

**Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para el Fortalecimiento de
las prácticas Comerciales, Satisfacción de Grupos de Interés y Promoción del
Desarrollo Sostenible en ACOMPROAGROS en San Rafael Antioquia**

Ana Cristina Jiménez Monsalve

Wilson Antonio Palacios Moreno

Duván Felipe Sánchez Cuellar

Yeminson David Hinestroza Ríos

María Catalina Muñoz Paniagua

Asesora

Yudith Caicedo Domínguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

2023

Resumen Analítico Especializado -RAE-

Información general

Título	Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para el fortalecimiento de las prácticas comerciales, satisfacción de grupos de interés y promoción del desarrollo sostenible en ACOMPROAGROS en San Rafael Antioquia
Autor	Ana Cristina Jiménez Monsalve. Wilson Antonio Palacios Moreno. Duván Felipe Sánchez Cuellar. Yeminson David Hinestroza Ríos. María Catalina Muñoz Paniagua.
Tipo de documento	Trabajo de Grado de Diplomado
Director	Yudith Caicedo Domínguez
Año	2023
Palabras clave	Pensamiento estratégico, gerencia estratégica, responsabilidad social empresarial, gestión organizacional, gobierno empresarial, producción sostenible, consumo sostenible.

Contenido

Resumen	El plan estratégico de responsabilidad social corporativa que se ilustra en el presente documento ha sido diseñado en conjunto con las partes interesadas (stakeholders) con el firme propósito de proporcionar herramientas que le permitan hacer seguimiento y evaluación de los elementos e indicadores de la gerencia estratégica, con base a al diagnóstico del contexto organizacional de Acomproagros y así finalmente lograr a través de la gestión empresarial que esta asociación
---------	---

	sea sostenible y sustentable, aportando indudablemente al desarrollo económico de las comunidades.
Problema de Investigación	Débil cumplimiento de estándares de derechos humanos y ética de la complicidad de las operaciones.
Metodología	Instrumento realizado Encuesta.
Principales resultados	Mejorar la implementación de estándares de derechos humanos y ética de la complicidad de las operaciones.
Conclusiones	En conclusión, el enfoque de este estudio es evaluar y promover la aplicación efectiva de las normas ISO 26000 en las organizaciones con el objetivo de gestionar la satisfacción de los grupos de interés en las entidades de ACOMPROAGROS. Al realizar diagnósticos integrales e identificar áreas de mejora, nos esforzamos por promover prácticas comerciales responsables y sostenibles que beneficien a las comunidades locales, el medio ambiente y la sociedad en general. Alcanzar estos objetivos ayudará a fortalecer la responsabilidad social corporativa y cumplir con las obligaciones éticas y legales, contribuyendo así a un impacto positivo en la sociedad y el entorno en el que opera la organización.
Referencias	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. https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdia&AN=edsdia.ART0001377019&lang=es&site=eds-live&scope=site

Resumen

En el mundo moderno, la integración efectiva de la responsabilidad social (RSE) en la gestión de las organizaciones es esencial. La RSE incita a las empresas a asumir un compromiso ético y voluntario para contribuir al desarrollo sostenible, considerando las consecuencias sociales y medioambientales de sus operaciones. En esta situación, la regulación internacional ISO 26000 funciona como una guía y ofrece directrices para adoptar conductas responsables y éticas en el desarrollo de prácticas empresariales. Así, el siguiente trabajo investiga la interacción entre gestión organizacional y RSE en el contexto de ACOMPROAGROS, del municipio de San Rafael Antioquia, Colombia. Su función es efectivamente de producción y comercialización, con el fin de convertir y vender los bienes y servicios agropecuarios y turísticos de sus asociados comercializados a nivel local, regional, departamental, nacional e internacional, con precios justos para los productores.

De este modo, se analiza cómo esta empresa aplica los principios de la RSE en su gestión, optimizando sus procesos de fabricación y reduciendo posibles efectos ambientales, sociales y económicos, garantizando condiciones laborales justas, contribuyendo a la comunidad local y alineándose con los lineamientos de la norma internacional. Se evidencia cómo el concepto de RSE se convierte en un pilar clave de su estrategia empresarial, integrándose en sus procesos y decisiones para alcanzar un equilibrio sostenible entre rentabilidad, ética y responsabilidad social; lo anterior, se realizó mediante un análisis general teniendo en cuenta la norma ISO 26000 aplicando una encuesta a 13 colaboradores y obteniendo respuestas sobre la perspectiva de los siguientes aspectos: gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la

comunidad; Por último, se muestra un plan de acción enfocado a mejorar los elementos vulnerables encontrados a partir del análisis.

El enfoque de ACOMPROAGROS hacia la RSE no se limita a una respuesta reactiva a las expectativas del mercado, sino que se convierte en un pilar esencial de su estrategia empresarial. La empresa no solo busca la rentabilidad económica, sino que también se compromete con un equilibrio sostenible entre ética, responsabilidad social y éxito empresarial. Este análisis exhaustivo se completa con un plan de acción detallado, proporcionando una guía clara para mejorar áreas identificadas como vulnerables. ACOMPROAGROS no solo se sitúa como una empresa socialmente responsable, sino que también se presenta como un ejemplo de cómo la RSE puede ser un motor para la innovación, la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo en el entorno empresarial actual.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Norma Internacional ISO 26000, Gestión organizacional, Plan de acción.

Abstract

The effective integration of Corporate Social Responsibility (CSR) in organizational management is essential today. CSR implies an ethical and voluntary commitment by companies to contribute to sustainable development, considering the social and environmental impact of their activities. In this context, the international standard ISO 26000 serves as a guide or provides guidelines to adopt ethical and responsible conduct in the implementation of business practices. This is how the following work explores the intersection between CSR and organizational management in the context of ACOMPROAGROS in the Municipality of San Rafael Antioquia, Colombia, whose work is production and marketing with the objective of transforming and marketing goods. and agricultural and tourist services of its associates, to local, regional, departmental, national and international users, under the criterion of using fair prices for producers.

In this way, it is analyzed how this company applies the principles of CSR in its management, optimizing its manufacturing processes and reducing possible environmental, social and economic effects, guaranteeing fair working conditions, contributing to the local community and aligning with the guidelines of the international standard. I know how the concept of CSR becomes a key pillar of your business strategy, integrating into your processes and decisions to achieve a sustainable balance between profitability, ethics and social responsibility; The above was carried out through a general analysis taking into account the ISO 26000 standard, applying a survey to 13 collaborators and obtaining responses on the perspective of the following aspects: governance, human rights, labor practices, environment, fair operating practices, issues of consumers and active participation and community development; Finally, an action plan is shown focused on improving the vulnerable elements found from the analysis.

ACOMPROAGROS' approach to CSR (Corporate Social Responsibility) goes beyond a reactive response to market expectations; it becomes an essential pillar of its business strategy. The company not only seeks economic profitability but is also committed to a sustainable balance between ethics, social responsibility, and business success. This comprehensive analysis is complemented by a detailed action plan, providing clear guidance for improving areas identified as vulnerable. ACOMPROAGROS not only positions itself as a socially responsible company but also serves as an example of how CSR can be a driving force for innovation, sustainability, and long-term growth in the current business environment.

Keywords: Corporate Social Responsibility, International Standard ISO 26000, Organizational management, action plan.

Contenido

Introducción	14
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Conceptualización.....	17
Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico.	17
Características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la RSE.....	18
Póster gobierno corporativo.	22
Aplicación.....	27
Marco Institucional.	27
Significado del Logo:.....	29
¿Quiénes somos?.....	29
Misión	29
Visión.....	30
Principios y Valores.....	30
Objetivo	30
¿Como funcionamos?.....	30
¿Cómo se proyecta ACOMPROAGROS?.....	31
Estructura Organizacional.....	32

Metodología de la Encuesta:	36
Análisis general de la aplicación de la encuesta	54
Evaluación de los asuntos de la RSE	57
Árbol de problemas teniendo en cuenta los niveles de implementación obtenidos en cada materia.....	60
Stakeholders relacionados con la empresa	61
Árbol de objetivos identificando los objetivos económicos, sociales y ambientales que se requieren para el cumplimiento de la RSE de la organización.....	61
Plan de mejoramiento	63
Plan de acción y seguimiento	63
Seguimiento del Plan de Acción:	66
Conclusiones	67
Referencias.....	70
Apéndices.....	75

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Evaluación de los asuntos de la RSE</i>	57
Tabla 2 <i>Evaluación de la RSE en la materia Derechos Humanos</i>	59
Tabla 3 <i>Stakeholders</i>	61
Tabla 4 <i>Plan de acción y seguimiento</i>	63

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Linea de Tiempo</i>	17
Figura 2 <i>Poster gobierno corporativo</i>	22
Figura 3 <i>Logo</i>	27
Figura 4 <i>Organigrama</i>	32
Figura 5 <i>Venta de productos</i>	33
Figura 6 <i>Venta de productos</i>	33
Figura 7 <i>Venta de productos</i>	33
Figura 8 <i>Venta de productos</i>	34
Figura 9 <i>Venta de productos</i>	34
Figura 10 <i>Venta de productos</i>	35
Figura 11 <i>Pregunta 1 sesiones internas convocadas</i>	38
Figura 12 <i>Pregunta 2 calificación de satisfacción respecto al contenido</i>	39
Figura 13 <i>Pregunta 3 sentimiento de trato de igualdad y no discriminación</i>	40
Figura 14 <i>Pregunta 4 experiencias dónde se percibe discriminación</i>	42
Figura 15 <i>Pregunta 5 promoción del ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo</i>	43
Figura 16 <i>Pregunta 6 Satisfacción con las políticas</i>	44
Figura 18 <i>Pregunta 7 políticas efectivas para la gestión de residuos y promoción de prácticas sostenibles</i>	45
Figura 19 <i>Pregunta 8 iniciativas relacionadas con el medio ambiente</i>	47
Figura 20 <i>Pregunta 9 trato justo y equitativo desde el salario, beneficios y oportunidades</i>	47
Figura 21 <i>Pregunta 10 medidas para mejorar la equidad y justicia</i>	48

Figura 22 <i>Pregunta 11 Capacitación sobre cómo abordar quejas o preocupaciones de los clientes</i>	50
Figura 23 <i>Pregunta 12 aspectos más importantes en la relación con la organización.....</i>	51
Figura 24 <i>Pregunta 13 opinión sobre la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad.....</i>	52
Figura 25 <i>Pregunta 14 participación en actividades de voluntariado</i>	53
Figura 26 <i>Árbol de problemas</i>	60
Figura 27 <i>Árbol de Objetivos.....</i>	61
Figura 28 <i>Mapa estratégico.....</i>	62

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Formato de recolección de información</i>	75
--	----

Introducción

En el corazón de San Rafael Antioquia, Colombia, se encuentra ACOMPROAGROS, una empresa dedicada a la producción y comercialización de bienes y servicios agropecuarios y turísticos. Su presencia se extiende desde el ámbito local hasta el internacional, con un compromiso arraigado en la promoción de precios justos para los productores asociados. En este escenario, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se erige como un pilar fundamental, guiando sus acciones hacia el desarrollo sostenible y la consideración de impactos sociales y medioambientales.

En el contexto del mundo moderno, donde la RSE se ha convertido en un componente esencial de la gestión organizacional, ACOMPROAGROS se destaca por su enfoque proactivo y estratégico hacia la integración de estos principios. No se trata simplemente de cumplir expectativas de mercado, sino de asumir un compromiso ético y voluntario que va más allá de la búsqueda de rentabilidad económica. La norma internacional ISO 26000 se erige como la guía que orienta las prácticas responsables y éticas en el desarrollo de actividades empresariales. A través de un análisis exhaustivo que abarca los aspectos clave de la gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad, la empresa se sumerge en la evaluación de su desempeño, buscando no solo la conformidad con los estándares, sino la internalización de estos principios en su cultura organizacional.

En este proceso, se ha evidenciado que el compromiso de ACOMPROAGROS con la RSE va más allá de una mera respuesta a las expectativas del mercado. La empresa ha interiorizado la RSE como un pilar fundamental de su estrategia empresarial, reconociendo que la responsabilidad social no solo contribuye al bienestar de la sociedad, sino que también es esencial para su propio éxito sostenible. La empresa, al alinearse con los principios de la ISO

26000, ha implementado prácticas laborales justas, garantizando condiciones equitativas para sus colaboradores. La preocupación por el medio ambiente se traduce en la optimización de procesos de fabricación y en la reducción de impactos adversos, contribuyendo así al desarrollo sostenible. Además, ha demostrado su compromiso con prácticas justas de operación y ha establecido mecanismos para asegurar la satisfacción de los consumidores.

