



Identificación de factores que inciden al implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan la
Responsabilidad Social Empresarial en Grupo EDS Autogas sede Medellín.

Shirley Andrea Valencia Daza

Mayra Alejandra Ospina Vargas

María Camila Álvarez Quiceno

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2021

Identificación de factores que inciden al implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan la
Responsabilidad Social Empresarial en Grupo EDS Autogas sede Medellín.

Shirley Andrea Valencia Daza

Mayra Alejandra Ospina Vargas

María Camila Álvarez Quiceno

Monografía presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Henry Helí González Gaitán

Magister en Educación Docencia

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2021

Dedicatoria

Dedicamos esta monografía a:

Nuestras familias por ser la pieza clave fundamentada e inspirada por Dios para que, con el ejemplo, constancia y esfuerzo que ellos representan, escalemos peldaño a peldaño la travesía llamada vida, y sumemos de sus manos uno de muchos sueños.

La Corporación Universitaria Minuto de Dios por ser ese vínculo que nos acompaña a formarnos profesional e íntegramente, por ser el punto de concentración de saberes y criticidad, por permitirnos crear relaciones interpersonales que marcan y cambian nuestras historias de vida.

A nosotras mismas por nuestro espíritu de superación, por dejarnos guiar, por las buenas decisiones que hoy nos tienen aquí y también por tener una mente abierta, dispuesta a creer que sí es posible y hacerlo posible.

Agradecimientos

Agradecemos infinitamente a Dios por bendecir nuestros caminos y mostrarnos de muchas maneras siempre el norte o la dirección correcta.

También le agradecemos profundamente a nuestras familias por impulsarnos desde temprana edad a tener sueños grandes y a crearnos la disciplina para hacerlos posible.

De igual manera, le agradecemos a la empresa Grupo EDS Autogas, sede Medellín, por la disposición que tuvieron sus empleados a la hora de desarrollar cada objetivo propuesto.

Finalmente, le agradecemos a nuestro asesor académico, el docente Henry Helí González Gaitán por acompañarnos durante un año en la evolución y culminación de este trabajo.

Contenido

Lista de tablas	8
Lista de figuras	9
Lista de anexos.....	11
Resumen	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
1 Planteamiento del Problema	17
1.1 Descripción del problema	17
1.2 Formulación del problema.....	21
1.2.1 Pregunta de investigación general.....	21
1.2.2 Preguntas de investigación específicas.....	21
2 Objetivos	22
2.1 Objetivo general.....	22
2.2 Objetivos específicos	22
3 Justificación.....	23
4 Marco Referencial.....	25
4.1 Antecedentes	25
4.2 Marco contextual.....	26
4.2.1 Reseña Histórica de la Empresa	26
4.2.2 Misión	26
4.2.3 Visión.....	26
4.2.4 Valores	26
4.2.5 Socialmente Responsable	27
4.2.6 Servicios	27
4.3 Marco legal	28
4.4 Marco Teórico.....	30
4.4.1 Compromiso socio ambiental	30
4.4.2 Inversión, empresas y medio ambiente.....	34

4.4.3	La Importancia de la protección del Medio Ambiente como práctica de Responsabilidad Social para las Organizaciones	37
5	Metodología.....	41
5.1	Diseño metodológico	41
5.2	Enfoque de la investigación	41
5.3	Diseño de la investigación.....	41
5.4	Alcance de la investigación	41
5.5	Fuentes de información	42
5.6	Población.....	42
5.7	Tipo de Muestreo.....	42
5.8	Tamaño de la muestra	42
5.8.1	Tamaño de la población:.....	43
5.8.2	Margen de error:.....	43
5.8.3	Nivel de confianza:.....	43
5.9	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
5.10	Análisis y tratamiento de datos	44
5.11	Fases de la Investigación.....	45
5.11.1	Fase 1. Diagnóstico del nivel de compromiso Socioambiental de EDS Autogas, sede Medellín	45
5.11.2	Fase 2. Análisis de la inversión y el tiempo como principales causas por la que no se fortalecen prácticas ambientales en el Grupo EDS Autogas, sede Medellín	45
5.11.3	Fase 3. Evaluación del desconocimiento de la importancia del medio ambiente como factor que incide en la ejecución de prácticas ambientales	45
5.12	Cronograma	46
6	Desarrollo del proyecto	48
6.1	Diagnóstico del nivel de compromiso Socioambiental del Grupo EDS Autogas, Medellín.....	48
6.1.1	Aplicación de Matriz EFE y EFI	49
6.1.2	Identificación de estrategias	52
6.2	Análisis de la inversión y el tiempo como principal causa por la que no se fortalecen prácticas ambientales.....	55
6.2.1	Entrevista abierta.....	55
6.2.2	Desarrollo de la entrevista.....	56
6.2.3	Análisis	58

6.2.4	Propuesta de presupuesto.....	59
6.3	Evaluación del desconocimiento de la importancia del medio ambiente como factor que incide en la ejecución de prácticas ambientales	60
6.3.1	Gráficos de respuestas a encuesta	61
6.3.2	Análisis	67
7	Conclusiones	68
8	Recomendaciones	69
9	Referencias.....	70
10	Anexos.....	75

Lista de tablas

Tabla 1. Normas y decretos relacionados con la RSE.....	28
Tabla 2. Respuesta de la entrevista desarrollada.....	56
Tabla 3. Matriz EFE – Análisis externo.....	49
Tabla 4. Matriz EFI – Análisis interno.....	50
Tabla 5. Matriz de control de mando - Estrategias.....	52
Tabla 6. Propuesta de presupuesto.....	59

Lista de figuras

Figura 1. Diagrama del Árbol de problema del Grupo EDS Autogas, sede Medellín; causa - efecto.....	19
Figura 2. Fórmula para calcular el tamaño de muestra finita.....	42
Figura 3. Resultado del tamaño de la muestra de la investigación.....	43
Figura 4. Cronograma de actividades.....	46
Figura 5. Rango de edad de los encuestados.....	60
Figura 6. Nivel jerárquico de los encuestados.....	61
Figura 7. Escala de conocimiento de 1 a 5 por parte de los encuestados sobre el medio ambiente.....	61
Figura 8. % De encuestados que saben o no qué son prácticas ambientales.....	62
Figura 9. % De encuestados que encuestados que está de acuerdo o en desacuerdo con que ejecutar prácticas ambientales contribuye al desarrollo sostenible.....	62
Figura 10. % De encuestados que conocen las prácticas ambientales que desarrolla Autogas.....	63
Figura 11. % De encuestados que consideran que en Autogas se pueden desarrollar más prácticas ambientales.....	63
Figura 12. % De encuestados que están en acuerdo o desacuerdo con que es responsabilidad de las compañías privadas crear estrategias para mitigar el impacto ambiental que genera la actividad económica de las empresas.....	64
Figura 13. % De encuestados que piensan o no que los problemas ambientales de hoy día son producto de la falta de información respecto al tema.....	64
Figura 14. % De encuestados que consideran o no que la educación en temas ambientales podría contribuir a mitigar los problemas socioambientales.....	65
Figura 15. Calificación de la importancia que tiene el medio ambiente para los encuestados.....	65

Figura 16. % De encuestados que creen o no que el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide en la implementación de prácticas ambientales..... 66

Lista de anexos

Anexo1. Link de entrevista aplicada en el desarrollo del objetivo 2.....	75
--	----

Resumen

En el desarrollo del presente trabajo se describe un estudio realizado a través del enfoque de investigación cualitativa, a la empresa Grupo de Estaciones de Servicio (EDS) Autogas, de la ciudad de Medellín, con el fin de identificar los factores que inciden al momento de implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan la Responsabilidad Social Empresarial en función de contribuir con el desarrollo sostenible.

Esta investigación fue fundamentada en el diseño no experimental, ya que se indaga inicialmente el contexto natural de la organización, para luego analizar los resultados sin manipular las variables, de manera que, su alcance es netamente explicativo y permite resolver las preguntas investigativas planteadas y los objetivos propuestos.

Finalmente, las herramientas de investigación utilizadas: Matriz de Factores Internos (EFI), Matriz de Factores Externos (EFE), entrevista y encuesta, comprendieron un análisis más profundo e integral al estudio, facilitando la identificación de las razones por las que actualmente Autogas no adiciona prácticas ambientales más allá de la norma y la cualificación de la perspectiva que tienen los clientes internos, del área administrativa, en relación al fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial y su aporte al desarrollo sostenible.

Palabras clave: Prácticas ambientales, responsabilidad social empresarial, medio ambiente, compromiso socioambiental, desarrollo sostenible.

Abstract

This paper describes a study conducted through a qualitative research approach, to the company Grupo de Estaciones de Servicio (EDS) Autogas, in the city of Medellin, in order to identify the factors that affect the implementation of Environmental Practices that strengthen Corporate Social Responsibility in order to contribute to sustainable development.

This research was based on a non-experimental design, since it initially investigates the natural context of the organization, and then analyzes the results without manipulating the variables, so that its scope is purely explanatory and allows solving the research questions posed and the proposed objectives.

Finally, the research tools used: Internal Factors Matrix (EFI), External Factors Matrix (EFE), interview and survey, comprised a deeper and more comprehensive analysis of the study, facilitating the identification of the reasons why Autogas does not currently add environmental practices beyond the standard and the qualification of the perspective of internal customers, from the administrative area, in relation to the strengthening of Corporate Social Responsibility and its contribution to sustainable development.

Key words: Environmental practices, corporate social responsibility, environment, socio-environmental commitment, sustainable development.

Introducción

Esta propuesta investigativa surge del interés por identificar aquellos factores que inciden al momento de implementar prácticas de responsabilidad social empresarial en las compañías privadas de Colombia, ya que, aunque se sabe que estas prácticas son un tema de auge y, muy importante para alcanzar los objetivos del desarrollo sostenible, existen algunas organizaciones que hoy en día no tienen incluidas estas actividades dentro de sus políticas corporativas, de allí la necesidad de conocer las prácticas ambientales que fortalecen estos programas y los factores que inciden en la falta de implementación de los mismos. Se tomará como modelo para esta investigación la compañía Grupo EDS Autogas S.A.S, una de las más grandes organizaciones del campo de combustible del país, por lo que esta investigación estará segmentada a una de sus sedes y se centrará únicamente en Medellín Antioquia.

Como ya se anunciaba, Grupo EDS Autogas S.A.S. tiene como actividad económica principal el comercio al por menor de combustible para automóviles, lo que hace que sea un actor social altamente contaminante para el medio ambiente, por lo que es importante saber cuál es el nivel de compromiso socioambiental que tiene esta compañía, toda vez que, se esperaría que este fuera en la misma proporción en la que su comercialización de combustibles generan CO₂, así mismo, es prudente revisar si al interior de la organización existen programas de responsabilidad empresarial socioambiental que ayuden a mitigar esos efectos nocivos que causan al ambiente, o de lo contrario identificar si existen factores que hacen que la ejecución de estos programas sean limitados, por ello, surge la necesidad de revisar cuáles son los componentes que inciden al momento de ejecutar prácticas de responsabilidad social ambiental, pues se ha evidenciado que son pocas las organizaciones que las implementan y/o las tienen incluidas como política empresarial.

Realizando el marco legal de esta investigación, se identificó que en Colombia, al momento no se cuentan con políticas gubernamentales o leyes que obliguen a las empresas privadas a desarrollar

prácticas de responsabilidad social empresarial, sin embargo, existen compañías como SAI (Social Accountability International), ISO (Internacional Organization for Standardization) e ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación), que a través de sus certificaciones buscan motivar a las organizaciones para que introduzcan en sus procesos productivos estas prácticas, y que las mismas estén guiadas al logro del desarrollo sostenible y protección del medio ambiente.

Por lo anterior, el objetivo de la presente investigación se basa en identificar aquellos componentes que conllevan a la falta de prácticas ambientales que fortalezcan el aporte a la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo EDS Autogas en su sede de Medellín, con el fin de encontrar aspectos a mejorar que contribuyan al desarrollo sostenible, para ello, se ha desarrollado una metodología de investigación de naturaleza cualitativa, con un diseño no experimental, donde se utiliza como fuente principal de recolección de información la observación, la cual fue necesaria para la elaboración de las matrices EFI, EFE y de control de mando, como primeras herramientas de análisis desarrolladas para diagnosticar el nivel de compromiso socioambiental de la compañía objeto de estudio.

Como segundo instrumento de recolección de información se usó la entrevista, la cual se realizó a un colaborador del área administrativa, de alta jerarquía, perteneciente a la compañía Grupo EDS Autogas S.A.S. sede de Medellín, lo que permitió tener información de primera mano en relación a uno de los objetivos específicos planteados en este proyecto de investigación, posteriormente, se realizó una encuesta de 15 preguntas entre abiertas y cerradas, dirigida a 31 empleados de la compañía, también del área administrativa, a fin de analizar la percepción que tienen como clientes internos sobre las prácticas ambientales de la organización para la cual trabajan y, profundizar sobre la apreciación que tienen ellos, respecto a la incidencia que pudiera tener el desconocimiento de la importancia del medio ambiente al momento de implementar prácticas de responsabilidad social empresarial.

Esta investigación consta de 8 capítulos: el primero de ellos engloba el planteamiento y descripción del problema, formulación y preguntas de investigación; en el segundo capítulo se encuentran los objetivos desde el general hasta los específicos, posteriormente en el capítulo tercero se habla de la justificación, en el cuarto capítulo, está el marco referencial que incluye los antecedentes, el marco contextual, el marco legal y el marco teórico. En el quinto capítulo se encuentra la metodología utilizada para resolver el enigma de los factores que inciden al momento de implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan la Responsabilidad Social Empresarial en Grupo Autogas sede Medellín.

En el capítulo seis está el desarrollo del proyecto, se comienza a dar respuesta a cada uno de los objetivos, iniciando con identificación del nivel de compromiso socioambiental del Grupo Autogas sede Medellín, analizando si la inversión y el tiempo son causales por las que no se fortalecen las prácticas ambientales, y al final, se determinará si el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide en la toma de decisiones al momento de ejecutar prácticas ambientales que contribuyan con el Desarrollo Sostenible. Finalmente, en el capítulo siete se presentan las conclusiones y en el capítulo ocho las recomendaciones de la investigación en términos académicos y socioambientales.

