

**Plan de responsabilidad social para la empresa Hidrosanitarias NMC en la ciudad de
Ibagué - Tolima.**

Jorge Enrique Naranjo Joven

Liliana Bermúdez Reyes

Martha Eulalia Correal Baquero

Rosa Icela Ocampo Garzón

Sol María Vaquiro Montealegre

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Mayo de 2022

**Plan de responsabilidad social para la empresa Hidrosanitarias NMC en la ciudad de
Ibagué - Tolima.**

Jorge Enrique Naranjo Joven

Liliana Bermúdez Reyes

Martha Eulalia Correal Baquero

Rosa Icela Ocampo Garzón

Sol María Vaquiro Montealegre

Asesor

Adrián Marcel García Caicedo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Mayo de 2022

Resumen Analítico Especializado

Título	Plan de responsabilidad social para la empresa Hidrosanitarias NMC en la ciudad de Ibagué - Tolima.
Autores	Jorge Enrique Naranjo Jóven, Liliana Bermudez Reyes, Martha Eulalia Correal Baquero, Rosa Icela Ocampo Garzón, Sol María Vaquiro
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Adrián Marcel García Caicedo.
Año	2022
Palabras clave	Desarrollo sostenible, Ética empresarial, Estrategia, Responsabilidad social, Stakeholders.
Resumen	En la investigación se realiza el Plan estratégico de Responsabilidad Social empresarial (RSE) para la empresa Hidrosanitarias NMC, integrando los grupos de interés o stakeholders, realizando un reconocimiento de los diferentes temas que permiten hacer una conceptualización y teorización de lo que representa la responsabilidad social empresarial (RSE), los elementos de la ética empresarial, la planeación estratégica que incluye las acciones que favorezcan el desarrollo de sus operaciones y el cuidado del medio ambiente, la labor social y todo aquello que beneficie a los grupos de interés y contribuya al desarrollo económico de la región.
Problema de investigación	Incumplimiento de las prácticas y políticas ambientales en la organización Hidrosanitarias NMC.
Metodología	Investigación de tipo mixto: En conformidad al enfoque que se dio a la investigación, la importancia de configurar una perspectiva amplia para el planteamiento y desarrollo del problema de investigación con base al diagnóstico del nivel de cumplimiento de las 7 materias fundamentales de la Norma ISO 26000, el instrumento de recolección de información se diseñó integrando datos cualitativos y cuantitativos y el análisis de resultados a través de la metodología del Marco lógico.
Principales resultados	Se presenta la propuesta de plan de acción y seguimiento para la empresa Hidrosanitarias NMC para el cumplimiento de las prácticas y políticas ambientales dentro de los temas fundamentales de la ISO 26000.
Conclusiones	En la identificación del complejidad se realizar una indagación de los enfoques que llevan a tomar fuerza la problemática central de <u>la empresa Hidrosanitarias MNC, la cual suele pretender</u>

establecer soluciones al incumplimiento de las prácticas y políticas ambientales que afectan de manera estricta el buen desarrollo organizacional creándose una baja implementación de la promoción y sensibilización del cuidado ambiental, se encuentran no conformidades que pueden ocasionar riesgos en la seguridad laboral de los colaboradores y seguido a esto un desconocimiento de las políticas ambientales actuales que debe regir la empresa. Se creó un mapa estratégico aplicado a la empresa HIDROSANITARIAS NMC, por medio del cual logramos articular las materias fundamentales de la RSE que le dan valor en la gestión de la compañía, esto ayuda a comprender la importancia de implementar un plan estratégico, donde toda directiva debe tener claro la significación de reforzar el trabajo en equipo, adquirir herramientas y así llegar al objetivo propuesto por la empresa. Teniendo en cuenta una buena selección del personal contratado, brindar capacitaciones constantes a los colaboradores en algo que es la razón de ser de una empresa como el trato que se dé a los clientes para lograr la fidelidad y adquisición de nuevos. También debemos fortalecer en toda empresa donde tengamos la oportunidad de laborar o de liderar, crear conciencia y buscar herramientas para conservar el clima y toda la naturaleza, ya que todos vivimos en él.

Referencias

Norma ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed1: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

Resumen

En la presente investigación se realiza el Plan estratégico de responsabilidad social empresarial (RSE) para la empresa Hidrosanitarias NMC, contando con la colaboración de los grupos de interés (Stakeholders), realizando un reconocimiento a los diferentes temas que permiten hacer una conceptualización y teorización de lo que representa actuar con responsabilidad social empresarial, los elementos que comprenden la ética empresarial, la planeación estratégica que incluye las acciones que favorezcan al medio ambiente y el desarrollo de sus operaciones, las labores sociales y todo aquello que genera beneficios para los stakeholders y así estar contribuyendo económicamente en el desarrollo de la región. Se realiza un diagnóstico integral a cada una de las áreas, identificando como el problema crítico de la empresa el Incumplimiento de las prácticas y políticas ambientales, para lo cual mediante un análisis con la matriz de marco lógico se busca plantear objetivos estratégicos para superar y/o mitigar los problemas y de esta forma proponer un Plan estratégico de responsabilidad social para la empresa, que contribuye a procesos internos, mejorar su imagen y el reconocimiento de esta empresa en el entorno comercial por sus acciones y buenas prácticas empresariales. Se presenta una propuesta de Plan de acción y seguimiento para la empresa Hidrosanitarias NMC para así dar cumplimiento de las prácticas y políticas ambientales dentro de los temas fundamentales de la ISO 26000.

Palabras Clave: Desarrollo sostenible, estrategia, ética empresarial, responsabilidad social, stakeholders.

Abstract

In this research, the strategic plan of corporate social responsibility for the company Hidrosanitarias NMC is carried out, with the collaboration of the stakeholders, making a recognition of the different topics that allow a conceptualization and theorization of what it represents to act with corporate social responsibility, the elements that comprise business ethics, strategic planning that includes actions that favor the environment and the development of its operations, social work and everything that generates benefits for stakeholders and thus be contributing economically in the development of the region. A comprehensive diagnosis is made in each of the areas, identifying as the critical problem of the company the non-compliance of environmental practices and policies, for which by means of an analysis with the logical framework matrix seeks to propose strategic objectives to overcome and/or mitigate the problems and thus propose a strategic plan of social responsibility for the company, which contributes to internal processes, improve its image and the recognition of this company in the business environment for its actions and good business practices. A proposal for an action and follow-up plan for Hidrosanitarias NMC is presented in order to comply with environmental practices and policies within the fundamental topics of ISO 26000.

Keywords: Sustainable development, strategy, business ethics, social responsibility, stakeholders.

Tabla de Contenido

Capítulo 1. Antecedentes.....	11
Introducción	11
Problema	12
Objetivos.....	14
Capítulo 2. Marcos Referenciales	15
Marco conceptual.....	15
Marco Teórico.....	19
Marco institucional	22
Logotipo:.....	22
Hidrosanitarias NMC	22
Marco Legal	24
Capítulo 3. Resultados	27
Diagnóstico	27
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	51
Conclusiones	55
Anexos	59

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Cuadro de stakeholders – Hidrosanitarias NMC</i>	45
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	52
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	53
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	54

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama, Hidrosanitarias NMC</i>	24
Figura 2. <i>Pregunta 1 – Encuesta directivos</i>	29
Figura 3. <i>Pregunta 2 – Encuesta directivos</i>	29
Figura 4. <i>Pregunta 3 – Encuesta directivos</i>	30
Figura 5. <i>Pregunta 4 – Encuesta directivos</i>	30
Figura 6. <i>Pregunta 5 – Encuesta directivos</i>	31
Figura 7. <i>Pregunta 6 – Encuesta directivos</i>	31
Figura 8. <i>Pregunta 7 – Encuesta directivos</i>	32
Figura 9. <i>Pregunta 8 – Encuesta directivos</i>	33
Figura 10. <i>Pregunta 9 – Encuesta directivos</i>	34
Figura 11. <i>Pregunta 10 – Encuesta directivos</i>	34
Figura 12. <i>Pregunta 11 – Encuesta directivos</i>	35
Figura 13. <i>Pregunta 12 – Encuesta directivos</i>	36
Figura 14. <i>Pregunta 13 – Encuesta directivos</i>	36
Figura 15. <i>Pregunta 14 – Encuesta directivos</i>	37
Figura 16. <i>Pregunta 15 – Encuesta directivos</i>	38
Figura 17. <i>Pregunta 1 – Encuesta colaboradores</i>	38
Figura 18. <i>Pregunta 2 – Encuesta colaboradores</i>	39
Figura 19. <i>Pregunta 3 – Encuesta colaboradores</i>	40
Figura 20. <i>Pregunta 4 – Encuesta colaboradores</i>	40
Figura 21. <i>Pregunta 5 – Encuesta colaboradores</i>	41
Figura 22. <i>Pregunta 6 – Encuesta colaboradores</i>	42
Figura 23. <i>Pregunta 7 – Encuesta colaboradores</i>	42
Figura 24. <i>Pregunta 8 – Encuesta colaboradores</i>	43
Figura 25. <i>Pregunta 9 – Encuesta colaboradores</i>	44
Figura 26. <i>Árbol de problemas para la empresa Hidrosanitarias NMC</i>	48
Figura 27. <i>Árbol de Objetivos para la empresa Hidrosanitarias NMC</i>	49
Figura 28. <i>Mapa Estratégico para la empresa Hidrosanitarias NMC</i>	50

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética	59
Anexo B. Formato de Recolección de Información	59

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) debe ir de la mano con el crecimiento económico de las empresas, por esto la planeación estratégica debe contemplar diversas acciones que favorezcan al medio ambiente, las operaciones, la labor social, y todo lo que ayude a los grupos de interés cercanos y su entorno económico. La responsabilidad social empresarial RSE está estrechamente ligada a nuestro diario vivir y más aún en el mundo de los negocios, pues en este medio se toman valiosas decisiones que afectan drásticamente a la sociedad en su entorno, por lo que todo debe girar en torno a lograr los mayores beneficios en el ecosistema en que se desarrolla la actividad económica de la empresa.

Es de gran importancia que un líder empresarial tenga en cuenta establecer la formulación, implementación y el control de la estrategia organizacional, tener claro conceptos y definiciones de cada una de las palabras importantes dentro de los elementos fundamentales de la gerencia estratégica y que sus actuaciones están basadas bajo ciertos principios y valores para prestar el mejor servicio a sus clientes. En torno a esto, se ha seleccionado la empresa Hidrosanitarias NMC, para presentarle una propuesta o plan estratégico para que puedan dar cumplimiento a las prácticas y políticas ambientales en sus acciones relacionadas con la normatividad de la ISO 26000.

