

Plan estratégico de responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa Grupo NIO S.A.

Luz Marelvly Riveros

Edyd Fernanda Rodríguez

Martha Cecilia Ardila

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Administración de Empresas

Bogotá

2022

Plan estratégico de responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa Grupo NIO S.A.

Luz Marelvly Riveros

Edyd Fernanda Rodríguez

Martha Cecilia Ardila

Director:

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Administración de Empresas

Bogotá

2022

Resumen

El propósito de este trabajo es implementar en la empresa NIO GRUPO EMPRESARIALS.A, un plan estratégico de responsabilidad social, tomando como base los pilares de la norma ISO 2600, con el fin de poder identificar el alcance que tienen los objetivos estratégicos en la planificación de las actividades a desarrollar, y la manera en cómo estos objetivos serán proyectados en cada una de las áreas de la compañía, para la consecución de resultados.

Con este análisis pudimos determinar, cuáles son las falencias que se tienen, dentro del marco de responsabilidad social empresarial, y cuales han sido los puntos manejados de manera adecuada, proponiendo alternativas que den solución a la problemática, de no contar con políticas de control y gestión del riesgo lo suficientemente fuertes, para alcanzar los niveles requeridos por el sector en el que se desempeña la compañía.

Palabras Clave: Responsabilidad social empresarial, objetivos estratégicos, planificación, políticas de control, gestión del riesgo.

Abstract

The purpose of this work is to implement in the company NIO GRUPO EMPRESARIALS.A, a strategic plan of social responsibility, based on the pillars of the ISO 2600 standard, in order to identify the scope of the strategic objectives in the planning of the activities to be carried out, and the manner in which these objectives will be projected in each of the areas of the company, in order to achieve results.

With this analysis we were able to determine what are the shortcomings that exist, within the framework of corporate social responsibility, and what have been the points handled adequately, proposing alternatives that provide a solution to the problem, if there are no control policies and risk management strong enough to reach the levels required by the sector in which the company operates.

Keywords: Corporate social responsibility, strategic objectives, planning, control policies, risk management.

Tabla de contenido

Introducción.....	10
Problema.....	11
Descripción del Problema.....	11
Planteamiento del Problema.....	11
Objetivos.....	12
General	12
Específicos.....	12
Conceptualización	13
Línea de tiempo sobre la evolución del Pensamiento Estratégico.....	13
Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial	14
Características de la Responsabilidad Social Empresarial.....	14
Elementos que interfieren en la Responsabilidad Social Empresarial	15
Formas de Gestionar estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial	16
Producción limpia y consumo responsable	17
Gobierno Corporativo	24
Aplicación.....	25
Marco Institucional.....	25
Estructura Organizacional.....	26
Diagnóstico	27
Análisis de Variables.....	27
Resultado Entrevista	30
Perfil de Amenazas y Oportunidades del medio	31

	6
Árbol de Problemas	32
Árbol de Objetivos	33
Objetivos Estratégicos	34
Grupos de interés o Stakeholders.....	35
Mapa Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial	36
Matriz de Marco Logico	37
Plan de Mejoramiento	40
Conclusiones.....	41
Recomendaciones... ..	42
Referencias Bibliográficas.....	43
Apéndices	45

Lista de Tablas

Tabla 1. Resultado entrevista.....	30
Tabla 2. Perfil de Amenazas y Oportunidades del medio (POAM).....	31
Tabla 3. Matriz de margo logico.....	37
Tabla 4. Plan de acción	40

Lista de Figuras

Figura 1. Poster Evolución del pensamiento estratégico	13
Figura 2. Póster Gobierno Corporativo.....	24
Figura 3. Marco Institucional.....	25
Figura 4. Mapa Jerárquico Organizacional	26
Figura 5. Árbol de problemas	32
Figura 6. Árbol de objetivos	33
Figura 7. Grupos de interés o Stakeholders	35
Figura 8. Mapa estratégico.....	36

Lista de apéndices

Apéndice A. Formato de Recolección de Información ISO 26000	46
---	----

Introducción

El presente trabajo, pretende implementar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial, con base en la norma ISO 26000 para el cumplimiento de gestión de riesgos de la empresa NIO GRUPO EMPRESARIAL S.A, reconociendo que el cumplimiento de la normatividad establecida para el sector en el cual se desempeña es una obligación fundamental para el funcionamiento adecuado de la misma.

Por medio del análisis de los resultados obtenidos, mediante la entrevista realizada a la gerente de Gestión Humana de la compañía, se propusieron objetivos estratégicos con el fin de fortalecer y complementar las iniciativas ya establecidas en las diferentes áreas, principalmente en aquellas en donde se encontraron falencias, tomando como base la aplicación de la responsabilidad social.

Por otra parte, se busca establecer los lineamientos y normas relacionados con los procesos que ejecuta la empresa, el manejo de los recursos y el cuidado con el medio ambiente, aspectos que influyen directamente sobre los colaboradores y grupos de interés.

Problema

Desde el año 2017 por regla general todas las empresas sujetas a vigilancia y control por la superintendencia de sociedades con ingresos o activos obtenidos iguales o superiores a 40.000 SMLMV salarios mínimos legales mensuales vigentes para el 2021, están obligados a implementar el SAGRILAF, Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo tal y como se define con la expedición de la circular Externa No. 100-000005 del 22 de 2017, el cual tiene unas modificaciones relacionadas, donde el pasado 18 de enero el Gobierno de Colombia promulgó la ley 2195 de 2022 para establecer un conjunto de medidas para combatir la corrupción.

Descripción del Problema

La empresa NIO GRUPO EMPRESARIAL S.A., no cuenta con un proceso de implementación, divulgación y auditoría para un sistema de control, prevención y gestión de riesgos. Es importante resaltar que, de acuerdo con la norma colombiana, la Superintendencia de Sociedades de Colombia ejerce la inspección, vigilancia y control en lo que tiene que ver con lavado de activos y financiación del terrorismo, por lo que se hace necesario implementar los sistemas de administración de riesgos SARLATF Y SAGRILATF de acuerdo con la clasificación por el sector financiero y real al que pertenece.

Planteamiento del Problema

El cumplimiento de un sistema SAGRILAF es fundamental para que el control y la prevención contra estos riesgos, funcione de manera eficiente. Para ello, la empresa debe dar a conocer a los colaboradores las reglas y normas de conducta que orientaran a dicho sistema. Así mismo es importante realizar auditorías internas de forma periódica, con el fin de garantizar la eficiencia del SAGRILAF al interior de la empresa, así como desarrollar planes de mejora en caso de encontrar falencias en el sistema.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un plan de acción y seguimiento aplicando el plan estratégico de responsabilidad social para la empresa NIO GRUPO EMPRESARIAL S.A., a partir del cumplimiento de las normas exigidas, creando procesos sólidos que se cumplan dentro y fuera de la empresa, por todos los grupos de interés.

Objetivos Específicos

Realizar un estudio y aplicación de la norma ISO 26000 sobre las estrategias a aplicar, para así poder ejecutar los correctivos que lleven a una mejor aplicación de la norma.

Plantear estrategias aplicables a todas las áreas de la empresa, con el fin de que tenga un mejor desempeño en cuanto a responsabilidad social se refiere, cuidando aspectos como el medio ambiente y sus recursos.