De esta manera se puede concluir que este proyecto de investigación realizó un aporte significativo a nivel académico y socioambiental, que refuerza la calidad humana y la concienciación sobre la importancia que tiene la educación ambiental para el desarrollo sostenible, así mismo, en el campo profesional fortaleció el conocimiento para los futuros Administradores de Empresas, lo cual los prepara para asumir el reto de disminuir el impacto ambiental que genera la industria al explotar los recursos naturales, y creando el compromiso con la sociedad de ser actores socialmente responsables.

1 Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del problema

Actualmente se habla de que toda organización debe considerar implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esto se debe a la necesidad de contribuir con la construcción de una mejor calidad de vida, de obtener una ventaja competitiva y crecer económicamente, lo cual se traduce a lo planteado por la agenda 2030 de la ONU, que tiene como fin el desarrollo sostenible, sin embargo, existen muchas empresas que no ejecutan estas prácticas u otras que sólo cumplen con lo dispuesto por la normatividad legal vigente, sin tener la pretensión de reforzarlas y/o perfeccionarlas.

Tal es el caso del Grupo EDS (Estaciones de Servicio) Autogas de la ciudad de Medellín, una empresa comercializadora de combustibles líquidos y Gas Natural Vehicular (GNV) en todo el territorio nacional, quienes en su trayectoria empresarial han implementado prácticas socialmente responsables, como son: la implementación de paneles solares en EDS para reducir el consumo de energía no renovable; el registro de inspección de aguas no domésticas que se arrojan al alcantarillado, la disposición de cuartos como sitios de acopio para el manejo de residuos peligrosos “Respel”, entre otras.

Sin embargo, su actividad económica, es altamente contaminante dado que los productos que comercializa como la gasolina, Diesel, extra y GNV, son combustibles fósiles no renovables, pero que son necesarios para el funcionamiento de la mayoría de vehículos. Se considera que los automóviles emiten el 90% de monóxido de carbono del aire y que afectan gravemente el medio ambiente ya que producen el calentamiento global y por ende también afectan la salud humana, ya que la inhalación de estos gases puede producir enfermedades pulmonares. (Pérez, 2018)

Por lo anterior se considera que Autogas presenta una problemática por la falta de implementación de más prácticas ambientales dentro de la empresa que fortalezcan su RSE y que generen un impacto negativo menor al medio ambiente. Pero, ¿Cuáles son las causas por las que faltan

estas Prácticas ambientales? Esta investigación ayudará a identificar si el nivel de compromiso socio ambiental, la poca inversión y tiempo y el desconocimiento de la importancia del medio ambiente son unas de ellas.

Colombia es un país que alberga el 10% de la biodiversidad mundial, es un líder internacional por su flora y fauna, contiene cinco ecosistemas terrestres y marinos, y también, ocupa la segunda posición en los países con mayor biodiversidad por km² (Colombia.co, s.f.)

Lo anterior, son datos que probablemente organizaciones como Autogas pueden desconocer, lo que hace que su interés por la protección del medio ambiente, se vea traducido a la poca implementación de prácticas ambientales que contribuyan al desarrollo sostenible. De ahí la importancia de que las empresas tengan compromiso socio ambiental y políticas de RSE, pues:

Ser una Empresa Ambientalmente Responsable (EAR) es considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operación de la empresa. Todo Administrador de Empresas que dirija una organización, indistintamente del tamaño y del área a que ésta se dedique, debe orientarse a un enfoque de “Empresas Verdes o Limpias”, donde tome al ambiente como elemento imprescindible para el desarrollo de sus actividades (Lacruz et al., 2005, p. 42)

Dentro de este contexto, se puede decir que la destinación de recursos para los temas “verdes o limpios” en las empresas Antioqueñas, está poco examinado debido a la falta de información, presupuesto y altos costos para la ejecución de los proyectos ambientales, y aunque el Gobierno desarrolla campañas publicitarias encaminadas a motivar una economía sostenible, hay poca recepción por parte de las empresas, lo que hace que esta idea no se desarrolle dentro de su actividad económica (Londoño, 2019).

Cabe anotar que a las organizaciones que implementan prácticas de RSE, enfocadas en el cuidado del medio ambiente, se les otorgan beneficios tributarios como una contraprestación por la

inversión de carácter social y un incentivo para que las empresas no sean ajenas a la realidad del entorno en el que se encuentran, pues no es sólo necesario enfocarse en satisfacer las necesidades de los clientes sino también optimizar los recursos, minimizar los impactos ambientales negativos y estar comprometidos con lograr un desarrollo sostenible; es por eso que:

La Responsabilidad Social Empresarial, se está transformando de manera creciente en una variable competitiva de reconocimiento mundial; que exige a aquellos que pretenden aplicarla y hacerla extensiva a los diferentes sectores económicos y empresariales, como los son los grupos de interés contar con una claridad conceptual sobre la naturaleza y el concepto de RSE (Cardona, s.f., p.1)

Finalmente, esta investigación tiene como objetivo identificar los factores que inciden al momento de implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan el aporte a la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo EDS Autogas, con el fin de encontrar aspectos a mejorar que contribuyan al desarrollo sostenible.

Figura 1.

Diagrama del Árbol de problema del Grupo EDS Autogas, sede Medellín; causa - efecto

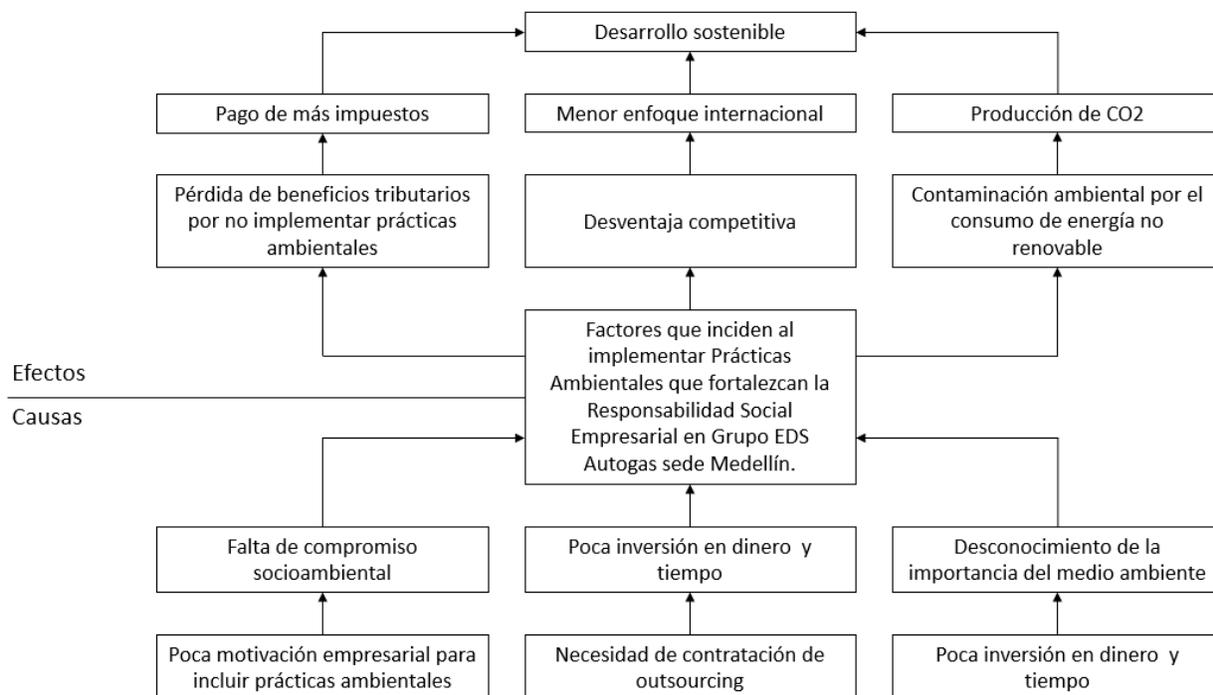


Figura 1. Elaboración propia (2021).

1.2 Formulación del problema

1.2.1 *Pregunta de investigación general*

¿Qué factores inciden en la implementación de Prácticas Ambientales que fortalezcan el aporte a la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo EDS Autogas?

1.2.2 *Preguntas de investigación específicas*

- ¿La falta de compromiso socio ambiental afecta la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿La inversión y el tiempo en prácticas ambientales son unas de las causas por las que no se fortalece la RSE?
- ¿El desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide en tomar la decisión de ejecutar prácticas ambientales?

2 Objetivos

2.1 Objetivo general

Identificar los factores que inciden al momento de implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan el aporte a la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo EDS Autogas, sede Medellín, con el fin de encontrar aspectos a mejorar que contribuyan al desarrollo sostenible.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del nivel de compromiso socio ambiental del Grupo EDS Augotas, que permita identificar el grado de motivación de la empresa por incluir prácticas ambientales.
- Analizar si la inversión y el tiempo en las prácticas ambientales son unas de las principales causas por las que no se fortalecen las prácticas ambientales en Autogas.
- Determinar si el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide en la toma de las decisiones al momento de ejecutar prácticas ambientales que contribuyan con el Desarrollo Sostenible.

3 Justificación

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un término que tiene auge en la actualidad, aún más cuando se mira desde su enfoque ambiental, puesto que, las industrias en su necesidad de tener un desarrollo económico y tecnológico, hacen uso irracional de los recursos naturales, de allí la importancia de que minimicen los impactos negativos a través de prácticas ambientales, sin embargo, los altos costos, el tiempo y el desconocimiento son factores que limitan su implementación.

Por tanto, para Autogas identificar cuáles son las causas por las que en su organización no se siguen implementando prácticas ambientales que fortalezcan su responsabilidad social empresarial y que contribuyan al desarrollo sostenible es importante, puesto que, se plasma la idea de buscar un equilibrio entre la conservación del medio ambiente y el desarrollo humano, integrando los problemas ambientales con los sistemas administrativos y productivos de la organización, al tiempo que le permite encontrar oportunidades de mejora, que contribuyan con la agenda de Desarrollo sostenible 2030 de la ONU.

La responsabilidad social, se ha convertido en un eje articulador partiendo de la premisa de que todos los ciudadanos y en general los miembros de la sociedad, son responsables de la situación presente y futura de la misma y el Estado como administrador de la nación y garante del bien común tiene que ejercer su rol, pero que el resto de los actores sociales deben tomar parte activa en la construcción de la sociedad (González et al., 2019, p.8)

A pesar de contar con diferentes entes gubernamentales que luchan por mitigar el agotamiento de los recursos naturales, las organizaciones privadas no implementan por voluntad propia planes estratégicos en pro de la preservación del medio ambiente, la construcción de un territorio sostenible, la protección del entorno social en donde se encuentra la organización y la disminución del daño ecológico que se pueda estar provocando al explotar su actividad económica.

Según el Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2018) “en Colombia 305 empresas se han consolidado para el desarrollo de productos bio-innovadores, que representan solo el 0,5% de las empresas con potencial para la bioeconomía” (p.11). Por lo anterior, surge la necesidad de motivar a las empresas del sector privado a implementar más prácticas ambientales, que les ayudarían a mejorar su nivel de compromiso con el medio ambiente, teniendo en cuenta que este es un valor agregado que les genera una buena imagen y les proporciona un enfoque internacional.

Finalmente, esta investigación puede ayudar a los Gerentes y a los colaboradores de Grupo EDS Autogas, a concientizarse sobre la implementación de más prácticas de responsabilidad social empresarial, que les permita continuar desempeñando su objetivo social, mientras se crean como un referente de organizaciones comprometidas con el crecimiento sustentable de su entorno, y al tiempo destacarse dentro del sector petrolero como una empresa sostenible.

4 Marco Referencial

4.1 Antecedentes

La responsabilidad social empresarial ambiental se ha convertido para las empresas en algo fundamental, sin embargo, aún existen muchas que no lo ven como una práctica significativa en su organización es por esto que Rode et al., (2021), en su artículo “¿Cómo animar a los profesionales de las empresas a adoptar prácticas sostenibles? mencionan que las organizaciones solo se ven motivadas a invertir en prácticas ambientales sostenibles si pueden obtener beneficios financieros o buena reputación.

Por otra parte el desconocimiento de la norma ambiental, las diferentes practicas ambientalmente responsables y la falta de dinero para invertir, hace que se dificulte más la aplicación de estas prácticas sobre en todo en pymes como lo mencionan Gómez, et al. (2017) en su proyecto “Análisis del efecto financiero de los costos ambientales en las pymes productoras del sector textil; ubicadas en la zona industrial de la localidad de Puente Aranda en Bogotá”, donde identifican que estas empresas no son ambientalmente responsables y esto se debe al escaso conocimiento de las normas ambientales y de costos en proyectos ambientales, la cultura de estas empresas también influye ya que son tradicionales y poco actualizadas , sin embargo han optado por mejorar esto pero tampoco cuentan con el presupuesto suficiente.

Lo anterior da a entender que uno de los principales problemas para ejecutar proyectos de responsabilidad social ambiental es la falta de dinero y compromiso por parte de algunas empresas. En un estudio realizado por De Oliveira y Moneva, (2013) en Brasil a dos empresas muy reconocidas del negocio de petróleo, gas y biocombustibles (Petrobras y Repsol), analizaron la relación que existe entre la responsabilidad social y el desempeño económico-financiero, y concluyeron que las organizaciones solo se enfocan en desarrollar beneficios propios y no sociales, solo cuando son reprochados acuden a invertir en alguna practica de RSC y que en particular estas 2 empresas, siendo contaminantes su

enfoque de responsabilidad social se basa en inversión en programas sociales y culturales, mas no ambientales.