Problema

Hoy en día se puede apreciar que para el crecimiento empresarial a nivel mundial las empresas ponen en práctica estrategias de responsabilidad social empresarial que les permiten dar cumplimiento a las políticas internas y de diversos acuerdos de índole internacional, en un estudio realizado por IBM y su instituto de valor empresarial publicado en el Diario la República se dice que alrededor del 93% de los consumidores están atentos a la responsabilidad social de las organizaciones que los rodea y de las cuales obtienen sus productos y servicios, es de tener en cuenta que durante la pandemia covid 19 se agudizó y evidenció muchos de los problemas internos y externos de las compañías causando un efecto de concientización e importancia de los aspectos de la responsabilidad social empresarial ya que estos deben garantizar transparencia en los procesos visualizando coherencia entre los impactos generados en el entorno y su productividad con el fin de sostenerse y mantenerse en dicho sector.

Colombia se encuentra atrasado en diferentes procesos empresariales respecto a países desarrollados o en vía de desarrollo, por ejemplo de acuerdo a la encuesta nacional de gobierno corporativo de la Superintendencia de Sociedades, la cual busca conocer el cumplimiento de responsabilidad sociales en las empresas, los resultados sobre la práctica del medio ambiente menciona que del 100% de los encuestados el 55% menciona que no realizan acciones para la disminución de material contaminante, aunque se evidencia que el 53% de las empresas tienen participación en controlar la contaminación ambiental, aún existe un alto porcentaje de 47% que no lo hacen, la aplicación eficiente de normas, políticas y estrategias conllevan al cumplimiento de la responsabilidad social empresarial mejorando las condiciones de pobreza, desigualdad,

cuidado del medio ambiente, educación entre otras permitiendo que las condiciones de desarrollo mejoren.

En la ciudad de Ibagué ubicada en el departamento del Tolima las empresas se unen a la posibilidad de crecer e implementar acciones de responsabilidad social empresarial, en este sentido se selecciona la empresa Hidrosanitarias NMC para identificar mediante un diagnóstico el “Incumplimiento de las prácticas y políticas ambientales”, de acuerdo al diagnóstico de la empresa Hidrosanitarias NMC frente al cumplimiento de las 7 materias fundamentales de la norma ISO 26000, se evidenció bajo cumplimiento en las prácticas ambientales como consecuencia del desconocimiento y déficit de recursos para la implementación de programas que contribuyan a la mitigación de los efectos causados al medio ambiente, lo cual podría generar sanciones legales, económicas y sociales que podrían afectar la imagen de la empresa y operación de la misma.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un plan estratégico de responsabilidad social empresarial para Hidrosanitarias NMC, con el fin de plantear mejoras en los procesos que realizan apuntando al cumplimiento de las prácticas y políticas ambientales para su beneficio y de los grupos de interés y/o stakeholders.

Objetivos Específicos

Realizar diagnóstico del grado de cumplimiento en Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Hidrosanitarias NMC, por medio de la aplicación del instrumento de recolección de información.

Identificar el problema central a partir del diagnóstico que permita estructurar el árbol de problemas.

Transformar el árbol de problemas en un árbol de objetivos, estableciendo las alternativas de solución del problema principal.

Construir mapa estratégico en conformidad a los objetivos identificados, concerniente a las 7 materias fundamentales.

Formular un plan de acción y seguimiento a partir de los análisis y las respectivas decisiones a tomar que fortalecerán la organización.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Permiten identificar conceptos básicos del objeto de estudio, antecedentes como base para la nueva producción intelectual, regulaciones y lineamientos que dan soporte a la investigación y la metodología a implementar. Dentro de los marcos referenciales se construye el marco conceptual, teórico, institucional y legal en los cuales encontramos referentes y lineamientos que se deben tener en cuenta durante la búsqueda de resultados.

Marco conceptual

El marco conceptual permite hacer una descripción de los conceptos que tienen relación con las acciones que una empresa debe considerar para aportar a la responsabilidad social empresarial, les da sentido y pertinencia en las diferentes interacciones al interior de una organización.

Ética

Disciplina que está enfocada en todas las acciones bajo los principios morales de los individuos, permitiendo la clasificación de aquellas acciones buenas y malas que afectan a las sociedades, organizaciones y demás escenarios donde las personas desarrollan sus actividades cotidianas (Cortina, 2013)

Ética Empresarial

Característica de gran importancia en una empresa, como base fundamental tener principios éticos para llegar al compromiso institucional y social. Surte efectos positivos al ser aplicada en los diferentes niveles de la empresa, desde los cargos directivos hasta los empleados como base principal para la misión de la misma, como el compendio de valores que contribuyen

a alcanzar objetivos estratégicos definidos en pro del mejoramiento continuo organizacional (Truffello y Pérez, 1998).

Pensamiento Estratégico

Son las acciones y estrategias que se implementan en las organizaciones, para visualizar el futuro de la organización, analizando los diferentes escenarios positivos y catastróficos que las organizaciones pueden incurrir si la ejecución de sus acciones y estrategias no están basadas en su misión y los objetivos planteados. Por lo que se entiende como compendio de factores que se enfocan en la solución de incidencias y apuntan a los resultados esperados en una organización (Sánchez, 2007).

Desarrollo Social

Se refiere al proceso que se genera por el bienestar de las personas en concordancia con el desarrollo económico, teniendo así un avance entiéndase este como un conjunto de bienes y prácticas que se relacionan con las tecnologías, también con la productividad y todo aquello que tiene que ver con la supervivencia, de acuerdo con Uribe, M (2004) todo esto con el fin de contribuir a la mitigación de problemáticas sociales. Este se puede dar a través de la cooperación de diferentes actores sociales, públicos y privados. Los esfuerzos van encaminados en poner en primer lugar a las personas para que sean las beneficiarias de los procesos de desarrollo.

Desarrollo Sostenible

Relación con la evaluación y ejecución de estrategias que permitan satisfacer las necesidades y/o problemáticas actuales sin tener que afectar en gran medida las necesidades de

las generaciones venideras, es decir, el uso adecuado de los recursos naturales y económicos de una sociedad, donde su fundamento esencial es la renovación de estos para garantizar el desarrollo de las sociedades (Gutiérrez, 2007).

Excelencia Empresarial

Está definida como el grupo de acciones organizacionales que conllevan a la respuesta positiva frente a las necesidades de sus colaboradores, clientes y consumidores, alcanzado las metas propuestas por las organizaciones. Tiene como objetivo gestionar la eficacia y poder obtener resultados óptimos, por medio de la aplicación de distintos conceptos y procesos. Cabe destacar que la excelencia pretende disposición a la innovación y al cambio, adquisición de habilidades que permitan el relacionamiento (Chile-Calidad, 2007).

Grupos de Interés

Se define como grupos constituidos o individuos cuya finalidad es incidir en la toma de decisiones y que de una u otra manera se podrían ver involucrados en el alcance o por el contrario no hubiera alcance de los objetivos de la organización (empleados, inversores, clientes o proveedores entre otros), los cuales son clasificados de acuerdo con el mercado objetivo que esta tenga para poder satisfacer sus necesidades, generando estrategias competitivas para alcanzar el éxito de la organización (De la Cruz & Fernández, 2016).

Sostenibilidad

Se define sostenibilidad como el proceso por el cual se realiza el equilibrio económico, ambiental y social, el cual se enfoca en cumplir necesidades que puedan surgir en la actualidad y

las futuras, buscando protección de recursos para las próximas generaciones, es decir, se basa en poder trabajar en pro de las necesidades inmediatas y contribuir a asegurar necesidades de las generaciones venideras en las distintas dimensiones (Gonzales, 2015).

Estrategia

Es el conjunto de acciones empresariales el cual genera la toma de determinaciones acertadas que tienen que ver con la coherencia en las iniciativas y formas de asumir la organización frente a los distintos escenarios económicos y su entorno. Es decir, acciones que se deben ejecutar, para que surtan ese impacto en el mercado generando una sólida propuesta de valor que sea la distinción en la competencia (Strickland, 1998).

Gerencia Estratégica

Definido como la implementación de planes estratégicos enfocados al establecimiento de los objetivos organizacionales en un largo y mediano plazo, generando ventaja competitiva en el mercado. Proceso que tiene como eje principal el estudio, las decisiones y acciones mediante planes que busquen identificar y aplicar ventajas respondiendo a las exigencias del entorno competitivo (Schermerhorn y Bachrach, 2015)

Marco Teórico

Para Freeman (1984) la Responsabilidad Social Corporativa es una metodología que puede limitar costes del intercambio con los socios, donde se busca de manera responsable obtener beneficios tanto para los accionistas como para la comunidad en general generando conciencia por el cuidado del medio ambiente. En ese sentido, es importante reconocer si dentro de la responsabilidad social empresarial, las características y maneras de gestión estratégica realmente apuntan a establecer objetivos estratégicos que conlleven a generar ventajas competitivas en la organización.

"La responsabilidad social empresarial (RSE) son acciones que emprende una determinada empresa con el propósito de asumir la responsabilidad desde una mirada empática, donde los impactos que generan las actividades involucran el medio ambiente y la sociedad " (Encolombia.com 2019, p. 1) con el objetivo principal de lograr los mejores resultados, tanto financieros, sociales y ambientales, respetando el entorno, cultural y político donde ejerce su actividad económica.

La obligación social dentro de una asociación es fundamental para ver cómo funcionan las asociaciones. Por lo tanto, es vital subrayar que los diversos creadores que caracterizan la Responsabilidad Social Corporativa apuntan a referirse a la importancia del hombre en el avance de la sociedad, por ejemplo, las formas en que los individuos deben seguir añadiendo a la mejora factible dentro de las organizaciones.

La obligación social de las empresas ha adquirido un beneficio social más notable debido a la conciencia que tienen los administradores de los recursos y los socios, correspondiente a

cuestiones, por ejemplo, el bienestar de los trabajadores, el cambio del medio ambiente, la comunicación con las redes, la gran administración de la empresa, la preocupación por la ayuda del gobierno, del comprador, entre otros. La presentación de la obligación social en el clima empresarial ha producido otra teoría corporativa y que además viene con cambio de los propósitos autoritarios, como la visión y por ende la misión de numerosas asociaciones.

De acuerdo con Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K (2019) Los avances concernientes a la globalización y los ajustes políticos que van surgiendo, sin dejar a un lado los sociales, económicos y haciendo mayor énfasis en los tecnológicos que crecen con mayor aceleración, promueven en el sector empresarial transiciones, que emergen por la importancia de responder y confrontar los cambios, esto implica una postura interna de las organizaciones que incluye prácticas, estrategias y herramientas que gestionan diversos elementos, que apuntan a lograr balance en la dimensión social, económica y ambiental.

Dentro de sus características se puede resaltar el aporte al progreso en procesos de producción y/o productos por lo que genera mayor satisfacción en el cliente, permite alcanzar nivel de competitividad no sólo entorno al ámbito económico sino también netamente en responsabilidad social como parte fundamental que genera beneficios intangibles a la organización (Vergara, 2014).

