

## **Resumen Analítico Especializado Empresa Agroautonoma**

José Rubén Trejos Grijalba

Salvador López

Anyi Trujillo Cortes

Flor Alba Argoty Ruiz

Henry William Romero

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo 2021

## **Resumen Analítico Especializado Empresa Agroautónoma**

José Rubén Trejos Grijalba

Salvador López

Anyi Trujillo Cortes

Flor Alba Argoty Ruiz

Henry William Romero

Didier Luisinho Martínez Pérez

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo 2021

## Tabla de Contenido

Resumen.....	7
Palabras Claves .....	7
Abstract.....	8
Keywords .....	8
Capítulo 1. Antecedentes .....	9
Introducción .....	9
Problema .....	9
Objetivos .....	9
Capítulo 2. Marcos Referenciales .....	11
Marco conceptual.....	11
Marco Teórico.....	15
Marco institucional .....	22
Marco Legal .....	23
Capítulo 3. Resultados .....	24
Diagnóstico .....	26
Matriz de Marco Lógico .....	26
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento .....	35
Plan de Acción y de Seguimiento .....	35
Conclusiones.....	37
Referencias.....	38
Anexos .....	40

### Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i> .....	35
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i> .....	36
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i> .....	36

### Lista de Figuras

Figura 1. <i>Árbol de problemas para la empresa xx</i> .....	29
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos para la empresa xx</i> .....	31
Figura 3. <i>Mapa Estratégico para la empresa xx</i> .....	32

### Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	40
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	40

## Resumen Analítico Especializado

<b>Título</b>	Empresa AGROAUTONOMA
<b>Autores</b>	José Rubén Trejos Grijalba, Salvador López, Anyi Trujillo Cortes, Flor Alba Argoty Ruiz, Henry William Romero
<b>Tipo de documento</b>	Trabajo de grado de Diplomado
<b>Asesor</b>	Didier Luisinho Martínez Santos
<b>Año</b>	2021
<b>Palabras clave</b>	Economía, Empresa, Estrategia, Innovación, Responsabilidad Social Empresarial
<b>Resumen</b>	<p>El mundo empresarial hoy en día se rige de diferentes maneras dentro de cada compañía, donde es importante resaltar que la innovación forma parte del crecimiento de las organizaciones siendo este un factor favorable para la economía del mundo, es así que mediante el crecimiento exponencial de las empresas la RSE forma parte de la responsabilidad que adquieren las compañías con sus directivos y sus grupos de colaboradores; es así que se busca conocer el grado de compromiso de los participantes de la empresa que trabajan en las actividades directa o indirectamente ya que ellos son parte fundamental de la implementación de los programas sociales y cuidado ambiental en la organización.</p> <p>La planeación estratégica es fundamental si queremos que nuestra compañía no solo conquiste los mercados nacionales sino internacionales, además logre posicionarse y mantenerse. Queda claro que todo debe ir acompañado de grandes estrategias de protección a los recursos naturales y comunicación estratégica con los grupos de colaboradores que le permitan tener un estatus social responsable, pretendemos que AGROAUTONOMA se convierta en una empresa auto sostenible con gran proyección financiera y gran responsabilidad social y ambiental.</p>
<b>Problema de investigación</b>	Alta deficiencia en atención al cliente y recepción de PQR
<b>Metodología</b>	Para la recolección de datos previos al diagnóstico se realizó encuesta presencial en la que se visitó el establecimiento de la organización previo visto bueno o aceptación de su director.
<b>Principales resultados</b>	Mediante el desarrollo de la encuesta realizada en la empresa AGROAUTONOMA, se logra identificar que existe una alta deficiencia en la atención al cliente y recepción de PQR en la empresa.
<b>Conclusiones</b>	La empresa AGROAUTONOMA presenta dificultades de crecimiento debido a la falta de comunicación que tiene con sus <u>grupos de interés donde no existen los canales suficientes para</u>

---

que tanto los proveedores, clientes, empleados y demás puedan hacer sugerencias para mejorar la prestación del servicio.

Mediante la elaboración del árbol de problemas podemos identificar con claridad cuál es el principal problema de la empresa, cuales son las raíces y cuál sería su condición si logramos superar las dificultades.

Usamos el árbol de objetivos para mirarnos en prospectiva y planear una estrategia que nos permita alcanzar las metas que hemos planteado para nuestra empresa.

Es fundamental tener un mapa estratégico que nos permita analizar de forma clara los problemas principales y mediante mesas técnicas designar responsabilidades a cada área a fin de lograr un cambio que nos lleven a los objetivos propuestos.

Los planes de mejora son el resultado de mesas técnicas donde se ha analizado con lupa todas las dificultades para tomar decisiones asertivas las cuales deben ser aplicables al 100% en nuestra empresa y grupos de interés, ellas estarán siempre enfocadas en la RSE sin dejar a un lado ninguno de sus aspectos, solo así alcanzaremos los objetivos propuestos ya que si uno solo nos llega a faltar es probable que fracasemos como organización.

## Referencias

- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
-

## Resumen

El mundo empresarial hoy en día se rige de diferentes maneras dentro de cada compañía, donde es importante resaltar que la innovación forma parte del crecimiento de las organizaciones siendo este un factor favorable para la economía del mundo, es así que mediante el crecimiento exponencial de las empresas la RSE forma parte de la responsabilidad que adquieren las compañías con sus directivos y sus grupos de colaboradores; es así que se busca conocer el grado de compromiso de los participantes de la empresa que trabajan en las actividades directa o indirectamente ya que ellos son parte fundamental de la implementación de los programas sociales y cuidado ambiental en la organización.

La planeación estratégica es fundamental si queremos que nuestra compañía no solo conquiste los mercados nacionales sino internacionales, además logre posicionarse y mantenerse. Queda claro que todo debe ir acompañado de grandes estrategias de protección a los recursos naturales y comunicación estratégica con los grupos de colaboradores que le permitan tener un estatus social responsable, pretendemos que AGROAUTONOMA se convierta en una empresa auto sostenible con gran proyección financiera y gran responsabilidad social y ambiental.

*Palabras Clave:* Economía, Empresa, Estrategia, Innovación, Responsabilidad Social Empresarial.

### **Abstract**

The business world today is governed in different ways within each company, where it is important to highlight that innovation is part of the growth of organizations, this being a favorable factor for the world economy, it is thus through the exponential growth of companies. companies CSR is part of the responsibility that companies acquire with their managers and their groups of collaborators; Thus, it is sought to know the degree of commitment of the participants of the company who work in the activities directly or indirectly since they are a fundamental part of the implementation of social programs and environmental care in the organization.

Strategic planning is essential if we want our company not only to conquer national but international markets, as well as to position and maintain itself. It is clear that everything must be accompanied by great strategies for the protection of natural resources and strategic communication with the groups of collaborators that allow it to have a responsible social status, we want AGROAUTONOMA to become a self-sustainable company with great financial projection and great responsibility social and environmental.