4.2 Marco contextual

4.2.1 *Reseña Histórica de la Empresa*

Autogas es una empresa Antioqueña que nació en el año 2006 en Medellín, hace parte de la organización empresarial Jhon Uribe (Grupo Uribe). Está dedicada a la comercialización minorista de combustibles líquidos, GNV y lubricantes, objeto social que desarrolla a través de la red de estaciones propias de las diferentes marcas Esso, Texaco, Terpel, Gas natural Fenosa y EPM, con 40 puntos de venta ubicados en Bogotá, Medellín y la costa atlántica (Autogas, s.f.).

Autogas es una empresa que se enfoca principalmente en el servicio, lo cual la hace diferenciadora de la competencia y le permite sobresalir y alcanzar sus objetivos, por lo cual han creado estrategias que proporcionan información a los clientes internos y externos para reforzar la relación comercial, esta es su filosofía empresarial:

4.2.2 *Misión*

La misión de Grupo EDS Autogas es “servir con pasión: Somos un equipo humano calificado que sirve con pasión a nuestros clientes, suministrando combustibles vehiculares y servicios complementarios, con altos estándares de calidad y seguridad” (Autogas, s.f.).

4.2.3 *Visión*

La visión de Grupo EDS Autogas está enfocada en “sorprender positivamente: Autogas será la red de distribución minorista de combustibles mejor calificada por sus proveedores y clientes en Colombia por el Servicio, Infraestructura y Eficiencia” (Autogas, s.f.).

4.2.4 *Valores*

Los valores que Grupo EDS Autogas quiere cultivar en sus colaboradores son “creatividad, pasión, excelencia, integridad y confianza” (Autogas, s.f.).

4.2.5 Socialmente Responsable

Grupo EDS Autogas cuenta con el certificado de ACERCAR nivel I y se encuentra inscrita para realizar el II nivel del programa ACERCAR, buscando promover y apoyar el desarrollo de estrategias ambientales, para orientar el cambio de patrones hacia la producción sostenible (Autogas, s.f.)

4.2.6 Servicios

Autogas cuenta con una variedad de servicios entre los cuales se destacan (Autogas, s.f.):

- Red nacional (estaciones aliadas): Autogas ofrece suministro de combustible en 39 estaciones de servicios propias y 15 aliadas en todo el país: Bogotá, Siberia, Cota, Mosquera, Medellín, Itagüí, Envigado, Guarne, Bello, Cartagena, Barranquilla, Santa Marta (Ciénaga), Cali, Yumbo, Villavicencio, entre otros.
- Transporte de combustible: La empresa de transportes de Autogas (Fueltrans), está autorizada por el Ministerio de Transporte a través de la Resolución 079 de junio de 2015, cuenta con una amplia y moderna flota de carro-tanques, debidamente equipados y matriculados ante las principales distribuidoras Mayoristas, con los cuales ofrece el servicio de transporte de combustibles para los departamentos de Antioquia y Cundinamarca
- Administración de combustible: Autogas cuenta con una plataforma llamada MANAGMENT OF LIQUID “MOL”, es un sistema web que le permite a los clientes visualizar y/o controlar los suministros de combustible de su flota en tiempo real
- Administración de anticipos: Los clientes podrán obtener el servicio de administración de anticipos como una solución para los operadores logísticos de carga y/o empresas de transporte; donde se les entrega a sus flotas el combustible y el dinero para los gastos de viaje de manera segura y oportuna
- Ventas de seguros: El Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito – SOAT, los clientes pueden adquirir este producto y sus promociones vigentes en todas las estaciones de Autogas

- Servicios adicionales: Autogas ofrece productos y servicios distintos en cada estación de servicio tal como son: calibración de llantas, cambio de aceite, lavado de vehículo, báscula, tiendas y restaurantes, cajero automático, serviteca, lubricentro, entre otros.

4.3 Marco legal

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es la integración de la protección del medio ambiente y recursos naturales con las actividades económicas y sociales de cada organización. En Colombia aún no se cuenta con una norma, ley o decreto preciso que se encargue de regular las prácticas de RSE y vigilar el cumplimiento de las mismas, sin embargo, estas se encuentran facultadas de forma indirecta en áreas específicas como son los derechos fundamentales consagrados en la constitución política y algunas normas ISO, creadas como estándares internacionales:

Tabla 1.

Normas y decretos relacionados con la RSE

Norma	Ley/Decreto	Fecha de Publicación	Descripción
Suelo	Constitución Política de Colombia	de 1991	Art. 332. El Estado es propietario del subsuelo y de los recursos naturales no renovables Art. 360. La explotación de un recurso natural no renovable, causa a favor del Estado una contraprestación económica a título de regalía
	ISO 14001	2015	Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) consigue que las empresas puedan demostrar que son responsables y están comprometidas con la protección del medio ambiente.
Desarrollo Sostenible	ISO 26000	2010	Nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible
	ISO 20400	2017	Compras sostenibles: proporciona orientación a las organizaciones, independientemente de su actividad o tamaño, sobre la integración de la sustentabilidad en las adquisiciones.

Agua	Decreto 1594	1994	Caracterización y control de vertimiento, información a autoridad ambiental, normas sobre tipos de vertimientos, prohibición de dilución de vertimientos
	Decreto – Ley 2811	18 de diciembre de 1974.	Art. 135. Acerca del control de contaminación de este recurso Art. 138. Prohibición de vertimiento de aguas residuales que sobrepasen las concentraciones permisibles. Art. 142. Establece las restricciones para vertimiento de efluentes en sistemas de alcantarillado, y prohibición de descargar efluentes industriales o domésticos en colectores de aguas lluvias.
Ambiental	Ley 99 de 1993	22 de diciembre de 1993	Se ordena el Sector Público como encargado de la gestión ambiental a través del programa SINA.
	Decreto 2811	1974	Código de Recursos Naturales: Utilización de los recursos naturales renovables y del medio ambiente
	Decreto 1220 de 2005	25 de abril de 2005	Reglamentación de las licencias ambientales.
Energía	Ley 697 de 2001	03 de octubre de 2001	Se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, y se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones.
	Ley 1715 de 2014	13 de mayo de 2014	Se regula la integración de las energías renovables no convencionales al Sistema Energético Nacional.
Combustibles	Ley 939 de 2004	31 de diciembre de 2004	Excluyó al biodiesel del pago de impuesto a las ventas e impuesto global, para uso en motores Diesel y mezcla con ACPM
	Decreto 1521	1998	Expedido por el Ministerio de Minas y Energía, las estaciones de servicio son: “establecimientos destinados al almacenamiento y distribución de combustibles líquidos derivados del petróleo y/o gaseosos y gas licuado del petróleo (GLP), para vehículos automotores a través de equipos fijos (surtidores) que llenan directamente los tanques de combustible
	Resolución No. 358 y 622	1998	Términos de referencia genéricos para la elaboración de Estudios de Impacto Ambiental de estaciones de servicio de combustible. HTER-600

	Resolución 1170	11 de noviembre de 1997 del DAMA.	Art. 35. Aprovechamiento de los Tanques de Almacenamiento de Combustible de la Estación de Servicio. Art. 46. Responsabilidad
	COMPES 3510 de 2008	31 de marzo de 2008	Lineamientos de política para promover la producción sostenible de biocombustibles en Colombia
Contaminación	Ley 599 de 2000/ Artículo 322	24 de julio de 2000	Se establecen las penas por incumplimiento de la normatividad existente para prevenir la contaminación del medio ambiente.
	SA 8000	1989	Busca mejorar las condiciones de responsabilidad social en las organizaciones
	Constitución de Política Colombia	4 de julio de 1991	Art. 333. Bases para la implementación de políticas de RSE
Responsabilidad Social Empresarial RSE	AA 1000	1999	Principio de inclusión de grupos e interés en el desarrollo y la consecución de sostenibilidad.
	GTC 180	25 de junio de 2008	Es una Guía Técnica Colombiana enfocada en la creación, implementación y ejecución de la RSE.
	ISO 26000	2010	Se contempla como una guía de responsabilidad social
	Sentencia 247 de 2010- Corte Constitucional	15 de abril de 2010	Manifiesta que la RSE debe entenderse como un compromiso social, complementando el ánimo de lucro

Tabla 1. Elaboración propia (2021).

4.4 Marco Teórico

4.4.1 *Compromiso socio ambiental*

Las practicas socio ambientales es un tema de auge internacional que buscan proteger los recursos naturales mientras se incentiva la creatividad de la población para reducir el impacto negativo que genera la sobreexplotación de los mismos; estas prácticas están ligadas a normas internacionales como lo es la ISO 50001, que busca contribuir a reducir el consumo de energía a través de una mayor eficiencia energética, sin embargo, y a pesar de que las ISO tiene normas estandarizadas presenta una

falla en su ejecución puesto desde esta entidad no se monitorea el cumplimiento de las mismas, lo que hace que no se considere como una norma legal (Linck y Serrano, 2017).

Con lo anterior, se denota un compromiso por parte de los entes gubernamentales para motivar a las organizaciones a implementar estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE), sin embargo, de acuerdo a un estudio realizado por González y Santana (2019), existen factores elementales que pueden motivar aún más estas prácticas, como son el tipo de actividad económica de la organización, que se resalta como un determinante en el grado de compromiso de los miembros de esta, pues desde allí radica el interés por la implementación de programas socio ambientales, un ejemplo de ello son las compañías del sector turístico que debido a su actividad comercial, son más activas en el campo de RSE; en segundo lugar, se encuentra las sociedades innovadoras que tienden a ser socialmente más responsables, puesto que su modernismo las hace pensar en el futuro, y por último la colaboración con el sector público, pues algunos proveedores de las compañías puede influir para que los clientes realicen la implementación de RSE.

El concepto de responsabilidad social ambiental según Moyano y Murillo (2018), establece que las empresas suelen implementar estas prácticas porque sienten un compromiso con la sociedad, además, debido a que algunas comercializan productos que no son amigables con el medio ambiente, se ven en la necesidad de realizar prácticas que contribuyan a mejorar su RSE, de tal manera que en un futuro puedan evitar sanciones por parte de los entes encargados de regular estas normas ambientales, al tiempo que ayudan a mejorar sus procesos y a comprometerse a manejar una economía más limpia mitigando el impacto negativo en el medio ambiente.

4.4.1.1 Motivación de las organizaciones para incluir prácticas ambientales.

De acuerdo con un estudio realizado por Varela et al. (2019), dentro del grado primaria de la Facultad de Ciencias de la Educación Física y del Deporte de Pontevedra en España, cuyo objetivo era reflejar y mejorar el pensamiento crítico social en relación al uso y consumo de energía, se resalta la

importancia de formar a las personas desde su etapa escolar como seres capaces de afrontar los retos socio ambientales presentes y futuros, así como abordar la búsqueda de la sostenibilidad puesto que en las encuestas realizadas a la población de estudio se pudo identificar que, en lo referente al cuidado y protección del medio ambiente todavía hay muchos vacíos producto del desconocimiento y de que algunas personas niegan la necesidad, así mismo, varias respuestas coincidían en que la responsabilidad de problemas socio ambientales debía ser una responsabilidad compartida, entre gobierno, empresas y ciudadanos.

Lo anterior, va muy ligado a la investigación realizada por Ortega et al. (2020), a los estudiantes españoles del Máster en Formación del Profesorado de Educación Secundaria, donde de acuerdo a las encuestas realizadas, se pudo identificar que los profesores de educación primaria y secundaria no están suficientemente preparados para trabajar con contenidos y competencias relacionados con el desarrollo sostenible, lo que se suma al desinterés de los futuros estudiantes por vincularse a programas de sostenibilidad.

De allí la importancia de que, desde la organización y/o institución en alianza con el departamento de Talento Humano, se creen políticas o estrategias en pro de la sostenibilidad ambiental, pues se ha demostrado que implementar prácticas guiadas a la motivación, a la generación de oportunidades de crecimiento personal y profesional, despierta la creatividad e innovación de los empleados, lo que permite que las metas propuestas por la organización en temas ambientales estén encaminadas al éxito y basadas en principios de sostenibilidad, mientras se promueve conductas colectivas positivas, que se entienden como acciones voluntarias que contribuyen al desarrollo de nuevos productos, mejoramiento de la organización y de gestión ambiental (Gutiérrez et al., 2019).

4.4.1.2 Actividad comercial en relación a RSE.

En contexto con la investigación realizada por de Souza et al. (2017), en el instituto brasilero ENFERMA, el cual se encarga de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, se pudo

identificar que existen unas fisuras entre la actividad operativa y las acciones de responsabilidad que requieren atención de la administración como lo son la falta de procesos formales en pro de la gestión de la calidad, la poca relación entre los indicadores socioeconómicos y los ambientales, el no separar los valores sociales y ambientales de los individuales de compañía, el poco interés por la comunidad y sus relaciones con ella, y por último pero no menos importante, la brecha que existe entre las acciones ligadas a la moral y a la buena conducta.

Esta última brecha tiene incidencia en que hoy en día las compañías se esmeran más por realizar sus actos de responsabilidad en pro de un beneficio individual, guiados a mejorar su imagen y a sobresalir ante la competencia, que por buscar actos sinceros como protección del medio ambiente. Estos hechos también fueron confidencialmente evidenciados en la investigación de Volpentesta (2017), en su estudio denominado lo manifiesto y lo supuesto en los reportes socio ambientales de las empresas, donde el autor pudo identificar que existe una tendencia en las organizaciones por “maquillar” los reportes de gestión ambiental, al evadir indicadores de años anteriores y los resultados negativos, así como entregar sus reportes con fotografías que idealicen la imagen positiva de la compañía, entre otros, por lo que desde esta investigación se pudo inferir que, la sostenibilidad es simplemente un concepto de agüe dentro de las organizaciones de los últimos años, que abarca la RSE dentro de ella entregando a esta el compromiso de desarrollar actividades de integración con la ciudadanía, y que a su vez se regulen todas las acciones generosas y/o caritativas en pro de la comunidad, pero todo esto solo se queda en un concepto.

Por lo anterior, este estudio deja ver que el criterio de sostenibilidad, es de carácter subjetivo, toda vez que existen gestiones administrativas a las cuales se les aplica este adjetivo sin tener relación alguna con RSE.

