

**Plan de responsabilidad social empresarial para el centro de diagnóstico automotor
(CDAANDINO)**

Jazmin Hernández Forero

Yessica Tatiana Hincapié Castañeda

Paula Dayan Ortiz Morales

Karen Eliana Moreras Álvarez

Leidy Lorena Varón Aguirre

Asesora:

Yudith Cristina Caicedo Domínguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

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

Administración de Empresas

2022

Resumen

A través del tiempo la sociedad ha tenido el reto de adaptarse a las entrantes tecnologías, y ambientes que tiene en su entorno, desde el momento en el que se ha logrado comprender la importancia que tiene ser responsable con el consumismo y el cómo esto puede afectar directa o indirectamente al entorno, por eso evaluar cada decisión cada opción es indispensable para sobrevivir en todos los ambientes, es de vital importancia saber implementar las herramientas y conocimientos necesarios para lograr armonía en el entorno.

El objetivo del trabajo es darle aplicabilidad a la evolución del pensamiento estratégico relacionado con la responsabilidad social empresarial mediante las recomendaciones que implementa la norma ISO 26000 para ello se ha seleccionado una empresa que permitiera la evaluación de su estado actual en cuanto a normatividad de la RSE y mediante un proyecto tipo descriptivo donde se construyó un instrumento de recopilación de datos de estudios de la norma internacional “ISO 26000” el cual fue un cuestionario que fue aplicado a la empresa del sector servicios de Villavicencio llamada Centro de Diagnóstico Automotor Andino “CDA ANDINO”.

La primera parte de este proyecto se ocupó de indagar la implementación de la “RSE” en la empresa, la cual arrojó como resultado que la organización tiene aproximadamente un 50% de falencias en la aplicabilidad y necesita mejoras que puedan ayudar a resolver sus problemáticas que se irán presentando en el cuerpo del presente trabajo.

Palabras clave: Responsabilidad social, ética, responsabilidad social empresarial, consumo responsable, sostenibilidad.

Abstract

Over time, society has had the challenge of adapting to the incoming technologies, and environments that it has in its environment, from the moment in which it has been possible to understand the importance of being responsible with consumerism and how this can affect directly or indirectly to the environment, that is why evaluating each decision, each option is essential to survive in all environments, it is vitally important to know how to implement the necessary tools and knowledge to achieve harmony in the environment.

The objective of the work is to give applicability to the evolution of strategic thinking related to corporate social responsibility through the recommendations implemented by the ISO 26000 standard, for which a company has been selected that would allow the evaluation of its current state in terms of CSR regulations. and through a descriptive type project where an instrument for data collection of studies of the international standard "ISO 26000" was built, which was a questionnaire that was applied to the company in the services sector of Villavicencio called the Andean Automotive Diagnostic Center "CDA ANDINO".

The first part of this project dealt with investigating the implementation of "CSR" in the company, which resulted in the organization having approximately 50% failures in applicability and needs improvements that can help solve their problems that they will be presented in the body of this paper.

Keywords: "Social responsibility, ethics, corporate social responsibility, responsible consumption, sustainability."

Tabla de Contenido

Introducción.....	12
Justificación.....	13
Objetivos.....	14
Objetivos específicos.....	14
Planeación estratégica. Un concepto evolucionado de pensamiento a forma de trabajo.....	15
¿Cómo dirigir una empresa siendo empresarialmente responsable? ISO 26000 como guía de la responsabilidad social empresarial.....	17
El gobierno corporativo como sistema de gestión de la organización.....	22
¿Qué es la producción limpia y el consumo sostenible? ¿Cuál es su importancia en la gestión organizacional?.....	24
Marco institucional.....	28
Resultados y análisis de la información obtenida a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información en la empresa CDA ANDINO.....	31
Metodología utilizada para la realización de las encuestas en CDA Andino”.....	35
Tabulación de la información recolectada de las encuestas aplicadas en la empresa CDA.....	36
Evaluación de los indicadores obtenidos de las encuestas aplicadas a los trabajadores de la empresa CDA Andino.....	56
Análisis detallado de los resultados obtenidos por cada una de las materias fundamentales y sus principales problemas en la empresa CDA Andino.....	66
Análisis de la gráfica del árbol de problemas obtenido del CDA Andino:.....	70
Análisis árbol de objetivos obtenidos del CDA Andino:”.....	72

Explicación de la propuesta del plan de acción para la resolución de problemas del CDA Andino	
.....	77
Conclusiones.....	79
Referencias Bibliográficas.....	82