Como indica la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995), establece que los diferentes ejercicios muestran concordancia entre las estrategias de RSC en sus perspectivas financiera, social y natural, junto con las cualidades y normas corporativas. Teniendo una perspectiva sostenible las organizaciones no se limitaran a producir económicamente solo para ellas, si no que simultáneamente se generan actividades de sostenibilidad para incrementar el

desarrollo desde todos los puntos de vista teniendo nuevos modelos de gerencia que permitan competitividad e inversión en el recurso humano, lo social y medioambiental con el fin de desarrollar buenas prácticas obteniendo a la vez y un crecimiento de la sociedad y por ende un mejor estilo de vida.

Al respecto Guedez (2006) establece que uno más de los términos implícitos dentro de la responsabilidad social empresarial, la capacidad para vislumbrar los alcances de los compromisos sociales de la organización. La responsabilidad social empresarial cuenta con un desarrollo sostenible dónde se tiene beneficios para las empresas que deciden asumir esta responsabilidad con la sociedad, siendo los consumidores admirables por aquellas organizaciones que han desarrollado una acción social que protege y procura el medio ambiente, que invierte algún porcentaje de su capital en recuperarlo y devolver un poco de lo que este brinda.

Como lo establece la norma internacional ISO 26000 pretende que esta tenga como razón principal contribuir a la sustentabilidad, buscando que empresas realicen su actividad económica de manera responsable con la sociedad y en el ejercer de su desarrollo realizarse bajo estándares de comportamientos socialmente responsables, tanto interna como externamente, generando el mejor impacto a la comunidad y al medio ambiente. La implementación de la norma se centra en disponer en forma voluntaria todas las acciones propuestas en periodo de diseño, cuyo objetivo es posicionar la responsabilidad social empresarial de la empresa.

Una organización empresarial puede lograr ventajas competitivas importantes a través de la gestión estratégica y reconocimiento de las elementos que componen la responsabilidad social empresarial, permitiendo desarrollar procesos en determinada secuencia, enfocando ideas y recursos al fortalecimiento de las operaciones, proporcionando directrices claras que permitan al

equipo humano encaminar sus esfuerzos a los objetivos de la organización frente a los retos actuales y los venideros, comprendiendo que además de ideas innovadoras y que contribuyan a la satisfacción de necesidades de la sociedad y cuidado de sí, también es indispensable contar con personal calificado y motivado, todo esto con la finalidad de establecer y alcanzar las ventajas competitivas bajo las prácticas de la responsabilidad social empresarial.

Marco institucional

Descripción de la empresa Hidrosanitarias NMC

Logotipo:



Hidrosanitarias NMC

Descripción: Sociedad creada por acciones simplificada, matriculada en el año 2016, con domicilio registrado en Ibagué - Tolima.

Sector

La organización pertenece al sector terciario de la economía.

Ubicación

La empresa presta sus servicios en la cra 4 n. 49-20 L: 8 edificio multifamiliares, del domicilio principal donde ejerce su actividad, la ciudad de Ibagué – Tolima

Misión

Ser una empresa dedicada a la instalación así como el mantenimiento de redes hidráulicas, sanitarias, contra incendios, acueductos y alcantarillado en los hogares, obras en construcción y empresas, promulgando la responsabilidad, honestidad, eficiencia y calidad con un equipo de talento humano altamente capacitado orientado al crecimiento y a la mejora continua.

Visión

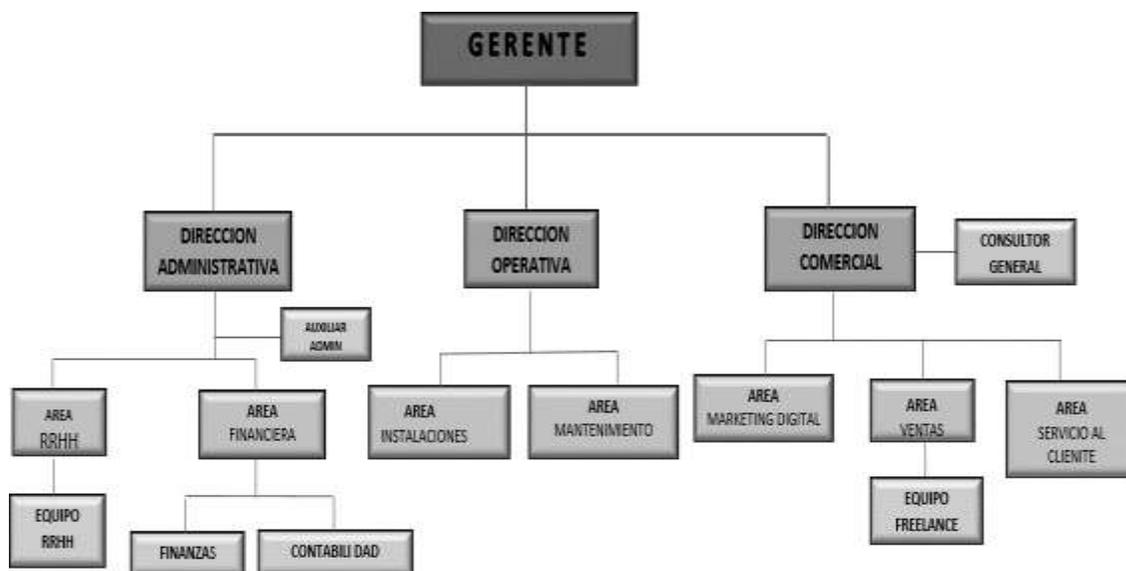
HIDROSANITARIAS NMC para el año 2025 estará posicionada a nivel nacional gracias a un sistema de herramientas de alta tecnología que favorecerá el cuidado del medio ambiente; aumentando a su vez la capacidad de trabajo por parte de los colaboradores para atender las 24 horas y en el menor tiempo los requerimientos de los clientes, generando una mayor confianza y credibilidad.

Valores

- **Compromiso:** Nuestra empresa está fuertemente comprometida con la contribución al desarrollo sostenible, de manera honesta e íntegra.
- **Responsabilidad:** Su compromiso fundamental con los clientes es mostrar un sentido de cumplimiento eficiente, eficaz y efectivo por parte de NMC.
- **Honestidad:** NMC se caracteriza por realizar instalaciones y mantenimientos con materiales de calidad, a unos precios razonables y con sentido de rectitud.
- **Liderazgo:** En busca de lograr un posicionamiento **NMC** procurará liderar el mercado, gracias a la determinación en la obtención de las metas proyectadas con la comunidad que la integra.
- **Servicio:** La calidad de nuestro personal y servicio estará siempre a disposición de la satisfacción que tengan nuestros clientes, proveedores, y empleados.
- **Sentido de Pertenencia:** todas las personas involucradas en nuestro entorno procurarán trabajar como una unidad, en busca de lograr la excelencia poniendo siempre en alto el nombre de HIDROSANITARIAS NMC.
- **Integridad:** nuestros clientes pueden confiar en nosotros, ya que desarrollaremos sus proyectos teniendo la firme convicción que serán ejecutados bajo alta calidad y en el tiempo pactado.

Estructura Organizacional

Figura 1. Organigrama, Hidrosanitarias NMC



Nota: Se presenta figura concerniente al organigrama de la empresa Hidrosanitarias NMC
Fuente: Elaboración propia

Marco Legal

La norma internacional ISO 26000 se entiende como guía sobre responsabilidad social para todo tipo de empresa, privada y pública, pequeña, mediana o grande, buscando que las empresas realicen en su actividad económica las mejores prácticas y sean socialmente responsables con el entorno. Esta norma indica su objeto y campo de aplicación, los principios de la RS, orientaciones sobre las 7 materias fundamentales de la responsabilidad social y su integración para todas las áreas de la organización. (ISO 26000, 2010)

Gobernanza: Busca que las organizaciones apunten a ventajas competitivas bajo el establecimiento y cumplimiento de procedimiento, políticas que se encargan de reglamentar y planear la forma de realizar negocios, todo ello bajo transparencia y ética que contribuyen a que

los procesos se realicen en tal sentido. Por lo que una adecuada planeación en la gobernanza traerá rendimiento para la empresa y los respectivos grupos de interés (Foucault, 2007).

Derechos humanos: Los derechos humanos como base fundamental de la dignidad humana, debe promoverse el respeto por los mismos al interior de la organización como ambiente laboral en el que se desarrollan los individuos que hacen parte de la misma, independientemente de las condiciones particulares o colectivas. Es por ello que como organización se debe velar y proteger los derechos humanos a través del establecimiento de políticas y/o programas de sensibilización (Jahanbegloo, 2010).

Prácticas laborales: Entendiendo que las prácticas laborales encierran políticas y procesos concernientes a las funciones que desarrollan los colaboradores día a día en la organización, de acuerdo a la norma ISO 26000 se hace importante establecer las condiciones básicas en el ambiente laboral y por supuesto la seguridad social, sin dejar a un lado la seguridad y salud en el trabajo, bienestar y crecimiento a nivel personal. Dentro de un estudio realizado por Álvarez (2008) se identifican como la adecuada gestión del talento humano tiene que ver en los resultados de satisfacción laboral del colaborador y por ende su influencia en la productividad, como factor relevante para el negocio.

Medio ambiente: Hace referencia a la contribución positiva que debe desarrollar una empresa buscando la mínima afectación al entorno en el que se desarrolla, orienta y busca la sostenibilidad del negocio sin poner en peligro el los recursos naturales y la biodiversidad, de igual manera se debe dar cumplimiento a las normas, principios y políticas ambientales y para fortalecer entre el personal campañas de sensibilización ambiental. (Revista OBP, 2010).

Prácticas justas de operación: Acciones que indican que la empresa está realizando la actividad empresarial de una manera ética donde existe un valor agregado que es el fortalecer la

protección de la integridad a nivel general de los trabajadores, es decir tanto física como emocional. Así mismo, se promueve comportamientos honestos, libres de acciones de corrupción, se realiza competencia justa, se promueve la RSE en todos los que intervienen en la cadena de valor y el respeto por todos los derechos establecidos (ISO 26000, 2010).

Asunto de consumidores: Es una directriz empresarial el brindar a sus stakeholders información precisa, justa, respecto a los bienes y servicios que se prestan, de igual manera se maneja con sigilo toda la información que la empresa tiene de los mismos, resguardando y no compartiendo para fines distintos a la relación comercial. La responsabilidad hacia los consumidores buscando el cuidado de la salud y la seguridad, resolver los conflictos que se puedan presentar, garantía de que los servicios estén disponibles para todos, que el consumo sea sostenible y de calidad para el cliente. (Robichaud, 2012)

Participación activa y desarrollo de la comunidad: Se relaciona con las comunidades donde ejerce la actividad, al participar permite ayudar a fortalecer el avance de la comunidad, instituciones a quienes presta sus servicios, siempre buscando el progreso para la región, brindando la posibilidad de empleo y desarrollo de habilidades de los colaboradores, generando un impacto por su aporte al bienestar de la población. (Robichaud, 2012)

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Se realizó un estudio de tipo mixto a la empresa que se consideró cumplía con los criterios de selección y se asignó a un investigador para aplicar unas encuestas y/o instrumentos que fueron diseñadas para la obtención de la información y su respectiva aplicación en la empresa Hidrosanitarias NMC de la ciudad de Ibagué – Tolima, que permite diagnosticar el cumplimiento de las materias fundamentales de la norma ISO 26000 desarrollo de su gestión. Se selecciona una estrategia para aplicar los instrumentos de manera on line, diseñados tanto al personal directivo, como a los operadores y se indica un plazo pertinente para presentar los resultados obtenidos, los cuales indicarán la pertinencia de aplicar la norma ISO 26000 en la medición la RSE de la organización. La encuesta aplicada a funcionarios de Hidrosanitarias NMC, se aplicó por medio de redes sociales como WhatsApp y correos electrónicos, de esta manera de lograr la fácil difusión y pronta recolección de la respectiva información (**Ver anexo B**).