4.4.2 Inversión, empresas y medio ambiente

Diversas organizaciones dudan a la hora de invertir en un proyecto ambiental, esto se debe a que el costo es alto y por ende es algo que no están dispuestas a asumir, debido a que no está contemplado como una exigencia por normatividad y no encuentran una relación costo-beneficio, sin embargo, existen compañías que le apuestan a los proyectos ambientales y obtienen buenos resultados, entendiendo que actualmente el medio ambiente juega un papel muy importante en la sociedad.

Por lo anterior, muchas organizaciones han optado por implementar prácticas de RSE, entre estas se encuentran las prácticas ambientales que las llevan a ser responsables no solo con la sociedad sino también a proteger el medio ambiente, sin embargo, para llevar a cabo estos proyectos, las empresas deben contar con un presupuesto porque en ocasiones tienen altos costos y afectan los indicadores de rentabilidad de las empresas (Dos Reis et al., 2013).

Por esto muchas organizaciones aun no implementan proyectos ambientales, dado que no ven necesario utilizar el presupuesto para un programa donde no genere algún tipo de rentabilidad, y porque no están obligadas a invertir en proyectos más allá de la normatividad.

Anteriormente las inversiones ambientales eran usualmente vistas por las empresas como un mal necesario para respetar a los distintos estándares en la sociedad, ayudando así a controlar la contaminación y proteger la salud, sin embargo, esto no era rentable porque debían destinar recursos propios para invertirlo en un proyecto que no generaría ganancias (Cohen et al., 1997, como se citó en Dos Reis et al., 2013, p.377)

Con base a lo anterior, se puede decir que todavía existen muchas organizaciones que predominan con esta teoría de que invertir en proyectos ambientales no es productivo ni rentable, sin embargo, actualmente muchas empresas han ido cambiando este chip y pueden ver esta inversión como una ventaja competitiva.

4.4.2.1 Inversión en prácticas socio ambientales en países de Latinoamérica.

En Latinoamérica el panorama no es ajeno, muchos países reconocen que los recursos naturales son la principal fuente de abastecimiento de sus organizaciones, y por ende han decidido apostar por mejorar sus prácticas ambientales. En Costa Rica muchas empresas privadas están avanzando hacia una mayor sostenibilidad medioambiental en sus operaciones.

El servicio de apoyo a micro y pequeñas empresas en Brasil (SEBRAE) ha desarrollado varias iniciativas para fomentar una mayor sostenibilidad medioambiental en las empresas de menor tamaño, como la creación de la Red Brasileña de Producción Más Limpia (PML), sin embargo el desconocimiento de la regulación ambiental, el alto costo en inversiones ambientales y procesos de certificación, son factores que dificultan el desarrollo de las pyme hacia una sostenibilidad ambiental (Organización Internacional del Trabajo, 2013).

4.4.2.2 Inversión en prácticas socio ambientales en Europa.

En Europa las inversiones por parte de las empresas en proyectos de medio ambiente son altas ya que los gobiernos apoyan y contribuyen financieramente con algunas, por ejemplo “la economía verde en Europa presenta grandes oportunidades, actuales y futuras, para emprendedores e inversores, lo que redundara, lógicamente en beneficio de la sociedad” (Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente, 2016, p.7).

En España han creado un fondo que brinda apoyo a los emprendedores que se dedican al negocio verde, este tiene como objetivo promover la creación de empresas relacionadas al medio ambiente, y dirigir la inversión hacia actividades económicas sostenibles (Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente, 2016, p. 6).

Con esto se puede concluir que las empresas y el gobierno deben de ir de la mano en la implementación de prácticas de responsabilidad social ambiental, ya que una empresa puede tener más

iniciativa si cuenta con algún incentivo, además de generar conciencia social ayudando así a que más organizaciones quieran unirse e invertir en prácticas socio ambientales.

4.4.2.3 Inversión y tiempo en prácticas socio ambientales.

El medio ambiente y el bienestar del ser humano van unidos de forma dependiente, debido a que es la naturaleza la que provee todo lo necesario para vivir, por lo cual tanto la sociedad, las organizaciones y los gobiernos deben evaluar la implementación de proyectos ambientales que minimicen los impactos negativos que actualmente hay en el medio ambiente, muchos de estos recursos no son renovables ni sustituibles por lo cual, si no se tiene en cuenta los impactos ambientales en un proyecto estos resultaran siendo a futuro más costosos para la empresa por lo cual se tendría un déficit económico, por lo que perdería el verdadero valor que es beneficiar a la sociedad y a la organización (Sartori et al., 2014 : 322, como se citó en Tadhg, 2021, p. 2)

Sin embargo, para ejecutar proyectos en pro de la mejora del medio ambiente hay que tener en cuenta diversos factores, como lo es el tiempo de ejecución de un proyecto ambiental, ya que si un proyecto es a largo plazo el costo aumenta y por lo tanto la inversión inicial es muy alta.

Si bien hay proyectos con un alto costo, sus beneficios en el tiempo pueden ser mayores, como por ejemplo Tadhg (2021) dice que los proyectos relacionados con la mitigación de emisiones de gases de efectos invernadero generalmente suelen tener una inversión inicial muy alta, pero a largo plazo generan grandes beneficios en la sociedad.

La OMS advierte que a la hora de implementar proyectos de carácter ambiental se deben tener en cuenta el horizonte temporal para incluir impactos ambientales, con el fin de saber si estos sí tendrán beneficios ambientales a largo plazo y justifique la inversión.

4.4.2.4 Prácticas ambientales en las empresas y su relación con las finanzas.

El rechazo de muchas empresas a implementar prácticas de RSE es por la falta de iniciativa y por la alta inversión que se requiere ejecutar un proyecto, sin embargo, es muy importante involucrar las

organizaciones para mitigar los impactos ambientales como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, deforestación y contaminación.

Muchas organizaciones como las ONG medioambientales, los gobiernos y grupos del sector empresarial, están atendiendo a los diferentes llamados a crear conciencia sobre los impactos medioambientales que son causados por las distintas actividades económicas y están de acuerdo en promover y desarrollar modelos sostenibles para realizar negocios (Rode et al., 2021, p. 1)

El incorporar estas prácticas trae múltiples beneficios a las compañías entre ellos el desempeño financiero y la producción limpia que, al reducir costos, crea una ventaja competitiva, aumenta la productividad, mejora la reputación y por ende hay más demanda de productos y servicios.

4.4.3 La Importancia de la protección del Medio Ambiente como práctica de Responsabilidad Social para las Organizaciones

A lo largo de la trayectoria económica, las organizaciones se han vinculado en el modelo de protección ambiental mediante la inclusión de prácticas socialmente responsables en su actividad económica, sin embargo, hay muchas compañías que al momento, desconocen la importancia de la protección del medio ambiente, a causa de la omisión de la situación actual de la contaminación ambiental global, por lo que, se parten de las siguientes investigaciones a nivel internacional para apoyar el resultado de este informe.

Actualmente los empresarios están convencidos que para poder crecer deben tener un comportamiento socialmente responsable, contribuyendo así al desarrollo sostenible, a mejorar sus actividades comerciales pero dirigidas a proteger el medio ambiente y, de esta manera, crear una cultura organizacional donde estén enfocados al crecimiento económico y a mejorar la competitividad pero a través de acciones que fomenten la responsabilidad social y preserve la integridad y los derechos de los consumidores (Presuttari, 2016).

4.4.3.1 Acciones en materia de Protección Ambiental.

La comunidad científica internacional y nacional de los Estados de orbe, ve sumamente importante que, para preservar la humanidad, se proteja el medio ambiente, por tal razón, se deben medir y dimensionar las actuaciones de las personas y así lograr el tan anhelado desarrollo sostenible (Hernández, 2015, p. 901).

Dicho esto, se deben identificar los actores y o partes que pueden incentivar, propiciar, propender y/o actuar en pro de la mejora continua del medio ambiente, por lo que también se hace necesario involucrar a la comunidad a participar responsablemente y a pensar de manera consciente en sus comportamientos en pro de beneficiar el desarrollo sostenible. (Hernández, 2015, p. 901).

Según el artículo 1913 del Código Civil Federal de México, establece que:

Cuando una persona hace uso de mecanismos, instrumentos, aparatos o sustancias peligrosas por sí mismos, por la velocidad que desarrollen, por su naturaleza explosiva o inflamable, por la energía de la corriente eléctrica que conduzcan o por otras causas análogas, está obligada a responder del daño que cause, aunque no obre ilícitamente, a no ser que demuestre que ese daño se produjo por culpa o negligencia inexcusable de la víctima (Hernández, 2015, p. 903)

Lo anterior es un claro ejemplo de corresponsabilidad, es decir, delegar la responsabilidad adquirida a quienes, desde la fuente, están ocasionando algún tipo de contaminación ambiental, y que esta puede ser minimizada, corregida o contrarrestada por otras prácticas que beneficien su entorno y el derecho a un ambiente digno, ya que:

La protección y vigilancia de este derecho, el de un ambiente sano, no es sólo una responsabilidad legislativa o gubernamental, sino de una comunidad dispuesta y veedora, que lo hace valer como un derecho vital para la existencia de los otros, ya que, sin un buen entorno, la calidad de vida de todos los seres vivos se ve afectada y por ende minimiza su sentido (Hernández, 2015, p. 901).

4.4.3.2 Responsabilidad medioambiental de las PYMES.

En la actualidad, los clientes son más sensatos frente a los problemas del medio ambiente, es por eso que las empresas medianas o pequeñas pueden ser penalizadas si no cumplen con prácticas ambientales (Stekelorum et al., 2020, p. 3), de esta manera, algunas las organizaciones involucran solamente prácticas de Responsabilidad Social que cumplan con los lineamientos legales, pero no lo hacen en todos sus procesos porque esto devenga tiempo, dinero y conocimiento, que en ocasiones debe ser subcontratado.

Por un lado, existen estudios que expresan que las pequeñas y medianas empresas son reacias a incluir Prácticas de Responsabilidad Social, ya que son vistas como una ocupación más que requiere de materiales y equipos para su ejecución, los cuales son escasos (Stekelorum et al., 2020, p. 3, como se citó en Aboelmaged y Hashem, 2019; Hansen y Klewitz, 2012).

Por otro lado, estas empresas, dentro de sus particularidades está que el Gerente busca fortalecer su compromiso en las Prácticas de Responsabilidad Social desde la libre participación y el análisis de los valores (Stekelorum et al., 2020, p. 3, como se citó en ElBaz et al., 2016; Johnson, 2015).

4.4.3.3 Prácticas socio ambientales y de marketing ecológico a nivel internacional.

Hacer productos y servicios que sean responsables con el medio ambiente le brindan a la organización la oportunidad de maximizar su imagen e identidad de marca, minimizar gastos y ganar nuevos compradores o consumidores, donde todo el empeño que se utilice para suplir las necesidades del cliente, se enfoque además en una alta calidad (Neder y Nei, 2014, p.117).

Referirse a alta calidad infiere, además, conocer las necesidades del cliente y de su entorno, donde sus procesos aporten a la calidad de vida de las personas actuales y también, de las futuras generaciones, es por esto que, en esta oportunidad, las empresas se están preocupando por tener un sistema de gestión con procesos más razonables, e introducir el marketing verde como un instrumento

trascendental que compense el impacto del consumo con la creación de productos o servicios limpios desde su producción, hasta su disposición (Neder y Nei, 2014, p. 117).

Por lo anterior, se puede decir que, las compañías están destinadas a generar valor a los clientes que suplan sus necesidades y gustos desde el cuidado del medio ambiente (Neder y Nei, 2014, p. 117).

En definitiva, para promover la sostenibilidad, Gonzaga (2005) destaca que el gran reto para las empresas es tener alternativas que para el mercado sean asequibles, sostenibles y ambientalmente respetuosas, de manera que cumplan con las definiciones fundamentales del desarrollo sostenible (Neder y Nei, 2014, p. 118).

4.4.3.4 Impacto de la Pandemia COVID – 19 en la conciencia ambiental.

En tiempo de crisis, las personas están dispuestas a formar un colectivo de ayuda mutua, incluso desde la lejanía, lo que para algunos autores es estrictamente necesario que suceda, ya que los cambios fomentan la posibilidad de reconstruir, visualizar y apuntar a proyectos mejores, más solidarios con el medio ambiente y sustentables (Severo, et al., 2020, p. 4, como se citó en Sarkis et al., 2020).

4.4.3.5 Responsabilidad social corporativa.

Se considera que, muchos directivos están buscando la manera de generar un peso monetario, civil y ambiental que maximice el valor del producto ofertado, por lo que acuden al auge o necesidad actual en la que ellos puedan incursionar y hacer la diferencia bajo una demanda y oferta sostenible, es por eso que, en esta, como en nuestra investigación se pretende comprobar que existen grandes beneficios para que las empresas tengan en cuenta los principios de la Responsabilidad Social (Gallardo, et, al., 2013, p. 12-13).

5 Metodología

5.1 Diseño metodológico

Este proyecto tiene como base una línea de investigación institucional enfocada en las innovaciones sociales y productivas, que a su vez se apoya de una sub línea denominada gestión estratégica para la globalidad y logística, las cuales están dentro del marco del programa académico Administración de Empresas que oferta la Corporación Universitaria Minuto de Dios. De esta manera, se logra definir para el desarrollo de este proyecto lo siguiente:

5.2 Enfoque de la investigación

El enfoque a emplear en esta investigación será de naturaleza cualitativa, para dar un análisis más profundo al estudio. El método cualitativo ayudará a determinar los factores por los que actualmente el Grupo EDS Autogas, sede Medellín, no adiciona prácticas ambientales que fortalezcan su Responsabilidad Social Empresarial, yendo más allá de la recolección de datos y así mismo, se medirá la perspectiva que tienen los clientes internos, del área administrativa, en relación a la RSE de Autogas.

5.3 Diseño de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se llevará a cabo el diseño no experimental, ya que se examinarán cuáles son los factores que inciden al momento de implementar Prácticas Ambientales que fortalezcan el aporte a la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo EDS Autogas sede Medellín, con el fin de encontrar aspectos a mejorar que contribuyan al desarrollo sostenible; para ello se realizará un diagnóstico de la situación actual de la organización, pero desde el contexto natural, para luego analizar los resultados sin manipular las variables, por esto es de carácter no experimental.