**Keywords:** Economy, Business, Strategy, Innovation, Corporate Social Responsibility.

## **Capítulo 1. Antecedentes**

### **Introducción**

Como sociedad nos corresponde adaptarnos constantemente a los cambios sin dejar a un lado la responsabilidad que debemos asumir en el crecimiento económico, medio ambiente y desarrollo social, es indispensable que todos dentro del rol que nos corresponda tengamos responsabilidad social y así mismo las organizaciones deben cumplir en sus actividades con la Responsabilidad Social Empresarial que les permitirá crecer gradual y establemente ya que si enfocan su crecimiento únicamente en el área financiera tienen una gran posibilidad de fracaso. La RSE es una triplete con la cual debemos jugar todos por un mundo mejor.

### **Problema**

Alta deficiencia en atención al cliente y recepción de PQR

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Mejorar la forma de atender a nuestro personal y clientes a través de recepción del PQR de la empresa Agro-autónoma.

### ***Objetivos Específicos***

- Agilizar la implementación de las políticas de Seguridad en el trabajo a través de capacitación y/o contratación de personal idóneo para el cargo.
- Optimizar la calidad en la atención al cliente.  
Implementar un buzón de sugerencias para atender las necesidades y quejas de nuestros clientes.
- Brindar capacitaciones a nuestro personal para reformar la calidad del servicio.
- Capitalizar y recolectar información de los clientes para optimizar las quejas y sugerencias.

## Capítulo 2. Marcos Referenciales

Los marcos referenciales son un texto que identifican y exponen los antecedentes de las diferentes teorías que existen sobre algún tema de estudio, estas referencias las realiza un investigador cuando decide tomar un caso de estudio.

### **Marco conceptual**

Definir los diferentes conceptos por medio de un glosario que nos llevaran a identificar los diferentes componentes que forman parte de la Responsabilidad Social Empresarial.

#### *Ética.*

Al definir la palabra ética nos referimos a las normas que se deben aplicar para el mejoramiento del comportamiento de la persona. Se deben fomentar el comportamiento positivo y desechar las acciones negativas las cuales desvirtúan al comportamiento ético.

Todo esto en busca del mejoramiento de sí, para lograr las metas propuestas y conseguir la satisfacción deseada, la cual según Aristóteles es la “felicidad”

De la Cruz, C & Fernández, J. (2016)

#### *Ética Empresarial.*

En el ámbito empresarial cada individuo debe aportar con su ética a nivel personal para lograr un todo en la organización la cual a su vez establece sus normas éticas con las cuales se obtiene como resultado de bienes y servicios de calidad.

La aplicación de la ética empresarial debe contener valores morales, debe aplicar justicia y debe promoverse un liderazgo enfocado hacia la ética profesional con metas de la mejora continua.

Solomon, R. C. (2004), De la Cruz, C & Fernández, J. (2016)

### ***Pensamiento Estratégico.***

Cualidad que deben tener los líderes (alta dirección) la cual enmarca un conjunto de acciones o elementos encaminados a lograr las metas deseadas, generando satisfacción a los actores involucrados. Generalmente se aplica el conocimiento intuitivo (no racional que permita visualizar a dónde quiere llegar la organización en el futuro.

Según los autores podemos identificar que el pensamiento estratégico está encaminado en la posición del estratega en los negocios ya que ve el mundo de modo diferente, es decir es aquella persona que se centra en sobresalir en un mundo competitivo dentro de las organizaciones.

Bruzco, M. (2015)

### ***Desarrollo Social.***

El desarrollo social se enfoca hacia el bienestar social de un grupo específico y que se materializa como progreso de la calidad de vida de la colectividad en aspectos como: educación, salud, reducción de pobreza, etc.

Las organizaciones de tercer sector contribuyen en gran manera al desarrollo social porque están diseñadas de forma no lucrativa a mejorar aspectos negativos que otras organizaciones no lo hacen y generar de esta manera bienestar social.

Rebeil-Corella; Arévalo-Martínez, (2017)

### ***Desarrollo Sostenible.***

El desarrollo sostenible está encaminado a la idea del cambio gradual y direccional, pretende ser integral abarcando los aspectos históricos, culturales, y la integración de los diferentes actores sociales.

En síntesis, el desarrollo sostenible busca potenciar las capacidades de una región aprovechando todos los recursos necesarios para lograr el bienestar social de forma prolongada en el tiempo, contribuyendo al desarrollo económico y social, para alcanzar los objetivos del crecimiento humano y al mismo tiempo proteger la capacidad de los sistemas naturales.

Llanes, M & Salvador, Y. (2018).

### ***Excelencia Empresarial.***

La excelencia empresarial es un acumulado de diferentes percepciones, pero que están relacionadas entre sí para alcanzar la máxima eficiencia en la misión para obtener mejores resultados dentro de las organizaciones. De esta manera el hecho de que una empresa consiga la excelencia significa no solo que sea eficiente en su oferta y de menada, ni que genere buena rentabilidad a sus accionistas, sino además que el producto sea un producto socialmente responsable y que genere beneficios a todos los actores involucrados (stakeholders) generando beneficios económicos, sociales y ambientales.

Pigé, B. (2012).

### ***Grupos de Interés.***

Grupos de interés son aquellos actores involucrados quienes pueden llegar a inquietar o ser forzado por las actividades que una empresa realiza para conseguir sus propósitos. Tales grupos de interés están conformados por: Propietarios de la empresa, Directivos, empleados, Proveedores, gobierno, Clientes, Competencia, Sociedad en general, Medios de comunicación.

Estos grupos de interés se hacen necesarios identificarlos por parte de las empresas para conocer sus necesidades y de esta manera tomar las medidas pertinentes para satisfacerlos.

(Freeman, 1984; Freeman, 2010), (Caballero, 2006; Savage, Nix, Whitehead, & Blair, 1991):

### ***Sostenibilidad.***

La sostenibilidad en la organización es el resultado de implementar el compromiso empresarial. Se define como la capacidad de una compañía puede tener para el desarrollo y la continuidad de sus actividades con relación a un producto teniendo en cuenta aspectos sociales, ambientales y económicos. Aquí juega un papel importante el aspecto financiero en el que interactúan actores como las entidades bancarias como principales aliados de la sostenibilidad de una empresa.

Vargas-Chaves, I & Marrugo-Salas, L. (2015), John Elkington (1998)

### ***Estrategia.***

una estrategia empresarial se debe proyectar teniendo en cuenta todos los actores involucrados pensando en cómo se quiere tener la empresa en determinado tiempo. Juega un papel importante el cliente y sus necesidades lo cual es objeto de estudio para plantear una buena estrategia, la cual debe ser dirigida por un gerente muy efectivo y con sentido de ética capaz de llevar la empresa a través de una buena estrategia hacia la excelencia.