Se seleccionó la empresa Hidrosanitarias NMC por su importancia en la región ya que su función principal es la de instalar redes sanitarias domiciliarias lo cual permite aportar al crecimiento urbanístico por ser considerada parte integral para la construcción de las redes hidráulicas para la disposición de agua potable y redes del alcantarillado de aguas servidas, aguas lluvias, en las edificaciones y diferentes construcciones que se requieren en la expansión de un área poblacional para el servicio de la comunidad. Se contó con el talento humano que colaboró en el diligenciamiento de la encuesta, que consideran una acción de mejora, ya que se sienten afortunados de trabajar en esta empresa donde se les valora y respeta los derechos humanos y esto contribuirá en el mejoramiento del servicio a sus clientes, proveedores, etc. Como

contribución de la preservación de los recursos naturales, porque en sus trabajos utilizan material que cumple las normas establecidas. Por ser una empresa de gran reconocimiento en el sector y su actividad económica contribuye al desarrollo de la comunidad, porque se ejerce de manera amigable con el medio ambiente. Se realizan 24 preguntas a directivos y colaboradores.

Diagnostico

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a funcionarios de la empresa Hidrosanitarias NMC, esta se aplica a través de correos electrónicos y redes sociales como WhatsApp, esta estrategia permitió la fácil difusión y rápida respuesta de los colaboradores teniendo una recolección de la información práctica.

Encuesta aplicada a directivos

Los directivos mencionan que aún no se cuenta con herramientas de gestión que puedan mejorar el proceso de establecimiento, seguimiento y evaluación de los objetivos estratégicos y por ende sus acciones de mejora, soportados en que aún la empresa es pequeña y todo requiere su debido proceso, por el momento lo realizan de forma tradicional a través de herramientas ofimáticas. En ese sentido, resulta importante poder proponer herramientas que faciliten el alcance de los objetivos que se propongan (**Ver anexo B**).

1. ¿Se realiza seguimiento a través de herramientas de gestión que permitan evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y el planteamiento de las respectivas acciones de mejora? Si ¿Cuáles? - No ¿Por qué?

Figura 2. Pregunta 1 – Encuesta directivos

No, aunque si se realiza en cierta medida seguimiento a los objetivos estratégicos, su seguimiento no se hace en herramientas de gestión, sino por ejemplo a través de informes en Word o Excel.

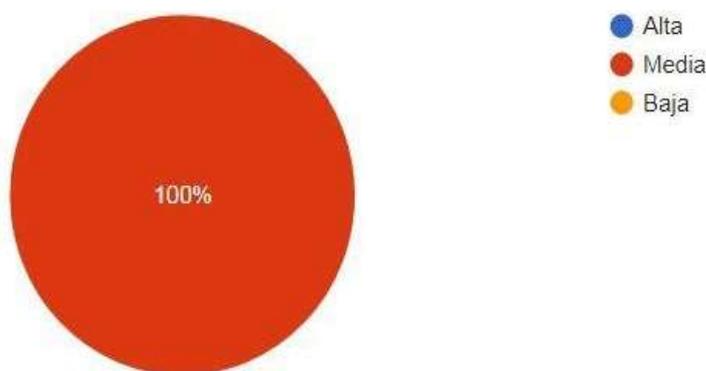
Por el momento no se usan herramientas de gestión, aun no se hace puesto que vamos de a poco con el proceso, en el momento se hace un poco mas manual, pero es lo que se desea llegar a implementar.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 1, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

La encuesta indica en un 100% que medianamente los manuales de procedimientos se ejecutan bajo condiciones óptimas, lo que refiere connotación en el sentido de que aún la empresa no ejecuta en su totalidad los manuales de procedimiento, lo que podría ocasionar falta de optimización de tiempo, tareas incompletas, desinformación. Es importante realizarse en su totalidad para poder plasmar el proceso de actividades específicas (**Ver anexo B**).

2. ¿En qué medida se ejecutan los manuales de procedimientos bajo las condiciones óptimas para los grupos de interés, que permitan realizar actividades de una manera eficaz y eficiente?

Figura 3. Pregunta 2 – Encuesta directivos



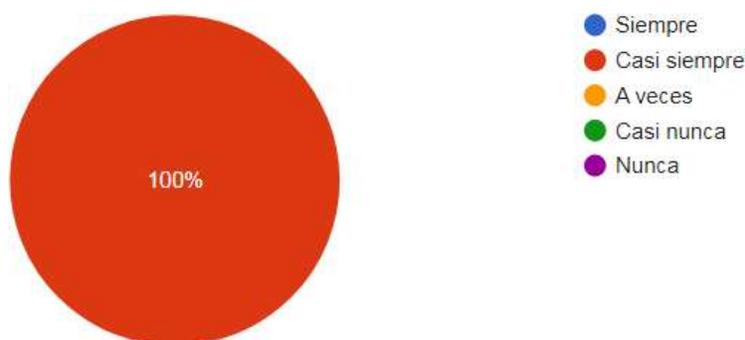
Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 2, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Los directivos refieren en un 100% a que “Casi siempre” las decisiones que se toman a nivel organizacional son compartidas con sus colaboradores, caben aquellas decisiones que

tengan incidencia tanto para la organización en general como para el colaborador, se debe revisar a través de qué mecanismos se debe comunicar la información, para que sea transparente y no dé lugar a que la información se tergiverse (**Ver anexo B**).

3. ¿Se dan a conocer las decisiones que a nivel organizacional se toman y la incidencia que estas tienen tanto en la empresa como en el colaborador?

Figura 4. *Pregunta 3 – Encuesta directivos*



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 3, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

En la encuesta los directivos refieren que no se han realizado en gran medida acciones para la prevención y/o mitigación de la vulnerabilidad de derechos humanos, se han realizado capacitaciones, pero no se ha medido su impacto, es por esto, que se hace indispensable diseñar una ruta clara para los casos en que se presenten vulneración de los derechos humanos (**Ver anexo B**).

4. ¿La empresa cuenta con mecanismos para la prevención y/o mitigación de la vulnerabilidad de derechos humanos, como plan de capacitaciones, ruta para la prevención, mecánicas de queja, etc.?

Si ¿Cuáles? - No ¿Por qué?

Figura 5. *Pregunta 4 – Encuesta directivos*

Si, aunque no es en gran medida como quisiéramos, desde el área de RRHH se han venido adelantando acciones como capacitaciones y se desea establecer una ruta clara para el direccionamiento de los casos en que se presente vulnerabilidad de los derechos humanos dentro de la organización. Por el momento los casos son reportados de manera directa física o virtual al área de RRHH.

Si, el área de RRHH ha realizado capacitaciones relacionadas al tema

Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 4, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Los directivos perciben y coinciden en que los mecanismos de selección utilizados en el proceso se ejecutan de forma transparente y que la inclusión se va venido dando sobre todo desde el momento en el que se redactan las ofertas laborales, aun así, existen vacíos frente a lo que realmente debe abordarse desde la inclusión, es importante, establecer procesos claros que conlleven a la no vulnerabilidad de derechos y el planteamiento de un manual de selección y vinculación de personal (**Ver anexo B**).

5. ¿Los mecanismos de selección de personal son transparentes e inclusivos?

Si - No ¿Por qué?

Figura 6. Pregunta 5 – Encuesta directivos

Sí parcialmente, considero que si son transparentes los mecanismos de selección pues se manejan formatos para su aplicación y se sigue el debido proceso, en el caso de la inclusión desde el momento en el que se diseña una oferta laboral se maneja un lenguaje inclusivo que permita el no incurrir en información que pueda vulnerar el derecho al trabajo, por sexo, edad, raza, discapacidades etc. sin embargo, es de aclarar que hay puestos de trabajo que requieren ciertas características que inciden en que pueda ser o no seleccionado un aspirante.

Considero que los procesos de selección si son transparentes a la hora de seleccionar el personal idóneo para el puesto de trabajo, en cuanto a la inclusión no aplicaría en su totalidad, ya que no se cuentan con espacios adecuados por ejemplo para contratar a una persona en silla de ruedas u otra discapacidad, se debe comenzar a trabar en ello.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 5, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Aunque dentro del organigrama se tiene a proyección contar con un área de recursos humanos consolidada, los programas o procesos concernientes a esta área, están a cargo de los dos directivos, la vinculación del trabajador de acuerdo al perfil que se requiere, y su vinculación se hace cumpliendo lo establecido en el sistema de contratación, brindándole todas las garantías

y derechos que la ley establece. El empleado recibe la dotación respectiva, orientaciones de la labor a desarrollar, capacitaciones, etc. (**Ver anexo B**).

6. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión del talento humano que contemple actividades con cronogramas debidamente definidos para diagnosticar el clima laboral y generar las acciones respectivas?

Si ¿Cuáles? - No ¿Por qué?

Figura 7. Pregunta 6 – Encuesta directivos

No, se cuenta con el área de RRHH pero por lo pequeña que es el área aún no se alcanzado a abarcar el clima laboral de manera formal, como el diagnóstico y proceso que este requiere.

No, como antes se ha mencionado, somos una empresa pequeña que poco a poco viene implementando procesos, pero todavía no se ha llegado al diagnóstico, seguimiento y evaluación del clima laboral.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 6, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

El resultado indica que se tienen los conocimientos básicos de las normas que el estado establece para que las actividades laborales de las empresas, industrias, deben tener en cuenta para generar el mínimo daño al ambiente, a la comunidad en la cual desarrolla su actividad, para prevenir la contaminación, haciendo uso responsable de sus recursos, aportando al sostenimiento de los ecosistemas de su entorno (**Ver anexo B**).

7. ¿Se conoce y se cumple con la normatividad ambiental establecida en Colombia?

Figura 8. Pregunta 7 – Encuesta directivos



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 7, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Se evidencia que no es muy frecuente que la empresa realice socializaciones para sensibilizar sobre el cuidado del medio ambiente, esto está implícito en los trabajadores desde el momento de su vinculación, sus orientaciones, las capacitaciones de inducción al trabajo le orientan en el cuidado que hay que tener y generar poco impacto al entorno, y en estos tiempos en que los cambios climáticos han venido afectando al planeta, el ser humano ya tiene esa sensibilidad de mitigar y generar muy poco daño al ambiente, cuidándolo para las generaciones venideras (**Ver anexo B**).