Lista de Tablas

Tabla 1. Marco institucional de la empresa CDA ANDINO	29
Tabla 2. Instrumento de evaluación del nivel de aplicación de prácticas RSE de acuerdo a la norma ISO 26000 de la empresa CDA ANDINO	31
Tabla 3. Edades del personal de la empresa CDA Andino	36
Tabla 4. Cargos de los empleados de la empresa CDA Andino	37
Tabla 5. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?.....	38
Tabla 6. ¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?.....	39
Tabla 7. ¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa?	40
Tabla 8. ¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral? Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, niños y niñas, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas	41
Tabla 9. ¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?.....	42
Tabla 10. ¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral capacitándolos en su área de trabajo y en abordaje de nuevas herramientas?.....	43
Tabla 11. Mencione algunas de las campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa	45
Tabla 12. ¿Qué norma es implementada por la empresa para la regulación y emisión de vehículos que aprueban o rechazan la revisión técnico mecánica?.....	46

Tabla 13. ¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?	47
Tabla 14. ¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?	48
Tabla 15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?	49
Tabla 16. ¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?	50
Tabla 17. ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta?	52
Tabla 18. ¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?	53
Tabla 19. ¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno?.....	55
Tabla 20. Fórmula matemática que permitirá evaluar cada indicador del cuestionario aplicado a la empresa CDA Andino	57
Tabla 21. Evaluación de resultados de la encuesta aplicada a la empresa CDA Andino	60
Tabla 22. Análisis de las materias fundamentales y sus principales problemas en la empresa CDA Andino	63
Tabla 23. Cuadro de stakeholders o grupos de interés de la empresa CDA Andino	75
Tabla 24. Plan de acción definido para la resolución de los problemas encontrados en el CDA ANDINO.....	76

Tabla 25. Plan de seguimiento definido para la resolución de los problemas encontrados en el

CDA ANDINO 77

Lista de Figuras

Figura 1. Línea de tiempo planeación estratégica.....	16
Figura 2. El gobierno corporativo como sistema de gestión de la organización.....	23
Figura 3. Estructura organizacional de la empresa CDA ANDINO	30
Figura 4. Edades del personal de la empresa CDA Andino	36
Figura 5. Cargos de los empleados de la empresa CDA Andino	37
Figura 6. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?	38
Figura 7. Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?.....	39
Figura 8. ¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa?.....	40
Figura 9. ¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral? Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, niños y niñas, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.....	41
Figura 10. ¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?.....	43
Figura 11. ¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral capacitándolos en su área de trabajo y en abordaje de nuevas herramientas?.....	44
Figura 12. Mencione algunas de las campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa	45
Figura 13. ¿Qué norma es implementada por la empresa para la regulación y emisión de vehículos que aprueban o rechazan la revisión técnico mecánica?.....	46

Figura 14. ¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?.	47
Figura 15. ¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?	48
Figura 16. ¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?.....	49
Figura 17. ¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?	51
Figura 18. ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta?.....	53
Figura 19. ¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?	54
Figura 20. ¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno?.....	55
Figura 21. Árbol de problemas del CDA Andino	70
Figura 22. Árbol de objetivos obtenido del CDA Andino	72
Figura 23. Mapa estratégico para la resolución de problemas del CDA Andino	74

Lista de Apéndice

Apéndice 1 Formato de Recolección de Información.....	89
---	----

Introducción

En este trabajo se podrá evidenciar un pequeño resumen que identifica las características, fundamentos y métodos de la gestión estratégica de la “RSE”, también se conocerá la definición del gobierno corporativo, sus características y los aportes al bienestar humano. Por otra parte, la producción más limpia y el consumo sostenible, tienen implicaciones para las organizaciones y el mundo global.

El marco institucional de una empresa dedicada a la prestación de los servicios de revisiones tecno mecánicas a vehículos automotores, a la cual posteriormente se le aplicó un instrumento con el cual se recolectó información a partir del estudio que se le realizó a la empresa con las normas internacional “ISO 26000”, también se podrá evidenciar la tabulación y análisis de los resultados que arrojó dicho instrumento.