Hax, A & Majluf, N. (2014)

### ***Gerencia Estratégica.***

Se la puede considerar como una herramienta para liderar los procesos en una organización de forma ordenada con la que se identifican los aspectos críticos y sus alternativas de solución logrando conseguir de forma eficiente los objetivos empresariales. Consta de aspectos como:

La formulación estratégica: donde se identifican oportunidades y amenazas y precisan debilidades y fortalezas (Fred, 2018).

Ejecución de estrategias: se refiere a la categorización de conjuntos de alto desempeño en las áreas de mayor impacto de la organización.

En la gerencia estratégica se utilizan las oportunidades y fortalezas para reducir debilidades y amenazas en todos los ámbitos de la empresa.

## **Marco Teórico**

### **La Responsabilidad Social un reto para el Mundo Empresarial**

Especificar la responsabilidad social en las compañías es una concepción clave a la hora de entender cómo funcionan las organizaciones, de igual forma es importante destacar que los diferentes autores que definen la Responsabilidad Social Empresarial están encaminados en citar la importancia que tiene el hombre en el desarrollo de la sociedad, es decir, los caminos que deben recorrer las personas para favorecer con el progreso sostenible dentro de las compañías. Freeman (1984), sustenta que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son estrategias para disminuir los precios de transacción con los segmentos interesados. Esta afirmación aplica a la realidad teniendo en cuenta que las empresas de hoy están apostando a la generación de beneficios a todos los actores de interés con relación a la empresa y sus actividades en la consecución de sus objetivos. En ese contexto la responsabilidad social empresarial ha adquirido cada vez mayor preponderancia social por la mayor sensibilización adquirida por empresarios y stakeholders (grupos de interés), en relación con asuntos como la salud de los empleados, el cambio climático, la interacción con las comunidades, el buen gobierno corporativo, la

preocupación por el bienestar del consumidor, entre otros. La introducción de la responsabilidad social en el entorno empresarial ha generado una nueva filosofía empresarial y, también el ajuste de los propósitos organizacionales, tales como la misión y visión de muchas organizaciones. A la mayoría de stakeholders les gustaría tratar con organizaciones socialmente responsables. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas.

Entre las principales particularidades de la RSE encontramos que se compone de tres componentes los cuales constituyen la mayor relevancia, y que en conjunto con los valores éticos pueden formar valores a todos sus grupos de colaboradores. Según la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995) Determina que múltiples actividades manifiestan concordancia entre las políticas de la RSE en sus aspectos Económicos, Sociales y ambientales, en conjunto con los valores y principios corporativos. Es decir que las políticas de la RSE, se fundamenta en los componentes: Económico, social y ambiental, los cuales abarcan los entornos en la empresa y le otorga la posibilidad de lograr el desarrollo sostenible.

De esta manera la RSE genera beneficios a la sociedad, pues parte de su enfoque se direcciona a mejorar las necesidades relevantes de la sociedad en armonía con los principios fundamentales de la Ética, que aportan un alto nivel de relevancia hacia la RSE, y que representa quizá el eslabón más importante dentro de la estrategia de RSE, teniendo en cuenta que la Ética direcciona hacia las conductas correctas del ser humano.

Otra característica de gran importancia es que la RSE, puede en caso dado generar resistencia a la crisis, un ejemplo muy sonado en Colombia fue la acción social de la Empresa Arturo Calle, la cual en plena crisis del covid 19 en el año 2020, decidió mantener su nómina de trabajadores antes que despedirlos, creando una gran oportunidad de percepción positiva y preferencia por parte del consumidor.

En el aspecto ambiental, las empresas se esmeran en generar productos responsables tanto en aspectos sociales como ambientales, es de mencionar que el aspecto ambiental con el caminar de los tiempos ha tomado la importancia que se merece llegándose a consolidar como un aspecto de estricto cumplimiento para el funcionamiento de las organizaciones.

Entre otros aspectos encontramos el comportamiento de las prácticas empresariales y su relación con la RSE, señalan que las empresas con un gran tamaño tienen mejor aplicabilidad de la RSE. Otros como Lima et al. (2014) según estudios en Brazil 1996 al 2008, “encontraron que el tamaño de las empresas se encuentra negativamente relacionado con la RSE, es decir, las empresas de menor tamaño mostraron tener una mayor integración de las prácticas de RSE”. Waddock y Graves, (1997), atribuyen los aspectos financieros de las empresas a la RSE. Es decir que las empresas de mayor rentabilidad tienden a implementar con más facilidad la RSE, debido a que cuentan con dinero suficiente para implementar sus políticas de RSE.

Por su parte la RSE es una estrategia que busca más que el cumplimiento de los criterios legales, mejorar aspectos más profundos como la creación de bienes y servicios de forma socialmente responsables con el medio ambiente, tomar conciencia sobre los impactos sociales, crear beneficios para todos sus grupos de interés, entre otros. De esta manera se considera que

sin importar su tamaño la RSE puede ser aplicada de manera eficaz por todo tipo de empresas, una de las más representativas y que se enmarca en los principios de RSE son las empresas relacionadas con el cooperativismo y el asociativismo. Las cooperativas están diseñadas a aplicar la RSE con más facilidad y eficacia que las empresas capitalistas. Demostrando así que las empresas de tipo cooperativo mediante a su calidad de cultura, valores y normas tienen incluido en su forma organizativa muchos de los principios de RSE, pudiendo armonizar los aspectos económicos con los sociales, integración de socios y de los diferentes stakeholders fomentando la transparencia y la honestidad, haciendo que el cooperativismo se articule armoniosamente con la RSE (Vargas y Vaca, 2005; Carrasco, 2005) integrando los principios de eficacia empresarial con principios de democracia, ayuda comunitaria y justicia distributiva (Díaz, N. (2014). Con lo cual se busca autosuficiencia en los productos y servicios promulgando calidad del producto, precios justos, la validez de la opinión de todos los participantes y generación de oportunidades para todos.

“las cooperativas pueden ser reconocidas como pioneras en el desarrollo y mantenimiento de la RSE como instrumento de gestión global”. Este tipo de organizaciones cuentan con alto grado de disposición para asumir adecuadamente los principios de la RSE, debido a su forma en cómo están constituidas con un enfoque social y hacia el cuidado del medioambiente, buscan el bien común de cada uno de sus colaboradores, generan beneficios y servicios de calidad y bajo el concepto de productos socialmente responsables. Por tal razón puede la fórmula ideal para aplicar la RSE basada en los principios del cooperativismo. De acuerdo a esto las empresas de la actualidad deben gestionar la aplicabilidad de RSE como estrategia para el posicionamiento en el mercado y su durabilidad en el tiempo.

Algunos aspectos a tenerse en cuenta en la gestión estratégica de la RSE es la necesidad de concientización en las empresas direccionada a la gestión empresarial, el bienestar de los grupos de colaboradores y el respeto a los derechos del ciudadano como lo mencionan Marielba Colmenares León, Rosaura Colmenares León (2018). Indicándonos que las empresas deben buscar el bien común de sus grupos de interés de forma consiente, honesta y transparente ajustándose al cumplimiento de los derechos del ciudadano y al resultado de los objetivos de la organización.