8. ¿Con que frecuencia la empresa realiza campañas de promoción y sensibilización del cuidado del medio ambiente respecto a los procesos que se desarrollan en la actividad de la misma?

Figura 9. Pregunta 8 – Encuesta directivos



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 8, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

El comportamiento ético en el desarrollo de las actividades es una impronta que caracteriza la empresa, se trabaja con honestidad, se refleja en el respeto por el personal interno y externo de la empresa, no se realiza competencia desleal, por el contrario, los valores, normas legales y la moral es intachable en los empleados. El buen comportamiento es el valor agregado que brindan los trabajadores a los clientes y/o empresas a quienes les proveen sus productos y servicios (**Ver anexo B**).

9. ¿Dentro del reglamento interno de trabajo se incluyen y orientan acciones sobre la ética empresarial?

Si ¿Cuáles? - No ¿Por qué?

Figura 10. *Pregunta 9 – Encuesta directivos*

Sí, la ética empresarial se evidencia de forma implícita en nuestro reglamento interno de trabajo, en el apartado de normas de conducta, pero no se realiza reinducción del tema.

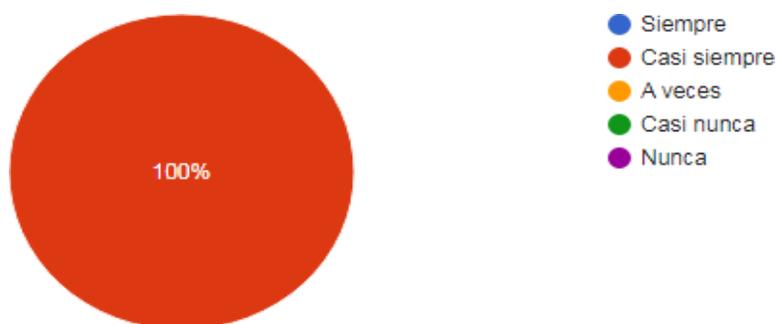
Sí, el reglamento de trabajo lo contempla como en la integridad, el respeto, la justicia y el cuidado de sí y de los demás.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 9, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Los colaboradores indican en un 100% que “Casi siempre” se garantiza la calidad del servicio que brinda la empresa a sus clientes, este le ha permitido ser una empresa reconocida en la región, se maneja con reserva la protección de los datos de los clientes, se brinda información verídica sobre la calidad de los productos y servicios, sin embargo, es indispensable poder establecer un programa de marketing acorde a los retos actuales (**Ver anexo B**).

10. ¿Se protegen y garantizan los derechos de los consumidores a través del cumplimiento de la normatividad colombiana?

Figura 11. *Pregunta 10 – Encuesta directivos*

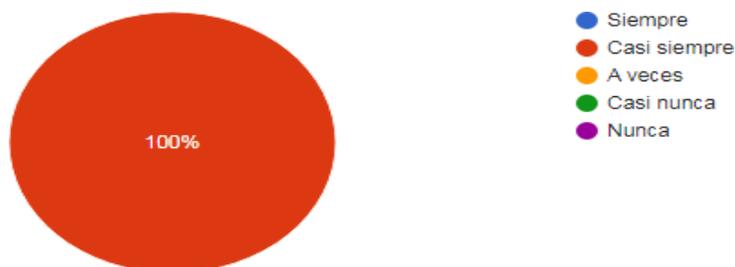


Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 10, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Los directivos indican que casi siempre realizan recepción y debido seguimiento a las Peticiones, Quejas, Reclamo, Sugerencia (PQRS), esto indica que tienen en práctica acciones encaminadas al mejoramiento ya que con esta herramienta se conocen distintas inquietudes y manifestaciones de los diferentes grupos de interés, permitiéndole a la empresa mejorar los servicios prestados y por ende contribuir al crecimiento continuo, facilitando la comunicación de los clientes internos como externos. Pero cabe mencionar que se debe ofrecer un medio de comunicación y una respuesta oportuna a los stakeholders por medio del establecimiento de un sistema de PQRS que le permite a la empresa cumplir con acciones encaminadas a la responsabilidad social empresarial generando más confianza entre los involucrados en los distintos procesos (**Ver anexo B**).

11. ¿Se reciben y se hace el debido seguimiento a las “PQRS” que registran los clientes?

Figura 12. *Pregunta 11 – Encuesta directivos*



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 11, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

En cuanto al uso de herramientas para la gestión de clientes más específicamente CRM la empresa no aplica este sistema la visualiza como como una muy buena herramienta, pero se centra en otro tipo de acciones que les permitan fidelizar clientes, el fortalecer la gestión interna y externa le permite a la organización mantener una imagen corporativa positiva. El tamaño de la empresa no es un determinante para el uso de herramientas que le permitan el crecimiento y buen

funcionamiento, la implementación de este tipo de acciones hace que las empresas sean cada vez más competitivas y den respuesta oportuna a la satisfacción de necesidades presentes en los diferentes mercados (**Ver anexo B**).

12. ¿Se considera implementar la gestión de la relación con los clientes CRM?

Si - No ¿Por qué?

Figura 13. *Pregunta 12 – Encuesta directivos*

No, aun no se ha contemplado implementar esta herramienta

Es una herramienta muy interesante para aplicar en el negocio y poder fortalecer la gestión con los clientes, sin embargo, aun no se piensa implementar por la capacidad del mismo.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 12, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

La vinculación e integración con la comunidad es un punto importante que presenta la empresa el hecho de estar presentes en actividades realizadas con la junta de acción comunal les permite conocer de primera mano las necesidades y problemáticas que se presentan en la comunidad para poder hacer frente a las mismas y así contribuir desde la medida de sus posibilidades a resolverlas. El compromiso y aporte al desarrollo de la comunidad donde se encuentran las organizaciones además de cumplir con acciones de responsabilidad social empresarial les permite minimizar riesgos y potencializar su crecimiento y productividad (**Ver anexo B**).

13. ¿Cuáles son los mecanismos que adopta la empresa para la vinculación e integración con la comunidad?

Figura 14. *Pregunta 13 – Encuesta directivos*

Dentro de zona en la que nos encontramos existe una junta de acción comunal, la empresa hace parte de las reuniones que se convocan con la finalidad de no solo conocer en que incide la actividad de la misma en la comunidad, sino que además poder contribuir a otras problemáticas que se presenten, ya sean ambientales, sociales y/o económicas.

Participación en la junta de acción comunal, apoyo en estrategias sociales.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 13, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

La empresa está tomando acciones con el fin de cumplir con estrategias y requisitos que les permitan llegar a la certificación de ISO 9001. La implementación de este tipo de acciones le permite a la organización generar confianza en el mercado y los consumidores teniendo así un mejoramiento continuo para la satisfacción de los requerimientos y necesidades de los clientes tanto internos como externos, llegar a la certificación de la ISO 9001 le permitirá a la empresa generar más confianza entre sus clientes, diferenciación de su marca y por ende la preferencia de los clientes por sus servicios (**Ver anexo B**).

14. ¿Qué acciones se han venido desarrollando que contribuyan a la implementación de un método o Sistema de Gestión de la calidad (SGC), que permitan apuntar a la certificación ISO 9001?

Figura 15. Pregunta 14 – Encuesta directivos

Unos de los pasos iniciales fue establecer nuestra estructura organización, también estrategias dirigidas a los clientes como eje principal de la organización.

Las acciones principalmente apuntan a la relación con los clientes tanto internos como externos, por medio de su fidelización y otras estrategias de marketing.

Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 14, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

La organización Hidrosanitarias NMC implementa acciones necesarias para el uso racional de los recursos y el cuidado del medio ambiente de la comunidad donde desarrolla sus operaciones, el buen uso de los recursos naturales permite seguir realizando operaciones empresariales, con ayuda de alternativas y herramientas se puede contribuir a la conservación del

mismo con el fin de tener una mejor calidad de vida y por ende mayores posibilidades de seguir en el mercado. Pero se hace necesario contemplar más acciones para la mitigación del impacto ambiental y el buen uso de los recursos naturales que hacen parte de las acciones de un buen sistema de gestión de calidad y sentido de responsabilidad social empresarial (**Ver anexo B**).

15. ¿Qué prácticas implementan que contribuyan a la preservación y uso sostenible de los recursos naturales de la comunidad?

Figura 16. *Pregunta 15 – Encuesta directivos*

Se viene trabajando en ello, como en la optimización del uso de agua, manejo de residuos sólidos, política cero papel,

manejo de recursos sólidos y disminución de los mismos, incluso la reutilización, manejo de documentos de forma digital solo se imprime cuando es estrictamente necesario, reducción de la contaminación auditiva.

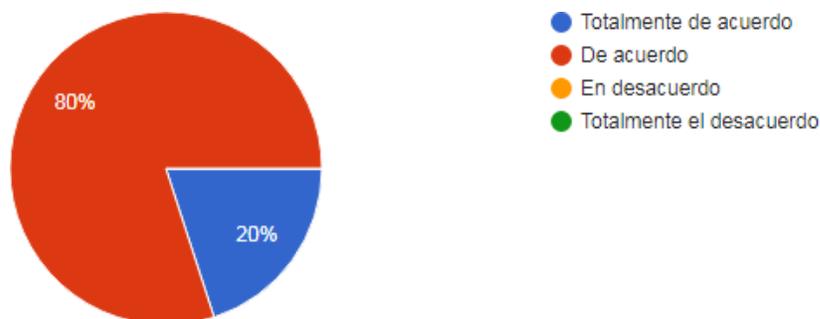
Nota: Se presenta figura de la respuesta a la pregunta 15, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Encuesta aplicada a colaboradores

De acuerdo a la encuesta que fue aplicada a los colaboradores de la empresa Hidrosanitarias, manifiesta el 80% que está de acuerdo sobre las condiciones que la organización le brinda, siendo estas óptimas para el buen desarrollo de sus funciones diarias en los cargos que cada uno de los empleados tiene asignados; Mientras que el 20% está totalmente de acuerdo con la funcionalidad establecida por la empresa (**Ver anexo B**).

1. ¿Considera que las condiciones que le brinda la organización son óptimas para el desarrollo de sus funciones?

Figura 17. *Pregunta 1 – Encuesta colaboradores*

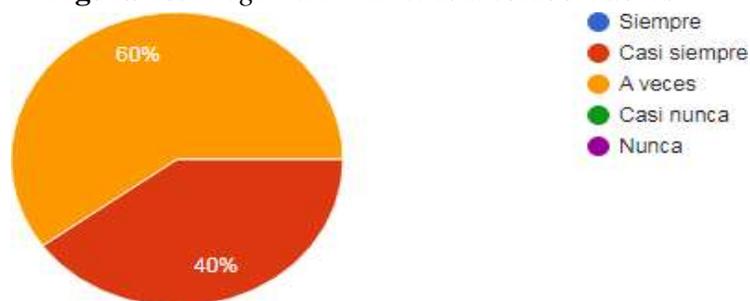


Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 1, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

De acuerdo al análisis de la segunda pregunta planteada a los colaboradores, se dice que el 60% manifiesta que a veces tiene conocimiento a nivel organizacional sobre las tomas de decisiones que realiza la parte administrativa y directivos de la empresa para la cual labora, siendo el otro 40% quién manifiesta que casi siempre tiene conocimiento de dichas decisiones realizadas (**Ver anexo B**).