La evaluación de los indicadores después de la recolección de la información de las los instrumentos de medición realizados, donde se realizó la evaluación del índice de disciplinas, lo cual busca encontrar el % de aplicación de cada materia, los resultados, el análisis las variables y los problemas percibidos de la gobernanza de la organización, prácticas laborales, derechos humanos, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación y desarrollo de la comunidad tal como lo indica la norma. (ISO 26000)

Finalmente, se identifica una matriz de marco lógico, como un árbol de problemas y árbol de objetivos , así como un mapa estratégico desde los dominios económico, social y ambiental y stakeholders con las respectivas interpretaciones de cada componente

Justificación

A través del presente trabajo se abordó el concepto de “*Responsabilidad Social Empresarial*” como un conjunto de actividades y estrategias que permiten estructurar modelos de negocio enfocados al ámbito social y que serán vínculo para la construcción de políticas preocupadas por el crecimiento rentable y social. De esta manera, estos modelos de negocio generan estrategias de mercadeo que pueden lograr satisfacer las necesidades competitivas del mundo empresarial actual ligándose al impacto positivo de su negocio en su comunidad.

La dirección de una empresa socialmente responsable, logrará que las tomas de decisiones sean mucho más sencillas y mucho mejor informadas, mejora la imagen corporativa, constituye fidelización de clientes y contribuye de manera exponencial a aumentar la rentabilidad a largo plazo.

Muchas empresas colombianas actualmente no aplican ni comprenden la importancia de aplicar la responsabilidad social en el entorno empresarial, esta problemática también incluye a la empresa CDA Andino quien fue la seleccionada como reto académico para desarrollar de manera efectiva un plan de aplicación de responsabilidad social empresarial.

Si lo se ve desde el contexto de vista puramente académico, la realización de esta actividad práctica permite la aplicación de manera pedagógica de los conocimientos que se han adquirido durante el aprendizaje del diplomado de profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivos

Objetivo general

Comprender e Implementar el correcto desarrollo de los conceptos, teorías y herramientas, fundamentadas en la *responsabilidad social empresarial (RSE)*, desde una orientación gerencial, identificando y aplicando la norma internacional ISO 26000, partiendo de un diagnóstico empresarial aplicado al Centro De Diagnóstico Automotor Andino, donde se realice el diseño de un plan estratégico, que permita realizar un análisis, para una posterior toma de decisiones y aplicación de mejoras necesaria en tiempos predeterminados.

Objetivos específicos

Reconocer los conceptos de la “responsabilidad social empresarial (RSE)”, y la trascendencia del pensamiento estratégico, dando pautas, identificar y analizar las organizaciones, a partir de los modelos y enfoques estudiados.

Identificar las falencias con respecto a la implementación de prácticas de RSE que tiene la empresa seleccionada para el proyecto.

Proponer un plan estratégico que permita implementar las prácticas de responsabilidad social empresarial basándose en los conceptos fundamentales de la norma ISO 26000.

Crear un plan de acción y seguimiento para la resolución de problemáticas encontradas y que afecten el buen funcionamiento de la empresa seleccionada.

Planeación estratégica. Un concepto evolucionado de pensamiento a forma de trabajo

El concepto de planeación estratégica ha venido evolucionando desde los tiempos antes de cristo, se presentó en el pasado como un pensamiento que ha mutado y mejorado para convertirse en una forma de trabajo para las empresas de la actualidad. Basado en las ideas de grandes pensadores como Pericles, el concepto se ha transformado hasta convertirse en una norma recomendable de la organización ISO. En esta línea de tiempo se muestra de manera corta y explícita los principales autores que han colaborado en su evolución.

Figura 1.

Línea de tiempo planeación estratégica.



Fuente: Elaborada por Yessica Tatiana Hincapié Castañeda

¿Cómo dirigir una empresa siendo empresarialmente responsable? ISO 26000 como guía de la responsabilidad social empresarial.

El término de RSE ha estado evolucionando constantemente. Hoffman (2007) afirmó que la RSE atrajo la atención de gerentes y directores de diferentes empresas, por esto ha ubicado el desarrollo de estas después de 1920, que coincide con Frederick (1994). Con esto se puede afirmar que la RSE es significativamente importante para todos desde una empresa hasta una persona del común.

Si se habla del significado de la responsabilidad social, se podría definirla como las obligaciones y compromisos que asumen los miembros de una comunidad entre sí y con otros miembros de la comunidad. Si se traslada este concepto al mundo empresarial, entonces, la Responsabilidad social empresarial es un conjunto de obligaciones y responsabilidades que una organización ha adquirido voluntariamente en pos del bien común. Pero, ¿qué es una empresa socialmente responsable? De acuerdo al Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), “una Empresa Socialmente Responsable (ESR) es aquella que fundamenta su visión y compromiso en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio y que inciden positivamente en la gente, el medio ambiente y las comunidades en que operan, más allá de su plan de negocios.”

