencia y la confianza. *(Ver Figura 12: Pregunta No. 10)*

Figura 13

Pregunta No.11 ¿Qué tan confiable es Celsia S.A. en términos de ofrecer productos o servicios con precios justos y transparentes?



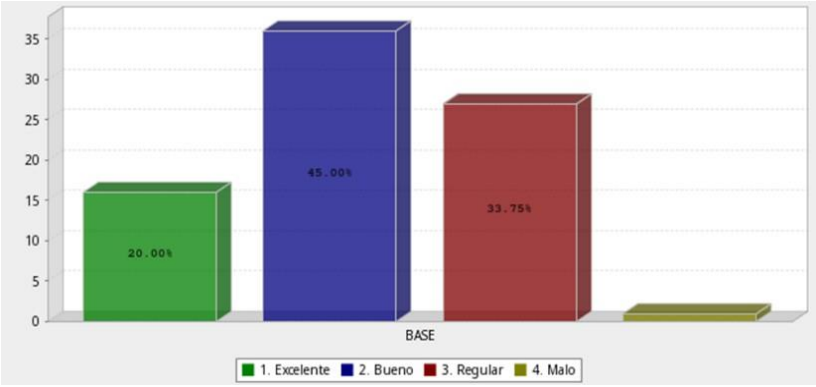
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

El 72,16% de los encuestados considera que CELSIA S.A. es muy confiable o confiable en términos de ofrecer productos y servicios justos y transparentes. Sin embargo, un 26,58% la percibe como poco confiable, y un 1,27% como nada confiable. Estos datos resaltan una confianza mayoritaria, aunque con una proporción significativa que sugiere áreas de mejora para fortalecer la percepción de fiabilidad. *(Ver Figura 13: Pregunta No. 11)*

Figura 14

Pregunta No.12 ¿Cómo calificaría el nivel de atención al cliente y la resolución de quejas dentro de la empresa?



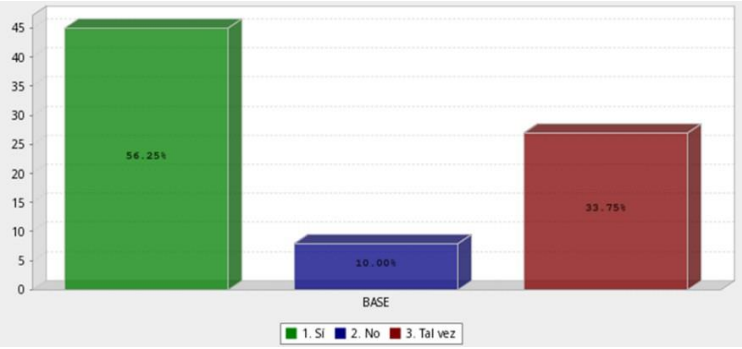
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

El 65% de los encuestados califica el nivel de atención al cliente y la resolución de quejas de CELSIA S.A. como Excelente o Bueno, mientras que un 33,7% lo considera Regular y un 1,25% lo valora como Malo. Esto indica una percepción mayoritariamente positiva, aunque con oportunidades de mejora en la experiencia del cliente para reducir las opiniones regulares. *(Ver Figura 14: Pregunta No. 12)*

Figura 15

Pregunta No.13 ¿Confía en la calidad y seguridad de los productos o servicios que ofrece la empresa?



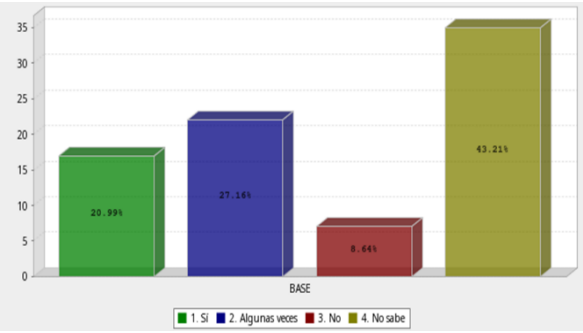
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

Los resultados indican que el 56.25% de los encuestados (45 personas) confía plenamente en estos aspectos. Sin embargo, el 10% (8 personas) manifestó desconfianza, mientras que el 33.75% (27 personas) expresó incertidumbre al responder "tal vez". Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría percibe positivamente los productos o servicios, existe una proporción significativa de indecisos o desconfiados, lo que podría representar una oportunidad de mejora para fortalecer la percepción de confiabilidad. *(Ver Figura 15: Pregunta No. 13)*

Figura 16

Pregunta No.14 ¿Se involucra la empresa y sus empleados en actividades de voluntariado o en proyectos sociales comunitarios?



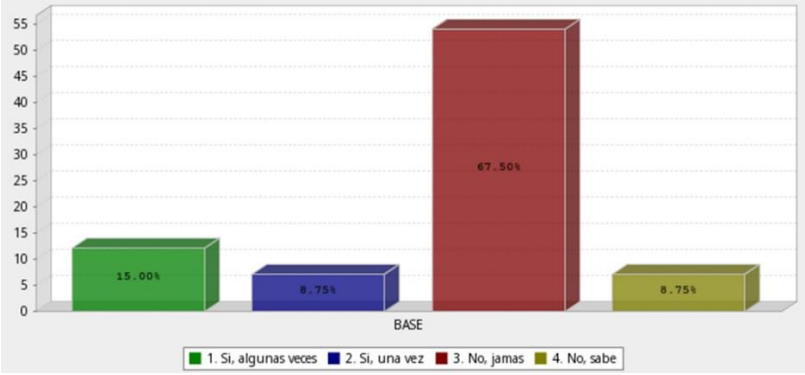
Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

Sobre la participación de CELSIA S.A. y sus empleados en actividades de voluntariado o proyectos sociales comunitarios, el 20.99% de los encuestados (17 personas) afirmó que sí lo hacen, mientras que el 27.16% (22 personas) indicó que esto ocurre solo algunas veces. Un 8.64% (7 personas) considera que no hay participación, y el 43.21% (35 personas) no tiene conocimiento al respecto. Esto evidencia una falta de claridad o comunicación sobre estas actividades, a pesar de que una parte de las personas encuestadas mencione que reconoce la existencia de algún nivel involucramiento. *(Ver Figura 16: Pregunta No. 14)*

Figura 17

Pregunta No.15 ¿Participa o ha participado en alguna actividad comunitaria patrocinada por Celsia? S.A.?