El análisis se ha extendido más allá de los límites organizativos, abarcando la participación activa y el desarrollo de la comunidad. ACOMPROAGROS reconoce su papel no solo como una entidad comercial, sino como un actor clave en la mejora del entorno donde opera. La empresa ha demostrado su voluntad de contribuir al desarrollo social y económico de la comunidad local, yendo más allá de lo requerido por la normativa. La encuesta realizada a 13 colaboradores ha proporcionado una perspectiva valiosa desde dentro de la organización, destacando la percepción de los empleados sobre la implementación de la RSE. Este enfoque inclusivo refleja el compromiso de la entidad con la transparencia y la participación de todos los miembros de su equipo en el proceso de mejora continua.

De acuerdo con lo anterior, el trabajo concluye con un plan de acción detallado, una hoja de ruta específica para mejorar las áreas identificadas como vulnerables. Este enfoque proactivo refuerza la posición de ACOMPROAGROS como una empresa que no solo adopta la RSE como una etiqueta externa, sino que la vive y la impulsa internamente para lograr un cambio positivo en su entorno y en la sociedad en general. A través de esta integración profunda de la RSE en su estrategia, ACOMPROAGROS se destaca como un modelo a seguir en el fomento de prácticas empresariales éticas y sostenibles.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la Asociación Comercializadora de Productos Agropecuarios de San Rafael (ACOMPROAGROS), con el objetivo de fortalecer sus prácticas comerciales, asegurar la satisfacción de los grupos de interés y promover el desarrollo sostenible en el municipio.

Objetivos Específicos

Describir la estructura organizativa de ACOMPROAGROS, incluyendo sus actividades comerciales, sociales, ambientales y el impacto de la organización en la vida de los campesinos y en el desarrollo sostenible del municipio.

Identificar oportunidades para fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en ACOMPROAGROS, considerando su contexto local y regional.

Evaluar el grado de implementación de las materias clave de la norma ISO 26000 en ACOMPROAGROS, asegurando una comprensión completa de su aplicación en la organización.

Formular un plan estratégico integral de responsabilidad social empresarial para ACOMPROAGROS, basado en los principios esenciales delineados en la norma ISO 26000, con el propósito de establecer una guía efectiva para las iniciativas de responsabilidad social en la empresa.

Desarrollar estrategias específicas para mejorar la articulación comercial de ACOMPROAGROS, asegurando precios justos y una cadena de suministro ética

Conceptualización

Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico

Figura 1

Línea de Tiempo



Fuente. Elaboración propia (2023)

Características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la RSE

Una vez analizadas las diferentes referencias bibliográficas propuestas en la presente actividad para esta temática en cuestión, la cual es bastante relevante en el aprendizaje y la formación de habilidades para gestionar de manera óptima estrategias para el fomento y desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial, hoy en día son de vital importancia para las empresas a nivel mundial porque les permite afrontar los cambios y convertirlos en ventajas competitivas, pero todo esto requiere una sucesión de actividades que pueden generar algunos impactos ante la sociedad de acuerdo a cada escenario. Según León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. Revista Orbis, 13, p. 16. *“se deben implementar estrategias que generen beneficios e impulsen el desarrollo de todos los entes involucrados en la organización, como son sus trabajadores, accionistas, clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente, denominados por algunos autores como stakeholders”*. (León MC, 2018, pág. 16).

“Destacan la importancia de distanciar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la mera filantropía e ilustran su relación con la viabilidad a largo plazo y el crecimiento económico de las empresas. Si bien es cierto que las empresas están concebidas para ser rentables, este punto de vista también podría considerarse como un llamamiento a un enfoque más global de la rentabilidad. Se podría argumentar que la RSE es una estrategia inteligente para garantizar la sostenibilidad del negocio en un mundo donde la conciencia social y ambiental está en constante aumento, en lugar de considerarla como una carga adicional o un gesto de caridad. Al adoptar una postura activa y responsable ante los efectos de sus operaciones, las empresas no sólo cumplen con sus obligaciones éticas, sino que también fortalecen sus relaciones con las

comunidades en las que operan y fomentan la confianza de los consumidores” (León, M., & León, R., 2018; Creadess, 2010, pág. 3).

Las nuevas dinámicas de consumo desempeñan un papel significativo en el mercado, una cuestión que día a día se hace de gran importancia en el mundo empresarial, permitiendo a las organizaciones proporcionar beneficios muy valiosos al público tanto a nivel económico como social, así como a las comunidades en general.

A medida que pasa el tiempo, los consumidores proyectan expectativas diferentes sobre el mercado porque ya no sólo quieren bienes y servicios de alta calidad que sean baratos y fáciles de conseguir. Los clientes también desean que las empresas se impliquen en diversas causas sociales para afrontar problemas y necesidades de sus comunidades. Por lo tanto, es crucial que los propietarios de las empresas y los inversores se preocupen por tener en cuenta una serie de factores medioambientales y sociales que antes sólo se consideraban "buenas causas" para que estas empresas sean sostenibles y rentables a lo largo del tiempo.

De acuerdo con los argumentos anteriormente expuestos, las empresas que no sean responsables con su entorno, con las personas y con la sociedad, no serán tan atractivas y supondrán más riesgos para muchas industrias. Aspectos como la preservación de la biodiversidad, la gestión eficaz de los recursos, el cambio climático o cuestiones sociales como las desigualdades que existen en las comunidades colombianas. Sin embargo, al revisar el artículo de Díaz Cáceres N en una Revista llamada Daena: International Journal of Good Conscience, donde aborda la Responsabilidad Social Empresarial y la Creación de Valor Compartido, se destaca la afirmación de que *“la responsabilidad de la empresa no es hacer algunas cosas para quedar bien. Va más allá de planificar actividades voluntarias. Se trata de gestionar iniciativas coherentes para impulsar los derechos complejos de los ciudadanos*

enmarcados en los diversos ámbitos como, empresa y derechos humanos, desarrollo local y sociedad, contratación pública socialmente responsable y productos, bienes y servicios de calidad” (Díaz Cáceres N, 2014, pág. 18).

Es decir, el concepto de RSE ha ido transformando la manera en cómo se gestiona la empresa y la manera de hacer negocios dentro de ellas, tal como lo menciona Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). El concepto de responsabilidad empresarial. En su texto denominado "El concepto de responsabilidad empresarial", menciona que "la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad" (pág. 3).

"Resaltan la dualidad de la influencia de las empresas en la sociedad. Por un lado, sugieren que las empresas pueden desempeñar un papel significativo en el desarrollo positivo al promover condiciones que apoyan la democracia y el progreso social. Esta visión optimista sugiere que las empresas contribuyen al bienestar social y al fortalecimiento de las estructuras democráticas, además de producir riqueza económica. Por otro lado, el punto de vista negativo destaca cómo las empresas pueden suponer a veces una amenaza para la sociedad. El riesgo podría percibirse por la capacidad de las empresas para cambiar culturas e identidades, sobre todo cuando se utilizan de forma negativa, como en el caso de la corrupción política, el estancamiento social y la degradación medioambiental." (Díaz Cáceres, 2014; Francés, 2016, pág. 4).

Algunas de las características sobre la responsabilidad social empresarial están relacionadas con la gestión de su entorno, el entender las expectativas e intereses de la población, generar espacios de diálogos y acuerdos, es trabajar articuladamente con organizaciones de la sociedad desarrollando mayor impacto, impulsando e implementando estrategias, programas o actividades en beneficio de todos; principalmente se caracteriza por implementar elementos bajo el concepto de filosofía institucional como la responsabilidad, cultura, identidad, imagen, transparencia, acciones, compromiso, políticas, protocolos, normas entre muchos más, que en definitiva son pilares fundamentales tanto para el funcionamiento económico, ambiental y social.

Finalmente, hablar de responsabilidad tiene que ver mucho con el aspecto ético – moral, el concepto de responsabilidad va más allá del mero cumplimiento de las obligaciones contractuales e incluye un compromiso ético con la organización y la sociedad en su conjunto. Desde este punto de vista, una entidad responsable busca beneficios sin limitarse a perseguirlos, sino que lo hace considerando cuidadosamente los efectos medioambientales, sociales y económicos de sus operaciones.

Póster gobierno corporativo

Figura 2

Poster Gobierno corporativo

Fase 2 Profundización 101008_5_



GOBIERNO CORPORATIVO

¿QUÉ LO CARACTERIZA?

DE ACUERDO A LA BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA ES POSIBLE INDICAR QUE SE DESTACA POR:

- PROMOVER LA TRANSPARENCIA Y LA EQUIDAD EN LOS MERCADOS, GARANTIZANDO LA RENDICIÓN DE CUENTAS.
- PROPORCIONAR INCENTIVOS SÓLIDOS A LO LARGO DE TODA LA CADENA DE INVERSIÓN.
- FACILITAR QUE LOS MERCADOS DE VALORES FUNCIONEN DE FORMA QUE CONTRIBUYAN AL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO.



GOBIERNO CORPORATIVO
¿QUÉ ES? OBJETIVOS, IMPORTANCIA, ESTRUCTURA, EJEMPLOS.
www.somodifinanzas.cl

APORTES AL BIENESTAR HUMANO

Genera beneficios tangibles para la empresa y su entorno, entre ellos permite contar con reglas claras sobre la toma de decisiones, gestión y administración del negocio, evitando conflictos entre los accionistas.

Formalizan procesos y requisitos mínimos para temas trascendentes de la empresa, de modo que todos los conozcan y acepten; otorgan un trato equitativo y justo a los accionistas, considerando tanto en sus derechos como obligaciones; evitando disputas innecesarias y además facilitando la toma de decisiones.

SOTO, D. Y SOTO, D. (IL.) (2016). GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA DE LOS NEGOCIOS. SANTIAGO DE CHILE, CHILE: RIL EDITORES. PAG 77-79

Fuente. Elaboración propia (2023)

1.1. Producción limpia y el consumo sostenible desde la perspectiva de la relación con la gestión organizacional.

En un mundo globalizado y cambiante, las nuevas dinámicas de consumo desempeñan un papel importante en el ámbito de la gestión estratégica. Esta cuestión adquiere gran relevancia en el ámbito empresarial y social, y también se traduce en un mayor interés por parte de las comunidades de las organizaciones, ofreciendo aspectos como la capacidad empresarial para innovar y el compromiso con las dimensiones social y económica. Por lo tanto, han sido bastantes los cambios sociales y ambientales que año tras año se reflejan en el planeta afectando así, la calidad de vida de las personas y la disposición de bienes, debido al mal uso de la materia, la degradación del medio ambiente, el consumo excesivo e irresponsable, la destrucción y contaminación hídrica, atmosférica, industrial, la pérdida de la biodiversidad entre otros, siendo muchos de ellos irreparables. La búsqueda de revertir los efectos negativos causados por el hombre se hace cada día más notable en las estrategias implementadas por las diferentes organizaciones de todos los países, ocupando un lugar central en las agendas de cada empresa, organización y/o entidad público- privada del mundo entero.

La atención hacia la producción sostenible y el consumo responsable ha ido en aumento en las últimas décadas, a medida que la conciencia global sobre los desafíos ambientales ha crecido; por eso, promover esta estrategia, entendida como una política empresarial ambiental preventiva integrada a los procesos, productos y servicios, con el fin de lograr un uso más eficiente de los recursos, mejorando el desempeño ambiental, reduciendo riesgos a los seres humanos y el medio ambiente (Fonseca, 2017). Se convierte en una alternativa transformadora porque mejora el desempeño social, ambiental y económico, conservando recursos naturales, incrementando la productividad y competitividad, y aumentando paulatinamente la confianza en

la imagen, cultura e identidad empresarial. Según Vanessa Vanegas Hurtado en su texto denominado '¿Producción limpia? Un elemento clave para la competitividad de las empresas colombianas y los acuerdos ambientales multilaterales', en Colombia:

En primer lugar, no se tiene la cultura y la conciencia ambiental para generar los cambios. En segundo lugar, los empresarios colombianos realizan modificaciones en sus organizaciones cuando se les ha demostrado que dichos cambios les pueden generar ganancias o disminución en los costos; de lo contrario, permanecen igual. En tercer lugar, las organizaciones que han logrado implementar las estrategias lo han hecho por cumplir lo que exige la normatividad ambiental, por aumento en la productividad y por la presión de los mercados internacionales, mediante la aplicación de tecnologías más limpias en la producción de bienes o servicios (Hurtado, 2014, pág. 4).