Otro aspecto es la influencia que ejercen las empresas sobre las comunidades, lo cual puede representar impactos tanto negativos como positivos en la sociedad como lo manifiesta (Marielba Colmenares León, Rosaura Colmenares León, 2018). Tal es el caso de las empresas petroleras ya que ellas pueden aportar desarrollo Económico y social en las zonas de influencia; pero en muchos casos a coste de impactos negativos contundentes en el medio ambiente. Sin embargo queda demostrado que el factor influencia es representativo como iniciativa de gestión estratégica.

Con respecto a los modelos de RSE, existe 3 modelos fundamentados en los tres aspectos principales de la RSE, cada uno de ellos refleja su compromiso ante la sociedad, la empresa y el hábitat natural:

De acuerdo a la publicación ([www.gruponw.com](http://www.gruponw.com), s. f.) por Medina M,(2020) los tres modelos son: Modelo social, Económico y Ambiental.

En el modelo Social las empresas se orientan a mejorar las condiciones operacionales y económicas de la empresa. Se tiene en cuenta el mejoramiento del sitio de trabajo, su

infraestructura y entorno, como también la zona de influencia (sociedad), dentro de la empresa se organizan reglas donde predominen condiciones justas de las actividades laborales.

El modelo Económico tiene como objetivo aportar para la empresa valores justos en su economía generando a su vez relaciones justas a través de toda la cadena productiva y sus diferentes grupos de interés. Este modelo permite encontrar equilibrio entre recursos empleados y beneficios recibidos.

Por su parte en el modelo Ambiental las empresas se inclinan hacia la utilización de materia prima de tipo reciclable, biodegradable o que no contamine el medio ambiente. Generalmente las empresas establecen relación de RSE con entidades sin ánimo de lucro encaminadas a los objetivos de conservación y preservación del medio ambiente, consagrados en la constitución colombiana de 1991.

León, M., & León, R. (2018) manifiestan que para lograr una efectiva gestión en RSE, es necesario tener en cuenta y aplicar “el pacto entre los negocios y la sociedad”, francés (2016) lo cual permite establecer las reglas para la creación de los objetivos de la organización de manera sostenible y en concordia con la sociedad y el habitat natural. Según León, M., & León, R. (2018), propone un modelo estándar para la gestión de la RSE el cual se compone de aspectos como: el diseño, la implantación, el desarrollo y la evaluación.

El diseño permite diseñar las nuevas acciones para la empresa encaminadas a lograr el cumplimiento de las normas de RSE. En este punto se debe revisar y analizar las acciones de la empresa, determinando las acciones buenas y malas para establecer un plan estratégico que se ajuste a las políticas e RSE de la empresa, que le garantice el cumplimiento de metas.

La implantación de acciones se enfoca en poner en práctica todas las acciones planteadas en la fase de diseño las cuales tienen como objetivo posicionar la RSE en la empresa. En esta etapa la

empresa podrá percibir reducción de impactos negativos a la sociedad y el logro de convertirse en socialmente responsable. Se deben tener en cuenta aspectos como: ¿Qué hacer, como hacer y cuando hacerlo?

La evaluación y seguimiento permite a la empresa la medición de sus resultados y su cumplimiento, determinando para la empresa la culminación o falta de las actividades de la RSE, esta fase permite determinar la efectividad de las acciones tomadas. (López - Universidad Externado de Colombia.pdf, s. f.)

Estas acciones se deben articular de forma armoniosa para lograr la aplicación de las políticas de RSE la cual ejecutada de forma eficiente conduce al Desarrollo social. Por su parte, si queremos un verdadero desarrollo social, debemos hacer parte de ello, es decir debemos hacer parte del cambio. Esto implica prepararnos para recibir ese cambio en aspectos como (educación, cultura, valores éticos, etc). Con esto determinamos que, a mayor grado ético y cultural de una población, mayor es la capacidad para reclamar y ejercer RSE de manera justa en armonía con los diferentes sistemas que hacen parte de dicha responsabilidad.

En este grado de evolución, tanto las empresas como los diferentes grupos de interés, son consecuentes tanto de sus derechos como de sus compromisos, logrando de esta forma actuar de manera justa, transparente, honesta y con el ánimo de mejorar la sociedad y su entorno.

## **Marco institucional**

**Descripción de la Empresa** Asociación Agropecuaria para el fomento de la autonomía, soberanía y seguridad alimentaria AGROAUTONOMA

**Sector** Secundario (Agroindustrial)

**Ubicación** Orito- Putumayo

**Misión** Fomento y promoción de la autonomía, soberanía y seguridad alimentaria en el corredor fronterizo Andino-Amazónico, promoviendo los sistemas y encadenamientos productivos sostenibles, fundamentados en la agroecología y la conservación para el uso sostenible de los recursos naturales.

**Visión** Ser la organización social con mejor capacidad organizativa y administrativa para la gestión y ejecución de proyectos del marco misional, en todo el corredor fronterizo Andino-Amazónico; consolidando al menos una cadena pro-ductiva promisorio cada cinco años. Al 2020 habremos consolidado la cadena productiva del Sacha Inchi.

**Valores** - Transparencia en la ejecución de sus procesos.

- construcción de bienestar social.
- cultura de sustitución de cultivos ilícitos
- respetar, defender y promover los derechos a la seguridad alimentaria.
- Promover la justicia y la equidad.

**Estructura Organizacional**



Información suministrada por Agrouatónoma.

## Marco Legal

La **Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSC)** está relacionada con la conducta responsable de compañías en factor de consideración al habitat natural y los derechos del hombre.

Por ello Agrouatónoma al tener presente los principios, de la **norma ISO 26000** contempla los siete elementos principales que forman siete ejes verticales de realización para que se implemente de manera adecuada el compromiso empresarial.

1. Gobernanza de la organización
2. Derechos humanos
3. Prácticas laborales
4. El medio ambiente
5. Prácticas justas de operación
6. Asuntos de consumidores
7. Participación activa y desarrollo de la comunidad

La norma ISO 26000 es una norma internacional que se caracteriza por ofrecer una pauta para la responsabilidad social, esta norma se diseñó para que las organizaciones la tomen como pauta para utilizar de una manera socialmente comprometido.

### **Gobernanza de la organización**

Comprende la gestión por ende una empresa, toma e incluye disposiciones con la finalidad de lograr un avance en el conocimiento para el alcance de la finalidad de la compañía.

### **Derechos Humanos**

Los derechos humanos dentro de las organizaciones consisten en el valor y respeto que se deben dar como su universalidad para el progreso e incremento de las personas que forman parte de las compañías.