Nota. Imagen tomada de question-pro *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis

Acerca de la participación en actividades comunitarias patrocinadas por CELSIA S.A., el 67.50% de los encuestados (54 personas) afirmó no haber participado nunca. Un 15% (12 personas) señaló haber participado algunas veces, mientras que el 8.75% (7 personas) participó solo una vez, y otro 8.75% (7 personas) no tiene conocimiento al respecto. Estos resultados reflejan un bajo nivel de participación o difusión de estas actividades, lo que podría indicar la necesidad de estrategias más efectivas para involucrar a la comunidad. *(Ver Figura 17: Pregunta No. 15).*

Análisis General de la Encuesta Aplicada

Evaluamos las opiniones de los encuestados sobre la responsabilidad social, la ética empresarial, la calidad del servicio y el compromiso con la comunidad para recopilar y comprender los resultados de la encuesta realizada a los clientes y al personal de Celsia S.A.

Percepción de la Gestión en Términos de Responsabilidad y Transparencia

Mayoría positiva: Un 77,64% de los encuestados perciben la gestión de Celsia como "Excelente" o "Buena".

Áreas de mejora: Un 22,37% (Regular y Malo) indica oportunidades para reforzar la percepción de responsabilidad y transparencia.

Compromiso con Principios Éticos en el Trato al Consumidor

Evaluación favorable: Un 75% califica el compromiso como "Excelente" o "Bueno".

Incertidumbre relativa: Un 24,99% perciben un nivel "Regular" o "Malo", sugiriendo un área crítica para fortalecer la confianza ética.

a) Facilidad en el Uso de Canales de Comunicación

Aproximadamente tres de cada cuatro usuarios (76,32%) encuentran que los canales son "Muy fáciles" o "Fáciles" de usar.

Retos: Un 23,68% tiene dificultades, lo que señala necesidad de mejoras en accesibilidad y eficacia.

Respeto por los Derechos Humanos

Reconocimiento limitado: Solo el 52,63% está seguro de que la empresa respeta los derechos humanos.

Alta expectativa: El 80,26% de los encuestados desean que Celsia implemente mejores prácticas en esta área.

Conocimiento sobre Iniciativas Laborales

Desconocimiento general: Un 48,68% de los encuestados no está al tanto de las iniciativas laborales de Celsia.

Impacto percibido: Sin embargo, el 80,26% reconoce un impacto positivo (leve o significativo) de las condiciones laborales en la calidad de los servicios.

Importancia de las Prácticas Sostenibles

Prioridad absoluta: El 90,79% de los participantes considera crucial que Celsia adopte prácticas sostenibles. Esto refuerza la relevancia de integrar sostenibilidad en todas las operaciones.

Conocimiento sobre Políticas Ambientales

Bajo conocimiento: El 55,26% no conoce las políticas de preservación ambiental de Celsia. Esto sugiere una oportunidad para mejorar la comunicación y difusión de estas iniciativas.

Justicia y Transparencia en Operaciones

Percepción dividida: Aunque el 51,32% considera que la empresa actúa de forma justa y transparente, un 40,79% opina que esto ocurre "Algunas veces", lo cual podría interpretarse como inconsistencia.

Confiabilidad en Precios

Moderada: Un 72% califica a Celsia como "Muy confiable" o "Confiable" en precios, pero un 26,67% expresa desconfianza. Esto destaca la importancia de reforzar la transparencia en precios.

Nivel de Atención al Cliente

Evaluaciones mixtas: El 64,48% considera la atención al cliente "Excelente" o "Buena", mientras que un 34,21% la clasifica como "Regular", indicando margen de mejora en resolución de quejas.

Confianza en la Calidad y Seguridad

Mayoría confiada: Un 55,26% confía en los productos/servicios, pero un 44,74% presenta dudas o desconfianza (10,53% no confían, 34,21% están indecisos).

Participación Comunitaria y Voluntariado

Baja participación conocida: El 42,86% desconoce las actividades de voluntariado, y solo el 20,78% confirma la participación de la empresa en estas iniciativas.

Interacción limitada: El 68,42% de los encuestados nunca ha participado en actividades comunitarias patrocinadas por Celsia, lo que indica una desconexión con las comunidades.

Resultados Clave y Análisis

Apreciación General

La mayoría de los encuestados percibe a Celsia como una empresa responsable y transparente, aunque un porcentaje significativo considera que podrían implementarse mejores prácticas respecto a los derechos humanos condiciones laborales. Los resultados indican un alto nivel de satisfacción con el compromiso de Celsia con principios éticos en su trato con los consumidores.

Si bien en su mayoría de los encuestados considera que los canales de comunicación son fáciles de utilizar, existe un margen de mejora en la resolución de quejas y la atención al cliente. La sostenibilidad es un valor importante para los encuestados, y aunque reconocen los esfuerzos de Celsia en este ámbito, existe una necesidad de mayor transparencia en las políticas ambientales.