Dado que las empresas y organizaciones son actores claves para forjar un futuro más sostenible, la gestión organizativa debe desempeñar un papel significativo en este escenario. En este ensayo, exploraremos cómo la adopción de prácticas de producción limpia y consumo sostenible puede beneficiar a las organizaciones y, al mismo tiempo, mejorar el estado del mundo. Los consumidores de hoy proyectan expectativas diferentes del mercado porque anticipan no sólo bienes y servicios de alta calidad a precios competitivos y en ubicaciones estratégicas, sino también empresas que contribuyan a diversas causas sociales con el fin de abordar problemas y satisfacer necesidades en diversas comunidades y que también demuestren prácticas de consumo responsable.

Aunque las lecturas abordadas para la contextualización sobre esta temática señalan que la idea de la competitividad empresarial está vinculada en una producción más limpia, De acuerdo con las afirmaciones de Hoof (2008) en su obra "Producción más limpia: Paradigma de

gestión ambiental", sostiene que: "La posición competitiva de una empresa dentro de su sector está definida, según Michael Porter (1998), por el valor agregado que atribuyen los actores interesados (clientes, inversionistas, trabajadores, proveedores) a la empresa y sus productos. Este valor agregado y el poder de negociación sobre el mismo determinan la fuerza competitiva que tendrá la empresa para contrarrestar las amenazas futuras" (Hoof, 2008, pág. 61).

Para establecer la producción limpia en una empresa se deben tener en cuenta aspectos de diferente índole tales como, los desechos que generan, la implementación de buenas prácticas con el fin de reducir emisiones, cambios orgánicos, reciclaje externo o interno, análisis de viabilidad del proceso teniendo en cuenta el impacto económico, proceso técnico y ecológico, implementación y control de manera continua y controlada con el objetivo de ir recolectando información y así obtener resultados que se puedan evaluar para en caso tal de que no sean favorables replantear nuevamente el proceso.

Este tipo de estrategias implementadas por algunas compañías impactan al ser proyectadas hacia el consumidor ya que conocer la forma en cómo la entidad les brinda diversos beneficios a sus colaboradores, las acciones que realizan en pro del apoyo a las comunidades vulnerables, como aportan al cuidado del medio ambiente, son factores que determinan la filosofía personal, buscando finalmente que nuestras acciones sean un poco congruentes con la forma de pensar de cada individuo. Aunque en algunas ocasiones se tiende a caer en la trampa del consumo compulsivo, adquiriendo bienes y servicios innecesarios y dejándonos llevar por la publicidad excesiva, inhibiendo la propia capacidad de ser un poco más razonable a la hora de seleccionar las prioridades para nuestra supervivencia, a la hora de elegir productos y servicios es fundamental percatarse de que dichas empresas incorporen procesos de producción más limpia. Según. Hoof (2008) "es una estrategia que busca prevenir la generación de los

contaminantes en la fuente de su origen, en vez de controlarlos al final del proceso. La Producción más Limpia genera ventajas asociadas a los recursos que deben invertirse para el control o mitigación de la contaminación' (Hoof, 2008, pág. 63)."

Es decir, en lugar de controlar los contaminantes al final del proceso, cuyo objetivo es prevenir su generación en la fuente, generando beneficios vinculados a los recursos que deben invertirse en el control o mitigación de la contaminación.

Entonces se puede afirmar que, la producción y el consumo sostenible responden a los compromisos adquiridos por cada institución, por ello, la necesidad de implementar cada día nuevas actividades que permitan unificar las instituciones e impulsar el conocimiento frente a los grandes beneficios que su aplicación generan; adicionalmente, se logra el desarrollo sostenible respetando la naturaleza y el ser humano, realizando uso eficiente de las materias primas e insumos y actuando desde todos los eslabones del planeta tierra, a las personas como consumidoras y a las empresas prácticas sostenibles; en pocas palabras, una empresa debe ser capaz de generar responsabilidad ambiental, igualdad social, éxito comercial porque el desarrollo sostenible, genera valor, Dada la actualidad, la sociedad requiere de manera imperante que tanto la producción como el consumo sean sostenibles.

Aplicación

Marco Institucional

Nombre de la empresa seleccionada: ACOMPROAGROS SAN RAFAEL

Figura 3

Logo ACOMPROAGROS



Fuente. Directamente de ACOMPROAGROS (2023).

Ubicación: Municipio de San Rafael Antioquia, Colombia.

Reseña Histórica de ACOMPROAGROS

La asociación de comercialización de productos agrícolas de San Rafael se fundó en respuesta a una necesidad percibida entre los agricultores locales. Hace muchos años se pensaba en una organización que se preocupará de verdad por los agricultores y pagará precios justos por sus productos. Ahora es el productor el que fija los precios de sus productos, no el intermediario.

Fundada el 23 de agosto de 2013, ACOMPROAGROS obtiene su reconocimiento legal con el número de personería jurídica 17869 el 15 de noviembre del mismo año. ACOMPROAGROS del Municipio de San Rafael es una entidad comercializadora de productos agropecuarios que está registrada en la cámara de comercio.

La producción, mercadeo, transformación y comercialización de bienes y servicios agropecuarios y turísticos asociados a usuarios locales, regionales, departamentales, nacionales e internacionales, bajo el criterio de utilizar precios justos para los productores son los objetos sociales de la organización. Se pretende incluir el turismo como un aspecto articulado dentro de las actividades asociativas en aquellas localidades que por sus circunstancias geográficas tienen oportunidades en esta área.

Este enfoque se centra en proponer el desarrollo sostenible en las acciones y actividades que la asociación desarrolla en el contexto del desarrollo sostenible, en el que se incorporan programas estrictamente ambientales, tecnología agropecuaria y servicios de extensión ambiental para sus asociados y la zona.

Apoyar a las organizaciones sociales a través de capacitación y asesoría en el sector solidario, mediante la creación de grupos asociativos que integren a la comunidad al sector productivo del municipio.

El objetivo de la asociación es garantizar la plena sostenibilidad de las actividades productivas mediante el diseño y desarrollo de estrategias de comercialización de bienes y servicios agrícolas. Así como también, diseñar y crear mecanismos y estrategias que posibiliten la adquisición de insumos, materiales, equipos y maquinaria para las áreas de producción de los asociados, con el objetivo de reducir los costos de producción e incrementar la competitividad en mi sector productivo; contar con las capacidades humanas adecuadas e inadecuadas para las

diversas tareas agrícolas y pecuarias que se requieren de los productores; fomentar la reserva de potencial humano de la asociación y apoyar la educación holística, agrícola, campesina y administrativa básica; fomentar el desarrollo, la seguridad y la protección social de los asociados teniendo en cuenta que los ingresos de la asociación lo hacen posible; valorizar todos los componentes y equipos necesarios para la pesca deportiva y demás actividades turísticas en curso; formar alianzas estratégicas con personas e instituciones del sector; y, promover, apoyar y formular proyectos que promuevan la organización y seguridad alimentaria para mejorar las necesidades básicas de los asociados en los núcleos familiares.

Significado del Logo

El logo de ACOMPROAGROS, está enmarcado en una gota de agua resaltando la riqueza hídrica que posee nuestro municipio, gracias a este elemento tan fundamental como lo es el agua, nuestro municipio posee una gran biodiversidad en especies vegetales y animales.

¿Quiénes Somos?

Acomproagros es una asociación que apoya a las empresas agropecuarias de la comunidad con mayor potencial de ganancia, tales como cacao cultores, apicultores, paneleros, piscicultores, avicultores, postura aves y artesanías. Su objetivo es facilitar y asegurar la venta de productos agrícolas, ayudando así a una media de 600 familias rurales mediante la compra de estos bienes a precios muy competitivos. ACOMPROAGROS es una entidad que regula los precios y trabaja con los agricultores.

Misión

ACOMPROAGROS busca garantizar la venta de productos rurales bajo los principios de comercio justo, pronto pago, alta calidad y coordinación efectiva de comercialización.

Basados en principios asociativos, operamos dentro de un marco ético a través del compromiso social y ambiental para alcanzar los objetivos de bienestar, sostenibilidad y competitividad de la organización, generando valor para nuestros asociados, empleados y la comunidad en general.

Visión

Ser reconocidos por nuestro liderazgo y competitividad en el mercado local y regional con una presencia destacada, brindando productos que satisfagan las necesidades de los clientes y ampliando nuestra línea de productos, potenciando así el desarrollo local y logrando la sustentabilidad de la organización. Análogamente con nuestra empresa, seguiremos fomentando la solidez, optimizando la estructura y enfocando los valores éticos y morales, con el fin de mantener el compromiso con la compañía y brindar un servicio superior a nuestros clientes.

Principios y Valores

Nuestras actuaciones se enmarcan en un ambiente de responsabilidad, respeto, honestidad, cumplimiento y conservación del medio ambiente.

Objetivo

Impulsar y promover organizaciones sociales que apoyen la integración y fortalecimiento del sector productivo; ofreciendo espacios de capacitación, asesoría y asistencia para la producción, transformación y comercialización de los productos agropecuarios y turísticos del municipio; a través de prácticas amigables con el medio ambiente, mejorando así la calidad de vida de sus asociados.

¿Como Funcionamos?

Para alcanzar el objetivo propuesto la asociación comercializadora de productos Agropecuarios “Acomproagros”, con el valioso apoyo de la administración municipal, DPS y

Fundación Bavaria, inauguró la comercializadora de los productos del campo cultivados y procesados en San Rafael.

Está ubicado en el edificio del café donde toda la comunidad podrá comprar productos frescos, 100% naturales y a buenos precios.

Contamos con una asamblea comprometida y un consejo directivo que velan y aseguran el buen funcionamiento de la organización. Nuestra meta es seguir avanzando para lograr nuestros objetivos. Los colaboradores de la secretaria de agricultura, medio ambiente y desarrollo rural del municipio ofrecen asesoría y apoyo.

ACOMPROAGROS, agremia a los productores de pollo, pescado, huevos, cacaoteros, apicultores, paneleros, entre otros. Por línea productiva se tienen representantes que son asociados de ACOMPROAGROS.

¿A Quién le Vende?

Nuestros clientes son Tejipaz (asociación del municipio de Granada), Finca hotel el trocadero, Manantiales del campo, (finca hotel vereda peñoles), parroquia san Rafael Arcángel, Interactuar, Finca hotel la cristalina, Oficina de turismo (San Rafael) y Turistas y comunidad en general.

¿Cómo se proyecta ACOMPROAGROS?

A Corto Plazo

Mantener un depósito para vender concentrado a nuestros clientes; un restaurante que utilice los mismos productos que los agricultores proporcionan al distribuidor, establecer cadenas de comercialización y ampliar el número de integrantes.

A Mediano Plazo

Construir una planta de sacrificio de pollos y obtener el registro INVIM y crear la alternativa concentrada utilizando materia prima local.

A Largo Plazo

Poseer un supermercado con puntos de venta en otras ciudades para garantizar la venta de productos locales, y, apoyar a los asociados con recursos educativos, material deportivo, uniformes y calzado para los hijos de los asociados que destaquen por su buen rendimiento académico.

Estructura Organizacional

Figura 4

Organigrama



Fuente. Obtenido a través de comunicación personal con ACOMPROAGROS (2023)

Figura 5

Venta de productos



Fuente. Proporcionado por ACOMPROAGROS (2023)

Figura 6

Venta de productos



Fuente. Proporcionado por ACOMPROAGROS (2023)

Figura 7*Venta de productos*

Fuente. Proporcionado por ACOMPROAGROS (2023)

Figura 8*Venta de productos*

Fuente. Proporcionado por ACOMPROAGROS (2023)

Figura 9

Venta de productos



Fuente. Proporcionado por ACOMPROAGROS (2023)

Figura 10

Venta de productos



Fuente. Proporcionado por ACOMPROAGROS (2023)

Diagnóstico

Resultados y análisis a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información:

El grupo de diez a quince empleados de la organización ACOMPROAGROS SAN RAFAEL, que está situada en el Municipio de San Rafael, Antioquia, Colombia, fueron objeto de la encuesta, que se efectuó en línea. ACOMPROAGROS es una asociación que apoya a las organizaciones agropecuarias de la región con alto potencial de productividad. Su principal objetivo es facilitar y asegurar la comercialización de los productos elaborados en el campo, ayudando a cerca de 600 familias rurales al permitirles adquirir estos bienes a precios justos. ACOMPROAGROS tiene un papel importante en la región del regulador de precios. Las preguntas formuladas en la encuesta se encuentran en el Anexo 1 del presente trabajo.

Metodología de la Encuesta

Modalidad de la Encuesta. La encuesta se realizó en línea. Los participantes recibieron un enlace a un cuestionario en línea que utilizaron para proporcionar sus respuestas. La elección de esta modalidad puede facilitar la participación de los empleados y permitir un proceso de recopilación de datos eficiente.

Herramientas y Cuestionarios. Para llevar a cabo la encuesta en línea, se utilizó la herramienta "Formularios de Google". Esta herramienta proporciona la capacidad de crear cuestionarios personalizados y recopilar respuestas de manera organizada. Además, también proporcionó gráficas de los resultados analizados anteriormente, siendo demasiado útil para el análisis de los datos.