### **Prácticas Laborales**

Las prácticas laborales consisten en el desarrollo de las practicas dentro de una organización estas están relacionados con los trabajadores que forman parte de la compañía incluido el trabajo que se realiza por medio de subcontratos.

### **Medio Ambiente**

Es el habitat natural en el cual una compañía hace una utilización de las reservas naturales para el desarrollo de sus actividades comerciales, lo que establece la norma ISO 26000 dentro de las empresas es que tengan en cuenta la importancia que tiene la estabilidad de los ecosistemas, como un enfoque para la interrelación que existe entre la organización y el ámbito natural.

### **Practicas Justas de Operación**

Crea una indicación a la gestión ética sobre las empresas en su relación con las otras organizaciones.

### **Asunto de consumidores**

Asunto de consumidores se destaca en el valor que tiene la organización donde debe asumir responsabilidades con sus consumidores, donde las organizaciones fomenten un consumo responsable y sostenible de los bienes o servicios que ofrezca la compañía.

### **Participación Activa y Desarrollo De La Comunidad**

Por medio de la integración de la norma, lo cual establece a las empresas desarrollen políticas que favorezcan al crecimiento económico y social de los conjuntos que integran la compañía.

## Capítulo 3. Resultados

### Diagnóstico

Metodología: Para la recolección de datos previos al diagnóstico se realizó encuesta presencial en la que se visitó el establecimiento de la organización previo visto bueno o aceptación de su director.

La encuesta aplicada contenía preguntas sencillas con respuesta cerrada, para la cual se debía elegir una sola opción por pregunta. De esta manera se aplicó la encuesta al gerente de la empresa, empleados, jefe de personal y profesional HSEQ.

Con los datos recogidos, se procedió a construir una matriz de resultados y con su respectivo diagnóstico.

### Matriz de Marco Lógico

Se lo define como un cuadro en el que se establece información resumida relacionada con una propuesta, proyecto o programa el cual pretende solucionar un problema. (MML.pdf, s. f.)

Se compone de 4 objetivos (fin, propósito, componentes y actividades) cada uno de ellos suministra información sobre indicadores, medios de verificación y supuestos.

**Tabla 1: Matriz del marco Lógico**

Niveles de Objetivos	Resumen Narrativo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Factores Externos
<b>Objetivo General (Fin)</b>	Mejorar la atención al cliente y recepción de PQR en la empresa Agro autónoma.	Mejoramiento de un 70% en la atención al cliente	Registro de PQR y de visitas de clientes	Mejoramiento de la percepción de los clientes hacia la empresa.

<b>Objetivo del Proyecto</b>	"Incrementar en un 30% las ventas de aceite de sachu inchi a través del fortalecimiento de capacidades laborales enfocados al mejoramiento en atención al cliente a los empleados de la empresa Agro autónoma municipio de Orito "	aumento en las ventas de un 30%	Registro de ventas	Satisfacción del cliente
<b>Resultados (Componentes)</b>	a) Mejoramiento de los programas de capacitación al personal de la empresa  C) Personal altamente capacitado y dispuesto a brindar atención de calidad	100% de los trabajadores capacitados  Mejoramiento de un 70% en la atención al cliente	Empresa agro autónoma	buenas acogida por parte del cliente.  Potencialización de las capacidades de los trabajadores
<b>Actividades</b>	a) .1. Proponer un modelo eficaz para llevar a cabo el programa de capacitación al personal de agro autónoma. 2. presentación y aprobación del modelo por parte la junta directiva. 3. contratar profesionales altamente capacitados para esta actividad formativa.4. elaborar cronograma de actividades. 5. Ejecución de los talleres de capacitación	cumplimiento en el 100% de las actividades planteadas	listados de asistencia a las capacitaciones	Realizar seguimiento de las capacitaciones durante el diseño y la ejecución.

## Stakeholders

**Tabla 2: Stakeholders Empresa Agro autónoma**

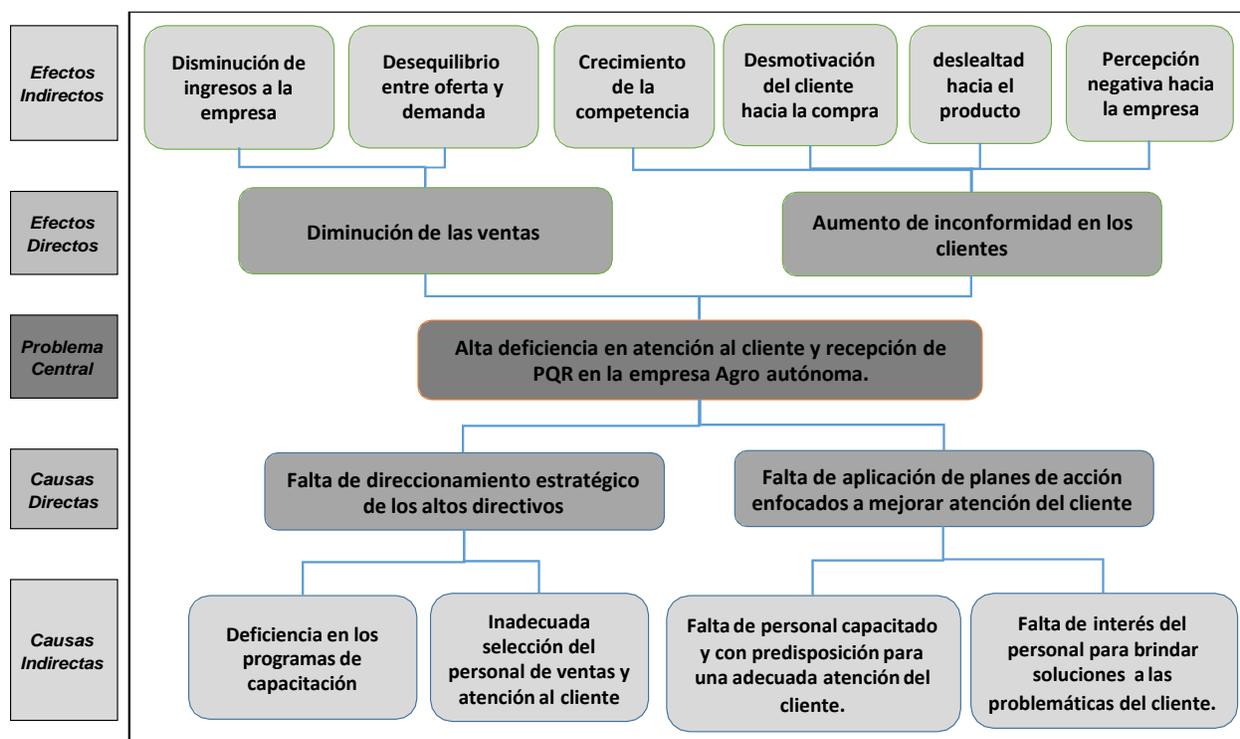
<b>Stakeholders de intereses directos</b>	Socios fundadores (propietarios de la organización)
	Directivos
	Empleados _ Empresa Agro autónoma
	Proveedores: - productores de sacha inchi, - proveedores de envases - proveedores de publicidad, - Proveedores de servicios públicos
	Clientes: - potenciales - clientes Minoristas
<b>Stakeholders de intereses indirectos:</b>	Competencia (otras empresas dedicadas a la producción de sacha inchi)
	Sociedad en general (habitantes departamento del Putumayo)
	Medios de comunicación
	El medio ambiente

## Árbol del Problema

Según lo expuesto por (Martínez & Fernández, s. f.) lo determinan como una técnica participativa con la cual se pueden plasmar ideas de forma creativas logrando identificar un problema y organizar los datos obtenidos.