Fortalezas

Los encuestados valoran el compromiso de Celsia con principios éticos en su trato con los consumidores, la mayoría de los encuestados percibe a Celsia como una empresa responsable.

Los encuestados consideran que las prácticas sostenibles son importantes en la distribución y producción de la empresa.

Oportunidades

Existe una necesidad de mejorar la transparencia en cuanto a las políticas de derechos humanos, condiciones laborales y prácticas ambientales, aunque la mayoría de los encuestados está satisfecha con los canales de comunicación, existe un margen de mejora en la resolución de quejas y la atención al cliente. Es así, que muchos encuestados desconocen las iniciativas de Celsia en materia de responsabilidad social y voluntariado.

En general esta encuesta revela una percepción generalmente positiva de Celsia S.A. por parte de sus clientes. Sin embargo, existen áreas de oportunidad para mejorar la comunicación, transparencia, la atención al cliente, practicas sostenibles, participación comunitaria y el conocimiento de las iniciativas de responsabilidad social. Fortalecer estas áreas podría aumentar la confianza y la percepción positiva entre los consumidores y la comunidad en general.

Matriz de Marco Lógico

Árbol de Problemas

Análisis del Árbol de Problemas

A partir de los datos del diagnóstico, el problema central radica en la limitada percepción y conocimiento de los principios de responsabilidad social, sostenibilidad y ética por parte de los grupos de interés. Este problema se deriva de deficiencias en comunicación, transparencia, y prácticas operativas que repercuten en el cumplimiento de los objetivos de la norma ISO 26000.

Causas principales

Falta de comunicación efectiva.

48,68% desconoce las iniciativas laborales. 55,26% no conoce las políticas ambientales.

42,86% desconoce las actividades de voluntariado.

Inconsistencia en la implementación de principios de justicia y transparencia.

40,79% percibe justicia y transparencia solo "algunas veces". 26,67% expresa desconfianza en los precios.

Limitado compromiso percibido con los derechos humanos.

Solo el 52,63% está seguro del respeto a los derechos humanos.

Desconexión con las comunidades.

68,42% nunca ha participado en actividades comunitarias patrocinadas por Celsia.

La mayoría de los usuarios no están conectados con las actividades de impacto social de la empresa.

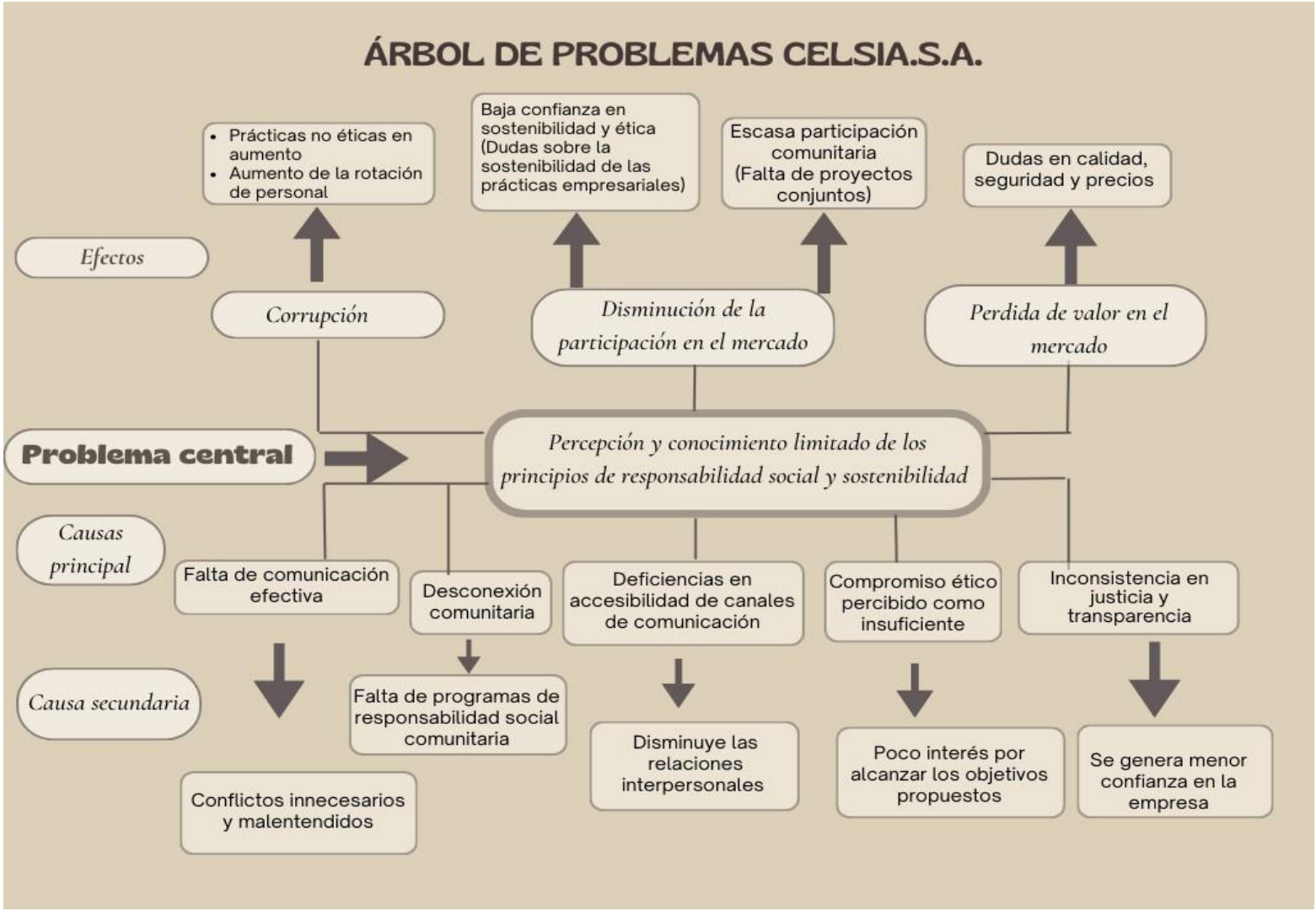
Falta de accesibilidad en los canales de atención al cliente.