Fechas de la Encuesta. La encuesta se llevó a cabo el 11 de octubre de 2023.

El proceso de selección de la muestra en la encuesta que se realizó en ACOMPROAGROS SAN RAFAEL se llevó a cabo de la siguiente manera:

Selección Aleatoria de Participantes. En este caso, los participantes de la encuesta se seleccionaron de manera aleatoria. Esto significa que se utilizó un método en el que cada empleado tenía una probabilidad igual de ser elegido para participar en la encuesta. La selección aleatoria es un enfoque ideal para evitar sesgos en la muestra cuando ya se tiene una población conocida.

Tamaño de la Muestra. Se encuestaron 13 empleados de la organización ACOMPROAGROS SAN RAFAEL. La empresa cuenta con alrededor de 21 empleados en total. El tamaño de la muestra, en este caso, representa aproximadamente el 62% de la población total. Dado que el tamaño de la muestra es significativo en relación con el tamaño de la población, nos fue posible obtener conclusiones representativas a partir de los resultados de la encuesta, ideales para obtener una comprensión general de las opiniones y perspectivas de los empleados en relación con las dimensiones de la norma.

El uso de una selección aleatoria contribuye a la imparcialidad de la muestra y permite que los resultados sean más representativos de la población en cuestión, en este caso, los empleados de ACOMPROAGROS SAN RAFAEL.

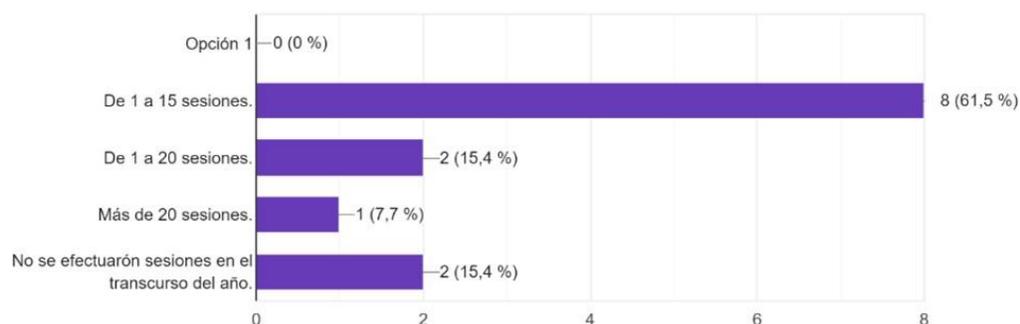
Perspectiva gobernanza de la organización.

Figura 11

Pregunta 1 sesiones internas convocadas

1. ¿Cuántas sesiones internas convocadas para garantizar la participación, promover el liderazgo y concertar algunas decisiones, se efectuaron con éxito en la organización en el periodo de un año?

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

8 de las 13 personas encuestadas indicaron que se llevaron a cabo de 1 a 15 secciones internas con éxito en el periodo de un año, esto sugiere una participación regular en procesos internos de la organización. 2 personas, mencionaron que se llevaron a cabo de 1 a 20 secciones internas con éxito en el mismo periodo, este grupo muestra una participación más extensa o frecuente en comparación con la mayoría. 1 persona, informó que se llevaron a cabo más de 20 secciones internas con éxito en el transcurso del año. Esto indica una alta frecuencia de participación y posiblemente un compromiso significativo en la toma de decisiones y el liderazgo. Por último, 2 de las 13 personas, afirmaron que no se llevaron a cabo secciones internas en el transcurso del año, esta respuesta podría sugerir una falta de actividad en términos de reuniones internas para promover la participación y la toma de decisiones.

En general, la mayoría de los empleados parecen estar involucrados en secciones internas, lo que indica un interés y participación en la gobernanza de la organización.

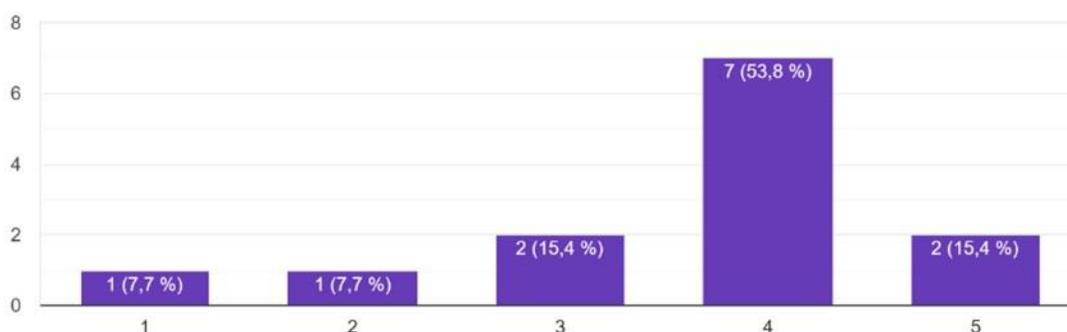
La variabilidad en las respuestas sugiere que hay diferentes niveles de participación entre los empleados, y podría ser útil investigar más a fondo para comprender las razones detrás de estas diferencias.

Figura 12

Pregunta 2 calificación de satisfacción respecto al contenido.

2. En escala de 1 a 5, siendo 1 deficiente y 5 excelente. Califique la satisfacción respecto al contenido y logro de las metas de resultado presentadas en los informes de rendición de cuentas por la organización

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

Con respecto a esta pregunta, podemos deducir lo siguiente:

Existe una **Satisfacción Generalmente Alta**, es decir, promedio de 4 en una escala de 1 a 5 indica una satisfacción generalmente alta con los informes de rendición de cuentas de la organización. La mayoría de las personas encuestadas parece estar contenta con el contenido y los resultados presentados en estos informes, así como también, Calidad de los Informes: Una calificación promedio de 4 sugiere que los informes de rendición de cuentas son considerados

informativos y de alta calidad por los encuestados. Esto es positivo, ya que informes de calidad pueden ayudar a mantener a los miembros de la organización informados y comprometidos.

En resumen, estos resultados nos permiten señalar que la puntuación de 4 es muy representativa en este baremo, que la consecución de objetivos es excelente, obteniendo un gran porcentaje en comparación con el resto de la calificación otorgada y que, a partir de aquí, se puede crear una estrategia que lleve a entrar en nuevos sectores del mercado, generando nuevos productos para la ampliación de beneficios y negocios a largo plazo que disminuyan los riesgos de estabilidad de la marca.

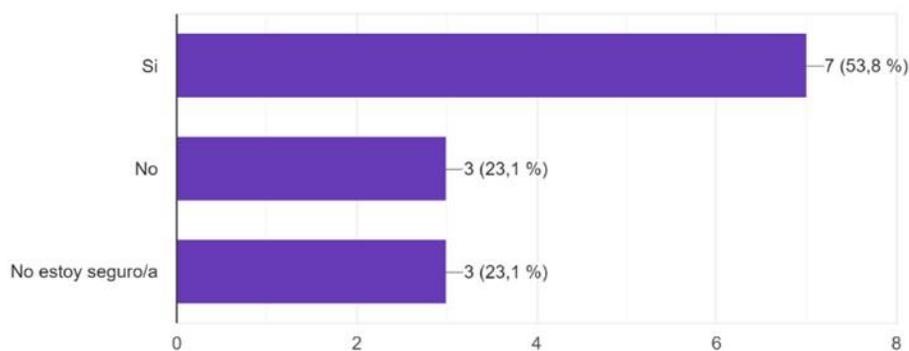
Perspectiva derechos humanos.

Figura 13

Pregunta 3 sentimiento de trato de igualdad y no discriminación

3 ¿Siente que la organización trata a todos sus clientes y empleados con igualdad y sin discriminación por motivos de raza, género, orien...aspectos relacionados con los derechos humanos?:

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

El resultado de esta pregunta nos indica que una mayoría considera que la organización trata a sus clientes y empleados con igualdad y sin discriminación por motivos de raza, género,

orientación sexual, religión u otros aspectos relacionados con los derechos humanos. Esto es una señal positiva de que la organización ha establecido políticas o prácticas que fomentan la igualdad y la no discriminación. Sin embargo, al haber 3 personas que respondieran negativamente (respondieron "no") sugiere que existe una preocupación o percepción de discriminación en la organización. Es importante prestar atención a las preocupaciones expresadas por estos encuestados y tomar medidas para abordar cualquier problema de desigualdad o discriminación si se identifican.

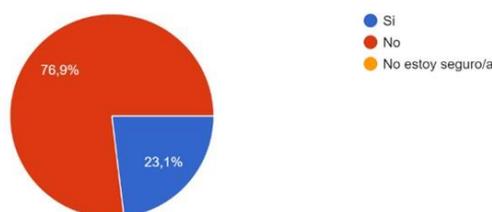
Las respuestas a esta pregunta reflejan cómo los empleados y clientes perciben el compromiso de la organización con estos valores. Una percepción negativa en este sentido puede dañar la imagen de la organización y afectar la moral y la retención de empleados, pero implica la revisión y mejora de políticas, la capacitación del personal y la promoción de una cultura inclusiva. En resumen, la encuesta revela una percepción general positiva de que la organización trata a todos sus clientes y empleados con igualdad y sin discriminación. Sin embargo, las respuestas negativas deben tomarse en serio y considerarse como áreas de mejora para garantizar que la organización realmente cumple con sus compromisos de igualdad y no discriminación. La comunicación abierta y la acción efectiva son esenciales para abordar cualquier preocupación en este ámbito.

Figura 14

Pregunta 4 experiencias dónde se percibe discriminación

4 ¿Ha tenido alguna experiencia donde haya percibido discriminación o falta de respeto a los derechos humanos en su interacción con la organización?

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

Se puede observar que una mayoría de los encuestados no ha experimentado directamente problemas relacionados con derechos humanos en su trato con la organización. Esto es una señal positiva, pero no necesariamente garantiza que no existan problemas subyacentes, pero si existen áreas de preocupación y posiblemente problemas que la organización debe abordar. Las experiencias de discriminación o falta de respeto, aunque reportadas por una minoría, son críticas y deben tomarse en serio. Ignorar o minimizar estas experiencias puede dañar la reputación de la organización y afectar la moral de los empleados o la satisfacción de los clientes. Las respuestas afirmativas indican que existen problemas reales que deben ser investigados y abordados. La organización debe llevar a cabo una revisión exhaustiva de sus prácticas, políticas y cultura para identificar y eliminar cualquier discriminación o falta de respeto a los derechos humanos.

Por lo anterior, estos resultados sugieren que la organización tiene margen de mejora en lo que respecta a los derechos humanos y la igualdad en su relación con la comunidad y los empleados. Es esencial que ACOMPROAGROS SAN RAFAEL tome medidas concretas para

abordar estas preocupaciones y garantizar que se cumplan los principios de igualdad y no discriminación en todas sus operaciones.

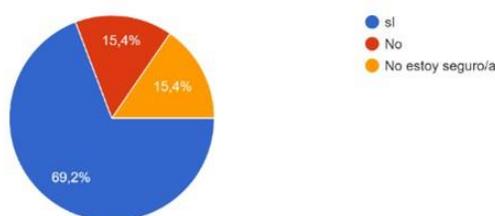
Perspectiva prácticas laborales.

Figura 15

Pregunta 5 promoción del ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo

5. ¿Considera que la organización promueve un ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo para todos los empleados?:

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

La mayoría de los empleados (69,2%) tienen una percepción positiva en cuanto a la promoción de un ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo. Esto podría indicar que la organización está haciendo esfuerzos efectivos en esta área. Sin embargo, la presencia de respuestas negativas (15,4%) y la incertidumbre (15,4%) señalan áreas que podrían requerir atención adicional.

Sería útil explorar las razones detrás de las respuestas negativas y de incertidumbre. Esto podría lograrse a través de entrevistas adicionales, grupos de enfoque o encuestas más detalladas para obtener información específica. También, se podría mejorar la comunicación sobre las políticas y prácticas relacionadas con la seguridad, la salud y la equidad ya que puede contribuir a una mayor comprensión y confianza entre los empleados. Se podrían ofrecer programas de capacitación y sensibilización que puede ser beneficioso para garantizar que todos los empleados

estén informados sobre los protocolos de seguridad, programas de salud y prácticas equitativas en el lugar de trabajo.