Implementar un plan de acción y seguimiento para que la empresa tenga mayor claridad sobre cuáles son sus aspectos para mejorar, el tiempo y costos invertidos para el cumplimiento.

Conceptualización

Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico

Línea del tiempo donde se identifica la evolución de los conceptos relacionados con el pensamiento estratégico a través de los años.

Figura 1

Evolución del pensamiento Estratégico



Fuente: Autoría propia

Nota: La figura muestra la evolución del pensamiento estratégico a través de los años.

Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Este concepto es aplicable a las grandes, medianas, pequeñas empresas, pymes y cooperativas de cualquier sector económico, públicas o privadas, Se puede decir entre muchos conceptos que la RSE que es, una ética que adquieren las empresas para buscar lamejora social, ambiental y económica, con el propósito de ser mayormente competitivas, aumentando su valor agregado y a su vez generando una repercusión social positiva, enfocándose fundamentalmente en tres verticales: el cuidado del medio ambiente, las condiciones laborales de sus colaboradores y el apoyo a las causas humanitarias.

En cuanto a la gestión de la responsabilidad social esta, se convierte en una fuente de ventajas competitivas, partiendo del inicio de un proceso donde la organización integra prácticas garantes en su misión y visión, demandando acciones concretas, principalmente que favorezcan las problemáticas sociales y de la comunidad donde interactúa. Dichos beneficios harán la diferencia de la empresa con las demás, toda vez que favorece la eficiencia de sus recursos y procesos, que a su vez obtienen un crecimiento que se da gracias a la reducción de sus costes, haciéndolas esencialmente más atractivas en el mercado.

Características de la responsabilidad social empresarial

Impacto positivo en el clima organizacional, afectando directamente la producción, haciendo que los empleados se sientan a gusto en su trabajo,

Mejoramiento de la imagen corporativa, por el logro de reconocimientos y la popularidad en la comunidad.

Disminución en los costos y aumento en la rentabilidad, por la eficiencia en el aprovechamiento del capital humano y de los recursos productivos.

Motivación y sentido de pertenencia de sus trabajadores, lo cual aumenta la creatividad e innovación.

Posicionamiento en el mercado laboral, por la mejoría en la percepción de la imagen de la empresa.

Aumento en las ventas, como resultado de las características anteriormente mencionadas.

Elementos que interfieren en la RSE. Empresa: quien busca mecanismos de compromiso institucional para rescatar la relación entre los valores éticos y las conductas económicas. Medio ambiente: este elemento busca el equilibrio entre la satisfacción de las necesidades de las personas actuales no comprometan las necesidades de las futuras generaciones. Sociedad: Considera los acuerdos internacionales entre ellos la declaración universal sobre Bioética y derechos humanos, entre otros elementos fundamentales para la gestión de la RSE tenemos: Compromiso empresarial que agregue valor a la comunidad, no regulado por la ley es una decisión voluntaria, conducta ética, es decir, prácticas de negocio aceptables en la sociedad, desempeño ambiental, adaptabilidad, es decir diseñar un método de RSE que beneficie a la comunidad donde interactúe entre otros.

Formas de Gestionar estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial

Las formas de gestionar estratégicamente la RSE en el contexto colombiano podemos acudir al estatus jurídico o marco normativo haciendo claridad sobre la no existencia de una norma específicamente con el compilado de términos de “Responsabilidad Social Empresarial RSE” en Colombia, sin embargo, existen normas incorporadas en el contexto colombiano a través de la función que realiza el ICONTEC por ejemplo, en La Norma Internacional ISO 26000 “Guía sobre responsabilidad social” entre las que se destacan la ISO 2600 y la ISO 9000 y Mediante la Guía Técnica Colombiana (GTC) 180 “Esta guía proporciona directrices para un enfoque de gestión socialmente responsable en las organizaciones y comparte principios comunes con otros sistemas e instrumentos de gestión. Por tanto, forma parte de una gestión voluntaria que va más allá del marco legal, que corresponde a una época en que las organizaciones y la comunidad internacional están adquiriendo una nueva comprensión de la importancia de crear un entorno equitativo y sostenible para el desarrollo y el bienestar de las personas..”¹, adicionalmente, en el estatuto tributario, en tratados de TLC, en convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los tratados internacionales de derechos humanos, entre otros, existen herramientas jurídicas y disposiciones constitucionales y legales que de cierta manera generan obligaciones en las empresas a implementar una norma que se denomine RSE.

Producción limpia y consumo responsable

El tema del cambio climático, junto con su efecto transfronterizo como ocurre con la contaminación del planeta generada principalmente por los sectores productivos como el de alimentos, textiles, curtiembres, madera y muebles, artes gráficas, sustancias químicas, fabricación de productos cerámicos y otros minerales, así como el sector de la industria metalúrgica, agropecuaria, minero y de transporte, incluso algunas actividades en el sector de servicios como el hospitalario, hotelero y estaciones de servicio, entre otros, enciende las alarmas, la preocupación y el interés internacional, nacional y regional en las últimas décadas, lo que hace inminente la implementación de la gestión ambiental empresarial como estrategia para controlar, mitigar, prevenir, combatir y dar solución a las amenazas ambientales globales. (Hoof, B. V. ,2008). El Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) define la producción limpia como la aplicación continua de una estrategia integrada de prevención ambiental en los procesos, los productos y los servicios con el objetivo de reducir los riesgos al ser humano y al medio ambiente. Por otra parte, podemos decir que es una herramienta estratégica de política empresarial, conjuntamente una opción de gestión medioambiental responsable. Mientras que el desarrollo sostenible es un concepto universal que promueve satisfacer las necesidades de la generación presente sin afectar la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. (UNEP,2002).

Por otra parte, la insostenible Agricultura 4.0 donde el objetivo de las grandes corporaciones y empresas dominantes de los diferentes sectores es mantener el control y obtener ganancias a costa de lo que sea, y para esto crean la necesidad de introducir plataformas tecnológicas en sus procesos, con el fin de hacer más dinero y que este siga

fluyendo, sin importar del impacto negativo que puede tener en la cadena alimentaria industrial. Los desarrollos actuales, las tendencias del mercado y la falta de políticas y medidas de control, impactan principalmente a los campesinos y a la producción de alimentos, ya que se eliminan puestos de trabajo, los cuales son reemplazados por robots, drones y maquinaria agrícola con tecnología de punta, para la siembra y cosecha en el campo. Todos los productores fuertes de insumos de la cadena industrial están desarrollando sensores para recolectar y manejar datos masivos y trabajando con robótica. El auge de la robótica no sólo afectará nuestra forma de cultivar, sino también el procesamiento de alimentos, la venta y el consumo, al generar productos genéticamente modificados. (Pat Mooney, Grupo ETC, 2019)

Otro factor determinante, es la manera en que las empresas producen y disponen de los residuos, por ello vamos a hablar de los tres sectores que más daño le causan al planeta tierra:

Sector Agrícola: la alimentación es una de las necesidades básicas del ser humano, sin duda alguna nuestros alimentos están pasando factura al medio ambiente sobre todo con el medio ambiente, un ejemplo tenemos que criar ganado produce más gases de efecto invernadero que incluso conducir auto, los desechos de los bovinos producen grandes cantidades de metano es 23 veces más contaminante que el dióxido de carbono, la ganadería no solo contamina el aire, también utiliza millones de litros de agua cada año para producir la carne que consumimos, el suelo deforestado debido al pastoreo.