23,68% reporta dificultades para usar los canales.

La percepción de confiabilidad en precios es moderada (72%). *(Ver Figura 18: Árbol de Problemas).*

Figura 18.

Árbol de problemas Celsia S.A. E.S.P.



Nota. Imagen tomada de Canva. *Fuente*. Elaboración propia

Cuadro de Stakeholders Relacionados con la Organización

Tabla 1

Cuadro de stakeholders relacionados con la Empresa Celsia S.A. E.S.P.

Stakeholder	Expectativas	Resultados del diagnóstico	Oportunidades de mejora
Clientes	Transparencia, calidad en servicios, precios justos y ética en el trato.	- 75% evalúa positivamente el compromiso ético. - 72% confía en los precios, pero 26,67% expresa desconfianza. - Solo 64,48% está satisfecho con la atención.	- Reforzar la transparencia en precios y mejorar la resolución de quejas.
Colaboradores	Condiciones laborales justas y éticas; oportunidades de desarrollo.	- 48,68% desconoce las iniciativas laborales. - 80,26% percibe impacto positivo, pero la comunicación es limitada.	- Incrementar la comunicación interna sobre iniciativas laborales.
Comunidad local	Participación activa en proyectos comunitarios y sostenibilidad ambiental.	- 42,86% desconoce actividades de voluntariado. - 68,42% nunca ha participado en proyectos comunitarios.	- Promover iniciativas comunitarias visibles y fomentar la participación.
Gobierno y reguladores	Cumplimiento de normas ambientales, laborales y sociales.	- 55,26% desconoce las políticas ambientales. - Percepción dividida en justicia y transparencia (51,32% positiva; 40,79% inconsistente).	- Garantizar la comunicación clara de políticas de sostenibilidad y justicia.
Proveedores	Relación justa y transparente en las operaciones comerciales.	- Justicia y transparencia percibidas como inconsistentes (40,79%).	- Implementar prácticas más consistentes de transparencia y colaboración.
Inversionistas	Sostenibilidad a largo plazo y buena reputación.	- 90,79% considera crucial la sostenibilidad, pero falta conocimiento sobre las prácticas ambientales (55,26%).	- Integrar sostenibilidad en la estrategia de negocio y difundir logros en esta área.
Sociedad en general	Respeto por los derechos humanos y preservación del medio ambiente.	- Solo 52,63% está seguro del respeto a los derechos humanos. - 80,26% desea mejores prácticas en este tema.	- Aumentar el compromiso visible con derechos humanos y sostenibilidad ambiental.

Nota. Esta tabla muestra la relación de stakeholders de la empresa Celsia. *Fuente*. Elaboración propia

Árbol de Objetivos

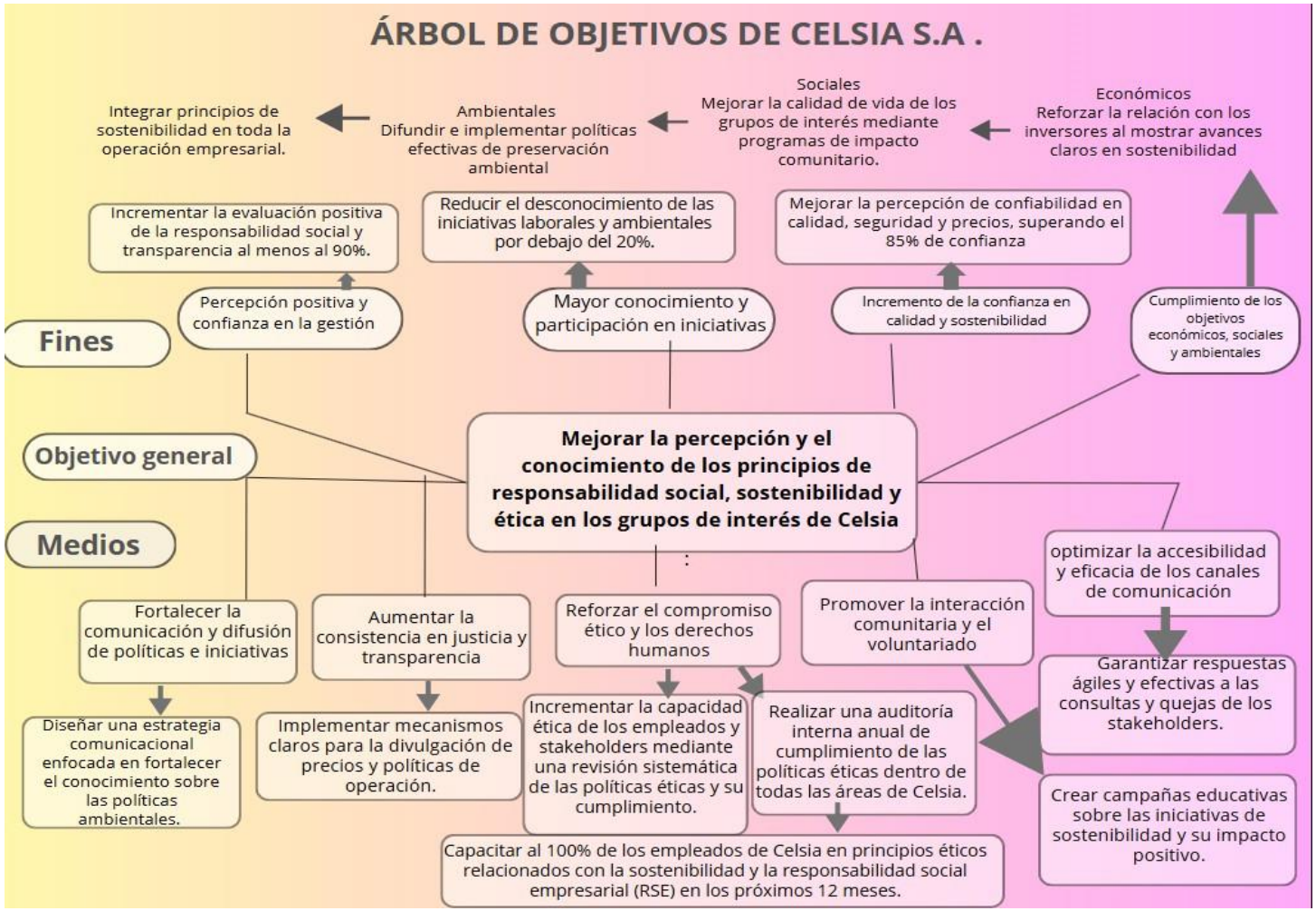
A partir del diagnóstico realizado sobre las iniciativas de sostenibilidad, ética y responsabilidad social empresarial (RSE) de Celsia SA, se ha desarrollado un esquema del árbol de objetivos para guiar la planificación estratégica de la compañía.