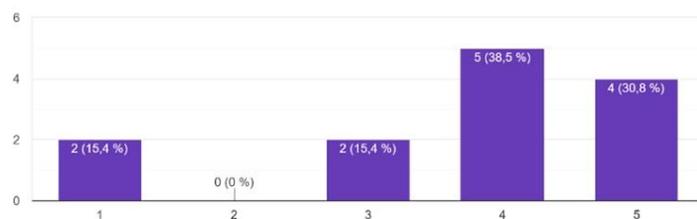
En caso de que haya problemas legítimos identificados en las respuestas negativas, se puede considerar una revisión y actualización de las políticas y prácticas para abordar las preocupaciones y mejorar la percepción general.

En resumen, este análisis proporciona una visión inicial de la percepción de los empleados sobre el ambiente de trabajo, y sugiere oportunidades para fortalecer la seguridad, la salud y la equidad en la organización de acuerdo con los principios.

Figura 16

Pregunta 6 Satisfacción con las políticas

6. En escala de 1 a 5, siendo 1 deficiente y 5 excelente. Califique los siguientes criterios de satisfacción con respecto a las políticas y práctica...n. (Horarios, condiciones de trabajo y beneficios).
13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

Basándonos en los resultados de la encuesta y las calificaciones proporcionadas en una escala del 1 al 5, podemos realizar el siguiente análisis:

Al menos dos empleados perciben que los horarios actuales son deficientes y podrían no ser satisfactorios para ellos mientras que la mayoría de los empleados están bastante satisfechos con los beneficios proporcionados por la organización, pero aún ven oportunidades de mejora.

Sería beneficioso comprender qué beneficios específicos valoran y qué podrían considerar para futuras mejoras.

Así mismo, se logra identificar que el ambiente laboral es bueno donde los trabajadores logran desarrollar sus labores de gran manera en un ambiente sano con todas las condiciones ambientales optimas y justas para mantener los indicadores labores de manera positiva.

La organización diseña actividades de manera continua como pausas activas, rotación de puestos de trabajo para que las personas tengan una interacción constante con los compañeros y beneficios, lo cual ayuda a evita al máximo los conflictos laborales, lo cual motiva a cumplir con los horarios establecidos sin embargo se debe identificar esos puestos que exigen mayor permanencia de tiempo y hacer los ajustes necesario para que las personas se sientan totalmente a gusto con los turnos y condiciones de trabajo.

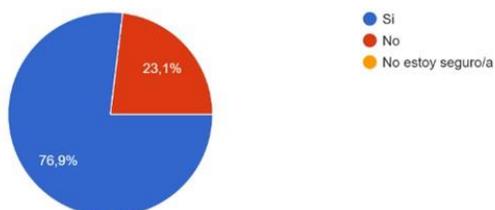
Perspectiva medio ambiente.

Figura 17

Pregunta 7 políticas efectivas para la gestión de residuos y promoción de prácticas sostenibles

7. ¿Cree que la organización tiene políticas efectivas para la gestión de residuos y promoción de prácticas sostenibles en los lugares de trabajo?:

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

La mayoría de los empleados perciben que la organización tiene políticas efectivas en estos temas. Esto podría ser un indicador positivo de la conciencia y la satisfacción de los empleados con las prácticas ambientales de la empresa.

Sin embargo, se considera un aspecto a mejorar teniendo que alrededor del 23,1% de los empleados expresen dudas o desacuerdo con la efectividad de las políticas sugiere que hay espacio para mejorar en la gestión de residuos y prácticas sostenibles.

Así como también, Sería beneficioso realizar investigaciones adicionales para comprender las razones detrás de la percepción negativa de algunos empleados. Esto podría llevarse a cabo mediante entrevistas o encuestas más detalladas para recopilar comentarios específicos y sugerencias de mejora.

Además, las políticas y prácticas existen pero no son percibidas de manera efectiva, podría ser necesario mejorar la comunicación interna y las iniciativas de concientización para garantizar que todos los empleados estén informados y comprometidos con las políticas de sostenibilidad y en caso de que las percepciones negativas reflejen deficiencias reales en las políticas o prácticas, la organización podría considerar una revisión y actualización de las políticas ambientales para abordar las preocupaciones y mejorar la efectividad así como también, involucrar a los empleados en la revisión y desarrollo de políticas ambientales esto, aumentará el sentido de pertenencia y compromiso, contribuyendo a una cultura organizacional más sostenible.

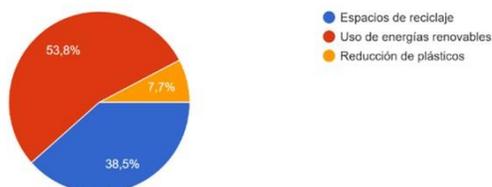
En general, este análisis proporciona información valiosa para la organización y sugiere áreas específicas que pueden requerir atención y acción para fortalecer su compromiso con la sostenibilidad

Figura 18

Pregunta 8 iniciativas relacionadas con el medio ambiente

8. ¿Qué iniciativas relacionadas con el medio ambiente le gustaría ver implementadas en su lugar de trabajo?:

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

En la empresa se evidencia un manejo de los diferentes residuos proporcionando los recipientes y espacios adecuados donde se evitan de manera general el mal manejo de los residuos de la empresa, en este caso se debe hacer un enfoque racional para implementar el uso energías renovables que permitan mantener la empresa de manera adecuada con el objetivo de disminuir costos, encontrar nuevas oportunidades de mercado y tener un consumo eficiente de energía.

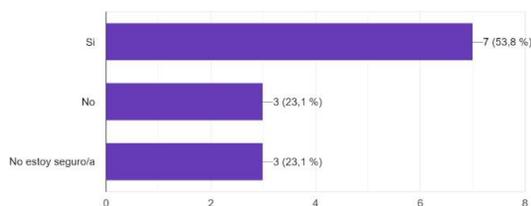
Perspectiva práctica justa de operación.

Figura 19

Pregunta 9 trato justo y equitativo desde el salario, beneficios y oportunidades

9. ¿Siente que recibe un trato justo y equitativo en términos de salario, beneficios y oportunidades de desarrollo en esta organización?:

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

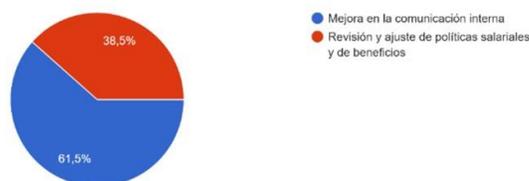
Con respecto a las prácticas justas de operación con las respuestas de la pregunta 9, podemos observar que el hecho de que 7 de las 13 personas encuestadas sientan que reciben un trato justo y equitativo es una señal positiva. Esto sugiere que una mayoría de los empleados encuestados están satisfechos con su salario y las oportunidades de desarrollo en la organización. Esto puede indicar una cultura de trabajo saludable en la empresa, sin embargo, al observar 3 respuestas indicando “no” se plantea preocupaciones. Esto indica que un segmento significativo de los encuestados siente que no está recibiendo un trato justo en términos de salario y oportunidades de desarrollo. Es importante investigar más a fondo las razones detrás de esta percepción para abordar posibles problemas y mejorar las condiciones laborales. Adicionalmente es un signo de que la organización no ha comunicado de manera efectiva sus políticas de compensación y desarrollo, o que los empleados no tienen suficiente información para tomar una decisión informada.

En resumen, se revela una mezcla de percepciones en la organización, con una mayoría que se siente satisfecha, pero también un grupo que tiene preocupaciones. La organización debe utilizar estos resultados como punto de partida para mejorar su compromiso con la equidad salarial y el desarrollo profesional.

Figura 20

Pregunta 10 medidas para mejorar la equidad y justicia

10. ¿Qué medidas considera que podrían mejorar la equidad y justicia en las prácticas operativas de la organización?:
13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

Con respecto a esta pregunta, podemos observar dos aspectos:

Puntos positivos: La comunicación interna es esencial en cualquier organización. El hecho de que el 38.5% de los encuestados haya mencionado esto como una medida importante sugiere que existe un reconocimiento de la necesidad de una comunicación más efectiva. Esto puede ayudar a abordar problemas como la falta de información o la percepción de falta de transparencia.

Así mismo, El hecho de que más del 60% de los encuestados sienta que se deben revisar las políticas salariales y de beneficios es una señal clara de que esta es una preocupación importante. Esto puede indicar que algunos empleados sienten que no están siendo recompensados de manera justa por su trabajo o que las políticas actuales no reflejan adecuadamente las necesidades del personal.

Áreas de enfoque: La organización debe examinar de cerca su estrategia de comunicación interna. Puede ser necesario establecer canales de comunicación más efectivos, proporcionar actualizaciones regulares a los empleados, fomentar un ambiente de retroalimentación abierta y garantizar que todos los empleados tengan acceso a la información relevante.

Así como también, La organización debe llevar a cabo una revisión exhaustiva de sus políticas salariales y de beneficios. Esto podría implicar la consideración de aumentos salariales, ajustes en los paquetes de beneficios, o incluso la implementación de políticas de igualdad salarial para garantizar que las compensaciones sean justas y equitativas. También es importante involucrar a los empleados en este proceso para comprender sus expectativas y necesidades.

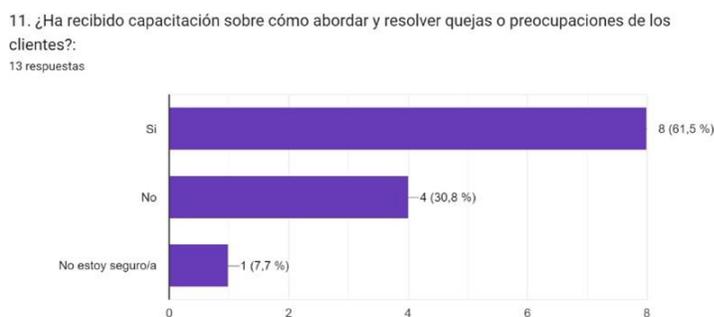
En resumen, los resultados de la encuesta indican que la mejora de la comunicación interna y la revisión de las políticas salariales y de beneficios son áreas críticas para abordar la

equidad y la justicia en la organización. Estos resultados deben ser utilizados como base para tomar medidas concretas y mejorar la experiencia de los empleados.

Perspectiva asuntos de consumidores.

Figura 21

Pregunta 11 Capacitación sobre cómo abordar quejas o preocupaciones de los clientes



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

Es alentador que la mayoría de los encuestados (8 de 13) hayan recibido capacitación en este tema. Esto indica que la organización ha tomado medidas para preparar a una parte significativa de su personal para tratar y resolver quejas y preocupaciones de los clientes.

a respuesta "no está seguro" de una persona puede sugerir que la organización debe comunicar de manera más efectiva a sus empleados sobre la formación y los recursos disponibles. Puede ser que la persona no tenga información suficiente sobre la capacitación ofrecida.

En resumen, los resultados de la encuesta indican que la capacitación sobre cómo abordar y resolver quejas o preocupaciones de los clientes es una preocupación importante en la organización. Se deben tomar medidas para garantizar que todos los empleados reciban la

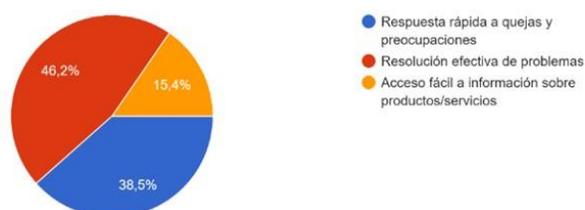
capacitación necesaria y que esta sea efectiva en el desarrollo de habilidades de servicio al cliente.

Figura 22

Pregunta 12 aspectos más importantes en la relación con la organización

12. ¿Qué aspectos considera más importantes para usted en la relación con la organización en términos de asuntos de consumidores?:

13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

La mayoría de los encuestados considera que la resolución efectiva de problemas es la característica más importante en la relación con la organización. Esto destaca la importancia de la satisfacción del cliente a través de la resolución de sus problemas de manera eficiente y satisfactoria. La organización debe asegurarse de tener procedimientos sólidos para manejar quejas y preocupaciones de los clientes y para garantizar que los problemas sean tratados de manera efectiva y en un tiempo razonable. La rapidez en la respuesta a quejas y preocupaciones es una prioridad para una parte significativa de los encuestados. Esto indica que los clientes valoran una comunicación oportuna y receptiva por parte de la organización. La organización debe establecer sistemas de comunicación efectivos que permitan una respuesta rápida a las inquietudes de los clientes. Esto puede incluir la asignación de personal específico para gestionar estas cuestiones y la implementación de herramientas de seguimiento. En resumen, la encuesta revela que la resolución efectiva de problemas y la respuesta rápida a quejas y preocupaciones son aspectos fundamentales en la relación con la organización para la mayoría de los

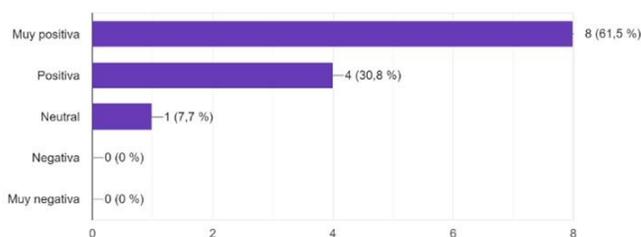
encuestados, seguidos de cerca por el acceso fácil a la información sobre productos y servicios. Estos resultados deben guiar las acciones de la organización para mejorar su relación con los consumidores.