Sector Textil: es una de las industrias más prolíferas de las últimas décadas de la moda, es una industria que vende ropa de bajo costo la cual queda en poco tiempo en desuso, así se incentiva a comprar, usar y desechar, sabiendo que estas prendas tardan décadas en degradarse

Pero la contaminación comienza desde la creación de las prendas, utilizando recursos hídricos a gran escala lanzando al aire partículas contaminantes cada día.

Sector Minero: las industrias mineras son las más contaminantes, cuando extraen los recursos naturales del subsuelo, algo que ha destruido el ecosistema, La industria minera ha matado animales y contaminados millones de litros de agua.

Como podemos ver estos sectores han causado daño al medio ambiente día a día, todos dependemos de ellos para llevar nuestra vida diaria, evidentemente pueden tomar mejores decisiones respecto a la forma que producen y comercian sus productos.

Hasta hace pocos años la gestión de los residuos se ha centrado principalmente en enviarlos a plantas vertedoras para su almacenamiento o plantas incineradoras, esta solución no es sostenible por diversos motivos los cuales son:

Plantea serios riesgos para el medio ambiente, seres vivos y salud de las personas.

No reduce el consumo de los recursos, materias primas y de energía.

No actúa sobre la causa el modelo de consumo si no solo sobre la consecuencia.

La PML como método de prevención en el origen de la contaminación se puede aplicar en las diferentes fases del proceso productivo de la mayoría de los procesos industriales, con indiscutibles beneficios medioambientales y para el ser humano, teniendo un impacto positivo en la buena imagen de las empresas que aplican esta estrategia de prevención. Para implementar la producción más limpia en el contexto colombiano se pueden incorporar las diferentes certificaciones internacionales ISO 14001 referidas a la gestión ambiental.

Por otra parte, la certificación de Sello Ambiental Colombiano demuestra el cumplimiento eficaz de los criterios ambientales del producto y la implementación y operación de un sistema de gestión ambiental. Este sello o etiqueta ambiental que se obtiene de forma voluntaria y considera los siguientes principios de eco etiquetado:

El producto debe hacer uso sostenible de los recursos naturales que emplea como materia prima.

El producto debe minimizar el uso de materias primas nocivas para el ambiente

Los procesos de producción deben utilizar menos cantidades de energía o hacer uso de fuentes renovables o ambos.

Se deben utilizar menos materiales de empaque, preferiblemente reciclables, reutilizables o biodegradables en el producto

El producto debe ser fabricado haciendo uso de tecnologías limpias o generando un menor impacto sobre el medio ambiente. (INCONTEC, 2022)

Sin perder de vista la importancia de satisfacer las inevitables necesidades de la generación presente y el transcurso normal en el avance del desarrollo económico, globalizado e industrializado, se hace ineludible que todos los sectores involucrados converjan en el mismo punto de encuentro, para no vulnerar los 17 objetivos globales (1. Erradicar la pobreza, 2. Hambre cero. 3. Salud y bienestar, 4. Educación de calidad, 5.

Igualdad de género, 6. Agua limpia y Saneamiento, 7. Energía asequible y no contaminante, 8. Trabajo decente y Crecimiento económico, 9. Industria, Innovación e Infraestructura, 10. Reducción de las desigualdades, 11. Ciudades y comunidades sostenibles, 12. Producción y consumo sostenibles, 13. Acción por el clima, 14. Vida Submarina, 15. Vida de Ecosistemas Terrestres, 16. Paz, Justicia e Instituciones Sólidas,

17. Alianzas para lograr los objetivos) del desarrollo sostenible ODS, como el plan maestro para erradicar la pobreza, proteger el planeta y obtener un futuro sostenible para todos. (UN, 2015)

Es cierto que existen diversos factores y diferentes puntos de vista que intervienen adicionalmente, a los internos de las empresas tales como; las tendencias del mercado, directrices gubernamentales, comunidad con afectación directa, la cultura, el grado de desarrollo, entre otros aspectos, lo que hace importante conocer y asimilar todas esas percepciones, de tal manera que las autoridades ambientales, las agremiaciones, las universidades y centros de educación, las consultoras, los entes territoriales, las empresas y la comunidad en general trabajen mancomunadamente con el fin de encontrar soluciones reales que se ajusten a las necesidades de forma solidaria. (Hoof, B. V. ,2008).

La creciente población mundial está ocasionando impactos negativos en el planeta, además del calentamiento global y la sobre explotación de los recursos, una parte del problema es la generación de residuos; ya que cada individuo genera 1,69 Kg de basura, es decir más de 620 kg de basura al año, el 60% del volumen de basura generada lo constituyen envases y embalajes en su mayoría de un solo uso.

Por ello, los hábitos actuales de consumo son un factor determinante para la crisis ambiental a nivel global. Los avances a nivel económico y social en los últimos años han sido clave para el deterioro del medio ambiente, de continuar así para el año 2050 el planeta se volverá inhabitable.

Los ejemplos de una gran parte de empresas que ya aplican un sistema de gestión ambiental con producción más limpia y los diferentes estudios de caso, que pueden

encontrarse en la bibliografía, muestran claramente que al utilizando estrategias de PML se obtienen excelentes resultados y una serie de beneficios, tanto para la competitividad empresarial, como para el medio ambiente y la humanidad. Dicho sistema de gestión es ala vez un “conjunto planeado y coordinado de acciones administrativas, procedimientos operativos, documentación y registros, implementados por una estructura organizacional específica con competencias, responsabilidad y recursos definidos, con el fin de prevenirefectos ambientales adversos, así como promover acciones y actividades que preservan y/o mejoran la calidad ambiental” (PNUMA, 2001).

En el contexto colombiano en la reunión de las naciones unidas del 20 de septiembre de 2022 el mandatario colombiano Gustavo Petro, menciona que Latinoamérica podría salvar al mundo de la extinción y lidera la iniciativa de reunificar laComunidad Andina y la lucha climática, en ese escenario habla de la agravante contaminación y destrucción de los ríos, fauna, flora y la deforestación de la selva amazónica, considerada el pulmón del planeta, como resultado de aspersiones y fumigaciones con venenos como el glifosato en un intento fallido durante años en la lucha contra las drogas, específicamente para erradicar la planta de la coca, plantea a los países del norte a construir una mejor sociedad, una sin adicciones a las drogas y al consumismo, una que no esté enferma, llena de soledad, vacíos y otros problemas que se niegan a reformar, más bien convoca a no declararle la guerra a las plantas, a su gente a laselva, e invita a esos países a que le ayuden a salvar y no a destruir lo que está considerado por la ciencia como uno de los grandes pilares climáticos, para así salvar a lahumanidad, también habla de la explotación del carbón y el petróleo y pidió no más hipocresía en pretender que les interesa la selva, que hoy se quema. Por otro lado,

convoca a América Latina a la creación de una red eléctrica integrada con la característica principal de que estas sean con energías limpias utilizando como fuentes el sol, el agua, vientos como aporte en la mitigación del impacto climático en el corto tiempo, las redes ya existen solo hay que alimentarlas de energías netamente limpias, entre más barata la luz sea en los países, más oportunidades de desarrollo. (Asamblea General de la ONU,2022)

Figura 2

Póster Gobierno Corporativo



Fuente: Autoria Propia

Nota: La figura muestra el desarrollo del gobierno corporativo.