Este árbol de objetivos se enfoca en transformar los problemas identificados en metas específicas alineadas con los principios de la ISO 26000 y los pilares de la responsabilidad empresarial (RSE), por lo tanto presenta las acciones clave necesarias para consolidar y fortalecer las políticas en diferentes áreas como la sostenibilidad ambiental, el compromiso, a continuación, podrán observar el esquema detallado de los objetivos planteados, los cuales están orientados a aumentar la transparencia, mejorar la comunicación, reforzar el compromiso ético y permite asegurar el cumplimiento de las políticas de sostenibilidad en todos los niveles de la organización.

El análisis de estos objetivos busca identificar áreas claves, establecer metas claras y medibles, y asegurar que las iniciativas de Celsia sigan contribuyendo al refuerzo de los principios éticos, la capacitación de los empleados, y la auditoria interna. *(Ver Figura 19: Árbol de Objetivos)*

Figura 19

Árbol de Objetivos Celsia S.A. E.S.P.



Nota. Imagen tomada de Canva. *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis del Árbol de Objetivos

En primer lugar, se destaca la creación de campañas educativas que buscan sensibilizar y formar tanto a los empleados como a los grupos de interés sobre las iniciativas de sostenibilidad y su impacto positivo, lo que es fundamental para garantizar la alineación de todos los actores con los objetivos de la empresa, compromiso con la ética y la justicia también se refuerza mediante la implementación de una revisión sistemática de las políticas éticas, la capacitación en principios de sostenibilidad y RSE, y la auditoría interna anual para asegurar el cumplimiento de dichas políticas en todas las áreas de la empresa.

Además, se establece la importancia de una comunicación efectiva sobre las políticas ambientales, sociales y económicas, lo que permitirá mejorar la percepción de Celsia S.A.

Finalmente, en el ámbito económico, se busca fortalecer la relación con los inversores a través de la demostración de avances claros en sostenibilidad, y mejorar la percepción de la compañía sobre la confiabilidad en calidad, seguridad, este árbol de objetivos, por tanto, no solo refleja las metas de Celsia en términos de sostenibilidad y ética, sino también un compromiso claro con la transparencia.

Mapa Estratégico

Mapa de Estrategias

El presente mapa estratégico tiene como propósito abordar de manera integral las dimensiones clave de la responsabilidad social empresarial (RSE), en concordancia con enfoques que involucren el desarrollo sostenible y la generación de valor. De acuerdo con Díaz (2007), la RSE debe ser entendida como un proceso estratégico que impacta positivamente en los ámbitos social, ambiental, económico y operativo. Asimismo, González (2007) resalta la importancia de diseñar mapas estratégicos que permitan optimizar la gestión gerencial y asegurar la interacción efectiva con los actores involucrados. *(Ver Figura 20: Mapa de Estrategias)*

Figura 20

Mapa de Estrategias Celsia S.A. E.S.P.

Fuente. Elaboración propia

Análisis Mapa de Estrategias

Perspectiva Social

Objetivo. Fortalecer la percepción positiva y la confianza de los stakeholders mediante la promoción de prácticas éticas, comunitarias y de derechos humanos.

Tabla 2

Estrategias Sociales

Estrategia	Acción clave
Promover una cultura organizacional basada en ética y derechos humanos.	• Diseñar y comunicar un código ético reforzado. • Capacitar a empleados y proveedores en derechos humanos y RSE.
Fomentar la interacción comunitaria a través de proyectos visibles y participativos.	• Implementar proyectos comunitarios en áreas prioritarias. • Ofrecer incentivos para que empleados y clientes participen en voluntariados.
Incrementar la visibilidad de los programas sociales y su impacto.	• Difundir casos de éxito e impacto positivo de las iniciativas laborales y comunitarias en redes y medios.