5.4 Alcance de la investigación

Se determina que el alcance de esta investigación es explicativo, de manera que se puedan definir las causas que son objeto de estudio, y con ello, obtener resultados cualitativos que permitan acurar las preguntas investigativas inicialmente planteadas.

5.5 Fuentes de información

Para la recolección de datos se utilizará como fuente inicial la observación, de tal manera que se pueda identificar información importante para la posterior creación del modelo de entrevista abierta dirigida a un colaborador del área administrativa, que ayudará a medir el nivel de compromiso socioambiental del Grupo EDS Autogas de la sede de Medellín – Antioquia, y por último, se usará una encuesta de tipo mixta, con preguntas de selección múltiple y algunas abiertas, para obtener respuestas variables y diferentes puntos de vista que serán de gran importancia para la conclusión del trabajo final.

También se utilizarán fuentes secundarias, como bases de datos, páginas institucionales, artículos, casos de compañías que han implementado prácticas ambientales y testimonios de clientes internos del Grupo EDS Autogas sede Medellín, que logren adentrar la investigación a un resultado más específico y/o detallado.

5.6 Población

La población para esta investigación es finita, debido a que es posible determinar el total de los elementos a encuestar, dentro de los cuales se toman como base a los clientes internos del área administrativa de la organización de la regional Antioquia.

5.7 Tipo de Muestreo

En el desarrollo de esta investigación, se utilizará el muestreo por conveniencia no probabilístico debido a que las preguntas de la encuesta estaban enfocadas sólo al personal administrativo de la organización, teniendo en cuenta que son el personal que toman decisiones y en su conjunto realizan el direccionamiento estratégico de la compañía, de manera que se escogieron intencionalmente los mejores candidatos para su desarrollo y mejor interpretación de los resultados.

5.8 Tamaño de la muestra

Figura 2.

Fórmula para calcular el tamaño de muestra finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Figura 2. Fuente: Questionpro.com (s.f.).

5.8.1 *Tamaño de la población:*

El tamaño de la muestra para esta investigación es 33, correspondiente al número de empleados del área administrativa que hay aproximadamente en la sede principal de Grupo EDS Autogas en Medellín - Antioquia:

5.8.2 *Margen de error:*

El margen de error corresponderá al cinco por ciento (5%)

5.8.3 *Nivel de confianza:*

El nivel de confianza corresponderá al noventa y cinco por ciento (95%)

Figura 3.

Resultado del tamaño de la muestra de la investigación

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza : 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Limpiar

Calcular Muestra

Tamaño de Muestra:

Figura 3. Fuente: Questionpro.com/es/calculadora-de-muestra (s.f.)

Definiendo así que el tamaño de la muestra a encuestar es de 31 personas, que corresponden a los clientes internos, del área administrativa del Grupo EDS Autogas de la sede de Medellín - Antioquia.

5.9 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La matriz EFI y EFE es una herramienta de análisis interno y externo, que permite mirar la organización desde varios puntos de vista y busca entender la realidad actual de la misma, lo que es muy lucrativo para diagnosticar posición de la organización en diferentes escenarios, e identificar estrategias de mejora.

Otro instrumento a utilizar en esta investigación es la entrevista, la cual ayudará a obtener información más precisa y de primera mano, es una técnica de característica cualitativa, muy propia para este proyecto.

Por último, se empleará la encuesta, de forma que se recopile los datos e información, se minimice el riesgo de desvirtuar los resultados y al momento de centralizar el contenido, sea mucho más fácil, al tiempo que permite generar estadísticas de los resultados obtenidos, y como valor agregado, se podrá realizar por distintos medios, ya sea telefónicos, a través de correo electrónico, personal o en línea, etc., a fin de conocer la opinión de la población objeto de estudio.

5.10 Análisis y tratamiento de datos

A través del diagnóstico inicial, las fuentes de investigación secundarias y los resultados tabulados y contemplados en el desarrollo del trabajo, los cuales fueron obtenidos del desarrollo de la encuesta semiestructurada aplicada a los clientes internos del área administrativa del grupo EDS Autogas sede Medellín, se identificará mediante gráficos elaborados por el aplicativo Formularios de Google, de manera explicativa y de fácil interpretación el por qué hacen falta prácticas ambientales que fortalezcan la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa en mención, lo cual dará paso al desarrollo de recomendaciones o posibles retroalimentaciones para la compañía.

5.11 Fases de la Investigación

5.11.1 Fase 1. Diagnóstico del nivel de compromiso Socioambiental de EDS Autogas, sede Medellín

5.11.1.1 Actividades fase 1.

- Seleccionar la herramienta útil para el diagnóstico
- Realizar Matriz EFE y EFI
- Crear estrategias desde la matriz EFI y EFI
- Desarrollar la matriz de estrategias
- Determinar el nivel de compromiso socioambiental de EDS Autogas

5.11.2 Fase 2. Análisis de la inversión y el tiempo como principales causas por la que no se fortalecen prácticas ambientales en el Grupo EDS Autogas, sede Medellín

5.11.2.1 Actividades fase 2.

- Realizar introducción para el desarrollo de la fase 2
- Determinar el instrumento apropiada para el análisis
- Realizar guion para entrevista con experto en el tema
- Desarrollar entrevista
- Transcribir la información recolectada
- Establecer si la inversión y el tiempo son la causa para que se fortalezcan prácticas

ambientales

5.11.3 Fase 3. Evaluación del desconocimiento de la importancia del medio ambiente como factor que incide en la ejecución de prácticas ambientales

5.11.3.1 Actividades fase 3.

- Redactar párrafo introductorio para el desarrollo de la fase 3
- Identificar el mecanismo útil para recolectar la información a evaluar
- Formular las preguntas para las encuestas digitales

- Enviar el enlace con las encuestas a la población objeto de estudio
- Analizar los resultados
- Tabular los datos recolectados
- Determinar si el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide al

momento de ejecutar las prácticas ambientales

5.12 Cronograma

El cronograma de actividades es una herramienta que permite enunciar las tareas a desarrollar durante la investigación y establecer tiempos para cada una de ellas, indicando fecha de inicio, fecha de fin y responsable o encargado del desarrollo de la actividad; es una técnica útil para realizar seguimiento a cada uno de los compromisos adquiridos. A continuación, presentamos el cronograma de este proyecto de investigación, el cual se realizó en 3 fases:

Figura 4.

Cronograma de actividades

Prácticas ambientales que fortalezcan la RSE en grupo EDS Autogas																			
CRONOGRAMA DE MONOGRAFÍA																			
FASE	ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	RESPONSABLE	FECHA		MES 08			MES 09			MES 10			MES 11					
			Inicio	Fin.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
DIAGNÓSTICO DEL NIVEL DE COMPROMISO SOCIOAMBIENTAL DE EDS AUTOGAS	Seleccionar la herramienta útil para el diagnóstico	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	23/8/2021	30/8/2021															
	Realizar Matriz DOFA	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	31/8/2021	11/9/2021															
	Crear estrategias desde la matriz DOFA	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	6/9/2021	11/9/2021															
	Desarrollar la matriz de estrategias	Maria Camila Álvarez	6/9/2021	11/9/2021															
	Determinar el nivel del compromiso socioambiental de AUTOGAS	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	6/9/2021	11/9/2021															
ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN DE DINERO Y TIEMPO COMO PRINCIPAL CAUSA POR LA QUE NO SE FORTALEZCAN PRÁCTICAS AMBIENTALES	Realizar introducción para el desarrollo de la fase 2	Maria Camila Alvarez	13/9/2021	18/9/2021															
	Determinar el instrumento apropiada para el análisis	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	13/9/2021	18/9/2021															
	Realizar guión para entrevista con experto en el tema	Shirley Valencia	13/9/2021	18/9/2021															
	Desarrollar entrevista	Shirley Valencia	4/10/2021	8/10/2021															
	Transcribir la información recolectada	Alejandra Ospina	4/10/2021	8/10/2021															
	Establecer si la inversión de dinero y tiempo son la causa para que se fortalezcan prácticas ambientales	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	4/10/2021	8/10/2021															
EVALUACIÓN DEL DESCONOCIMIENTO DE LA IMPORTANCIA DEL MEDIO AMBIENTE COMO FACTOR QUE INCIDE EN LA EJECUCIÓN DE PRÁCTICAS AMBIENTALES	Redactar párrafo introductorio para el desarrollo de la fase 3	Maria Camila Alvarez	4/10/2021	8/10/2021															
	Identificar el mecanismo útil para recolectar la información a evaluar	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	21/9/2021	26/9/2021															
	Formular las preguntas para las encuestas digitales	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	11/10/2021	13/10/2021															
	Enviar el enlace con las encuestas a la población objeto de estudio	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	13/10/2021	13/10/2021															
	Analizar los resultados	Shirley Valencia, Alejandra Ospina, Maria Camila Alvarez	17/10/2021	17/10/2021															
	Tabular los datos recolectados	Alejandra Ospina	18/10/2021	18/10/2021															
	Determinar si el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide al momento de ejecutar las practicas ambientales	Alejandra Ospina	19/10/2021	19/10/2021															

Figura 4. Elaboración propia (2021).

6 Desarrollo del proyecto

6.1 Diagnóstico del nivel de compromiso Socioambiental del Grupo EDS Autogas, Medellín

El Grupo EDS Autogas, sede Medellín, es conocida en el mercado por sus estaciones de servicio las cuales tienen como actividad principal aprovisionar combustibles a todo tipo de vehículo; lo que hace que se considere como una compañía altamente contaminante y con una gran responsabilidad social, pues de acuerdo al estudio de Puentestar (2019):

Un litro de gasolina produce un 2.32 Kg de dióxido de carbono en la atmósfera, un litro de diésel produce un 2.63 Kg de CO₂, debido a su mayor densidad y mayor contenido de carbono, esto significa que emana un 13.4% más de CO₂ por litro de combustible (p. 1)

Por lo anterior, Autogas debe buscar estrategias para mitigar el impacto ambiental que genera. Al indagar sobre los proyectos de responsabilidad social creados por Autogas, se ha descubierto que la compañía es pionera en la instalación de paneles solares en algunas de sus estaciones de servicio, como herramienta que proporciona energía para la operación de la estación; pero, ¿Es suficiente este proyecto para cumplir con los niveles mínimos de compromiso socioambiental?, a continuación desarrollaremos una matriz de factores internos (EFI) y factores externos(EFE) que permitirá realizar un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la compañía, lo cual es determinante para conocer el nivel de compromiso socioambiental del Grupo EDS Autogas, sede Medellín, y a su vez, permite generar unas estrategias para la mejora continua del mismo.

Adicionalmente, y con el objetivo de tener unos resultados más precisos, se otorga un peso porcentual para cada ítem a analizar con relación a su importancia y se le asigna una evaluación numérica que corresponde a la eficacia con la que Autogas puede responder a los factores descritos.

6.1.1 Aplicación de Matriz EFE y EFI

6.1.1.1 Matriz EFE - Análisis externo

Se determinan cinco (05) oportunidades y cinco (05) amenazas del Grupo EDS Autogas, sede Medellín, sobre el nivel de compromiso socioambiental, dentro de las cuáles se encontraron más relevantes las que se encuentran subrayadas:

Tabla 3.

Matriz EFE – Análisis externo

ANÁLISIS EXTERNO (Oportunidades y Amenazas)	IMPORTANCIA PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN EVALUACIÓN	VALOR
Capacitaciones al personal interno de la compañía con sentido social y ambiental.	10%	4	0,40
Inversión en programas ambientales y en la mejora de procesos internos de la compañía.	20%	3	0,60
Alianzas y convenios con instituciones que promuevan el mejoramiento socioambiental en los procesos de las empresas.	5%	3	0,15
Ofrecer a los gerentes La RSE, como una nueva forma de competir en el mercado.	5%	3	0,15
Dar valor agregado a la empresa implementando más prácticas socioambientales.	10%	3	0,30
Ingreso al mercado de nuevas marcas potencialmente competidoras que tengan mejor reconocimiento socioambiental.	10%	2	0,20
Cambios legales o variaciones en las regulaciones impositivas frente al ámbito socioambiental.	15%	2	0,30
Cambios en las tendencias de consumo racional que apoyen los factores socioambientales.	10%	2	0,20
Cambio del contexto social o responsabilidad social.	10%	2	0,20
Exigencia de la implementación de nuevas prácticas socioambientales.	5%	2	0,10
	100%		2,60

Tabla 3. Elaboración propia (2021).

CONVENCIONES	
Oportunidad aprovechada	4
Oportunidad poco aprovechada	3
Amenaza controlada	2
Amenaza no controlada	1

Grupo EDS Autogas, tiene como una oportunidad poco aprovechada la inversión en programas ambientales y en la mejora de procesos internos de la compañía, con un valor de (0.60), esto se debe a que se acogen principalmente a lo establecido por la normatividad legal vigente y, seguido, se realiza una evaluación de inversión, tiempo de ejecución e impacto a la sociedad para poder implementar otras prácticas ambientales, es por esta razón que la amenaza más significativa corresponde a los cambios legales o variaciones en las regulaciones impositivas frente al ámbito socioambiental, con un valor dentro de la matriz del (0.30).

6.1.1.2 Matriz EFI - Análisis interno

Se determinan cinco (05) fortalezas y cinco (05) debilidades del Grupo EDS Autogas, sede Medellín, respecto a su nivel de compromiso socioambiental. Para determinar cuáles son las más marcadas, se ponderan los resultados y se resaltan de la siguiente manera:

Tabla 4.