Aplicación

Marco Institucional

Figura 3

Marco Institucional

Empresa: Nio Grupo Empresarial S.A

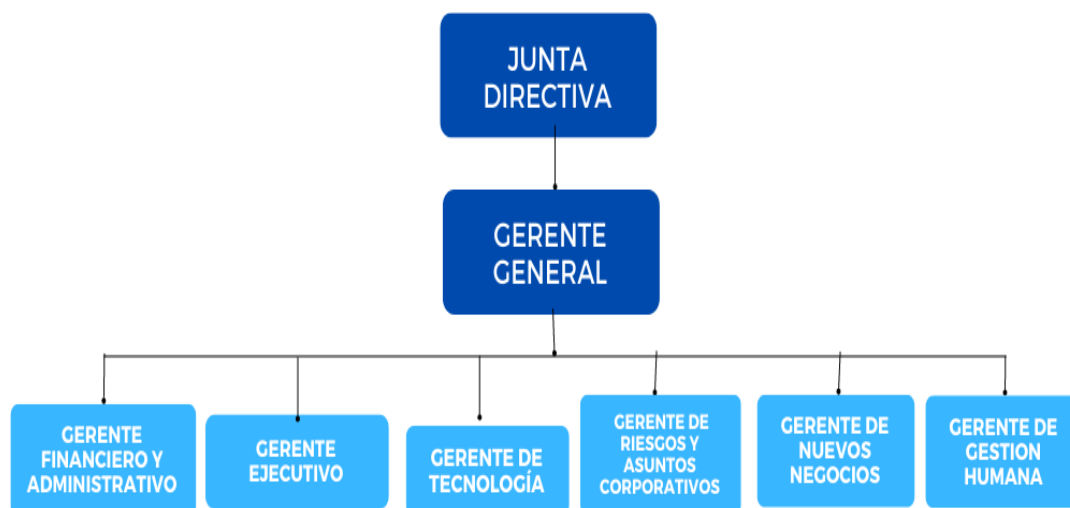
Es una Compañía fundada en 1991 con la finalidad de proveer Soluciones al sector de servicios de salud en la economía del país, estableciendo metodologías para gestionar cada uno de sus procesos y así entregar productos que satisfagan las necesidades de cada uno de sus clientes



Estructura Organizacional

Figura 4

Mapa Jerárquico Organizacional



Nota: La figura muestra la estructura organizacional de la compañía. Tomado de la oficina de gestión humana.

Diagnóstico

Análisis de variables

Gobernanza de la organización

Con base en la información obtenida por medio de la entrevista realizada, se identifica que la compañía no cuenta con un código de ética, el cual es fundamental por el tipo de servicio que presta, y la información que maneja de sus clientes. Para ello, primero debe establecer principios, normas y comportamientos que rijan todo lo que diga y haga la compañía en sus actividades diarias, tanto a nivel individual como en equipo, para luego poderlos comunicar en forma clara a sus grupos de interés, con el fin de generar y consolidar relaciones de confianza y seguridad a largo plazo.

Estos principios deben ir dirigidos a todos los que hacen parte de la compañía, independientemente del cargo o función que desempeñen dentro de esta, y darlos a conocer de manera obligatoria insistiendo en la importancia de ponerlos en práctica. El incumplimiento de estos por parte de los empleados podría considerarse como una infracción laboral. También deben dirigirse a los proveedores y socios comerciales, con el objetivo de que se cumplan en toda la cadena de valor.

Así mismo deberá implementar una área u oficina que vele por el cumplimiento de estos principios.

Canales de denuncia

Debe implementar canales internos, los cuales deben estar habilitados para todos los empleados de la compañía que deseen reportar denuncias sobre el incumplimiento de

los principios e infracciones a las normas tanto internas como externas, manteniendo siempre la política de protección de datos..

Los canales a implementar pueden ser:

Formulario Web

Correo electrónico

De igual forma para los grupos de interés (proveedores, accionistas, socios y cualquier otro) también debe disponer de un canal confidencial anónimo y seguro que les permita comunicar dudas, peticiones, sugerencias consultas o denuncias en relación con el cumplimiento de los principios, donde se haga seguimiento y se responda y actúe en un plazo razonable.

Prácticas justas de operación

La compañía debe establecer controles internos, adecuados para evaluar y gestionar todos los riesgos que sean relevantes para la misma, para así definir estructuras de aseguramiento. Este proceso de gestión de riesgos debe tomar como referencia la estrategia y los objetivos de la empresa y debe estar supervisado por un área de auditoría interna como área independiente de la gestión de la compañía.

La empresa debe evitar cualquier situación que pueda ser interpretada como deshonestas, prevenir y mitigar los conflictos de interés y evitar situaciones que generen ventajas indebidas para la compañía; de esta manera debe implementar una política anticorrupción que establezca pautas de comportamiento respecto a:

Prohibir todo tipo de soborno

No ofrecer ni aceptar regalos, invitaciones u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en cualquier decisión empresarial.