Nota. Esta tabla muestra las estrategias en perspectiva social a seguir. *Fuente*. Elaboración propia.

Perspectiva Ambiental

Objetivo. Incrementar la sostenibilidad a través de la integración de políticas ambientales claras y su difusión efectiva.

Tabla 3

Estrategias Ambientales

Estrategia	Acción clave
Comunicar de forma efectiva las políticas ambientales de la empresa.	• Diseñar campañas informativas para los clientes y comunidades. • Publicar informes ambientales periódicos accesibles para todos los stakeholders.
Integrar prácticas sostenibles en toda la operación empresarial.	• Establecer objetivos medibles en ahorro energético y reducción de emisiones. • Involucrar a proveedores en prácticas sostenibles.
Promover la educación ambiental entre los stakeholders.	• Desarrollar talleres y contenido educativo sobre sostenibilidad para empleados, clientes y comunidades.

Nota. Esta tabla muestra las estrategias en perspectiva ambiental a seguir. *Fuente*. Elaboración propia.

Perspectiva Económica

Objetivo. Mejorar la confianza en precios, calidad y sostenibilidad para fortalecer la sostenibilidad financiera de Celsia.

Tabla 4

Estrategias Económicas

Estrategia	Acción clave
Reforzar la percepción de justicia y transparencia en operaciones. Posicionar la sostenibilidad como un valor económico. Garantizar productos y servicios de calidad.	• Implementar un portal web que detalle tarifas, estructura de costos y criterios de precios. • Auditar periódicamente los procesos de fijación de precios. • Destacar los beneficios económicos de las iniciativas sostenibles en comunicación con inversores y clientes. • Realizar controles regulares de calidad. • Desarrollar un programa de retroalimentación con clientes para mejorar los servicios.

Nota. Esta tabla muestra las estrategias en perspectiva económica a seguir. *Fuente.* Elaboración propia.

Perspectiva Operativa

Objetivo. Optimizar los procesos internos y los canales de comunicación para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

Tabla 5

Estrategias Operativas

Estrategia	Acción clave
Mejorar la accesibilidad y la usabilidad de los canales de comunicación. Implementar mecanismos efectivos para medir la satisfacción de los stakeholders. Aumentar la frecuencia y claridad en la comunicación con los stakeholders.	• Rediseñar plataformas digitales para mayor accesibilidad. • Capacitar al personal de atención al cliente en resolución de quejas. • Realizar encuestas periódicas para evaluar la percepción y conocimiento de las políticas de RSE. • Enviar boletines regulares que incluyan avances en RSE, sostenibilidad y logros en derechos humanos.

Nota. Esta tabla muestra las estrategias en perspectiva operativa a seguir. *Fuente*. Elaboración propia.

Plan de Mejoramiento

Plan de Acción

Formulación del Plan Estratégico de Acción y Seguimiento para la Consolidación de la Responsabilidad Social para la Empresa Celsia S.A. E.S.P.

A continuación, presentamos las tablas con cada una de las perspectivas y con base en sus respectivas dimensiones a consolidar.

Tabla 6

Perspectiva Social

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Ética	Fomentar una cultura organizacional basada en la ética y la trasparencia en todas las actividades donde opera la empresa.	1. Desarrollar un código de ética actualizado y difundirlo a todos los niveles de la organización. 2. Implementar programas de formación en ética empresarial y toma de decisiones responsables. 3. Establecer canales de denuncia confiables y confidenciales para reportar irregularidades.	12 meses.	• Porcentaje de colaboradores capacitados en ética empresarial. • Número de casos reportados y gestionados a través de los canales de denuncia.
Derechos Humanos	Garantizar el respeto y la promoción de los derechos humanos en todas las actividades y relaciones comerciales de la empresa.	1. Realizar evaluaciones periódicas del impacto de las operaciones sobre los derechos humanos. 2. Integrar cláusulas de respeto por los derechos humanos en contratos con proveedores y socios comerciales. 3. Sensibilizar a empleados y contratistas sobre los principios fundamentales de los derechos humanos.	18 meses	• Porcentaje de contratos con cláusulas de derechos humanos. • Número de talleres o capacitaciones realizadas en derechos humanos
Proyectos Comunitarios	Contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades vecinas mediante proyectos alineados con sus necesidades y prioridades.	1. Implementar programas de desarrollo comunitario enfocados en educación, salud y empleo. 2. Facilitar espacios de diálogo continuo con las comunidades para identificar necesidades. 3. Medir el impacto de los proyectos comunitarios en los indicadores de bienestar local.	24 meses	• Número de proyectos implementados en colaboración con las comunidades. • Nivel de satisfacción comunitaria con los proyectos (encuestas).
Impacto Social	Reducir los efectos adversos y optimizar las ventajas sociales de las actividades de la empresa.	1. Realizar estudios de impacto social antes de iniciar proyectos relevantes. 2. Crear programas de mitigación para los impactos identificados. 3. Publicar informes de impacto social para garantizar la transparencia.	12 meses	• Número de estudios de impacto social realizados. • Porcentaje de medidas de mitigación implementadas exitosamente.

Nota. Esta tabla muestra los objetivos en perspectiva social del plan de acción a seguir. *Fuente*. Elaboración propia.