Perspectiva, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Figura 23

Pregunta 13 opinión sobre la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad.

13. ¿Qué opinión tiene sobre la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad en la que opera?:
13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

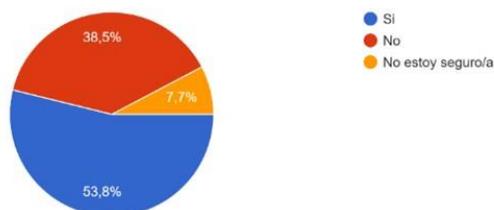
Con la respuesta "muy positiva" de la mayoría de los encuestados (8 de 13) indica que estas personas tienen una percepción altamente favorable de la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad. Esto es un indicador positivo y sugiere que la organización está siendo vista como una fuerza positiva en su entorno. Una opinión muy positiva sobre la contribución de la organización a la comunidad es esencial para construir y mantener una buena reputación en el ámbito local. Esto puede ser beneficioso para la imagen de la organización y su relación con la comunidad, lo que a su vez puede ayudar a atraer clientes, empleados y socios. La respuesta positiva puede ser un indicio de un compromiso efectivo de la organización con la responsabilidad social empresarial (RSE). La RSE implica que la

organización toma medidas para mejorar la calidad de vida en la comunidad en la que opera, más allá de sus objetivos económicos. Adicionalmente, Una percepción muy positiva sugiere que la organización está llevando a cabo acciones que tienen un impacto visible y apreciado en la comunidad. Esto puede incluir iniciativas de apoyo social, programas de donación o cualquier otra actividad que contribuya al bienestar de la comunidad.

Figura 24

Pregunta 14 participación en actividades de voluntariado

14. ¿Ha participado en actividades de voluntariado o en iniciativas de desarrollo de la comunidad organizadas por la empresa en el último año?:
13 respuestas



Fuente. Elaboración propia a través de Formularios de Google

Se puede observar que ha existido una participación activa en las actividades de voluntariado o iniciativas de desarrollo de la comunidad organizadas por la empresa en el último año. Esto es positivo, ya que demuestra un interés activo en la RSE, por lo que muestra que existe un compromiso genuino entre los empleados o clientes hacia la comunidad en la que opera la empresa. Esta implicación puede ser beneficiosa para la imagen de la empresa y para fortalecer los lazos con la comunidad. La empresa puede destacar y reconocer la participación de sus empleados o clientes en actividades de RSE, lo que contribuirá a una comunicación positiva tanto interna como externamente. Esto refuerza la cultura de responsabilidad social y puede atraer a individuos que valoran esta implicación en la comunidad; si bien la participación es

significativa, es importante seguir evaluando la efectividad de estas actividades y buscar oportunidades para mejorar la participación, aumentar el impacto y diversificar las iniciativas de RSE. En resumen, la respuesta positiva en cuanto a la participación en actividades de voluntariado o en iniciativas de desarrollo de la comunidad organizadas por la empresa en el último año indica un alto nivel de compromiso por parte de empleados o clientes en cuestiones de RSE. Esto puede ser beneficioso para la empresa en términos de su imagen pública y relaciones con la comunidad. Sin embargo, se debe seguir fomentando esta participación y evaluando su efectividad para maximizar el impacto positivo en la comunidad y en la organización.

Análisis General de la Aplicación de la Encuesta

A continuación, se presenta un análisis general de los resultados de la encuesta en cada una de las dimensiones de la norma:

Gobernanza de la Organización

En cuanto al número de sesiones internas convocadas para garantizar la participación y promover el liderazgo, el 61.5% de los encuestados indicó que se llevaron a cabo entre 1 y 15 sesiones en un año. Esto sugiere un compromiso con la participación y la toma de decisiones internas. Por su parte, en cuanto a la aceptación de los informes de rendición de cuentas publicados, la mayoría de los encuestados calificó estos informes con un 4 o 5 (excelente), lo que indica una alta aceptación y apreciación de las acciones y programas relacionados con la responsabilidad social.

Derechos humanos:

La mayoría de los encuestados (7 de 13) siente que la organización trata a todos sus clientes y empleados con igualdad y sin discriminación, lo que refleja una percepción

parcialmente positiva o con muchas más dudas en esta área y demuestra una gran preocupación ya que son casi la mitad de los encuestados.

Por otro lado, un porcentaje de los encuestados (76.9%) no ha tenido experiencias de discriminación o falta de respeto a los derechos humanos en su interacción con la organización, pero no deja de llamar la atención el 23.1% que no está de acuerdo con esas afirmaciones.

Prácticas Laborales

La gran mayoría de los encuestados (69.2%) considera que la organización promueve un ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo, lo que es un resultado favorable. En cuanto a la satisfacción con las políticas y prácticas laborales, la mayoría de los encuestados (69.2%) calificó con un 4 o 5 (bueno/excelente), lo que sugiere una satisfacción general con estas políticas.

Medio Ambiente

La mayoría de los encuestados (76.9%) cree que la organización tiene políticas efectivas para la gestión de residuos y promoción de prácticas sostenibles en el lugar de trabajo, lo que refleja un compromiso con la sostenibilidad ambiental. También, Los encuestados expresaron preferencia por la implementación de espacios de reciclaje y el uso de energías renovables como iniciativas relacionadas con el medio ambiente.

Prácticas justas de operación

La mayoría de los encuestados (53.8%) siente que recibe un trato justo y equitativo en términos de salario, beneficios y oportunidades de desarrollo en la organización y el otro 46.2% no apoya en su totalidad esas respuestas, lo que deja un abismo entre estos dos grupos dejando ver que no están siendo muy justas las operaciones en la empresa.

Las medidas consideradas para mejorar la equidad y justicia en las prácticas operativas incluyen la mejora en la comunicación interna y la revisión de políticas salariales y de beneficios.

Asuntos de consumidores

La mayoría de los encuestados (61.5%) ha recibido capacitación sobre cómo abordar y resolver quejas o preocupaciones de los clientes. Así mismo, aspectos importantes para los encuestados en la relación con la organización en términos de asuntos de consumidores incluyen la respuesta rápida a quejas y la resolución efectiva de problemas.

Participación activa y desarrollo de la comunidad

La mayoría de los encuestados tiene una opinión muy positiva (61.5%) sobre la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad en la que opera.

Más de la mitad de los encuestados (53.8%) ha participado en actividades de voluntariado o en iniciativas de desarrollo de la comunidad organizadas por la empresa en el último año, lo que refleja un alto nivel de participación activa.

En general, los resultados de la encuesta sugieren un compromiso positivo de la organización ACOMPROAGROS SAN RAFAEL en varias dimensiones de la norma. Sin embargo, es importante seguir monitoreando y mejorando en áreas donde se identifiquen oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Los indicadores cuantitativos y cualitativos sugieren un cumplimiento destacado en varias dimensiones de la norma, especialmente en gobernanza, prácticas laborales, medio ambiente, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad. Sin embargo, siempre hay oportunidades de mejora. En este contexto, se pueden considerar acciones para fortalecer aún más las áreas donde se cumple y abordar las áreas que necesitan mejorar

(Derechos humanos y Practicas justas de operación), como la implementación de sugerencias específicas de los empleados.

Evaluación de los asuntos de la RSE

Tabla 1

Evaluación de los asuntos de la RSE

Asuntos	Hallazgo	Calificación
Gobernanza de la organización		4.583
Rendición de cuentas		5
Transparencia	Es necesario revisar la política de transparencia y mejorarla	2.5
Comportamiento ético		5
Respeto a las partes interesadas		5
Respeto al principio de legalidad		5
Respeto a la normatividad		5
Derechos humanos		3.663
Debida diligencia	No se realiza debida diligencia a las contrapartes	2
Situaciones de Riesgo		5
Evitar la complicidad	No se cuentan con mecanismos para evitarlo	3
Resolución de reclamaciones		5
Discriminación a grupos vulnerables		5
Derechos civiles y políticos	Se observa desconocimiento en esta materia	2.5
Derechos económicos, sociales y culturales		5
Principios y derechos en el trabajo	Existe poca divulgación de esta temática	1.8
Prácticas laborales		4.3
Trabajo y relaciones laborales	Se maneja en ocasiones de manera muy informal	3.5
Condiciones de trabajo y SS	Se evalúa con muy poca pericodad esta área	3
Dialogo social		5
Salud y seguridad ocupacional		5
Desarrollo humano y formación		5
Medio Ambiente		4.325
Prevención de la Contaminación		5
Uso sostenible de los recursos		5
Mitigación y adaptación al cambio climático	Se cuentan con pocos recursos para invertir en ello	2.3
Protección del medio ambiente		5
Prácticas justa de operación		3.86
Anticorrupción	No se cuenta con un plan anticorrupción en la empresa	1.5
Participación política responsable		5
Competencia Justa		5
Promoción de la RSE en la cadena de valor		5
Respeto a los derechos de la propiedad	Se percibe una falta de conocimiento en este ítem	2.8

Asuntos de consumidores		4.714
Prácticas justas de marketing		5
Protección de la salud y seguridad del consumidor		5
Consumo sostenible		5
Servicios de atención al cliente		5
Protección y privacidad de datos	Se puede mejorar en las políticas de usos de datos	4.1
Acceso a servicios esenciales	Se evidencia dificultad para el acceso a estos servicios	3.9
Educación y toma de conciencia		5
7. Participación activa y desarrollo de la comunidad		4.643
Participación activa de la comunidad		5
Educación y cultura		5
Creación de empleo y desarrollo de habilidades		5
Desarrollo y acceso a la tecnología	Existe una gran brecha para el acceso a tecnología	4
Generación de riqueza e ingresos		5
Salud	No se tiene alianzas con entidades para mejorar este tema	3.5
Inversión social		5
	Promedio	4.298
	Desviación estándar	0.402
	Coefficiente de variación	0.094

Fuente. Elaboración propia (2023)

Matriz de Marco Lógico

Teniendo en cuenta los niveles de implementación obtenidos en cada materia y diagnóstico del instrumento trabajado en la fase anterior, se logra identificar el problema central de la empresa en cuanto a la implementación de la norma ISO 26000.

Tabla 2*Evaluación de la RSE en la materia Derechos Humanos*

Derechos humanos		3.663
Debida diligencia	No se aplica la debida diligencia a las contrapartes para la gestión de impactos	2
Situaciones de Riesgo		5
Evitar la complicidad	No se cuentan con mecanismos para evitarlo	3
Resolución de reclamaciones		5
Discriminación a grupos vulnerables		5
Derechos civiles y políticos	Se observa desconocimiento en esta materia	2.5
Derechos económicos, sociales y culturales		5
Principios y derechos en el trabajo	Existe poca divulgación de esta temática	1.8

Fuente. Elaboración propia (2023).

El principal problema al que se enfrenta la empresa ACOMPROAGROS en el contexto de la evaluación de las cuestiones relacionadas con la responsabilidad social de las empresas (RSE), concretamente en el ámbito de los derechos humanos, es la falta de diligencia adecuada y de mecanismos para evitar la complicidad en las violaciones de los derechos humanos. Estos dos componentes son los hallazgos más cruciales porque identifican la principal falla al implementar ISO 26000 en la empresa.

Diligencia Debida. La constatación de que no se está actuando con la debida diligencia con la parte contraria implica que la empresa no está investigando o evaluando adecuadamente a sus socios comerciales, proveedores u otras partes con las que interactúa para asegurarse de que no son cómplices de violaciones de los derechos humanos. La diligencia debida tiene por objeto evitar la participación indirecta en violaciones de los derechos humanos, lo que la convierte en un elemento vital de la responsabilidad social de las empresas y de la norma ISO 26000.