2. ¿Conoce las decisiones que a nivel organizacional se toman y la incidencia que estas tienen tanto en la empresa como en el colaborador?

Figura 18. Pregunta 2 – Encuesta colaboradores



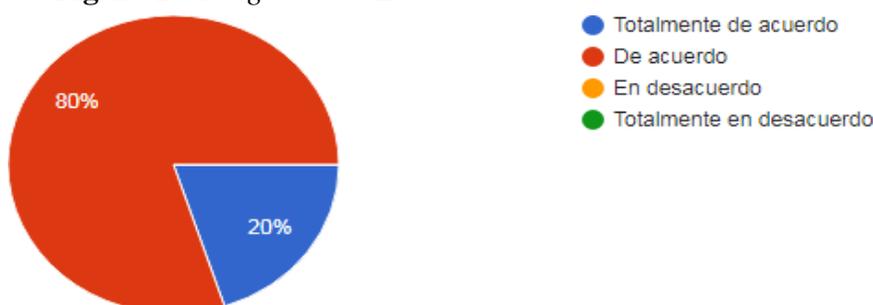
Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 2, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

De acuerdo al personal colaborador de la empresa este manifiesta que el mecanismo de selección que realiza la organización es de carácter transparente e inclusivos, debido que el 80%

manifiesta que está de acuerdo con el proceso selectivo que estén realista, ya que el Talento humano recluta personal idóneo y capacitado para las funciones que la empresa requiere que se lleven a cabo. Mientras que el 20% está totalmente de acuerdo con las decisiones empresariales ejercidas (**Ver anexo B**).

3. ¿Considera que los mecanismos de selección son transparentes e inclusivos?

Figura 19. Pregunta 3 – Encuesta colaboradores



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 3, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Según la pregunta Cada cuánto se realiza una evaluación del desempeño de los colaboradores el 100% de los encuestados manifiesta que nunca se ha llevado a cabo dicha evaluación, ya que si el manual de funciones de la empresa exige una evaluación del desempeño el jefe inmediato debe realizarla a los colaboradores que tenga a cargo (**Ver anexo B**).

4. ¿Cada cuánto la empresa realiza evaluación del desempeño a sus colaboradores?

Figura 20. Pregunta 4 – Encuesta colaboradores



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 4, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

De acuerdo al interrogante planteado en la encuesta se puede decir que el 60% manifiesta que ocasionalmente se realizan contrataciones de programas que brinden capacitaciones a los colaboradores, mientras que el otro 40% ratifica la información que raramente este proceso se lleva a cabo; debido que el personal colaborador debe tener soporte de conocimientos para cumplir sus funciones diarias en la organización (**Ver anexo B**).

5. ¿Con que frecuencia la empresa realiza o subcontrata programas de capacitaciones

Figura 21. *Pregunta 5 – Encuesta colaboradores*



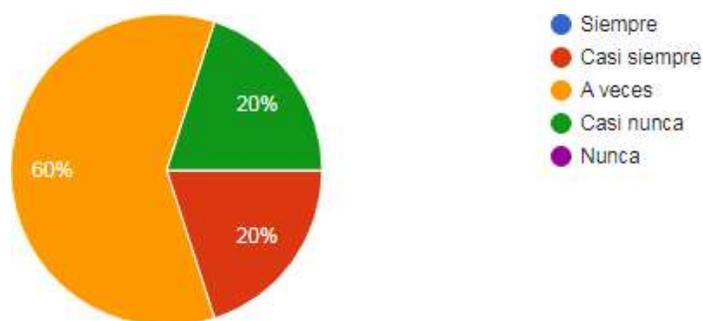
Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 5, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

De acuerdo al interrogante planteado en la encuesta realizada al grupo de personas el 60% incluido el gerente manifiestan conocer y cumplir con la política ambiental de la empresa, son conscientes de la importancia de cuidar el medio ambiente y fomentar un desarrollo óptimo para la institución, también manifiesta que la empresa dicta capacitaciones en manejo de residuos que contribuyen a crear conciencia en los empleados. Dado los resultados de la encuesta la empresa debe tener un compromiso para la protección medioambiental, debe prevenir la

contaminación, utilizar los recursos de forma sostenible y mitigar el cambio climático y proteger los ecosistemas (**Ver anexo B**).

6. ¿Conoce y cumple con las políticas ambientales que ha establecido la empresa?

Figura 22. *Pregunta 6 – Encuesta colaboradores*

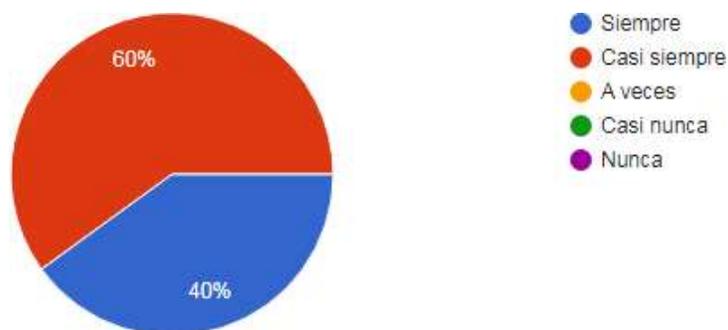


Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 6, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

El mayor porcentaje percibe trabajar en condiciones muy adecuadas de seguridad. Según los colaboradores encuestados un 40% manifiesta que las condiciones de seguridad en el trabajo son óptimas, la empresa tiene una política establecida para el cuidado de los colaboradores y así prevenir lesiones, enfermedades causadas por el trabajo. El 40% indica que casi siempre, por lo que se percibe que en alguna medida hacen falta condiciones de seguridad laboral por parte de la empresa o el empleado no cumple totalmente con dichas normas (**Ver anexo B**).

7. ¿Considera que se brindan las condiciones de seguridad laboral adecuadas?

Figura 23. *Pregunta 7 – Encuesta colaboradores*

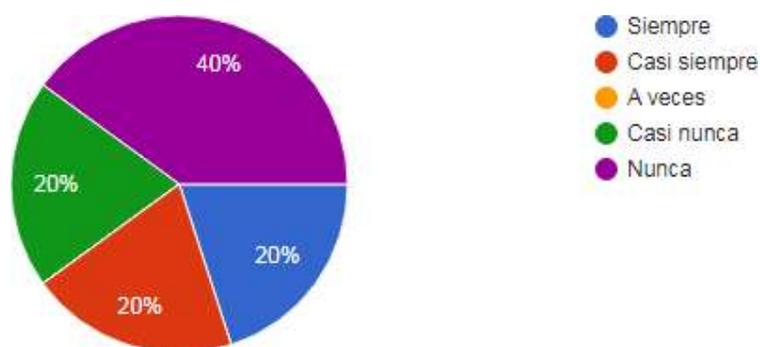


Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 7, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

En este punto es muy importante resaltar que el 40% de los encuestados dice que nunca hace uso del protocolo de servicio al cliente que tiene la empresa, el cual es preocupante puesto que los clientes son la razón de ser de una empresa, dado que de eso depende la fidelidad de los mismos y consecución de nuevos clientes, como análisis y recomendación daría a la empresa crear conciencia en los colaboradores en la importancia que tiene en buen servicio al cliente (**Ver anexo B**).

8. ¿Hace uso del protocolo de servicio al cliente, establecido con la finalidad de aumentar la eficiencia en el servicio?

Figura 24. Pregunta 8 – Encuesta colaboradores

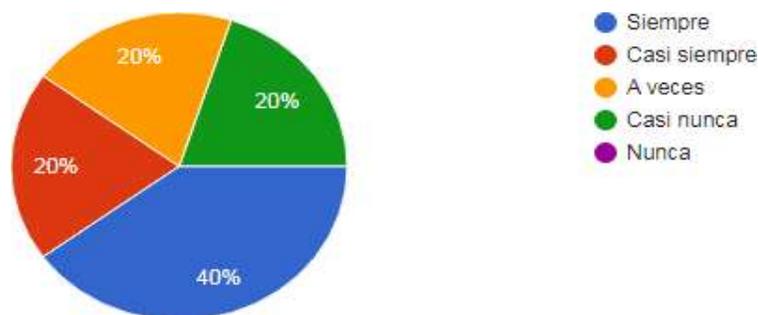


Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 8, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

De acuerdo a la encuesta realizada entre los colaboradores y el personal encargado de recepcionar y contestar las PQRS arroja un porcentaje del 40% de efectividad en esta actividad tan importante para la empresa pues de esta depende gran parte de la pérdida de clientes, humanas y económicas muy valiosas en los productos y servicios que ofrece la empresa. Indispensable poder establecer un sistema de gestión de PQR (**Ver anexo B**).

9. ¿Se recepcionan y se hace el debido seguimiento a las “PQRS” que registran los clientes?

Figura 25. *Pregunta 9 – Encuesta colaboradores*



Nota: Se presenta figura relacionada con la pregunta 9, tomada de los resultados de la encuesta realizada. Fuente: Informe estadístico de Google Forms.

Matriz de Marco Lógico

Metodología que permite analizar una empresa tanto a nivel interno como externo los elementos que tienen que ver en su gestión, orientada a analizar el cumplimiento de los objetivos. El marco lógico contribuye a la identificación del problema principal, lo que ocasiona consecuencias que se obtendrían, con ello se plantean estrategias para minimizar los problemas y hacer seguimiento a los objetivos propuestos para mejorar la gestión.

*Stakeholders***Tabla 1.** *Cuadro de stakeholders – Hidrosanitarias NMC*

Stakeholders	Definición	Grupo
Accionistas o propietarios	Estos tienen participación o bien se involucran en la actividad de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Accionistas y/o propietarios - Gerente - Director administrativo - Director comercial
Empleados	<p>Recurso humano que desarrolla sus funciones laborales en la empresa con un contrato previamente definido y remuneración.</p> <p>Los recursos humanos es el mayor capital que puede tener la empresa, para ello la gerencia genera estrategias que le permitan seleccionar, capacitar y motivar permanentemente para que tengan sentido de pertenencia con la empresa, generando una estabilidad laboral.</p>	Todos los empleados, que se organizan en las diferentes áreas de la empresa.
Clientes	<p>Como razón de ser, los que deciden en la compra o adquieren el servicio que ofrece la empresa.</p> <p>La gerencia y directivas deben establecer estrategias que permitan lograr la satisfacción, generar confianza, con los productos y servicios que brindan y que garanticen su fidelización.</p>	Todas las personas de la comunidad, empresas y todos aquellos que deseen adquirir el servicio que brinda la empresa.