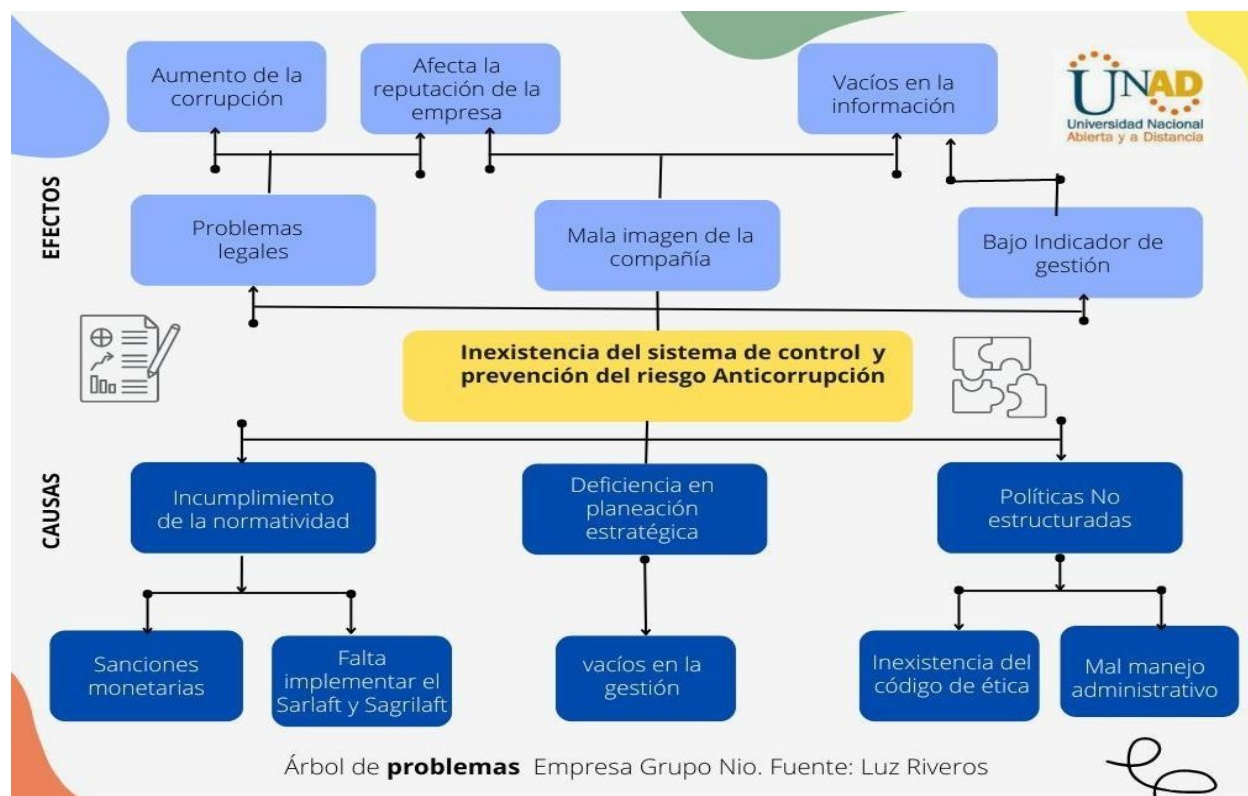
Tabla 1

Resultado entrevista a Ana Maria Paz, Gerente de gestion Humana de Grupo Nio S.A.

Materia	# pregunta	Opciones	RTA	%	Indicador	Observaciones
Gobernanza de la organización	P1. Cód. Ética	SICUMPLE		0%	Sin Indicador	La empresa No cuenta con el documento (codigo de etica) que describe el compromiso por mantener un comportamnniento profesional, saludable y humano.
		NO CUMPLE	X			
	P2. Canales	CORREO				
LINK LINEA						
Derechos Humanos	P3. % Presupuesto	NO CUMPLE	X	100%	# de refrigerios entregados X 100 # de empleados de la empresa	Grupo Nio destina entre un 5% y un 10% de presupuesto anual, una parte es destinado al "PROGRAMA CUIDATE" ofrecer un refrigerio matutino para el turno de 6 am a 2 pm con la finalidad de mitigar desmayos de empleados que no desayunan en sus casas. Adicional invierte en publicidad y charlas para socializar deberes y derechos de los colaboradores
		< 5%				
		DE 5% A 10%	X			
	DE 10% A 15%					
	P4. Capacitación D.T	NO CUMPLE	X			
SEMESTRAL						
Prácticas laborales	P5. Formacion	NO CUMPLE	X	100%	# participantes de plan carrera X 100 # de empleados beneficiarios	Otro porcentaje del presupuesto es invertido en Becas universitarias (previo lleno de requisitos) y en promover su progarama de plan carrera que consiste en ascender de cargo por meritos, conocimientos o por su vocación en el trabajo. Tambien otorga bonos monetarios a empleados que se destaquen en tener mayor produccion en su trabajo. En cuanto a Ergonomia y salud ocupacional por cada 10 empleados capacita a uno quien dos veces por jornada laboral destina 20 minutos para pausas activas y es de obligatorio cumplimiento, se debe firmar asistencia.
		ASCENSOS	X			
		BECAS	X			
	P6. Programas	NO CUMPLE	X			
		PAUSAS ACTIVAS	X			
Medio Ambiente	P7. Campañas	NO CUMPLE	X	100%	# de empleados capacitados X 100 # de empleados de la empresa	En cuanto a la materia de medio ambiente, la empresa promueve campañas anuales sobre ahorro de papel, agua, luz publicando carteleras sobre como optimizar los recursos, en las pantallas de los monitores, en las areas de trabajo. Por otro lado cuanta en cada area de trabajo y cafeteria con el punto reciclable y reparte folletos sobre como reciclar. Otros de los aspectos innovadores de la organizacion es que promueve en sus clientes la anulacion de papel fisico, ofreciendo la digitalizacion de las imagenes y manejo documental no fisico (cumpliendo con los terminos que exige la norma) en cambio a resguardarlos en bibliotecas digitales que pueden guardarse incluso fuera de la atmosfera terrestre en caso de calamidades.
		TRIMESTRAL				
		SEMESTRAL				
	P8. Uso sostenible	ANUAL	X			
		NO CUMPLE	X			
Prácticas de justa Opreación	P9. Anticorrupción	NO CUMPLE	X	0%	Sin Indicador	No cuenta con formatos, divulgacion, ni implemetaion de una politica anticorrupcion, Es importante resaltar que de acuerdo con la norma colombiana la supersociedades regula contra lavados de activos y financiacion del terrorismo, por lo que Grupo Nio debe cumplir con SARLATF Y SAGRILATF de acuerdo con la clasificacion por el sector financiero y real al que pertenece.
		SICUMPLE				
		1-PRUEBA POLIGRAFO				
	P10. SARLAFT	FORMULARIO SAGRILAF Y/O SARLAFT				
		POLITICAS Y CONTRATOS S.I				
Asuntos de consumidores	P11. Datos Personales	NO CUMPLE	X	100%	# producto no conforme por area X 100 # de proyectos de la empresa	Cumple con los requerimientos de las normas; Ley Estatutaria 1581 de 2012, "Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales", y con el Decreto 1074 de 2015, "Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012". Tiene politicas y principios de la seguridad de la informacion. Tambien dispone de colaboradores para gestionar las PQRS que llegan a través de via telefonica, correo electronico y por el link de su pagina WEB.
		SIEMPRE	X			
		NUNCA	X			
	P12. Tto. información	A VECES	X			
		NO CUMPLE	X			
P13. PQRS	PRINCIPIOS	X				
	NO CUMPLE	X				
Participación y desarrollo de la comunidad	P14. Apoyo Region	1-CORREO	X	100%	# de proyectos RSE realizados X 100 # de beneficiarios	Lidera campañas al interior de la compañía para recolectar ropa, mercado y juguetes para ser donados junto con otra parte del presupuesto a fundaciones para personas vulnerables. En el tema ambiental una vez al año promueve campañas que involucran a sus colaboradores a sembrar y adoptar arboles.
		FUNDACIONES	X			
		LIDERES	X			
	P15. Beneficios	NO CUMPLE	X			
		AMBIENTALES EDUCATIVOS	X			
		POBLACION VULNERABLE	X			
		NO CUMPLE				