La norma “ISO 26000” Guía para la Responsabilidad Social Corporativa la define como aquellas “acciones llevadas a cabo por las empresas para responsabilizarse por los impactos de sus actividades en la sociedad y el medio ambiente con un comportamiento que es consistente con el interés de la sociedad y el desarrollo sostenible” y que cumple la ley aplicable y es consistente con las normas internacionales, “es un compromiso en toda la organización y tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés.” (Duran, 2005).

Continuando con la historia de la RSE. Luego de 1920 es incorporada la filantropía empresarial, que fue basada en la piedad del empresario: más en el colaborador que la empresa. Luego Friedman en total acuerdo con Bower (1995) propuso que solamente la RSE que afecta a la empresa es el aumento de las utilidades, concepto más desarrollado después por Carroll (1979) que ha propuesto un modelo de “RSE” de cuatro dimensiones: La dimensión económica que se refiere a la generación de riqueza, la dimensión legal que hace referencia al respeto hacia las leyes sociales, la dimensión ética que hace referencia a hacer cosas correctas y la dimensión filantrópica que se refiere a mejorar la vida comunitaria. En controversia con lo planteado por Friedman, Freeman (1984) precisa que la empresa posee responsabilidades además de los accionistas, los individuos que son impactados con las actividades que ejecuta la empresa para lograr sus objetivos.

Es posible afirmar que el término de “RSE” con el paso del tiempo situados en diferentes generaciones que se verán a continuación con sus respectivas características:

Primera Generación: Corto plazo y nivel bajo. este fue basado en la filantropía, la voluntariedad y la gestión de riesgo a corto plazo

Segunda Generación: “RSE” estrategia en las organizaciones. en esta se encuentra una visión de sustentabilidad competitiva; diálogo eficiente y reacción de los actores sociales, cadenas de valor, patrones sociales y pymes.

Tercera generación: planteamiento de un modelo nuevo basado en la economía nacional, arraigado en modelos y coalición Multi-Stakeholders; progreso de las instituciones para la “RSE”, defensa y fomento activo de la RSE y policías de las mismas para Pymes.

Por otra parte, Cadbury (2006:12) definió 3 niveles de “RSE”

Nivel Primario, en este nivel la empresa se obliga a cumplir todos sus compromisos principales como pagos de empleados, proveedores, accionistas en general.

Nivel Secundario, las empresas deben inquietarse por la colisión que generan sus actividades a el entorno evitando al máximo los daños ambientales

Nivel Terciario, la empresa se ocupa de cómo impactar favorablemente el entorno en que desarrolla sus actividades ya sea de producción o de servicios.

Conociendo esto se podría decir que las empresas que gestionan su responsabilidad social son empresas que han cambiado el viejo modelo de negocio que sólo se ocupa de generar ingresos para sus dueños, en su lugar se encontrarán directivos comprometidos con mejorar el desarrollo de su entorno, sean personas internas (empleados) o externas (clientes, inversionistas, sociedad en general) sin descuidar las prácticas empresariales. Esto también influye en la siguiente característica, que es la *mejora del clima laboral*, las empresas que gestionan la “RSE” son de las empresas con mayor claridad del propósito organizacional lo que hace que sus colaboradores sientan fidelización y en los esfuerzos para ayudar a la organización a tener éxito.

Si una empresa desea implementar un sistema de “RSE” es importante utilizar ciertos elementos que les permitan un correcto análisis de la situación a solucionar, recolectando datos que permitan plantear planes de mejora. Dentro de los elementos internos que se recomienda utilizar se encuentran: El cuadro de mando integral Da Silva, Pastor & Pastor (2014) que permita analizar el proceso interno actual y el análisis de sistemas, políticas y prácticas que nos permita saber la percepción que tengan los empleados sobre la empresa, dentro de los elementos externos que se debe realizar un análisis de percepción de los grupos de interés de esta manera se conocerá qué es lo que piensan las personas del entorno sobre la empresa y planificar acciones que permitan mejorar las variables con mayor prioridad. Es importante que en cada instrumento

utilizado se realicen preguntas basadas en los principios de responsabilidad social descritos en la Norma Internacional voluntaria “ISO 26000” que es la norma que brinda los instrumentos de RSE a nivel internacional.

Según la “ISO 2600 (2010) para una gestión de Responsabilidad social empresarial efectiva y en orden hay dos elementos importantes: la estrategia que incluye toda la planificación y la ejecución, que es la puesta en marcha de toda la planeación y la medición de los indicadores de resultados.”