Proveedores	<p>Todos aquellos que realizan intercambio de bienes o servicios con la empresa para el desarrollo de su actividad.</p> <p>Importante la relación que la organización debe procurar establecer, para que se establezcan relaciones comerciales y suministren los mejores productos garantizando que atenderán un stock suficiente, para el adecuado funcionamiento.</p>	<p>Ferreterías y distribuidores elementos relacionados con elementos necesarios para la ejecución de actividades como, por ejemplo:</p> <p>IACSA, Distribuidora T&C, Coflex, Helbert y CIA. Entre otros.</p>
Competidores	<p>Son los que enfocan sus acciones a los mismos clientes o segmento de Hidrosanitarias NMC. Se desenvuelven en la misma actividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Redes Hidrosanitarias Obras SAS - Sgm Instalaciones Hidrosanitarias S A S - Jac Instalaciones Hidrosanitarias S A S - Rh Hidrosanitarias Y Gas Sas
Agentes sociales	<p>Grupos de interés públicos que influyen en la socialización, de tal forma que se convierten en factores de gran relevancia en el desarrollo de las empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asociaciones empresariales, - Partidos políticos - Cámara de comercio - Sindicatos, - Asociaciones de consumidores

Administraciones públicas	Se encargan de regular el accionar de las empresas, sobre sus derechos y los deberes que debe asumir para su funcionamiento, a través de normatividad y regulaciones, el no cumplimiento pueden traer sanciones.	<ul style="list-style-type: none"> - Poderes públicos locales, regionales, nacionales e internacionales - Legisladores - Reguladores
Comunidad local	Entorno en el que se encuentra la empresa, por lo que se refiere a organizaciones y personas que se encuentran cerca y que de una u otra manera inciden en su desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> - Analistas financieros - Asociaciones empresariales y sectoriales - Vecinos - Sindicatos

Nota: Identificación de stakeholders de la empresa Hidrosanitarias NMC.

Fuente: Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa (p.489). M. Rafael.

Árbol del Problema

Es considerado como una técnica de análisis de la situación e identificación de problemas dentro de la organización, a partir del problema central se determinan las respectivas causas directas e indirectas, con base en ello se plantean y los efectos que se producen, todo esto para llegar a un efecto final, para el caso de Hidriodanitarias NMC se construyó el árbol de problemas de acuerdo al diagnóstico realizado, en este se logra identificar el programa central, sus causas y respectivos efectos que generan a nivel interno y externo impactando a la comunidad (Ver Figura

Figura 26.
Árbol de problemas para la empresa Hidrosanitarias NMC



Nota. Se presenta diseño de árbol de problemas con base al diagnóstico de la fase 3.

Fuente. Elaboración propia

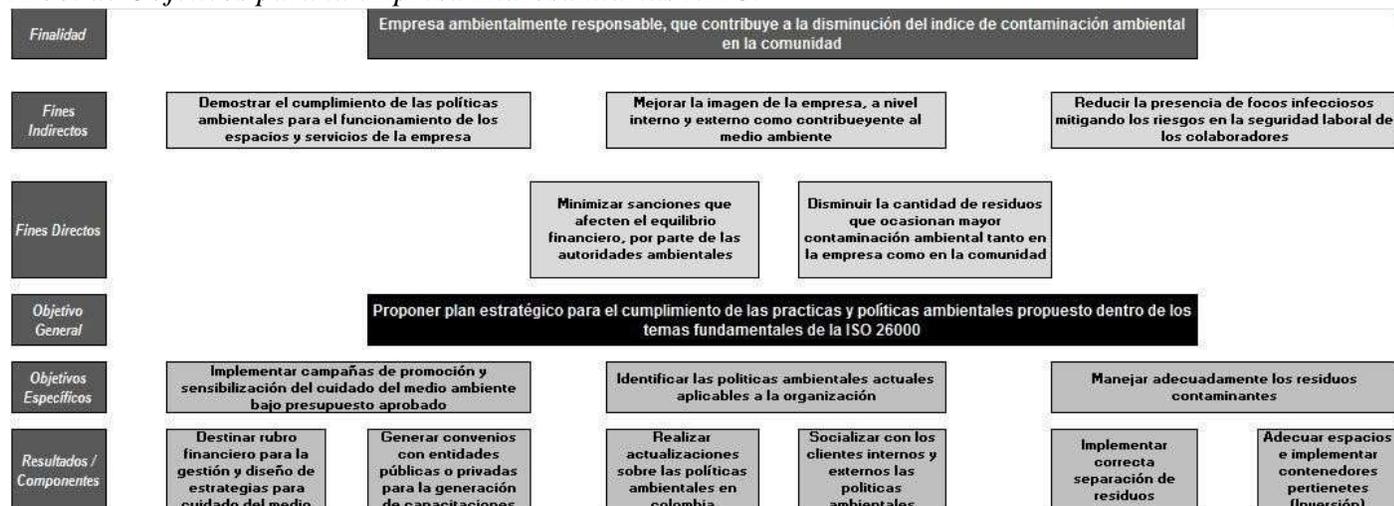
Árbol de Objetivos

Esta etapa de la estrategia del marco lógico permite visualizar la imagen del futuro que se desea y de mejorar la situación por la que está pasando la empresa. Con las causas que se consideran han generado el problema se transformarán en los medios para solucionarlos en el árbol de estos objetivos y los efectos que se generaban se transformarán en los fines para solucionar el problema central que se convierte en el objetivo principal y propósito del proyecto.

El análisis planteado a la empresa Hidrosanitarias NMC busca que se obtenga un mejor desarrollo social, económico y sea ambientalmente responsable, que contribuya a la disminución del índice de contaminación ambiental en la comunidad, buscando siempre lograr ser exitosa social, económica y ambientalmente (ver figura 2).

Figura 27.

Árbol de Objetivos para la empresa Hidrosanitarias NMC.



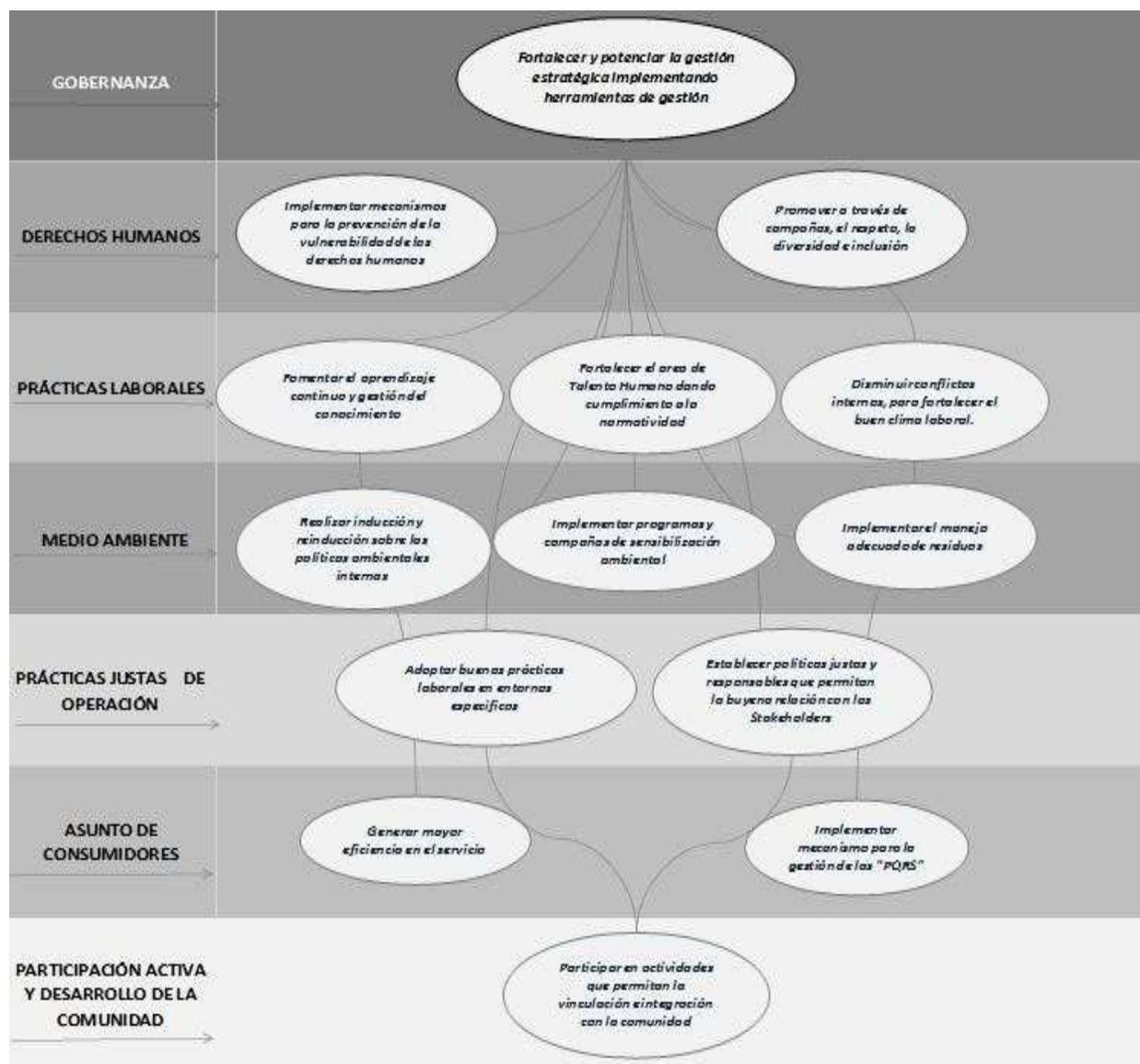
Nota. Se presenta diseño de árbol de objetivos con base al árbol de problemas.

Fuente. Elaboración propia

Mapa Estratégico

En el presente mapa estratégico se observa cómo de manera holística se articulan las materias fundamentales de la Responsabilidad social empresarial, que dan valor a la gestión de la empresa Hidrosanitarias NMC, donde la directiva líder de la gestión, debe contemplar el fortalecimiento del trabajo en equipo, contar con dispositivos y herramientas que aporten a alcanzar los objetivos establecidos, es por ello que debe realizar procesos de selección y vinculación del personal idóneo para los trabajos que se desarrollan, se debe fortalecer la plataforma humana brindar capacitación permanente para mejorar el desempeño de los empleados, comprender la importancia de realizar buenas prácticas laborales, las acciones deben desarrollarse asumiendo responsabilidades hacia la protección del medio ambiente, brindando servicio al cliente con calidad y eficiencia para satisfacer sus necesidades y ante todo que permita contribuir al desarrollo de la región y aporta a ser referente de buena gestión ante la comunidad. (Ver figura 3)

Figura 28.
Mapa Estratégico para la empresa Hidrosanitarias NMC.



Nota. Se presenta diseño de mapa estratégico
Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Esta herramienta permite reconocer las debilidades que se encuentre presentando una empresa y que requieren acciones de mejora, fortalecer procesos y procedimientos, contempla una planeación, organización, cronograma de ejecución y desarrollo de los objetivos para lograr las metas, por lo que permite hacer un examen que contenga toda la magnitud de la responsabilidad social en las empresas, de las cuales resaltamos la económica, la social, medioambiental.