Figura 5

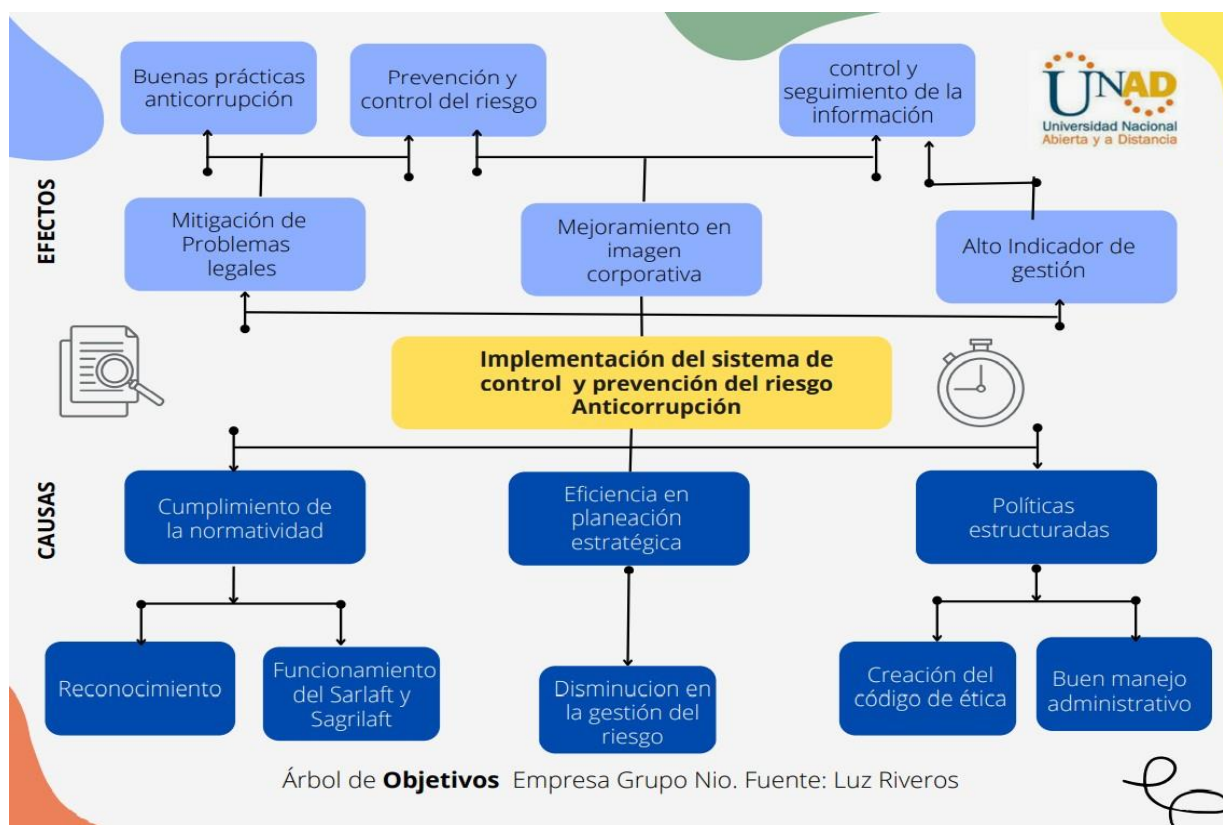
Árbol de problemas



Fuente: Autoría propia

Figura 6

Árbol de Objetivos



Fuente: Autoría propia

Objetivos estratégicos

Económicos

Desarrollar soluciones estratégicas de RSE, para alcanzar los retos del negocio aumentando la buena imagen corporativa, la competitividad y la rentabilidad de la empresa.

Incrementar la participación en la industria, ayudando al crecimiento de los principales sectores económicos del país, a través de soluciones innovadoras que garanticen la efectividad de los procesos.

Sociales

Trabajar estrechamente con los grupos de interés tanto internos como externos, promoviendo la cultura del desarrollo sostenible y las buenas prácticas de ética y moral empresarial.

Implementar controles para prevenir o reducir la posibilidad de que ocurran situaciones como lavado de activos o financiación del terrorismo LA/FT.

Ambientales

Disponer de una estructura armónica y práctica acoplada a la organización empresarial, con el propósito de precisar las pretensiones de dirección, de coordinación y de ejecución del SGA, así como la asignación de responsabilidades y el establecimiento de líneas de dirección e interacción.

Incorporar estándares medioambientales a los procesos de compra con el objetivo de involucrar a proveedores en la reducción de la huella ambiental de toda la cadena de valor de la empresa.

Figura 7

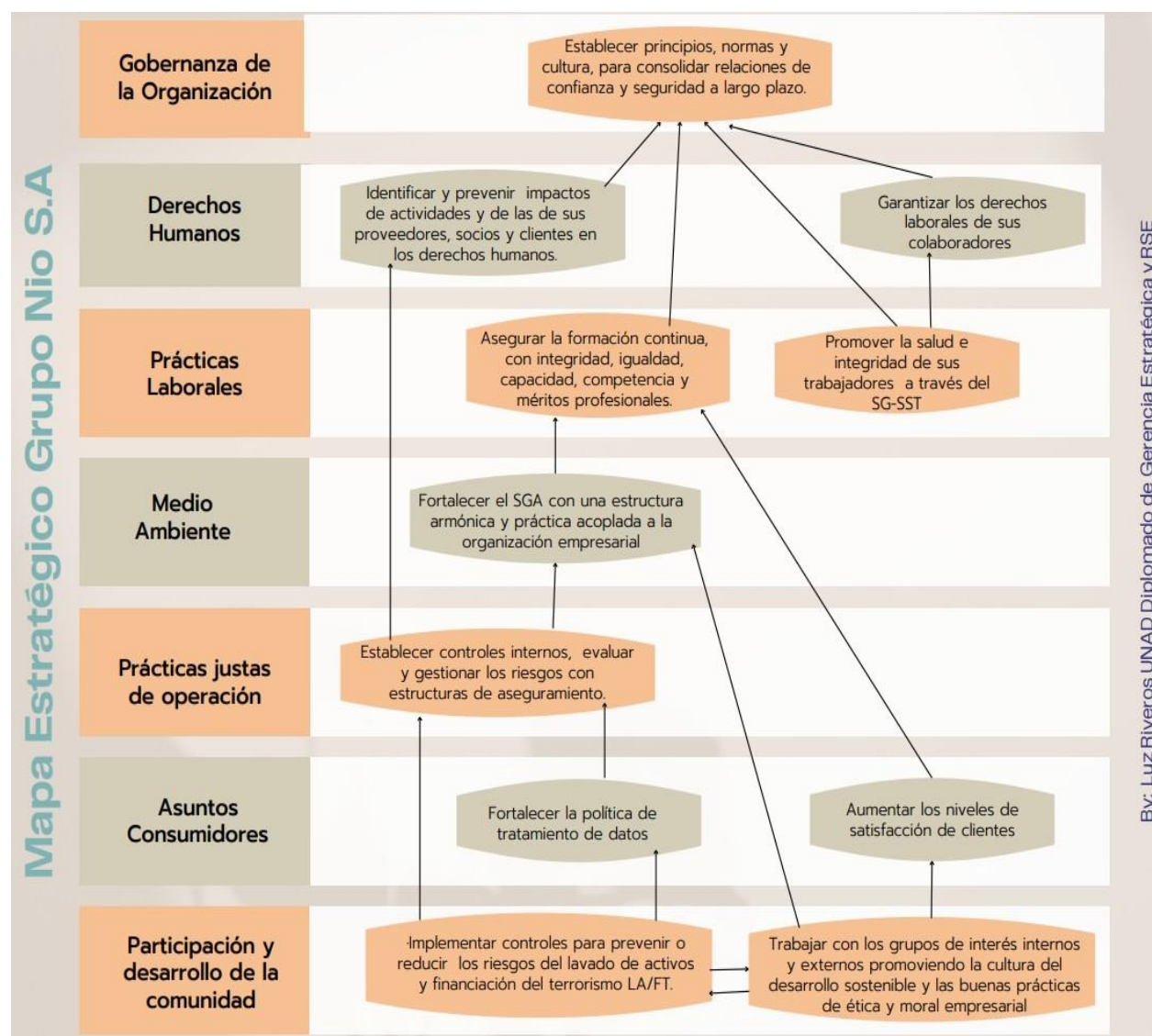
Grupos de interés o Stakeholders



Mapa estratégico de Responsabilidad Social Empresarial Grupo NIO Empresarial S.A.