Matriz EFI – Análisis interno

ANÁLISIS INTERNO (Fortalezas y Debilidades)	IMPORTANCIA PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN EVALUACIÓN	VALOR
Certificación de ACERCAR nivel I, lo cual indica el compromiso por promover y apoyar el desarrollo de estrategias socioambientales.	15%	4	0,60
Autogas cumple con todas las normas ambientales que dispone el gobierno nacional para el funcionamiento legal de estaciones de servicio en Colombia.	15%	4	0,60
Promueve productos y servicios amigables con el medioambiente.	5%	3	0,15

Promueve el desarrollo de prácticas socio ambientales a través de instalación de paneles solares en las estaciones de servicio.	10%	4	0,40
Mejoramiento continuo de los procesos ambientales cumpliendo las normas correspondientes.	5%	3	0,15
Poca participación del personal a la hora de compartir ideas de posibles prácticas socioambientales que se puedan implementar dentro de la organización.	15%	1	0,15
Destinación de recursos para mejorar el desarrollo de las personas y los procesos socioambientales.	15%	1	0,15
Desconocimiento de la importancia de ser agentes propositivos del ámbito socioambiental.	10%	1	0,10
Directivos poco motivados por el ámbito socioambiental.	5%	2	0,10
Compromiso socioambiental basado sólo en la norma y no en la mejora continua de los procesos	5%	1	0,05
		100%	2,45

Tabla 4. Elaboración propia (2021).

CONVENCIONES	
Fuerza mayor	4
Fuerza menor	3
Debilidad menor	2
Debilidad crítica	1

Grupo EDS Autogas, tiene como fuerzas mayores la certificación de ACERCAR nivel I, lo cual indica el compromiso por promover y apoyar el desarrollo de estrategias socioambientales, y, que cumple con todas las normas ambientales que dispone el gobierno nacional para el funcionamiento legal de estaciones de servicio en Colombia, ambas con un valor de (0.60). Por otro lado, sus debilidades más marcadas son la poca participación del personal a la hora de compartir ideas de posibles prácticas

socioambientales que se puedan implementar dentro de la organización y la destinación de recursos para mejorar el desarrollo de las personas y los procesos socioambientales, ambas con un valor de (0.15)

Con base en esta información, se procede a identificar las estrategias de la siguiente manera:

6.1.2 Identificación de estrategias

Con la información de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del GRUPO EDS AUTOGAS sede Medellín, se identifican las estrategias que permiten aprovechar las oportunidades del entorno con las fortalezas de la empresa, así como también, mejorar las debilidades que se tengan basadas en las oportunidades del entorno, de manera que, se puedan mitigar las amenazas y minimizar las debilidades, como se muestra a continuación en la imagen:

Tabla 5.

Matriz de control de mando - Estrategias

PERSPECTIVA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	META	TIEMPO	RANGO	INDICADOR	FORMULA	TIPO DE INDICADOR
Aprendizaje y Crecimiento	Cumplir con el plan de capacitaciones en temas socio-ambientales	Promover capacitaciones a los empleados sobre las medidas socio-ambientales que se puedan tomar dentro de la organización.	50%	Anual	45% - 50%	% Capacitaciones dictadas	$\frac{\# \text{Capacitaciones socio-ambientales recibidas}}{\# \text{Capacitaciones programadas}}$	CAPACIDAD
Financiera	Invertir en programas socio-ambientales para hacer los procesos internos más sostenibles	Determinar la inversión realizada por la compañía en proyectos ambientales.	5%	Anual	5% - 10%	% Recursos financieros utilizados	$\frac{\text{Total de Recursos de la compañía usados para proyectos ambientales}}{\text{Total de Recursos de la compañía}}$	EFICIENCIA

Financiera	Implementar programas de RSE sustentables que busquen proteger el medio ambiente y la rentabilidad de la compañía.	Cuantificar el grado de compromiso de la compañía por implementar programas de RSE	80%	Anual	75% - 80%	% Programas de RSE ejecutadas	<u># De programas de RSE implementados</u> # De programas de RSE a implementar	EFICACIA
Cliente	Incentivar la promoción de prácticas ambientales y aportar a las campañas ambientales	Medir el nivel de cumplimiento de las campañas y prácticas ambientales de la compañía.	85%	Anual	80% - 90%	% Campañas ambientales desarrolladas	<u># Campañas y prácticas ambientales desarrolladas</u> # Campañas y prácticas ambientales a desarrollar	IMPACTO
Procesos Internos	Evaluar las prácticas ambientales que se tienen actualmente y hacer una mejora en sus procesos	Mejorar las prácticas ambientales dentro de los procesos de la compañía.	30%	Anual	25% - 30%	% Procesos que incluyen prácticas ambientales	<u>Procesos de la compañía que incluyen prácticas ambientales</u> Total de procesos de la compañía	VALOR
Aprendizaje y Crecimiento	Implementar políticas ambientales internas, basadas en las nuevas tendencias del mercado, ahorro, sustentabilidad, sostenibilidad.	Establecer la cantidad políticas ambientales internas creadas en la compañía.	25%	Anual	15% - 25%	% Políticas ambientales internas.	<u># De políticas ambientales internas</u> Total de políticas internas	CAPACIDAD
Cliente	Buscar entidades que puedan otorgar certificaciones de sello ambiental.	Calcular el nivel de compromiso de la compañía en temas ambientales.	15%	Anual	10% - 15%	% Certificaciones ambientales de Autogas	<u>Certificaciones adquiridas por Autogas</u> Total de certificaciones existentes en el campo.	CALIDAD

Aprendizaje y Crecimiento	Generar estrategias de mercadeo y publicidad, donde puedan mostrar a sus clientes el esfuerzo que hace la compañía en el proceso de desarrollar productos amigables con el medioambiente.	Renovar la imagen de Autogas como compañía comprometida con el desarrollo de productos amigables con el medioambiente.	15%	Anual	10% - 15%	%Campañas de productos de la marca Autogas amigables con el medio ambiente	<u>Campañas que muestran productos de Autogas amigables con el medioambiente</u> Total de campañas ejecutadas	IMPACTO
Procesos Internos	Revisar el mapa de procesos de la compañía para identificar la posibilidad de actualizarlo de acuerdo con las normas ambientales desarrolladas en el país.	Precisar el número de normas ambientales que aplican para la compañía EDS Autogas.	20%	Anual	15% - 20%	%Normas aplicadas en Autogas	<u>Normas ambientales desarrolladas al interior de Autogas</u> Normas ambientales impuestas en el país que pueden ser aplicadas en EDS Autogas.	CALIDAD
Procesos Internos	Desarrollar una cultura organizacional en pro del consumo racional de los recursos y que a su vez se refleje en el consumidor final.	Identificar el nivel de compromiso de los colaboradores de Autogas en relación al consumo racional.	25%	Anual	15% - 25%	% Empleados capacitados en consumo racional	<u># De empleados capacitados</u> Total de empleados de Autogas	IMPACTO
Cliente	Motivar a los colaboradores y clientes a través de campañas sobre la importancia de realizar prácticas de responsabilidad socioambiental.	Definir los colaboradores que han ejecutado PRS	35%	Anual	25% - 35%	%Empleados que practican responsabilidad socioambiental	<u># De empleados destacados por sus buenas prácticas de responsabilidad socioambiental</u> # Total de empleados de Autogas	VALOR

Procesos Internos	Incluir dentro de las políticas y valores corporativos como exigencia organizacional, las buenas prácticas de responsabilidad socioambiental.	Detallar las PRS implementadas por Autogas	25%	Anual	15% - 25%	% Políticas de responsabilidad socio-ambiental	# De políticas de <u>responsabilidad socioambiental</u> # Total de políticas de Autogas	IMPACTO
--------------------------	---	--	-----	-------	-----------	--	--	---------

Tabla 5. Elaboración propia (2021).

6.2 Análisis de la inversión y el tiempo como principal causa por la que no se fortalecen prácticas ambientales

Las organizaciones actualmente se ven obligadas a comprometerse con el medio ambiente y la sociedad, dado que en los últimos años el tema ambiental viene tomando más importancia y se ha decidido que, para la preservación de la tierra y sostener una mejor calidad de vida, es necesario que todos se comprometan con el cuidado del medio ambiente, desde las empresas hasta los hogares.

En las compañías el tema es mucho más estricto, ya que muchos comercializan productos que afectan de manera negativa el medio ambiente, por lo cual estas tienen una responsabilidad ante la sociedad de mitigar los daños causados a través de la implementación de prácticas ambientales y mejoras en sus procesos, convirtiéndose así en compañías con sellos verdes o sostenibles, sin embargo, no todas las empresas están dispuestas a destinar su dinero y tiempo en programas de desarrollo sostenible.

6.2.1 Entrevista abierta

Como se diagnosticó en la fase 1 de este proyecto, para el caso de Grupo EDS Autogas, sede Medellín, aún existen prácticas ambientales por desarrollar, por lo que en esta fase se pretende analizar si la falta de inversión y el tiempo, son unas de las principales causas por las que no se fortalecen las mismas, para ello, hemos realizado una entrevista abierta a un colaborador del área administrativa de la

compañía objeto de estudio, quién por su experiencia, tiene mucho conocimiento acerca de las prácticas ambientales que se implementan en la organización.

En las entrevistas abiertas se decide con antelación que tipo de información se quiere obtener y de acuerdo a esto, se proceden a formular las preguntas, pero estas se hacen de manera abierta lo que permite que el entrevistado pueda expresar su punto de vista y así recoger una mejor información (Folgueiras, 2016)

La entrevista se realizó de manera virtual, con el apoyo de un cuestionario de 11 preguntas guiadas a determinar si durante la trayectoria laboral, el entrevistado ha logrado identificar cuáles son las principales causales por las que Grupo EDS Autogas, no invierte hoy día lo suficiente en prácticas ambientales.

6.2.2 Desarrollo de la entrevista

Tabla 2.

Respuesta de la entrevista desarrollada

No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS
1	¿Cuántos años lleva en la empresa?	13 años
2	¿Cree usted que la RSE (responsabilidad social empresarial) es un factor importante en las empresas o es un valor agregado?	La Responsabilidad social empresarial es un factor importante para todas las compañías, porque a través de esta buscan minimizar los impactos negativos generados por la actividad comercial, pero se vuelve un valor agregado porque puede mostrarse una excelente gestión a nivel económico y comercial porque puede ser una marca diferenciadora entre sus competidores.
3	La empresa por su actividad económica, tiene un impacto negativo en el medio ambiente, ¿Que está haciendo la empresa para minimizar el impacto ambiental causado por las estaciones de servicio?	Autogas genera unos impactos negativos por su actividad económica, pero estos son minimizados por sus procedimientos y controles en sus planes de emergencia, la capacitación al personal y los procesos que realizan para controlar posibles fugas o derrames que se puedan tener por los productos que se manejan que son catalogados de alto riesgo, por esto la empresa trabaja en el control constante para minimizar los posibles riesgos e impactar lo menos posible al medio ambiente

4	¿Qué programas ambientales está implementando Autogas para fortalecer su responsabilidad social?	La empresa Autogas tiene programas que ayudan al fortalecimiento de la responsabilidad social, hay una alta inversión en los paneles solares que ayudan a disminuir el consumo de energía eléctrica, también se maneja un programa de control de vertimientos al alcantarillado público, esto lo realiza una empresa experta en el tema, y el manejo de los residuos peligrosos que genera la empresa, un tercero especializado en el tema hace la disposición final y certifica a Autogas que estos residuos son tratados según la norma.
5	¿Conoce usted un aproximado de cuánto invierte Autogas en prácticas ambientales o cuántos proyectos hace anualmente?	Autogas invierte mucho recurso económico en estos programas, por ejemplo, la implementación de los paneles solares costo miles de millones de pesos, además de los que se implementan por norma, exceden los 2 millones de pesos mensuales por cada estación de servicio que tienen Autogas.
6	¿Autogas invierte en programas ambientales, a parte de los que exige la norma? ¿Sí?, ¿no?, ¿Por qué?	La empresa Autogas si invierte en programas adicionales, no solo los de cumplimiento obligatorio, se trabajan sobre otros proyectos ambientales, pero también busca tener unos beneficios tributarios y adicional reconocimiento de la comunidad en el buen manejo de la RSE.
7	¿El tiempo que requiere la implementación de un proyecto ambiental, influye a la hora de querer ejecutarlo en la organización? ¿Por qué?	No, porque Autogas busca es que el proyecto ambiental tenga beneficios en la sociedad y en la empresa.
8	Hay proyectos ambientales que requieren de una alta inversión para su ejecución ¿Usted cree que la empresa estaría dispuesta a invertir, aun cuando no sea una política ambiental obligatoria?	Si, los proyectos que la empresa vea viables en cuanto a aporte ambiental siempre están dispuesta a revisarlos y hacer el análisis de su inversión, puede haber programas que ayuden a bajar o tener algunos beneficios tributarios, adicional que pueden generar un impacto social positivo y esto es lo que Autogas quiere lograr entre la comunidad que lo rodea.
9	¿Usted cree que la empresa considera necesario invertir en más programas ambientales para reducir los efectos negativos de su actividad económica?	Para Autogas es necesario tener inversiones en proyectos ambientales, tiene la posibilidad de invertir o buscar empresas que comercialicen productos que contribuyan a reducir los efectos negativos del combustible, realizan acuerdos comerciales, y Autogas comercializa estos productos que reducen hasta el 50% las emisiones de gases que generan los vehículos, con esto no se busca una rentabilidad, si no un aporte ambiental a la sociedad

10	¿Considera usted que el tiempo y el dinero son causas por las que no se implementan más prácticas ambientales?	Si, Para Autogas son varios los factores que se analizan a la hora de implementar prácticas ambientales, puede que el tiempo y el dinero sean factores que no ayuden para la implementación, pero adicionalmente no es lo único que se tiene en cuenta, también se analiza si el proyecto tiene un alto impacto en el medio ambiente y si favorece a la sociedad, son varias cosas que se tienen en cuenta al momento de implementar un proyecto ambiental.
----	--	---

Tabla 2. Elaboración propia (2021).

6.2.3 Análisis

A partir de la entrevista realizada se puede deducir que, Grupo EDS Autogas, sede Medellín, tiene en cuenta los costos a la hora de invertir en programas ambientales, sin embargo, se pudo evidenciar que han invertido de manera considerable en proyectos de responsabilidad social, tanto los que exige la norma como los que buscan aportar de manera positiva a la sociedad y el medio ambiente, así mismo, quedó evidenciando que la compañía aún está dispuesta a seguir implementando y aportando en proyectos que busquen minimizar los impactos negativos generados por su actividad comercial.