Siendo así que las técnicas de mejoramiento sirve a la empresa para direccionar el cumplimiento de manera efectiva las acciones que pretende enmarcar en las materias fundamentales, en el medio ambiente como también la activa participación ante las expectativas de la comunidad, de igual forma se contemplan los planes de acción que suelen ser involucrados de forma directa a la población dónde la importancia de las metas ejercen fuerza para su cumplimiento y tener una responsabilidad social visible.

Plan de Acción y de Seguimiento

El plan de acción y seguimiento refiere la ejecución de estrategias ya planteadas en el plan estratégico, en el que se proponen las habilidades pertinentes en la dimensión de responsabilidad social empresarial. Una vez analizado y verificado los resultados obtenidos de la investigación, el equipo de colaborador proporciona a la empresa el diseño del plan de acción con información precisa del diagnóstico realizado a la empresa Hidrosanitarias NMC, en el cual se conoce la situación actual de la misma, como insumo para el planteamiento de los objetivos estratégicos propuestos.

Dimensión Económica: Permite establecer objetivos relacionados planeación financiera y la ejecución del mismo, en el cual el primer objetivo se caracteriza por la destinación de presupuesto a través de un rubro financiero para la implementación de campañas de promoción y sensibilización del cuidado del medio ambiente, también realizar una ampliación de las ventas a nivel nacional sobre los productos de la compañía con el fin de incrementar ingresos y por ende la rentabilidad, de esta forma destinar un porcentaje monetario de los recursos suficientes para invertirlos en programas que promuevan el cuidado ambiental. (Ver tabla N°1).

Tabla 2.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador	Seguimiento
Económica	Implementar campañas de promoción y sensibilización del cuidado del medio ambiente bajo un presupuesto aprobado.	- Destinar un rubro financiero para la gestión y diseño de estrategias para el cuidado del medio ambiente.	Anual	\$5.00.0000	Presupuesto asignado / presupuesto anual de la organización *100	A través de un cronograma de actividades, en el cual se plasmarán para desarrollarse en los 4 trimestres del año, verificando la respectiva legalización de gastos.
		-Establecer convenios con entidades estatales y privadas para incrementar la prestación de los servicios.	Anual	\$3.000.000	Número de convenios realizados/ número de convenios proyectados *100	Verificar el cumplimiento de los acuerdos establecidos en los convenios.

Nota. La tabla hace referencia a la dimensión económica, de acuerdo a las necesidades identificadas en el diagnóstico realizado a la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Dimensión Social: En esta dimensión se pretenden conocer y socializar las políticas y prácticas ambientales que generan impacto en el entorno en cual se desarrollan las actividades de la organización, con el fin de mitigar y/o eliminar el impacto que se pueda ocasionar teniendo en cuenta los stakeholders involucrados, ya que estas acciones influyen en la imagen y crecimiento de la organización y la comunidad con la que comparte espacios de operación (Ver tabla N°2).

Tabla 2.
Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador	Seguimiento
Social	Identificar y socializar las normativas ambientales actuales con los diferentes stakeholders, que podrían beneficiar o incidir la operación de la empresa y su impacto dentro de la comunidad.	Identificar las políticas y prácticas ambientales aplicables a la labor económica de la organización dentro del contexto en el que se desarrolla.	Semestral	\$2.000.000	N° de permisos ambientales adquiridos/ N° de permisos ambientales necesarios para desarrollar la operación * 100	Permiso ambiental obtenido, registro ante entidades públicas y privadas, habilitaciones para desarrollo de actividades.
		Socializar a través de espacios educativos las políticas ambientales actuales con los stakeholders.	Semestral	\$2.000.000	Cantidad de actividades realizadas/ cantidad de actividades proyectadas * 100	Por medio del porcentaje de asistencia verificado en la planilla respectiva, estrategias de divulgación que contribuyan a la participación activa.

Nota. Se presenta la dimensión social, evidenciándose la necesidad de involucrar a los diferentes actores en el conocimiento de las políticas ambientales.

Fuente: Elaboración propia

Dimensión Ambiental: A través de esta dimensión se plantea un objetivo estratégico principal derivado del árbol de objetivos previamente planteado y concerniente al diagnóstico de la empresa, se identifica la importancia de diseñar estrategias relacionadas con el manejo pertinente de los residuos generados en la operación, siendo así que se hace necesario desarrollar la campaña de las 3R de reducir, reusar y reciclar, ayuden de manera progresiva a la implementación de contenedores dónde se mitiguen los riesgos en la seguridad laboral con los colaboradores y se puedan adecuar puntos ecológicos, de esta manera sensibilizar sobre el cuidado ambiental y mejorar la presentación de la empresa ante sus stakeholders (Ver tabla N°3).

Tabla 3.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador	Seguimiento
Ambiental	Manejar adecuadamente los residuos contaminantes, reducir la presencia de focos infecciosos mitigando los riesgos en la seguridad laboral de los colaboradores	Implementar campañas de las 3 R, reducir, reusar, reciclar.	Semestral	\$5.000.000	Cantidad de residuos generados al mes(kg) /30*cantidad de áreas	Presentación de informe semestral, en el que se incluye el porcentaje de participación e implementación de las 3R. Informe financiero sobre la inversión en los puntos ecológicos
		Adecuar espacios e implementar puntos ecológicos en la planta física de la empresa.	Semestral	6.000.000	Total de espacios adecuados en puntos ecológicos/T otal de espacios destinados para recolectar la basura * 100	

Nota. Se evidencia la dimensión ambiental, con los elementos respectivos dentro del plan de acción para la empresa Hidrosanitarias NMC.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

La aplicación de un diagnóstico para identificar el grado de cumplimiento de la Responsabilidad social en la empresa Hidrosanitarias NMMC permite evidenciar la situación real de la organización con el fin de replantear las situaciones y proponer acciones que permitan pasar a instancias positivas contribuyendo al crecimiento de la organización el entorno en el que se desarrollan las actividades, aquí se identifican amenazas potenciales y posibles soluciones que influyen de manera directa en la organización, las gestión de buenas prácticas medioambientales de las empresas son importantes para conservar los recursos naturales, optar por la implementación de estrategias sugeridas por la ISO 14001 y la ISO 26000 benefician en gran medida el fortalecimiento de la empresa Hidrosanitarias NMC.

Una vez aplicado el instrumento de recolección de información y realizado el debido análisis se puede concluir que el grado de cumplimiento de responsabilidad social empresarial de la empresa Hidrosanitarias NMC es medio en las diferentes áreas, ya que se tienen implementadas estrategias que permiten generar impactos positivos y por ende dar cumplimiento a criterios sugeridos por la ISO 26000, pero el cumplimiento en el área ambiental es crítico, debido al desconocimiento de las normas y políticas que aplican a la realización de sus actividades por lo que se determina tomar acciones en el área con el fin de contribuir al mejoramiento continuo de la misma.

Para ilustrar de mejor manera los resultados obtenidos en el diagnóstico se propuso un árbol de objetivos en el que se evidencia una posible situación futura que se busca contribuir a la disminución del impacto ambiental que actualmente genera la organización en las espacios en la que desarrolla sus actividades empresariales, en este se plantean objetivos específicos como la identificación de políticas ambientales actuales, implementación de campañas de socialización de las mismas, y un manejo

adecuado de los residuos, todo esto con el fin de minimizar las sanciones que pongan en riesgo el equilibrio financiero, minimizar las acciones que puedan afectar la imagen de la empresa, y demostrar el cumplimiento de dichas políticas ante las autoridades competentes y la comunidad en general haciendo que la organización sea sostenible y sustentable.

El planteamiento de un mapa estratégico indica la importancia de la relación que deben tener las 7 materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial con la planeación estratégica de la organización y por ende con cada una de las áreas de esta, ya que con las estrategias propuestas en este mapa se busca el fortalecimiento y crecimiento de la organización a través de acciones como fortalecer el trabajo en equipo, contar con dispositivos y herramientas adecuados a los procesos, realizar procesos de selección y vinculación del personal idóneo, brindar capacitación permanente con el fin de mejorar el desempeño de los empleados, realizar buenas prácticas laborales que se centren en la protección del medio ambiente, brindar un servicio al cliente con calidad y eficiencia para satisfacer las necesidades, contribuir al desarrollo de la región y ser referente de buena gestión ante la comunidad, entre otros.

Finalmente se puede concluir que es de suma importancia implementar un plan de acción como herramienta de gestión que permita tomar acciones necesarias para mejorar las condiciones de cumplimiento en las materias en las que se presenta nivel crítico, en este caso al área ambiental se requiere priorizar estrategias que permitan el mejoramiento de las condiciones presentes y se pueda tener un impacto en las dimensiones económica, social y ambiental que les permita un mejoramiento continuo y por ende el fortalecimiento de la organización a través de acciones dirigidas al cuidado de los recursos medioambientales presentes en su entorno .

Referencias

- Adela CORTINA ORTS (2013). ¿Para qué sirve realmente la ética?, Editorial Paidós, Madrid, 2013, 180pp., ISBN: 978-84-493-2877-0. <https://www.revistadefilosofia.org/66-26.pdf>
- Álvarez, Y. (2008). Satisfacción laboral y su incidencia en el clima organizacional en las empresas Guatemaltecas. (Tesis de licenciatura Inédita). Universidad Mariano Gálvez, Guatemala.
- 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.
- Encolombiacom. (2019). Responsabilidad social empresarial, RSE, Norma iso 26000. <https://encolombia.com/economia/empresas/r-humanos/normasiso26-000deresponsabilidad/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20esta%20organizaci%C3%B3n%2C%20la%20RSE,sociedad%20y%20el%20desarrollo%20sostenible>.
- 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.
- Foucault, Michel (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Buenos aires. FCE.
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialEmpresaria-3335917.pdf
- Freeman, R. E.: 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, (Pitman, Boston)
- 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 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.
- Jahanbegloo, R. (2010). Derechos humanos y relativismo cultural. Disponible en: <http://www.amnistiacatalunya.org/edu/2/dh/dh-der-r.jahanbegloo.html>
- 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.
- 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>
- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217.
- 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
- 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.
- Ortegon, G., Castrillon, O y Ruiz, 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.
- Robichaud, F. (20 de febrero de 2012). ISO 26000: 7 materias fundamentales para la Responsabilidad Social Empresarial: ¿cómo medirlos? <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Truffello y Pérez (1998). Diseño y Evaluación de Actividades Instruccionales Conducentes a las Estrategias de Aprendizaje Elaborativa y Profunda. *Revista Enfoques Educativos*
- 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.reedsy.com/s/EY98m35>

Anexo B. Formato de Recolección de Información

- Diseño encuesta aplicada a directivos: <https://forms.gle/ExEBvWh7mLXyUjJW8>
- Diseño encuesta aplicada a colaboradores: <https://forms.gle/1FMTykR1NDjSBczu6>