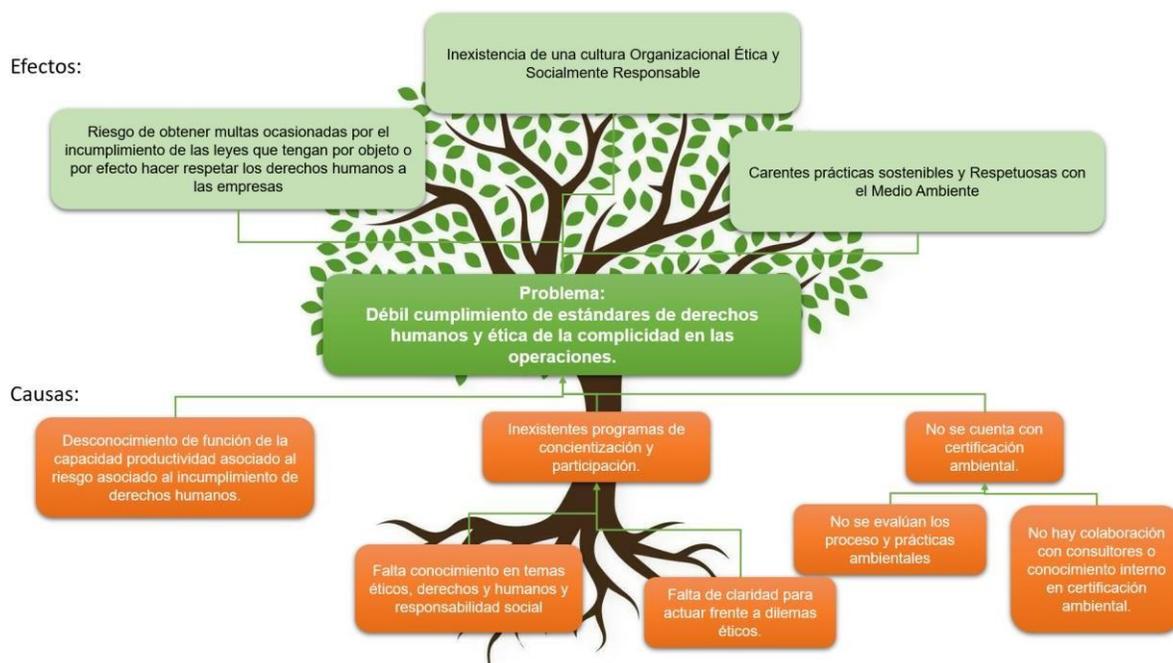
Evitar la complicidad. La constatación de que no existen mecanismos para evitar complicaciones significa que la empresa no está tomando ninguna medida para garantizar que sus operaciones y relaciones comerciales no contribuyen en modo alguno a la violación de los

derechos humanos. Esto es esencial para garantizar que la empresa no está implicada indirectamente en ninguna acción que pueda perjudicar a las personas.

Árbol de Problemas Teniendo en Cuenta los Niveles de Implementación Obtenidos en Cada Materia

Figura 25

Árbol de problemas



Fuente. Elaboración propia (2023).

Stakeholders Relacionados con la Empresa

Tabla 3

Stakeholders

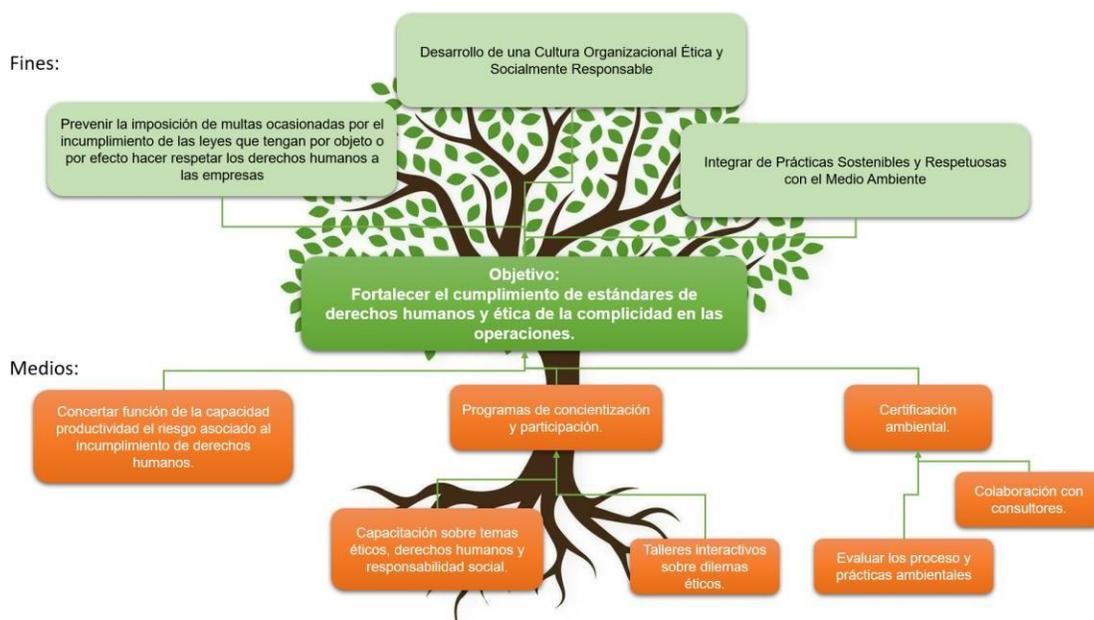
<i>Internos</i>	<i>Externos</i>
Directivos	Clientes
Accionistas	Proveedores
Trabajadore	Comunidad local
	Entidades financieras
	Administración municipal
	DPS
	Fundaciones.

Fuente. elaboración propia

Árbol de objetivos identificando los objetivos económicos, sociales y ambientales que se requieren para el cumplimiento de la RSE de la organización.

Figura 26

Árbol de Objetivos

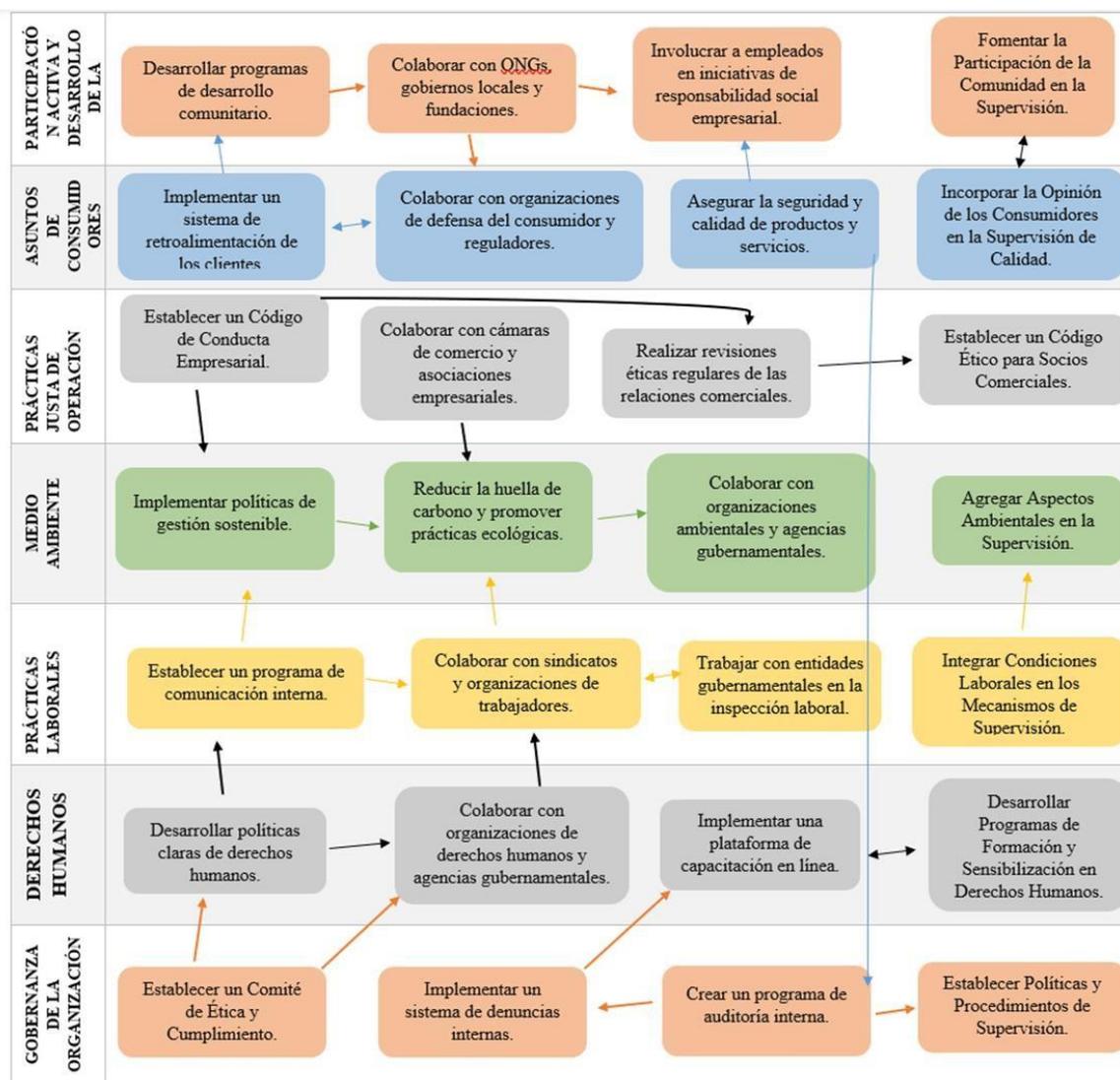


Fuente. Elaboración propia (2023)

Mapa Estratégico

Figura 27

Mapa estratégico



Fuente. Elaboración propia (2023)

Plan de Mejoramiento

Plan de Acción y Seguimiento

El plan de acción que se ilustra a continuación es una herramienta que programa, coordina y dirige cada uno de los planes, acciones o actividades en un periodo de tiempo dado, con el firme propósito de ratificar el cumplimiento de los objetivos estratégicos planteados para la implementación del plan estratégico de responsabilidad social. Esto facilita la toma de decisiones y ayuda a anticiparnos a las problemáticas previstas.

Tabla 4

Plan de acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Prevenir la imposición de multas ocasionadas por el incumplimiento de las leyes que tengan por objeto o por efecto hacer respetar los derechos humanos a las empresas.	Concertar en función de la capacidad productiva, el riesgo asociado a las consecuencias negativas sobre los derechos humanos como resultado de las actividades de la empresa.	12 meses	\$4,000,000 COP	Número de multas o sanciones impuestas y pagadas por ACOMPROAGROS en el periodo.
Social	Desarrollar de una Cultura Organizacional Ética y Socialmente Responsable	Programas de Concientización y Participación: Implementación: -Diseñar sesiones de capacitación regulares sobre temas éticos, derechos humanos y responsabilidad social. -Incluir casos de estudio relevantes a la industria y al contexto local de ACOMPROAGROS SAN RAFAEL.	18 meses	\$4,000,000 COP	Número de iniciativas sociales implementadas y participación de empleados en actividades comunitarias.

-Facilitar talleres interactivos para discutir dilemas éticos y fomentar la toma de decisiones éticas.

Aplicación:

Organizar un programa trimestral de capacitación ética para todos los empleados, destacando la importancia de la transparencia en las operaciones y el respeto a los derechos humanos.

-Invitar a expertos externos para compartir mejores prácticas y desafíos éticos específicos del sector agropecuario.

Certificación Ambiental.

Implementación:

-Investigar y evaluar los procesos y prácticas actuales de ACOMPROAGROS SAN RAFAEL.
-Colaborar con consultores ambientales para facilitar el proceso de certificación.

24 meses

\$9,000,000 COP

Obtención de certificación ambiental y reducción del 30% en el uso de recursos no renovables.

Ambiental

Integración de Prácticas Sostenibles y Respetuosas con el Medio Ambiente

Aplicación:

-Iniciar el proceso de obtención de la certificación "Agricultura Sostenible" que se centra en prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente.

-Establecer un plan de acción para cumplir con los estándares de la certificación, abordando áreas como el uso de recursos naturales, gestión de residuos y conservación del suelo.

Promoción de Prácticas Sostenibles en la Cadena de Suministro:

Implementación:

-Establecer pautas y estándares sostenibles para los proveedores y socios comerciales de ACOMPROAGROS.

-Realizar campañas de concientización entre los agricultores asociados sobre prácticas agrícolas responsables.

Aplicación:

-Implementar un programa de incentivos para proveedores que adopten prácticas agrícolas sostenibles, como la gestión eficiente del agua y la reducción del uso de pesticidas.

-Facilitar talleres y recursos educativos para los agricultores asociados, destacando las prácticas agrícolas que promueven la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.

Fuente. Elaboración propia (2023).

Este plan de acción se enfoca en consolidar el plan estratégico de responsabilidad social de ACOMPROAGROS SAN RAFAEL, abordando la dimensión económica, social y ambiental. La revisión constante y la evaluación anual garantizarán que la empresa avance hacia una operación económica, socialmente responsable y ambientalmente sostenible.

Seguimiento del Plan de Acción

Revisión Mensual

Evaluación continua de los avances y ajustes necesarios.

Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

Económico: Margen de cumplimiento y eficiencia operativa.