Mencionan que el tronco del árbol hace referencia al problema principal, las raíces constituyen las causas del problema y la copa (ramas) aluden a las consecuencias. De esta forma se logra identificar adecuadamente las causas y consecuencias del problema de estudio.

Este tipo de mapas o diagramas se convierten en herramientas esenciales con la cuales fácilmente se logra identificar el problema al mismo tiempo de organizar sus partes teniendo en cuenta sus causas y consecuencias.



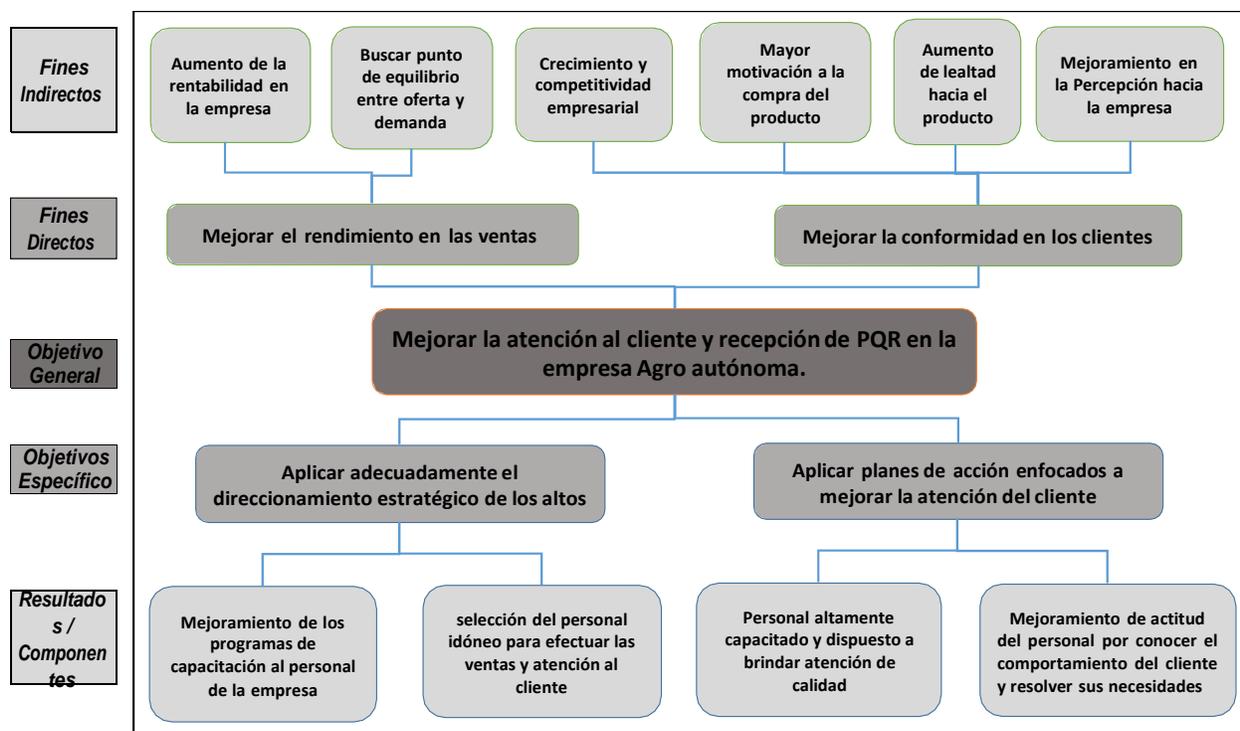
**Figura N° 1:** *Árbol de problemas para la empresa Agro Autónoma*

Nota. En este árbol de problemas de la empresa agro autónoma encontramos como problema central la alta deficiencia en atención al cliente y recepción de PQR, este constituye el tronco del árbol. Hacia abajo encontramos 2 causas directas con relación a dicho problemas de las cuales se ramifican a su vez 2 causas indirectas para un total de 4 causas indirectas relacionadas de acuerdo a su orden jerárquico. Del problema central hacia arriba se observan 2 efectos indirectos (disminución en ventas y aumento de inconformidad en los clientes) el primer efecto tiene 2 efectos indirectos y el segundo 4 para un total de 6 efectos indirectos.

Fuente. Elaboración propia

### ***Árbol de Objetivos***

Según lo planteado por Evaldes, (2018), sostiene que el árbol de objetivos transforma al árbol de problemas de tal forma que sus causas (raíces) se convierten en medios y sus consecuencias (hojas) se convierten en los fines o propósitos. Este tipo de diagramas o mapas permite hacer análisis de las diferentes alternativas de solución y permite llevar los medios a estrategias. En la figura N° 2 encontramos el árbol de objetivos de la empresa agroautónoma relacionado con el árbol de problemas. Ver figura N° 2.



**Figura N° 2:** *Árbol de Objetivos para la empresa Agro Autónoma*

Nota. En la figura N° 2 observamos el árbol de objetivos cuyo objetivo general ubicado en el centro del diagrama y está enfocado a solucionar el problema principal planteado en el árbol de problemas. Hacia abajo encontramos los objetivos específicos o medios los cuales a su vez se ramifican en resultados. Hacia arriba encontramos los fines directos los cuales se ramifican en fines indirectos. Los medios están orientados a solucionar las causas del problema y los fines a dar solución a las consecuencias.

Fuente. Elaboración propia

### *Mapa Estratégico*

Un mapa estratégico permite visualizar, analizar y comprender a primera vista lo que se debe hacer, la forma de hacer, medir para llegar al éxito de la organización. Estos marcan la dirección o ruta guiando el trabajo de la organización vinculando los procesos y actividades de las áreas involucradas de forma clara y precisa para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa en su recuperación. (ICMTVONLINE, 2019)

Estos mapas generalmente sirven para que cada área o departamento tenga claridad de su responsabilidad para lograr la meta principal. De igual manera se identifican las actividades a realizar para cada una de las 7 materias de la RSE.