Figura 5

Mapa estratégico



Fuente: Autoría propia

Tabla 3

Matriz de Marco Logico

Objetivos	Indicadores	Medios De Verificación	Supuestos
Fin: Implementar un sistema de control y prevención del riesgo Anticorrupcion	% de reportes en la línea ética % de inconsistencias en las listas restrictivas.	Reportes en la linea etica. Revision de formato SARLAFT. Aplicación de prueba polígrafo requisito para ingreso laboral. Consultar cuando se considere pertinente, en las bases de información pública de la Registraduría Nacional, Contraloría General de la República, Procuraduría General de la Nación, Policía Nacional y Boletín de deudores morosos del Estado, y verificar antecedentes de crédito y hacer los reportes correspondientes ante centrales de información crediticia	Aplicación de normativa. Creacion de política de Tratamiento de datos.
Propósito: Disminución de conductas no éticas y del impacto negativo en la imagen y reputación corporativa	% De denuncias por conductas no éticas Reportes pagina web- linea etica	Informar a los grupos de interes internos y externos que, en el marco de los procesos de debida diligencia y conocimiento de terceras partes,sobre la política o codigo de etica.	Divulgación y capacitacion sobre el código de ética
Componentes: Disminución en la gestion de riesgo Reconocimiento de marca imagen corporativa Puesta en marcha del Codigo de Etica Funcionamiento del SAGRILAFT	% de aplicación e implemetación del sistema SARLAFT/ SACRILAFT. % de producto no conforme % de cobertura o aplicación del codigo de ética	Realizar actividades necesarias para el cumplimiento de las diferentes etapas contractuales en las relaciones con colaboradores, clientes, proveedores y contratistas.	Facilitar y coordinar el cumplimiento de la labor para la cual fue contratado o vinculado el proveedor o contratista de manera directa - personal, o a través de herramientas tecnológicas tales como plataformas de chat y videollamadas, correos electrónicos, números telefónicos.

Actividades:

Identificar puntos en el desarrollo de los procesos sobre los cuales se deben establecer controles.	% de implementacion del programa	Los responsables de los procesos realizan un análisis sobre resultados de auditorías, producto no conforme, PQF`s, la percepción de la satisfacción al cliente, el desempeño de los proveedores y otros que los responsables de los procesos determinen.	Cronograma de Capacitación y divulgación de manuales, procedimientos, políticas y código de ética
Establecer principios, valores y normas que generen relaciones de confianza y seguridad	% resultado de auditoria interna.		

Creacion de manual de procedimientos

Fuente: Autoría propia

Plan de Mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento

Una vez definido el plan de acción y seguimiento, se realizan las estrategias a seguir, con la finalidad de tener claro lo que se va implementar en las dimensiones de economía.

Se realiza el estudio de los objetivos estratégicos que la empresa tiene para las dimensiones de la economía, social y ambiental dirigiendo sus estrategias incluyendo el tiempo y costo que tendrán en cuenta para poder realizar dicho plan de acción y seguimiento, contando con lo presupuestado según el tiempo y los indicadores que la empresa tiene para poder realizar dichos planteamientos.

Tabla 4

Plan de acción

UNAD Universidad Nacional Abierta y a Distancia		Grupo Nio Empresarial S.A	Objetivos estratégicos	2022	Visión			2022- 2025
Dimensión	Objetivo estratégico		Estrategias	Costo	Plazo por Avance mínimo medio óptimo			Indicador
Económico	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar estrategias de RSE, para alcanzar los retos del negocio mejorando la imagen corporativa, la competitividad y la rentabilidad. Incrementar la participación en la industria, a través de soluciones innovadoras que garanticen la efectividad de los procesos. 	Lograr una estructura financiera competitiva que apoye el crecimiento financiero	Aumentar número de clientes Aumentar precio medio Aumentar prestación de servicios Manejo estratégico de costos Disminuir costos de producción Disminuir gastos financieros	9 SMLV	25%	50%	100%	<u># de reportes en la línea ética</u> X 100 #casos positivos investigados
			Fortalecer los estándares de seguridad, cumplimiento, productividad y calidad	Optimizar la efectividad de los procesos internos Enfocar por líneas de negocio Integrar operaciones Promover la Cultura de gestión por proceso crear un modelo comercial por proyecto	15 SMLV	25%	50%	100%
Social	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar estrechamente con los grupos de interés, promoviendo la cultura del desarrollo sostenible y las buenas prácticas de ética y moral empresarial Implementar controles para prevenir o reducir la posibilidad de que ocurran situaciones como lavado de activos o financiación del terrorismo LA/FT. 	Presupuestar las necesidades de la comunidad a corto, mediano y largo plazo	Integrar a la localidad en proyectos de RSE Capacitar en derechos, competencias y habilidades Capacitar al personal sobre principios y código de ética	5 SMLV	25%	50%	100%	<u>% de clima organizacional x área</u> X100 total por área de empleados encuestados
			Convertir la cultura del control del riesgo en un diferenciador del mercado	Fortalecer la seguridad física y lógica Fomentar la cultura del control de riesgo LA/FT Gestión del riesgo	15 SMLV	25%	50%	100%
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> Disponer de una estructura armónica y práctica acoplada a la organización empresarial, con el propósito de precisar las pretensiones de dirección, de coordinación y de ejecución del SGMA, así como la asignación de responsabilidades y el establecimiento de líneas de dirección e interacción. Incorporar estándares medioambientales a los procesos de compra con el objetivo de involucrar a proveedores en la reducción de la huella ambiental de toda la cadena de valor de la empresa. 	Enfocar la operación en la prevención del riesgo social y ambiental	Promover a clientes internos y externos sobre el crecimiento sostenible General la cultura del cuidado de los recursos Plan estratégico para el cuidado ambiental Personal motivado, capacitado y orientado al cuidado del medio ambiente	8 SMLV	25%	50%	100%	<u>Nivel de cumplimiento de SGMA</u> X 100 # de metas ambientales trazadas
			Fortalecer las políticas del SGMA	Cumplir estandares mundiales Ambientales Alinear SGC con SGMA Promover concursos ambientales Evaluar con frecuencia las prácticas ambientales	3 SMLV	25%	50%	100%

Conclusiones

Los proyectos de responsabilidad social empresarial nacen y se fundamentan en el seno de los objetivos estratégicos, los valores éticos y principios organizacionales, todo ello, implica un gran trabajo mancomunado con los grupos de interés, que a su vez impactan de manera positiva el desarrollo sostenible y a la sociedad en general.