Social: Participación en programas sociales y evaluación de la cultura organizacional.

Ambiental: Certificaciones ambientales y seguimiento del impacto ambiental.

Evaluación Anual de Costos y Beneficios

Análisis de la efectividad de las estrategias implementadas frente a los costos incurridos.

Conclusiones

En resumen, el propósito de este estudio fue promover la aplicación efectiva de las normas ISO 26000 en las organizaciones con el objetivo de asegurar la satisfacción de los grupos de interés corporativos de ACOMPROAGROS. Al realizar diagnósticos integrales e identificar áreas de mejora, nos esforzamos por diseñar prácticas comerciales responsables y sostenibles que beneficien a las comunidades locales, el medio ambiente y la sociedad en general. Alcanzar estos objetivos ayudará a fortalecer la responsabilidad social corporativa y cumplir con las obligaciones éticas y legales, contribuyendo así a un impacto positivo en la sociedad y el entorno en el que opera la organización.

El primer objetivo específico que es describir la estructura organizativa de ACOMPROAGROS, incluyendo sus actividades comerciales, sociales, ambientales y el impacto de la organización en la vida de los campesinos y en el desarrollo sostenible del municipio. Se alcanza al reconocer a ACOMPROAGROS como una empresa ubicada en el municipio de San Rafael Antioquia que se encarga de apoyar a las empresas agropecuarias de la comunidad al facilitar y asegurar la venta de productos agrícolas a través de la regulación de precios y trabajo conjunto con agricultores de la región.

Para cumplir este propósito organizacional, la compañía cuenta con una estructura mixta que combina un organigrama funcional con uno agrupado por líneas productivas según producto del agro. Este se presenta a partir de una cadena de mando vertical en la cual el poder desciende desde los asociados, pasando por la junta directiva, gerencia y otros cargos.

El segundo objetivo específico que es identificar oportunidades para fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en ACOMPROAGROS, considerando su contexto local y regional. Se alcanza a través de la ejecución de una encuesta en línea se identifica que en

el área de prácticas laborales existe una percepción parcialmente positiva en cuanto a la igualdad en la organización, en el área de medio ambiente, los encuestados buscan la implementación de espacios de reciclaje, uso de energías renovables e iniciativas relacionadas con el medio ambiente. En cuanto a las prácticas justas se percibe parcialmente un trato justo y equitativo y por tanto se percibe la inequidad y falta de justicia.

Adicionalmente, la evaluación cuantitativa de asuntos de la RSE evidencia que la gobernanza presenta requiere de la revisión de la política de transparencia, en derechos humanos, no se aplica la herramienta de debida diligencia, no se cuenta con mecanismos para evitar la complicidad y existe desconocimiento en derechos civiles. En prácticas laborales, se evidencia un manejo informal de las relaciones laborales y se evalúa con poca periodicidad las condiciones de trabajo. En prácticas justas no se cuenta con plan anticorrupción y no se evidencia respeto a los derechos de propiedad. En asuntos de consumidores es necesario mejorar la política de protección y privacidad de los datos y también el acceso a servicios esenciales. Finalmente, en participación y desarrollo de la comunidad, existe una brecha en el acceso para la tecnología y tampoco se cuentan con alianzas en materia de salud.

Ahora, el tercer objetivo específico que es evaluar el grado de implementación de las materias clave de la norma ISO 26000 en ACOMPROAGROS, asegurando una comprensión completa de su aplicación en la organización. Se alcanza con la evaluación cuantitativa de la RSE que se puntúa en un promedio de 4,298 siendo la principal área de mejora los derechos humanos con una puntuación general de 3,663.

El objetivo específico, formular un plan estratégico integral de responsabilidad social empresarial para ACOMPROAGROS, basado en los principios esenciales delineados en la norma ISO 26000, con el propósito de establecer una guía efectiva para las iniciativas de

responsabilidad social en la empresa. Y el objetivo desarrollar estrategias específicas para mejorar la articulación comercial de ACOMPROAGROS, asegurando precios justos y una cadena de suministro ética. Se alcanzan al crear un plan de mejoramiento en tres dimensiones que fueron económica, social y ambiental dónde se plantean las estrategias que permitirán prevenir las multas por incumplimiento, desarrollar una cultura ética y socialmente responsable e integrar prácticas sostenibles y respetuosas del ambiente

Referencias

- 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.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.A761A71&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/000768139190005G>
- Díaz, L. (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor.
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>
- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>.
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37-51.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tqem.3310080106>

- Fonseca, F. H. (2017). la producción más limpia como estrategia ambiental en el marco del desarrollo sostenible. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 47-58.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
https://www.researchgate.net/publication/228320877_A_Stakeholder_Approach_to_Strategic_Management
- 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.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdia&AN=edsdia.ART0001377019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- 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, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2018). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1).
<https://www.redalyc.org/journal/993/99357718032/99357718032.pdf>
- González, Y. (2020). Relación de las empresas de excelencia con la responsabilidad social empresarial [Formato video]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31783>
- Hax, A., & Majluf, N. (2014). *Lecciones en estrategia: hacia una gestión de excelencia*. Ediciones UC.
https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1

- Hoof, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental, 17-63. Universidad de los Andes. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=17>
- ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Labarca, N. (2008) Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. (2008). *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(55), 1-16. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100004
- León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15– 29. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsoai&AN=edsoai.on1359129293&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Narciso, J. E., & Cruz Pulido, M. (2014). Una mirada a la evolución histórica de la estrategia organizacional. *REAL (Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo)*, 1(3). <https://www.regent.edu/journal/real-revista-de-estudios-avanzados-de-liderazgo/estrategia-organizacional>

Objeto Virtual de Información OVI. Identificación del problema en la metodología de marco

lógico se encuentra una presentación con orientaciones sobre la herramienta de árbol de problemas y la identificación adecuada del problema a tratar en la población objetivo.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/50487>

Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). El consumo sostenible como perspectiva innovadora. B –

EUMED, 7-72. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7)

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. Harvard Business

Review, 89(1-2), 62-77. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>

Ramírez, R. I., Lay, N. D., & Sukier, H. B. (2020). Gerencia estratégica para la gestión de

personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. Información Tecnológica,

31(1), 133-140.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia

una gestión organizacional estratégica. Folletos Gerenciales, 22(3), 180–189.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y

evaluación de proyectos. Visión Gerencial, (2),328-343. [fecha de Consulta 2 de marzo

de 2020]. ISSN: 1317-8822. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Alianza Editorial Madrid.

http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-

%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20(Alianza).pdf

Taylor, F. W. (1890). Principios de la administración científica. Editorial Ariel: Barcelona.

Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. Revista de Administração de Empresas, 55(3), 329-344. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329

Vanessa, V. H. (2014). ¿producción limpia? un elemento clave para la competitividad de las empresas colombianas y los acuerdos ambientales multilaterales. Universidad Militar Nueva Granada, 1-4.

Apéndices

Apéndice A

Formato de recolección de información

Materia fundamental o variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental	Preguntas (entre 10 y 15 en total)	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	Número de sesiones internas convocadas para garantizar la participación, promover el liderazgo y concertar algunas decisiones de la organización.	1 ¿Cuántas sesiones se efectuaron con éxito en la organización en el periodo de un año?	Encuesta a 10-15 empleados de la organización.
	Nivel de aceptación por parte del plus de stekholder en los informes de rendición de cuentas publicados, evaluando acciones y programas	2 ¿Cuál es el porcentaje de satisfacción respecto al contenido y logro de las metas de resultado presentados en los informes	

	desarrollados para integrar la responsabilidad social.	de rendición de cuentas por la organización?	
	*Capacitación en derechos humanos: Porcentaje de empleados que han recibido capacitación en derechos humanos y saben cómo identificar y abordar situaciones relacionadas con esta temática en el entorno laboral.	3 ¿Siente que la organización trata a todos sus clientes y empleados con igualdad y sin discriminación por motivos de raza, género, orientación sexual, religión u otros aspectos relacionados con los derechos humanos?:	Encuesta a 10-15 empleados de la organización.
Derechos humanos	*Respeto a la diversidad y no discriminación: Porcentaje de clientes que perciben que la organización respeta la diversidad y no discrimina en sus interacciones y servicios.	Sí No No estoy seguro/a 4 ¿Ha tenido alguna experiencia donde haya percibido discriminación o falta de	

		respeto a los derechos humanos en su interacción con la organización?	
		Sí	
		No	
		No estoy seguro/a	
Prácticas laborales	*Ambiente laboral saludable: Porcentaje de empleados que perciben que la organización promueve un ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo.	5. ¿Considera que la organización promueve un ambiente de trabajo seguro, saludable y equitativo para todos los empleados?:	Encuesta a 10-15 empleados de la organización.
		Sí	
	*Satisfacción del empleado con el servicio: Porcentaje de empleados que expresan satisfacción con la efectividad de las prácticas laborales.	No	
		No estoy seguro/a	

	6. ¿Se siente satisfecho/a con las políticas y prácticas laborales de la organización, incluyendo horarios, condiciones de trabajo y beneficios?:	
	Sí	
	No	
	No estoy seguro/a	

	*Gestión de residuos y prácticas sostenibles: Porcentaje de empleados que perciben que la organización tiene políticas y prácticas efectivas para la gestión de residuos y promoción de prácticas sostenibles en el lugar de trabajo.	7. ¿Cree que la organización tiene políticas efectivas para la gestión de residuos y promoción de prácticas sostenibles en los lugares de trabajo?:	Encuesta a 10-15 empleados de la organización.
Medio Ambiente		Sí	
		No	
		No estoy seguro/a	

<p>*Percepción de responsabilidad ambiental por parte de los clientes: Porcentaje de clientes que perciben que la organización tiene un fuerte compromiso con la responsabilidad ambiental en la producción, distribución y uso de sus productos/servicios.</p>	<p>8. ¿Qué iniciativas relacionadas con el medio ambiente le gustaría ver implementadas en su lugar de trabajo?:</p> <p>Espacios de reciclaje</p> <p>Uso de energías renovables</p> <p>Reducción de plásticos</p> <p>Otras sugerencias (especificar)</p>		
<p>Prácticas justa de operación</p>	<p>*Equidad salarial y beneficios: Porcentaje de empleados que perciben que la organización tiene políticas de salario y beneficios equitativas, y que sienten que se les trata justamente en términos de compensación.</p>	<p>9. ¿Siente que recibe un trato justo y equitativo en términos de salario, beneficios y oportunidades de desarrollo en esta organización?:</p> <p>Sí</p> <p>No</p>	<p>Encuesta a 10-15 empleados de la organización.</p>

	<p>*Trato justo en la relación con los proveedores: Porcentaje de proveedores que consideran que la organización establece relaciones comerciales justas y equitativas, cumpliendo con acuerdos y condiciones previamente establecidas.</p>	<p>No estoy seguro/a</p> <p>10. ¿Qué medidas considera que podrían mejorar la equidad y justicia en las prácticas operativas de la organización?:</p> <p>Mejora en la comunicación interna</p> <p>Revisión y ajuste de políticas salariales y de beneficios</p> <p>Otras sugerencias (especificar)</p>	
Asuntos de consumidores	<p>*Resolución efectiva de quejas de clientes: Porcentaje de quejas de clientes que son resueltas de manera efectiva y en un tiempo razonable, según la percepción de los clientes.</p>	<p>11. ¿Ha recibido capacitación sobre cómo abordar y resolver quejas o preocupaciones de los clientes?:</p> <p>Sí</p> <p>No</p>	<p>Encuesta a 10-15 empleados de la organización.</p>

*Capacitación y sensibilización de los empleados sobre asuntos de consumidores: Porcentaje de empleados que han recibido capacitación en asuntos de consumidores y comprenden cómo manejar las quejas y preocupaciones de los clientes.	No estoy seguro/a
	12. ¿Qué aspectos considera más importantes para usted en la relación con la organización en términos de asuntos de consumidores?:
	Respuesta rápida a quejas y preocupaciones
	Resolución efectiva de problemas
	Acceso fácil a información sobre productos/servicios
	Otras sugerencias (especificar).

Participación activa y desarrollo de la comunidad	*Impacto percibido en la comunidad: Evaluación de los empleados sobre el impacto y la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad en la que opera.	13. ¿Qué opinión tiene sobre la contribución de la organización al desarrollo y bienestar de la comunidad en la que opera?:	Encuesta a 10-15 empleados de la organización.
		Muy positiva	
		Positiva	
		Neutral	
		Negativa	
		Muy negativa	
		14. ¿Ha participado en actividades de voluntariado o en iniciativas de desarrollo de la comunidad organizadas por la empresa en el último año?:	

Sí

No

No estoy seguro/a

Fuente. Elaboración propia (2023)