En el mapa estratégico construido para la empresa Agro autónoma encontramos sus metas relacionadas con las 7 dimensiones de la responsabilidad social empresarial y responden a los objetivos planteados en el árbol de objetivos. Ver figura N° 3

**Figura 1.**

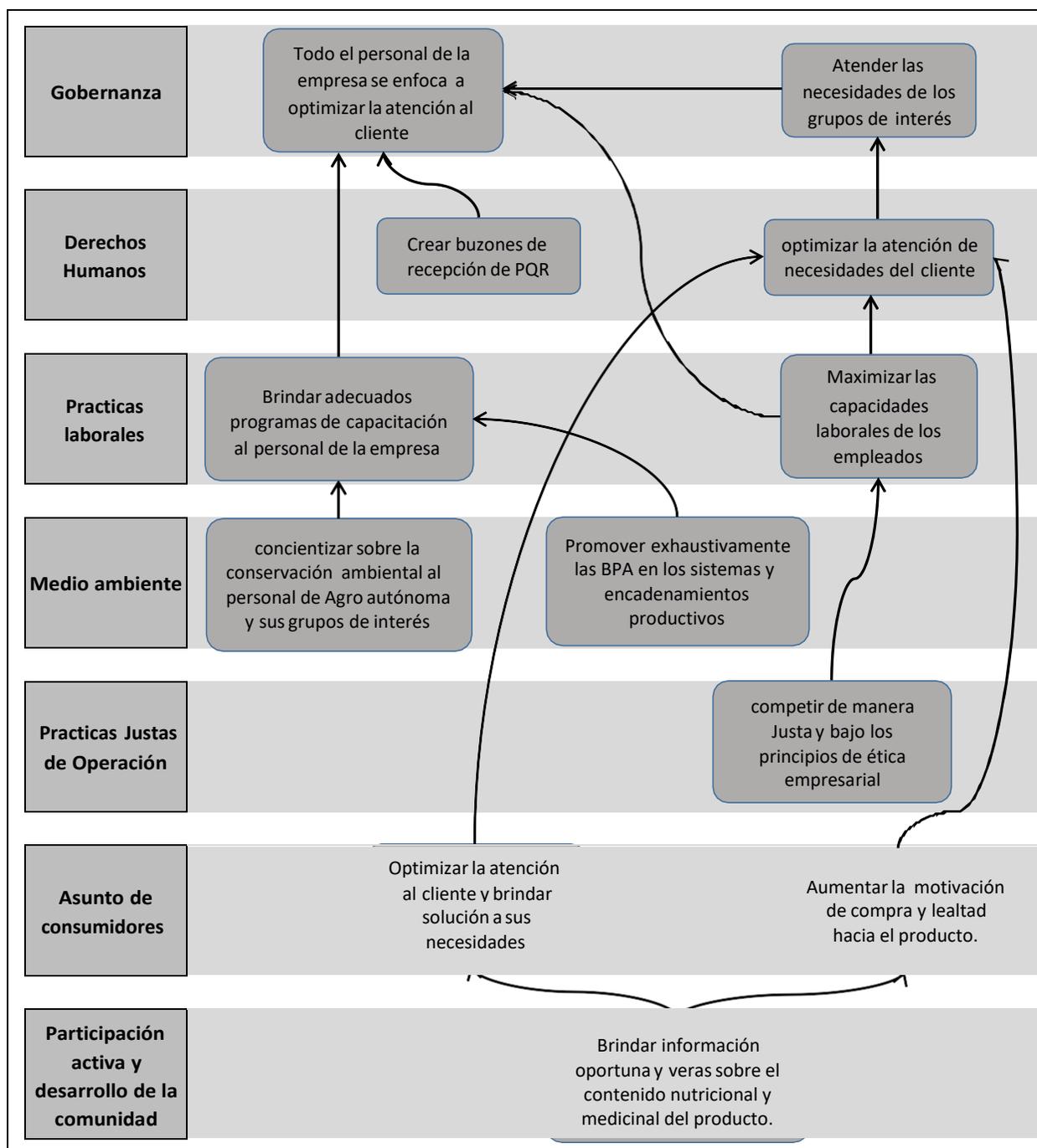


Figura N° 3: Mapa Estratégico para la empresa xx

Nota. En este mapa estratégico observamos que la meta principal es “Todo el personal de la empresa se enfoca a optimizar la atención al cliente” todas las demás metas relacionadas con las 7 materias fundamentales se relacionan con la meta principal de manera dependiente directa o indirecta.

Fuente. Elaboración propia

## Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Un plan de mejoramiento es una sucesión de pasos y gestiones que realiza la organización para obtener mejores resultados.

### Plan de Acción y de Seguimiento

El plan de acción y seguimiento en la empresa Agrouatonoma tiene como propósito monitorear y medir los avances de los planes de acción que se plantea la organización.

En la dimensión económica de la empresa AGROAUTONOMA se logra identificar que el factor donde se estaban presentado inconvenientes con la falta de atención que se le estaban presentado a los clientes de la organización, este factor nos ayudó a entender la importancia que tienen estos en el desarrollo de la actividad económica de la empresa.

**Tabla 3.**

*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Optimizar la atención al cliente por parte de los empleados de la empresa.	Todo el personal de la empresa se enfoca a optimizar la atención al cliente	Mínimo de 6 meses máximo 1 año.	1.500.000	Índice de satisfacción del cliente

*Fuente: Elaboración propia*

En la dimensión social de la empresa AGROAUTONOMA, se identifica la importancia que los aportes oportunos sobre la información nutricional que ofrece la empresa a sus consumidores ya que este factor nos permite comunicarles a nuestros clientes que tipo de productos estamos ofreciendo en el mercado.

**Tabla 4.**  
*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Social</b>	Realizar aportes oportunos sobre la información nutricional y medicinal de los productos que ofrece la empresa.	Brindar información oportuna y veras sobre el contenido nutricional y medicinal del producto.	Mínimo de 6 meses máximo 1 año.		Índice de la tasa nutricional de los productos.

*Fuente: Elaboración propia*

En la dimensión ambiental en la empresa AGROAUTONOMA, se logra identificar la importancia que tiene la creación de tomar conciencia ambiental por parte de los directores y su grupo de interés que forman parte de la organización ya que de esta manera se está aportando a la conservación del medio ambiente.

**Tabla 5.**  
*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Ambiental</b>	Crear conciencia ambiental con los dentro de la empresa Agroautonoma	Concientizar sobre la conservación ambiental al personal de Agroautonoma	Mínimo 1 año máximo 3 años.	3.000.000	Capacitaciones ambientales realizadas

*Fuente: Elaboración propia*

## Conclusiones

La empresa AGROAUTONOMA presenta dificultades de crecimiento debido a la falta de comunicación que tiene con sus grupos de interés donde no existen los canales suficientes para que tanto los proveedores, clientes, empleados y demás puedan hacer sugerencias para mejorar la prestación del servicio.

Mediante la elaboración del árbol de problemas podemos identificar con claridad cuál es el principal problema de la empresa, cuales son las raíces y cuál sería su condición si logramos superar las dificultades.

Usamos el árbol de objetivos para mirarnos en prospectiva y planear una estrategia que nos permita alcanzar las metas que hemos planteado para nuestra empresa.