La responsabilidad social empresarial, debe ser una herramienta de apoyo en las empresas para la construcción y ejecución de procesos responsablemente ejecutados, la cual debe estar enfocada a la búsqueda continua de mejorar la productividad, mitigar los riesgos, y reducir las posibilidades de incurrir en situaciones que pongan en riesgo a la empresa.

A través de los árboles de problemas y objetivos, se realiza el análisis de los recursos con los que cuenta la compañía, para aplicarlos al proyecto y así darse a conocer en el mercado, también se proponen estrategias para crear e implementar el código de ética en la compañía y a su vez, que los empleados lo puedan cumplir a cabalidad.

Para poder llevar a cabo el diagnóstico que requiere el GRUPO EMPRESARIAL NIO S.A se realizó un diagnóstico que recopiló los aspectos a tratar en la parte financiera, social y ambiental, desarrollando estrategias que permitieron evaluar los costos y tiempos invertidos por la compañía para su ejecución, sin perder el enfoque de la responsabilidad social.

Recomendaciones

La recomendación sin duda más importante es la creación e implementación de estrategias y controles que puedan ayudar a realizar una vigilancia más estricta de las normas y al cumplimiento de control de riesgo por LA/FT y el código de conducta.

Para la formulación de planes de responsabilidad social empresarial, es fundamental realizar un adecuado diagnóstico sobre la situación de la empresa, con el fin de identificar su problemática o las necesidades que le aquejan, en el caso puntual para la empresa GRUPO EMPRESARIAL NIO S.A se utilizó la metodología de marco lógico, y se elaboró el árbol de problemas, evidenciando las causas y efectos del escenario actual, lo que permite profundizar y analizar de forma integral, para posteriormente crear un plan estratégico que implante acciones de mejora con permanencia en el tiempo.

Referencias Bibliográficas

- Acurio, G. (1997). Diagnóstico de la situación de residuos sólidos municipales en América Latina y el Caribe. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y la Organización Panamericana.
- <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15925/diagnostico-de-la-situacion-del-manejo-de-residuos-solidos-municipales-en-america>
- Anneca, S. y Lajour, M. (1997). *Problemática de los residuos sólidos urbanos modelo argentino para una solución*. Buenos Aires: Ecosignos virtual.
- DANE (2016). Boletín Técnico. Cuenta Ambiental y Económica de flujos de materiales residuos sólidos 2012-2014. Bogotá: Autor. Decreto 1713 (2002). Reglamenta Ley 99 de 1993 en relación con la gestión integral de residuos sólidos. Bogotá.
- Ecoeficiencia y PML Estudio de casos en Producción más Limpia, divididos por sectores como agricultura, transporte, comunicación, minería, construcción, entre otros.
- <http://www.deh.gov.au/industry/index.html>
- Gutiérrez Pérez, C. & Gutiérrez Cánovas, C. (2009). La actuación frente al cambio climático: guía para un consumo sostenible. Editum. Ediciones de la Universidad de Murcia, 27-67.
- <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/54368?page=29>
- Hoof, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.
- ICONTEC (2022) normatividad, certificación Sello Ambiental Colombiano.
- https://www.icontec.org/eval_conformidad/certificacion-sello-ambiental-colombiano-2/#:~:text=La%20certificaci%C3%B3n%20de%20Sello%20Ambiental,un%20sistema%20de%20gesti%C3%B3n%20ambiental.

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

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

Muller, Martín & Vargas de Faria (2022). Metodología do Marco Lógico aplicada ao planeamiento do turismo: una propuesta apartir de Palmas, Paraná.

<https://revistas.utfpr.edu.br/rbpd/article/view/13636>

Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

NACIONES UNIDAS - UN (2015) ODS Objetivos Del Desarrollo Sostenible.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Apéndice A

Formato de Recolección de Información ISO 26000

Cuestionario

Empresa: **NIO GRUPO EMPRESARIAL S.A.**

Esta encuesta será realizada por un estudiante investigador seleccionado por el grupo colabotativo 101008A-1144 Diplomado en Gerencia estratégica y RSE de la UNAD, con el fin aplicar los instrumentos de diagnóstico en la empresa seleccionada.

Nombre _____

Cargo _____

Genero: Hombre ___ Mujer ___ otro _____

Autorización de tratamiento de datos _____

Encuestado: Gerencia de Gestión Humana de NIO GRUPO EMPRESARIAL S.A

Forma de recolección de la información: Personalizada tipo encuesta

Periodo de recolección de encuesta: viernes 14 y/o sábado 15 de octubre de 2022

Gobernanza de la organización

1. ¿La empresa dispone de código de ética?
 - Si cumple
 - No cumple

2. ¿Qué canales utiliza para reportes de conductas no éticas?
 - Correo electrónico

- Link Formulario anónimo en página web
- Línea telefónica
- No cumple

Derechos Humanos

3. ¿Qué presupuesto anual destina la empresa para programas de RSE?
 - Menos del 5%
 - Entre el 5% al 10%
 - Entre el 10 al 15%
 - No cumple
4. ¿Con qué frecuencia se promueve el respeto y garantía de los derechos para con sus colaboradores?
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Semestralmente
 - No cumple

Prácticas laborales

5. ¿Se promueve el apoyo para estudio y la formación de los empleados? a través de:
 - Cursos SENA
 - Promoción o Ascensos
 - Becas Estudiantiles
 - No cumple
6. ¿La empresa promueve programas para mejorar la calidad de vida de los empleados?

- Pausas activas
- Revisión puestos de trabajo
- Actividades de esparcimiento
- No cumple

Medio ambiente

7. ¿Con que periodicidad realiza la empresa campañas ambientales de educación y socialización?
- Trimestralmente
 - Semestralmente
 - Anualmente
 - No cumple
8. ¿Qué estrategias implementa para el uso sostenible de los recursos Naturales y ambientales?
- Ahorro de Recursos; papel, agua, luz.
 - Papel cero, archivos digitalizados
 - Punto Ecológico de reciclaje
 - 1-2 y 3
 - No cumple

Prácticas justas de operación

9. ¿Cuenta la empresa con políticas de autocontrol, prevención y gestión del riesgo anticorrupción?
- Si cumple
 - No cumple
10. ¿Qué mecanismos preventivos utiliza en cuanto al Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo?

- 1- Prueba Polígrafo
- 2- Formularios SAGRILAFT y/o SARLAFT
- 3- Políticas y contratos de Seguridad de la información.
- 1-2 y 3
- No cumple

Asuntos de consumidores

11. ¿Cuándo se les ha preguntado datos personales a los consumidores?

- Si, Siempre
- Nunca
- A veces

12. ¿Qué tratamiento le dan a esa información?

- 1- Principios de Confidencialidad, integralidad y disponibilidad
- 2- Normativa, Habeas data
- 1 y 2
- No cumple

13. ¿Como tramita las PQRS de los clientes?

- 1- Correo electrónico y Línea telefónica
- 2- Formulario en pagina web
- 1 Y 2
- No cumple

Participación y desarrollo de la comunidad

14. ¿Qué tipo de donaciones de caridad o contribuciones financieras hace la empresa en la región?

- Fundaciones u organizaciones sociales
- Líderes comunitarios
- No cumple

15. ¿Qué programas apoya la empresa en beneficio de la comunidad?

- Ambientales
- Educativos
- Comunidades vulnerables
- No cumple