Por otra parte, con lo expresado por el entrevistado se puede concluir que el tiempo no es un factor altamente importante para Grupo EDS Autogas, sede Medellín, al momento de implementar proyectos ambientales; esta compañía además busca crear programas que aporten a la sociedad y que a su vez, genere una retribución económica, ya que tiene el compromiso de crear responsabilidad social y sabe lo importante que es, dado que esto se convierte en plus para la organización, que da un valor agregado y se consolida como un factor diferenciador entre sus competidores.

6.2.4 Propuesta de presupuesto

Se realizó una matriz de presupuestos para el año 2022, con el fin de aportar a Grupo EDS Autogas nuevos elementos que fortalezcan su responsabilidad social y ambiental, dado que con la información obtenida en la entrevista se dio a conocer que Autogas invierte en varios programas ambientales, sin embargo, pueden seguir aportando a través de otros programas.

Tabla 6.

Propuesta de presupuesto

PRESUPUESTO APORTE A LA RSE DE GRUPO EDS AUTOGAS 2022				
Ítem	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Capacitación a empleados sobre las buenas prácticas ambientales	\$ 300.000	\$ -	\$ -	\$ 300.000
Campañas publicitarias en las EDS acerca de las emisiones de gases	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Implementación en programas de reciclaje	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Manejo adecuado de las basuras	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Convenio con empresas para impulsar productos amigables con el medio ambiente	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
TOTAL PRESUPUESTO	\$ 2.400.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.400.000
TOTAL PRESUPUESTO AUTOGAS MEDELLIN (x15 EDS)	\$ 36.000.000	\$ 31.500.000	\$ 31.500.000	\$ 36.000.000

Tabla 6. Elaboración propia (2021).

Como se observa en la tabla, se incluyeron programas de reciclaje y manejo adecuado de las basuras, ya que Autogas aún no tiene implementado estos programas dentro de sus buenas prácticas ambientales, los demás ítems están asociados a prácticas ya implementadas, pero que no se fortalecen de manera constante, por lo cual, queda en el olvido.

A través de la implementación de las prácticas ambientales, Autogas obtiene grandes beneficios a nivel social y económico, dado que, fomentando estos programas, crean una cultura en sus colaboradores lo cual los motiva a ser amigables con el medio ambiente, no solo en el trabajo, sino

también, en sus hogares y, además, una empresa socialmente responsable da una buena imagen frente a sus clientes y competidores.

A nivel económico, se perciben unos reconocimientos como lo son, beneficios tributarios que otorga el estado colombiano a las empresas que implementan acciones de responsabilidad social, además el desarrollo de estas prácticas evita que Autogas pueda causar un daño ecológico y, por ende, está cuidando el medio ambiente, al mismo tiempo que evita una posible sanción económica, por lo cual el retorno de las inversiones en prácticas de RSE y ambientales, siempre serán positivas para las organizaciones.

6.3 Evaluación del desconocimiento de la importancia del medio ambiente como factor que incide en la ejecución de prácticas ambientales

En la fase 2 de esta investigación se logró concluir que el tiempo y el dinero son factores que influyen al momento de implementar Prácticas ambientales, sin embargo, no lo es todo, por lo que se indagó si el desconocimiento de la importancia del medio ambiente es otro elemento que incide en la toma de las decisiones al momento de ejecutar prácticas ambientales, y se identificará si ese desconocimiento puede estar dado por falta de información o educación en temas ambientales.

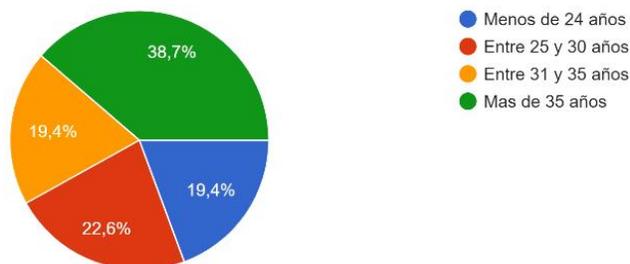
De acuerdo con un estudio realizado por Ceballos et al. (2019) “el desconocimiento sobre la importancia del Medio Ambiente es uno de los factores por los cuales se da la contaminación ambiental”, esto da un indicio de que la educación ambiental posiblemente puede llegar a ser una alternativa para mitigar el deterioro del entorno e incidir en la cultura y formación, de tal manera que se mejoren las prácticas y comportamientos, guiando los mismos al desarrollo sostenible y sustentable, por ello, para la fase 3 de esta investigación, se usó como herramienta de diagnóstico una encuesta con la cual se pretende precisar la percepción de la población objeto de estudio, en relación al desconocimiento sobre la importancia del medio ambiente.

6.3.1 Gráficos de respuestas a encuesta

Figura 5.

Rango de edad de los encuestados

Indique por favor su rango de edad
31 respuestas

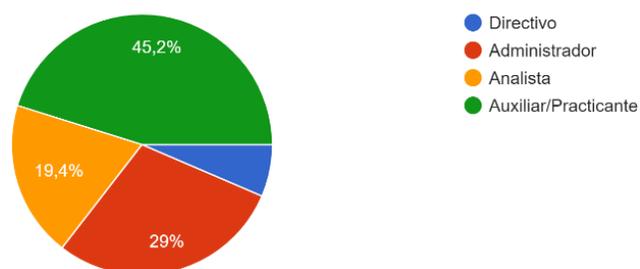


Se muestra que el 61,3% de la población encuestada está en un rango de edad entre los 25 y los 35 años de edad.

Figura 6.

Nivel jerárquico de los encuestados

Indique su nivel jerárquico dentro de la compañía GRUPO EDS AUTOGAS
31 respuestas



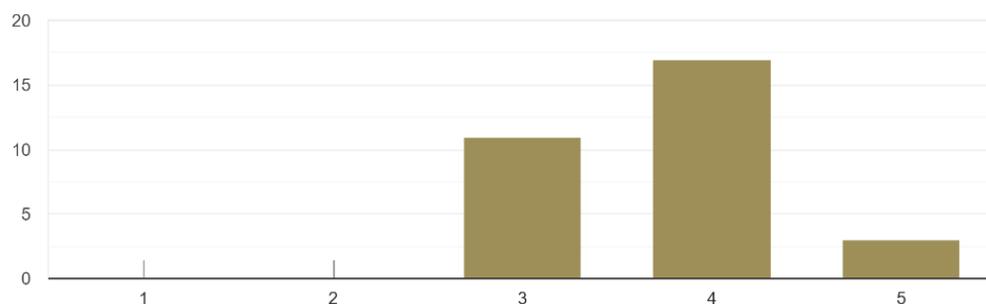
Se observa que el mayor porcentaje de la población encuestada, que corresponde al 45,2%, se encuentran en el área administrativa como Auxiliar o Practicante.

Figura 7.

Escala de conocimiento de 1 a 5 por parte de los encuestados sobre el medio ambiente

En una escala de 1 a 5, donde 1 es poco y 5 es mucho ¿Qué tanto conoce usted sobre el medio ambiente?

31 respuestas



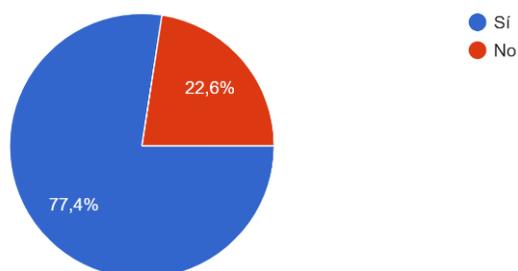
De la población encuestada, entre 15 y 18 personas manifiestan que en una escala de 1 a 5, califican su conocimiento sobre el medio ambiente en 4 y, entre 10 y 12 personas en 3.

Figura 8.

% De encuestados que saben o no qué son prácticas ambientales

¿Sabe usted que son prácticas ambientales?

31 respuestas



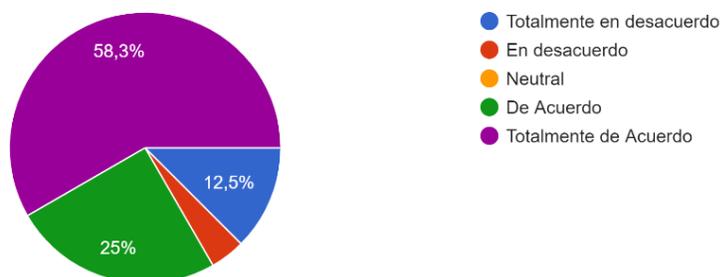
De 31 encuestados, tan sólo el 22,6% manifiestan no saber que son prácticas ambientales.

Figura 9.

% De encuestados que encuestados que está de acuerdo o en desacuerdo con que ejecutar prácticas ambientales contribuye al desarrollo sostenible

¿Esta usted de acuerdo con que ejecutar practicas ambientales, contribuye al desarrollo sostenible?.

24 respuestas



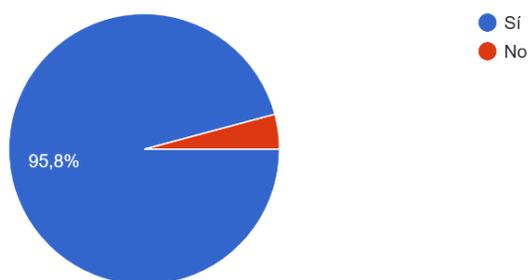
Un 58,3% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo con que ejecutar prácticas ambientales contribuye al desarrollo sostenible y tan sólo un porcentaje reducido manifiesta estar en desacuerdo.

Figura 10.

% De encuestados que conocen las prácticas ambientales que desarrolla Autogas

¿Conoce usted las prácticas ambientales que desarrolla la compañía GRUPO EDS AUTOGAS?

24 respuestas



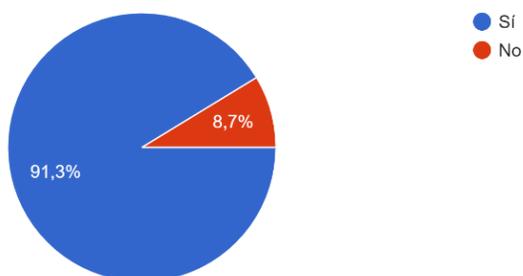
Del total de empleados encuestados, el 95,8% manifiesta conocer las prácticas ambientales que desarrolla la compañía para la cual trabajan.

Figura 11.

% De encuestados que consideran que en Autogas se pueden desarrollar más prácticas ambientales

¿Considera usted que en la compañía GRUPO EDS AUTOGAS, aún se pueden desarrollar más prácticas ambientales?

23 respuestas



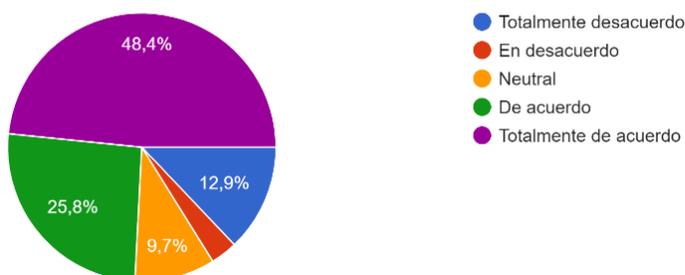
Los empleados de Grupo EDS Autogas, sede Medellín, que fueron encuestados, el 91,3% manifiestan que aún se pueden desarrollar más prácticas ambientales en la organización.

Figura 12.

% De encuestados que están en acuerdo o desacuerdo con que es responsabilidad de las compañías privadas crear estrategias para mitigar el impacto ambiental que genera la actividad económica de las empresas

¿Qué tan de acuerdo está usted con que es responsabilidad de las compañías privadas crear estrategias para mitigar el impacto ambiental que pudiera llegar a generar su actividad comercia?.

31 respuestas



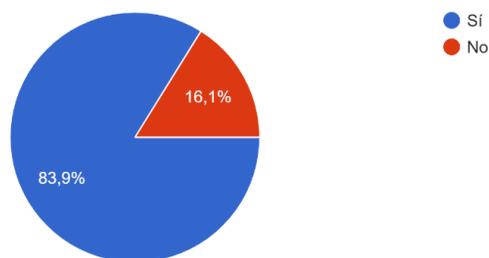
El 48% de la población encuestada está de acuerdo con que las compañías privadas son responsables a la hora de crear estrategias para mitigar el impacto ambiental y tan sólo una minoría manifiesta estar en desacuerdo.

Figura 13.

% De encuestados que piensan o no que los problemas ambientales de hoy día son producto de la falta de información respecto al tema

¿Piensa usted que los problemas ambientales de hoy en día puede ser producto de la falta de información respecto del tema?

31 respuestas



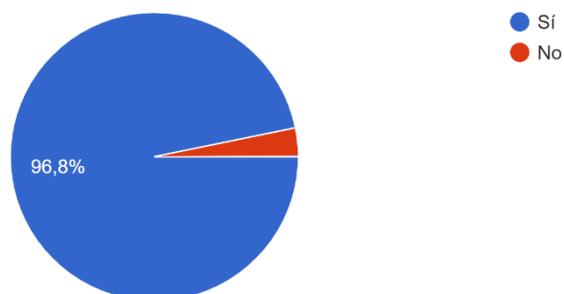
Un 83,9% de la población encuestada piensa que los problemas ambientales pueden ser producto de la falta de información respecto al tema.

Figura 14.

% De encuestados que consideran o no que la educación en temas ambientales podría contribuir a mitigar los problemas socioambientales

¿Considera usted que la educación en temas ambientales podría contribuir a mitigar los problemas socioambientales?

31 respuestas

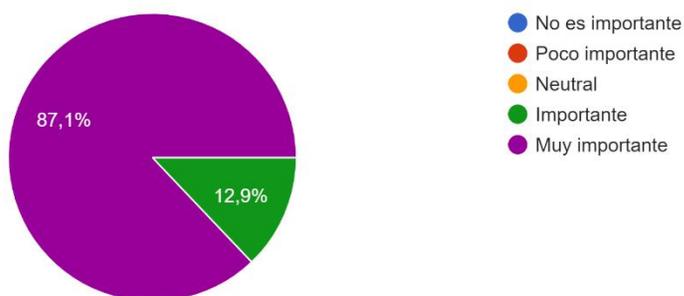


El 96.8% de los empleados encuestados considera que la educación ambiental podría ayudar a mitigar los problemas socioambientales.