Es fundamental tener un mapa estratégico que nos permita analizar de forma clara los problemas principales y mediante mesas técnicas designar responsabilidades a cada área a fin de lograr un cambio que nos lleven a los objetivos propuestos.

Los planes de mejora son el resultado de mesas técnicas donde se ha analizado con lupa todas las dificultades para tomar decisiones asertivas las cuales deben ser aplicables al 100% en nuestra empresa y grupos de interés, ellas estarán siempre enfocadas en la RSE sin dejar a un lado ninguno de sus aspectos, solo así alcanzaremos los objetivos propuestos ya que si uno solo nos llega a faltar es probable que fracasemos como organización.

## Referencias

- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nósis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
- Evaldes. (2018, junio 6). Árbol de objetivos. Evaluación y Desarrollo. <http://evaluacionydesarrollo.com/arbol-de-objetivos/>
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.
- Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.
- González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- ICMTVONLINE. (2019, julio 23). Mapas Estratégicos ICM. <https://www.youtube.com/watch?v=RfceyjK0DFY>

- Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.
- Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Martínez, R., & Fernández, A. (s. f.). Arbol de Problema. 13.
- Medina, M y Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- MML.pdf. (s. f.). Recuperado 6 de mayo de 2021, de <http://inapam.gob.mx/work/models/SEDESOL/Resource/1801/1/images/MML.pdf>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. Recuperado de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.
- Ortegón, G., Castrillón, O y Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.

## Anexos

**Anexo A.** Enlace al Código de Ética

<https://editor->

[storage.reedsy.com/books/6089ef3da3d734a5803845e5/exports/success/eab36693-4db8-4457-](https://storage.reedsy.com/books/6089ef3da3d734a5803845e5/exports/success/eab36693-4db8-4457-)

[9c3b-7d4daad1d2dd/202105092249-codigo-de-etica-empresa-agroautonoma.zip](https://9c3b-7d4daad1d2dd/202105092249-codigo-de-etica-empresa-agroautonoma.zip)

**Anexo B.** Formato de Recolección de Información

### APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO A LA EMPRESA AGROAUTONOMA

*Tabla 1: Aplicación de instrumento de recolección de información*

Empresa		<b>AGROAUTONOMA</b>			
Nit		<b>900.328.176-1</b>			
Entrevistador		<b>Jose Rubén Trejos Grijalva</b>			
Entrevistado		<b>Herman Erot Hoyo</b>			
<b>Gobernanza de la organización</b>					
<b>Indicador: La empresa hace uso eficiente de sus recursos</b>					
<b>1</b>	¿Está usted de acuerdo como gerente general de la empresa AGROAUTONOMA, que se debe capacitar frecuentemente al capital humano de la organización?	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>
		<b>X</b>			
<b>2</b>	¿Con que frecuencia se realizan las capacitaciones del capital humano en la empresa Agroautotoma?	<b>Cada tres meses</b>	<b>Cada seis meses</b>	<b>Cada año</b>	<b>Cada 2 años</b>
			<b>X</b>		
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Variable: Derechos humanos</b>					
<b>Indicador: La empresa promueve y defiende los principios y derechos fundamentales en el trabajo.</b>					
<b>3</b>	¿La empresa rechaza la discriminación laboral de grupos vulnerables,	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>

	minorías y de toda índole?	<b>X</b>			
<b>4</b>	¿La empresa evita el trabajo forzoso y en talleres y charlas se promueve este derecho a los trabajadores?	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
			<b>X</b>		
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Variable seleccionada					
<b>MEDIO AMBIENTE</b>					
Indicador: La empresa aplica acciones de mitigación y adaptación al cambio climático					

<b>5</b>	¿La empresa promueve las BPA en los sistemas y encadenamientos productivos sostenibles, fundamentados en la agroecología y la conservación para el uso sostenible de los recursos naturales?	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>
			<b>X</b>		
<b>6</b>	¿La empresa implementa estrategias encaminadas a frenar el impacto ambiental negativo, con la estrategia 3R generando de esta manera menos residuos, separando en la fuente y reutilizando?	<b>Cada tres meses</b>	<b>Cada seis meses</b>	<b>Cada año</b>	<b>Cada 2 años</b>
		<b>X</b>			
<b>7</b>	¿La empresa incentiva económicamente a sus grupos de interés por el cuidado del medio ambiente?	<b>Con descuentos en compras</b>	<b>Con descuentos en ventas</b>	<b>Con promociones</b>	<b>Con premios</b>
			<b>X</b>		
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SEGURIDAD SALUD EN EL TRABAJO</b>					
Indicador: La empresa aplica lo reglamentado en los estándares mínimos de seguridad salud en el trabajo de acuerdo a la resolución 0312					

8	· la empresa Agroautoma Elabora y ejecuta el programa de capacitación anual en promoción y prevención, que incluye lo referente a los peligros/riesgos prioritarios y las medidas de prevención y control, extensivo a todos los niveles de la organización?	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
		<b>X</b>			
9	· En Agroautoma el responsable del Sistema de Gestión de SST cuenta con el curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas en SST definido por el	<b>SI</b>	<b>No se tiene</b>	<b>EN PROCESO</b>	<b>NO SE TIENE</b>
		<b>X</b>			
10	¿En Agroautoma se cuenta con la política de SST publicada y socializada con todo los trabajadores	<b>SI</b>	<b>No se tiene</b>	<b>EN PROCESO</b>	<b>NO SE TIENE</b>
				<b>X</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD</b>					
<b>Indicador: La empresa participa en la creación de empleo y desarrollo de habilidades</b>					
11	¿La empresa cuenta con personal idóneo para atención al usuario y ubica un buzón de PQR de manera estratégica para atender las quejas y sugerencias de sus clientes?	<b>No existe personal calificado exclusivo para esta área</b>	<b>No se tiene respuestas oportunas de los PQR interpuestos</b>	<b>El personal encargado de atención al usuario es idóneo</b>	<b>e. No existe un buzón de PQR</b>
		<b>X</b>			
12	¿La empresa hace convocatorias públicas de empleo para que cualquier persona idónea para los cargos pueda postularse sin ningún tipo de discriminación?	<b>En algunos cargos</b>	<b>Nunca se abre convocatoria</b>	<b>Siempre se hace convocatoria</b>	<b>Las personas no se postulan</b>
			<b>X</b>		

<b>13</b>	¿La empresa hace contrataciones para personas con algún tipo de discapacidad?	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
					<b>X</b>
<b>TOTAL</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>Asuntos de consumidores</b>					
<b>Indicador:</b> El producto se enfoca a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores					
<b>14</b>	¿Se aplican principios de inocuidad en el producto?	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
		<b>X</b>			
<b>15</b>	¿Está usted de acuerdo que el producto satisface la necesidad del consumidor?	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>
		<b>X</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ENCUESTA</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>