Tabla 7

Perspectiva Ambiental

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Políticas Ambientales	Establecer y fortalecer políticas ambientales que promuevan el cuidado del entorno y cumplan con estándares nacionales e internacionales.	1. Actualizar las políticas ambientales en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). 2. Implementar sistemas de gestión ambiental certificados, como ISO 14001. 3. Monitorear el cumplimiento normativo y promover auditorías ambientales internas.	12 meses.	• Porcentaje de operaciones certificadas bajo estándares ambientales. • Número de auditorías ambientales realizadas anualmente.
Sostenibilidad Operativa	Disminuir el impacto ambiental de las operaciones mediante la adopción de prácticas sostenibles y tecnologías limpias.	1. Incrementar el uso de la electricidad renovable en las operaciones. 2. Implementar programas de eficiencia energética y la gestión de los residuos. 3. Promover la economía circular mediante la reutilización y reciclaje de materiales.	24 meses	• Porcentaje de energía utilizada proveniente de fuentes renovables. • Reducción en toneladas de CO_2 emitidas por las operaciones. • Cantidad de materiales reciclados o reutilizados anualmente.
Educación Ambiental	Promover la conciencia ambiental entre empleados, comunidades y grupos de interés.	1. Desarrollar programas de capacitación ambiental para empleados y contratistas. 2. Implementar campañas de sensibilización sobre temas ambientales en las comunidades vecinas. 3. Fomentar la participación en actividades como reforestación y limpieza de ecosistemas	18 meses	• Número de capacitaciones y campañas ambientales realizadas. • Porcentaje de empleados y comunidad participante en actividades ambientales. • Incremento en la percepción de responsabilidad ambiental (encuestas).

Nota. Esta tabla muestra los objetivos en perspectiva ambiental del plan de acción a seguir. *Fuente.* Elaboración propia.

Tabla 8

Perspectiva Económica

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Transparencia	Garantizar prácticas empresariales basadas en la trasparencia y el acceso a la información para generar confianza entre los grupos de interés.	1. Publicar informes anuales de sostenibilidad y responsabilidad social con indicadores económicos claros. 2. Establecer canales abiertos para la comunicación con grupos de interés, incluyendo proveedores, clientes y comunidades. 3. Implementar auditorías externas para validar la transparencia en la gestión económica.	12 meses.	• Número de informes de sostenibilidad publicados y difundidos. • Porcentaje de auditorías externas completadas satisfactoriamente. • Nivel de confianza medido mediante encuestas a grupos de interés.
Calidad y Sostenibilidad	Asegurar la calidad de los productos y servicios ofrecidos mientras se promueven practicas sostenibles en toda la cadena de valor.	1. Establecer estándares de calidad certificados para productos y servicios. 2. Incorporar criterios de sostenibilidad en el proceso de selección y evaluación de proveedores. 3. Fomentar la innovación en procesos para reducir costos y mejorar la sostenibilidad.	18 meses	• Porcentaje de productos y servicios certificados bajo estándares de calidad. • Número de proveedores evaluados bajo criterios de sostenibilidad. • Incremento en eficiencia operativa y reducción de costos por prácticas sostenibles.
Beneficios Financieros	Maximizar los beneficios financieros de la empresa mediante prácticas responsables que contribuyan al desarrollo económico de las comunidades.	1. Implementar programas de inclusión financiera en las comunidades vecinas. 2. Fomentar inversiones en proyectos locales con impacto social y económico. 3. Diseñar mecanismos para compartir beneficios con las comunidades, como fondos sociales o alianzas estratégicas.	24 meses	• Porcentaje de ingresos invertidos en proyectos locales. • Número de comunidades beneficiadas por programas financieros. • Nivel de satisfacción comunitaria medido mediante encuestas.

Nota. Esta tabla muestra los objetivos en perspectiva económica del plan de acción a seguir. *Fuente.* Elaboración propia.

Tabla 9

Perspectiva Operativa

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Canales de Comunicación	Mejorar los canales de comunicación internos y externos para garantizar la transparencia y la eficiencia en la transmisión de información relevante.	1. Diseñar e implementar una plataforma digital integrada para la comunicación con los grupos de interés. 2. Establecer un sistema de retroalimentación continua para empleados, proveedores y comunidades. 3. Desarrollar campañas de comunicación para difundir el impacto de las iniciativas de responsabilidad social.	12 meses.	• Número de grupos de interés utilizando activamente la plataforma digital. • Tiempo promedio de respuesta a solicitudes o retroalimentación. • Percepción de los grupos de interés acerca de la efectividad de la comunicación (encuestas).
Medición de Impacto	Implementar un sistema robusto para medir, analizar y reportar el impacto de las iniciativas de responsabilidad social en las dimensiones social, ambiental y económica.	1. Desarrollar indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar el impacto de las iniciativas. 2. Implementar herramientas tecnológicas para la recopilación y análisis de datos. 3. Publicar informes periódicos que incluyan métricas de impacto verificables.	18 meses	• Número de KPIs implementados y monitoreados regularmente. • Frecuencia de informes de impacto publicados. • Nivel de cumplimiento de metas establecidas en las distintas dimensiones.
Optimización Interna	Incrementar la eficiencia operativa de los procesos internos para garantizar una gestión más efectiva y sostenible de los recursos.	1. Realizar auditorías internas para identificar áreas de mejora en la gestión operativa. 2. Implementar tecnologías y procesos innovadores que optimicen el uso de recursos. 3. Promover una cultura de mejora continua mediante la capacitación de los empleados.	24 meses	• Reducción en costos operativos por la implementación de prácticas optimizadas. • Porcentaje de empleados capacitados en herramientas de mejora continua. • Incremento en la eficiencia de los procesos clave medido por tiempos de operación o uso de recursos.