Figura 15.

Calificación de la importancia que tiene el medio ambiente para los encuestados

Califique la importancia que tiene para usted el medio ambiente.
31 respuestas

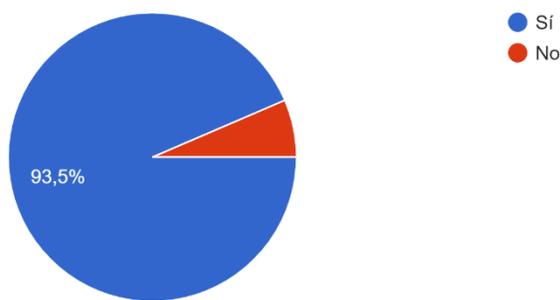


De un total de 31 personas encuestadas, el 87,1% de la población considera que es muy importante el medio ambiente.

Figura 16.

% De encuestados que creen o no que el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide en la implementación de prácticas ambientales

En su opinión, ¿Cree usted que el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide en la implementación de prácticas ambientales?
31 respuestas



Del total de 31 empleados encuestados, el 93,5% manifiesta que el desconocimiento de la importancia del medio ambiente si incide a la hora de implementar prácticas ambientales.

6.3.2 Análisis

Se pudo evidenciar en la encuesta que los colaboradores de Autogas coincidieron en un 87% que el medio ambiente es muy importante y que las prácticas ambientales son un medio para ayudar a mitigar los daños causados por la principal actividad comercial de la empresa, que es el combustible y, en su mayoría, están de acuerdo en que las organizaciones deben tomar la iniciativa crear estrategias para reducir la contaminación que generan.

Autogas como empresa socialmente responsable implementa buenas prácticas para controlar los daños ambientales que genera, sin embargo, se pudo comprobar que los colaboradores indicaron que aún faltan más prácticas ambientales que la empresa puede desarrollar y sugirieron algunas que se podrían ejecutar para minimizar el impacto negativo al medio ambiente.

Se identificó que el 93% de las personas encuestadas coincido en que el desconocimiento de la importancia del medio ambiente incide al momento de implementar prácticas ambientales, por lo cual da respuesta al objetivo que el desconocimiento es un factor que afecta a Autogas y a las organizaciones a la hora de ejecutar un proyecto ambiental.

7 Conclusiones

La investigación desarrollada permitió analizar varios factores ligados a las prácticas de responsabilidad social empresarial y ambiental, entre ello, se pudo identificar que, la falta de educación desde la infancia y en los hogares, sobre la importancia del medio ambiente, es uno de los factores por los cuales los empresarios no tienen interés en ejecutar PRSE. Se puede decir que no hay una motivación personal por ello, y que en el caso de Grupo EDS Autogas S.A.S, sede Medellín, aún faltan prácticas ambientales por ejecutar, sin embargo, al no existir una reglamentación clara que promueva la responsabilidad de ejecutar PRSE, estas seguirán siendo subjetivas y dependerán de la necesidad que tenga la organización por adquirir una certificación tipo ISO, SAI o INCONTEC, como su mayor motivación.

Adicionalmente, se determina que para el Grupo EDS Autogas, es muy importante a la hora de implementar prácticas ambientales, evaluar su viabilidad en tres aspectos: económico, tiempo de ejecución y el impacto positivo que este tendrá en la comunidad, por tal razón, muchos proyectos ambientales pueden quedarse sólo en propuestas no desarrolladas, debido a que su impacto no compensa la inversión y el tiempo requerido para su cumplimiento, lo que puede afectar la actividad económica de la compañía.

Por último, se evidencia que Autogas es una empresa comprometida con el desarrollo de prácticas ambientales y no es ajena a que su actividad comercial es contaminante, por esto tratan de mitigar estos impactos a través de varios programas ambientales que se implementan dentro de la organización, sin embargo, si Autogas quiere lograr ser una empresa reconocida por ser socialmente responsable, deberá encaminar su nivel de compromiso a ir mucho más allá de lo establecido en la normatividad ambiental vigente para empresas que desarrollen su misma actividad económica.

8 Recomendaciones

Se sugiere:

Que, el Grupo EDS Autogas S.A.S, fortalezca la Educación Ambiental en sus colaboradores en todos los niveles de dirección o jerarquía, a través de capacitaciones, seminarios, conversatorios, etc., de manera que, a la hora de presentar un proyecto de inversión en prácticas ambientales, logren tener una visión más holística de su importancia, haya una corresponsabilidad en su ejecución y un objetivo compartido para su exitosa culminación.

Por otro lado, desde los directivos del Grupo EDS Autogas S.A.S, sede Medellín, se recomienda evaluar los procesos internos a fin de evidenciar aquellas prácticas de RSE que están pendientes por implementar que no requieren de una alta inversión, pero que pueden encaminar la explotación de los recursos de manera responsable, a un desarrollo sostenible y sustentable, pues un común denominador entre los encuestados cuando fueron consultados sobre prácticas ambientales que aún se pueden desarrollar dentro de la organización, fue que el manejo de residuos aprovechables como papel y cartón es una práctica que no está siendo desarrollada, por tanto, deberá existir desde la alta gerencia, la destinación de recursos, propuestas y espacio de tiempo y lugar para que esta mejora pueda ser abordada por los colaboradores.

Por último, se sugiere que el personal directivo y administrativo del Grupo EDS Autogas, sede Medellín, tenga como alternativa ampliar su compromiso ambiental, invirtiendo en proyectos que ayuden a reducir la contaminación producida por su actividad comercial, de manera que generen un valor agregado y distintivo a la compañía, lo cual se verá reflejado en el reconocimiento de la sociedad como una empresa socialmente responsable, así como también, las autoridades competentes serán los principales garantes de visibilizar estos proyectos y motivar a la empresa otorgándoles certificaciones, beneficios tributarios, entre otros, que solidifiquen las prácticas ambientales implementadas.

9 Referencias

Autogas. (s.f.). *Auto-Gas*. <https://www.autogas.com.co/>

Cardona Gómez, R.M. (2009). Estrategias para el fortalecimiento de la gestión ambiental de una compañía en el manejo de los impactos sociales y ambientales de un proyecto exploratorio de hidrocarburos en el departamento del Casanare
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/740/eam59.pdf?sequence=1>

Cardona, D. A. (2016). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. Publicaciones de la Universidad Libre de Bogotá.
<http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>

Colombia.co. (s.f.). Uno de los mayores valores diferenciales del país es su importancia medioambiental. Colombia es uno de los líderes mundiales en diversidad de fauna y flora.
<https://www.colombia.co/medio-ambiente/medio-ambiente/#:~:text=Colombia%20alberga%20cerca%20del%2010,Pa%C3%ADses%20Megadiversos%20Afines%20del%20Mundo.>

De Souza, L. D., Valadão, V. M., Medeiros, C. R. y Gallego, E. S. (2017). Crimen corporativo y el discurso de la responsabilidad socioambiental: El bueno, el feo y el perfumado. *Iconos*, 21(2), 185-203.
doi: <http://dx.doi.org.ezproxy.uniminuto.edu/10.17141/iconos.58.2017.1729>

De Oliveira, M. L. y Moneva, J. M. (2013). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa Petrobrás versus Repsol. *Contaduría y Administración*, 58(1), 131-167.
[https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71201-4](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71201-4)

Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2018). Política de Crecimiento Verde. DOCUMENTO CONPES 3934 DE 2018 RESUMEN EJECUTIVO. <https://www.dnp.gov.co/Crecimiento->

Verde/Documents/Pol%C3%ADtica%20CONPES%203934/Resumen%20Pol%C3%ADtica%20de%20Crecimiento%20Verde%20-%20diagramaci%C3%B3n%20FINAL.pdf

Folgueiras Bertomeu, P. (2016). La entrevista. <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/99003>

Gallardo Vázquez, D., Sánchez Hernández, M. I. y Corchuelo Martínez, M. B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa.

<https://www.redalyc.org/pdf/3597/359733644002.pdf>

González, G. A. y Martínez K. I. (2019). Fortalecimiento de las acciones de Responsabilidad Social de Fundafe y su vinculación con el Desarrollo Sostenible desde la Gerencia Social.

<https://hdl.handle.net/10656/10960>

González, O. y Santana, A. (2019). CSR as a strategy for public-private relationships in protected island territories: Fuerteventura, canary islands. *Island Studies Journal*, 14(1), 147-162.

<https://www.islandstudies.ca/sites/default/files/ISJGonzalezSantanaCSRPublicPrivateFuerteventura.pdf>

Gómez, A. B., Sánchez, M. y Torres, L.M. (2017). Análisis del efecto financiero de los costos ambientales en las Pymes productoras del sector textil; ubicadas en la Zona Industrial de la localidad de Puente Aranda de Bogotá. doi: <https://hdl.handle.net/10656/5400>

Gutiérrez Rúa, J., Posada García, M. D. y González Pérez, M. A. (2019). Prácticas de recursos humanos que impactan la estrategia de sostenibilidad ambiental. *Innovar*, 29(73), 11-24. doi:

<http://dx.doi.org.ezproxy.uniminuto.edu/10.15446/innovar.v29n73.78008>

Hernández, M. (2015). Acciones colectivas en materia de protección ambiental, fallas de origen. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*. <http://dx.doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2015.144.4955>

Lacruz Moreno, F. F. (2005). La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. Economía.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195617349003>

Linck, M. y Serrano, R. (2017). [A proteção ambiental como efeito indireto do sistema de gestão de energia ISO 50001] Brazilian Journal of International Law, 14(3), 106-120. doi:

<https://doi.org/10.5102/rdi.v14i3.4977>

Londoño, M. M. (2019). Las inversiones verdes y el desarrollo sostenible desde la experiencia empresarial en Antioquia, Colombia.

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/549/LAS%20INVERSIONES%20VERDES%20Y%20EL%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente (2016). La inversión en la creación y desarrollo de empresas verdes en España [https://fundacion-](https://fundacion-biodiversidad.es/sites/default/files/informacion-institucional/lainversionenlacreacionydesarrollodeempresasverdesenespana.pdf)

[biodiversidad.es/sites/default/files/informacion-institucional/lainversionenlacreacionydesarrollodeempresasverdesenespana.pdf](https://fundacion-biodiversidad.es/sites/default/files/informacion-institucional/lainversionenlacreacionydesarrollodeempresasverdesenespana.pdf)

Moyano Vera, P. A. y Murillo Olivo, D. K. (2018). Evaluación de la Responsabilidad social en las Empresas Exportadoras del Ecuador. <http://repositorio.unemi.edu.ec//handle/123456789/3994>

Neder, V. y Nei, M. (2014). Marketing verde e práticas socioambientais nas indústrias do Paraná. Revista de Administração - RAUSP, 49 (1), 116-128.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223430155010>

Tadhg, O. (2021). Cost-Benefit Analysis and the environment: The time horizon is of the essence. Environmental Impact Assessment Review, 89, 106587.

<https://doi.org/10.1016/j.eiar.2021.106587>

Organización Internacional del Trabajo, Oficina de Actividades para Empleadores ACT/EMP, y Oficina Regional para América Latina y el Caribe. (2013). El desafío de la promoción de empresas sostenibles en América Latina y el Caribe: Un análisis regional comparativo. Oficina Intercacional del Trabajo. https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_205234/lang--es/index.htm

Ortega Sánchez, D., Alonso Centeno, A., y Corbí, M. (2020). Socio-environmental problematic, end-purposes, and strategies relating to education for sustainable development (ESD) through the perspectives of spanish secondary education trainee teachers. Sustainability (Switzerland), 12(14) [doi:10.3390/su12145551](https://doi.org/10.3390/su12145551)

Pérez Darquea, D. G. (2018). Estudio de emisiones contaminantes utilizando combustibles locales. INNOVA Research Journal, 3(3), 23-34. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n3.2018.635>

Presuttari, L. (2016). Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/13053>

Puentestar, J.S. (2019). *Grupos estacionarios diésel y la contaminación ambiental en la florícola Piganflor de la comunidad de Piganta*. [Plan de trabajo de titulación para la obtención del Título de Licenciado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17988/1/T-UCE-0010-FIL-306.pdf>

Dos Reis, E. M., Athayde, M., y Soares, R. (2013). Inversión en Medio Ambiente y el Desempeño Económico de las Empresas Adheridas al Índice Carbono Eficiente – ICO2. Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, 7(4), 373-388. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441642782004>

Rode, J., Heinz, N., Cornelissen, G., y Le Menestrel, M. (2021). How to encourage business professionals to adopt sustainable practices? Experimental evidence that the ‘business case’ discourse can

backfire. *Journal of Cleaner Production*, 283, 124618.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124618>

Severo, E. A., Ferro, J. C. y Luan, M. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on environmental awareness, sustainable consumption and social responsibility: Evidence from generations in Brazil and Portugal. *El Sevier*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124947>

Stekelorum, R., Laguir, I. y ElBaz J. (2020). Can you hear the Eco? From SME environmental responsibility to social requirements in the supply chain. *El Sevier*.

<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120169>

Varela Losaa, M., Arias Correa, A., PérezRodríguez, U., y Vega Marcote, P. (2019). How can teachers be encouraged to commit to sustainability? evaluation of a teacher-training experience in Spain. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16) [doi:10.3390/su11164309](https://doi.org/10.3390/su11164309)

Volpentesta, J. R. (2017). Lo manifiesto y lo supuesto en los reportes socioambientales de las empresas. *Pensamiento & Gestión*, (43) Retrieved from <https://search-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/scholarly-journals/lo-manifiesto-y-supuesto-en-los-reportes/docview/1984566222/se-2?accountid=48797>

10 Anexos

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc1e0a1qHZpq5ZcbmEXTQ0XOyguI8-DX7VtxFLIbcq2H2d8g/viewform>