Nota. Esta tabla muestra los objetivos en perspectiva operativa del plan de acción a seguir. *Fuente*. Elaboración propia.

Análisis del Plan de Acción

Con base en cada una de las perspectivas propuestas dentro del mapa estratégico de implementación de las ISO 26000, el cual queremos proponer para la empresa CELSIA S.A. E.S.P., se formula el siguiente plan de acción y seguimiento, para la consolidación de la RSE en la empresa antes mencionada.

El objetivo principal de este plan es garantizar que los objetivos establecidos en las distintas facetas de la responsabilidad social que la empresa ha sugerido se apliquen de forma eficaz, se mejoren continuamente y se cumplan. Por ello, debe:

Asegurar que las acciones de responsabilidad social estén directamente vinculadas a la misión, visión y valores corporativos de Celsia, así como a sus metas de sostenibilidad y desarrollo.

Implementar acciones concretas que beneficien a los grupos de interés, como las comunidades locales, empleados, clientes, proveedores y el entorno natural.

Establecer mecanismos claros de seguimiento, evaluación y comunicación para medir y reportar el progreso hacia los objetivos del plan estratégico.

Consolidar iniciativas que contribuyan al desarrollo sostenible, basadas en prácticas éticas, innovadoras y responsables, asegurando la continuidad y relevancia del plan estratégico.

Fomentar la inclusión de diferentes actores en el diseño, ejecución y evaluación de las acciones de responsabilidad social, generando confianza y colaboración.

Conclusiones

En el contexto actual de crisis ambiental y social, la producción limpia y el consumo sostenible se han convertido en pilares fundamentales para transformar los modelos económicos tradicionales. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se presenta como una estrategia esencial para que las organizaciones integren prácticas sostenibles en su gestión, reconociendo que el éxito empresarial está intrínsecamente vinculado a la sostenibilidad.

El gobierno corporativo eficaz, caracterizado por la transparencia, la rendición de cuentas, la equidad y la responsabilidad, es crucial para promover un ambiente de confianza y prevenir prácticas corruptas. Estos principios no solo mejoran la toma de decisiones, sino que también aportan al bienestar humano al garantizar que las empresas actúen en beneficio de todos sus grupos de interés.

En un entorno empresarial donde las expectativas de los grupos de interés son cada vez mayores, la integración de prácticas socialmente responsables fortalece la reputación corporativa y la sostenibilidad a largo plazo. La norma ISO 26000 proporciona un marco integral para orientar a las empresas en la adopción de prácticas que promuevan la sostenibilidad social, ambiental y económica.

El caso de estudio de CELSIA, una empresa líder en el sector energético en Colombia, ha demostrado que, aunque la organización ha mostrado avances en áreas como el cuidado ambiental y las prácticas laborales, existen importantes brechas que limitan su capacidad para consolidarse como un referente de RSE en el país. Este análisis exhaustivo ha identificado las problemáticas actuales, las oportunidades de mejora y ha propuesto un plan estratégico para fortalecer la gestión de la RSE en CELSIA.

La justificación de este estudio radica en la necesidad de que las empresas diseñen estrategias para mitigar el impacto de sus actividades, basadas en beneficios económicos y la generación de riqueza para los accionistas, sin explotar los recursos de manera irresponsable. La selección de Celsia S.A. y la norma ISO 26000 como instrumentos de evaluación se justifican por su relevancia en el sector energético y su impacto significativo en la comunidad y el medio ambiente.

Finalmente, esta experiencia ha permitido construir y aplicar instrumentos de recolección de información en un contexto empresarial real, evaluando el cumplimiento normativo y su impacto. La planificación estratégica, guiada por la norma ISO 26000, ha demostrado ser una herramienta esencial para integrar la RSE en la estrategia corporativa, asegurando que las empresas no solo cumplan con sus metas económicas, sino que también contribuyan al bienestar social y ambiental.

Referencias Bibliográficas

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://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6676416 ;

Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas Autorías: Yeicy Bermudez Colina, Agustín Alexander Mejías Acosta. Localización: Ingeniería Industrial. Nº. 3, 2018. Artículo de Revista en Dialnet.

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es

García Coronel, I. M., & García Coronel, R. D. (2023). Evaluación de la situación de sostenibilidad y responsabilidad social de la empresa Cartones Nacionales SAI basada en la norma ISO 26000, del año 2022 (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Martínez, A. N., & Porcelli, A. M. (2018). Estudio sobre la economía circular como una alternativa sustentable frente al ocaso de la economía tradicional (primera parte). Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, 16(22), 301-334.

Ocampo-López, Olga Lucía, García-Cortés, Julián Andrés, Ciro-Ríos, León Sigifredo, & Forero-Páez, Yesid. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. Entramado, 11(2), 72-90. https://doi.org/10.l804l/entramado.2015v11n2.22219

Rodríguez González, Y., Cabrera Rodríguez, J. A., & Frías Valdivia, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales, 22*(3), 180–189. https://research-ebsco-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=bb8888c3-cb48-3e20-baeb-b35f20bc02d3

Sepúlveda, A. T., et al. (2023). Influencia del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial Norma ISO 26000 para la Empresa Ferrchirriado. [Diplomado de profundización para grado]. Repositorio Institucional UNAD. https://repository.unad.edu.co/handle/10596/59148

Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. Revista de Administração de Empresas. http://www.scielo.br/scielo

Zeriouh, N., & Hamidi, L. S. (2023). The adoption of ISO 26000 standard: a narrative and reflective study of competitive advantages in the context of Social Responsibility. International Journal of Accounting. https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co