Dentro de la planificación de la estrategia se tienen dos actividades clave:

Definir grupos de interés y actividades es decir saber a qué problemáticas atacar de acuerdo a su prioridad, además de definir y planificar acciones y actividades para conseguirlo.

Establecer objetivos y metas, la gestión de la “RSE” debe tener objetivos realistas y medibles como cualquier otra área de la empresa, eso permitirá ver opciones de iteración y mejora continua.

Dentro de la ejecución de la gestión de la “RSE” las actividades clave son:

La medición continua de los indicadores, para ello es indispensable deben establecer indicadores de seguimiento desde el momento en que se plantea el plan “RSE”, estos indicadores deben considerarse como parte de la estrategia para luego monitorear los resultados llevando un riguroso control de los avances e identificar los puntos críticos de mejora.

Divulgación de la gestión de la “RSE”, la empresa debe comunicar su gestión no solo a sus empleados sino a todo aquel con el que tenga relación (stakeholders)

En este resumen comenzaré por decir, que la responsabilidad social empresarial es el compromiso que adquieren de manera voluntaria todas las organizaciones teniendo en cuenta todos los impactos que se pueden tener tanto en la parte social, económicos, ambientales, en

medio del proceso de la realización de la ejecución de las diferentes actividades de industrialización o prestación de los servicios a corto, mediano y largo plazo, la RSE es un acto que debe realizar la organización de forma voluntaria y autónoma pensando siempre en la comunidad que los rodea tanto del área interna y externa y el impacto ambiental que se pueda tener, y finalmente se podría afirmar que las organizaciones que implementan el RSE podrán generar valor agregado a dichas organizaciones obteniendo mejores resultados desde las áreas internas y externas de la misma.

Una de las características “RSE” es; crear una visión integradora en las organizaciones creando valor agregado, lo cual les permite generar muchos más recursos económicos y estabilidad financiera a corto, mediano y largo plazo, un beneficio ambientalmente sostenible, ya que no se trata solo de realizar dichas actividades por unos días sino que sean implementadas y mantenidas en el tiempo y en la parte social está enfocado en todas las personas que hagan parte de las organizaciones tanto de las áreas internas y externas de la misma. La “RSE” busca estar integrada en los diferentes procesos de las empresas lo cual les permita llegar a la zona de equilibrio tanto en el área ambiental, social y económica.

La “RSE” se debe implementar de manera independiente a las demás teniendo en cuenta que cada empresa cuenta con diferentes necesidades tanto en las áreas sociales, económicas y ambientales.

La “RSE” busca también generar recursos financieros sostenibles, lo cual les permita la creación de nuevos productos o servicios buscando siempre minimizar los costos operacionales y una excelente calidad de los productos o servicios que se ofrecen, y el mejoramiento de la imagen es otro de los factores importantes que se tiene en cuenta, ya que todo lo antes

mencionado es un conjunto que debe estar enlazado, para que les permita lograr el éxito que se ha proyectado a corto, mediano y largo plazo.

La aplicación de la “RSE” en las pequeñas y medianas empresas las llamadas Pymes, es donde se puede comenzar a dar un enfoque desde su creación, lo cual les permite crecer de la mano en la parte del área económica y la “RSE”, con esto no quiere decir que en las grandes empresas multinacionales no se pueda implementar desde su nacimiento, finalmente se puede afirmar que la implementación de la “RSE” debe ir en conjunto con el crecimiento de las organizaciones y podrían tener mayor éxito a corto, mediano y largo plazo.

Las estrategias que se podrían implementar en la “RSE” es; comenzar su aplicabilidad desde el nacimiento de las organizaciones, lo cual les permite un impacto menos tanto a los consumidores, colaboradores y a las personas en general, teniendo en cuenta que cuando se crean hábitos desde siempre ya se es mucho más fácil avanzar en su ejecución en todas las áreas sociales y ambientales de las organizaciones tanto internas y externas. Y en caso de que las organizaciones ya estén en funcionamiento y se quiera dar aplicabilidad a la “RSE” se debe realizar la socialización y capacitación adecuada a todas las personas a nivel interno y externo de dichas organizaciones, lo cual les permita tener claridad cual, como y cuando se quiere comenzar con su aplicabilidad y reducir los impactos negativos que se puedan llegar a tener.

El gobierno corporativo como sistema de gestión de la organización.

El gobierno corporativo puede definirse como un conjunto de normas, procedimientos y sistemas que se aplican para dirigir el funcionamiento de la empresa. En este póster se resumen las características y aportes que ha realizado este pensamiento como modelo de gestión de las organizaciones.

Figura 2.

El gobierno corporativo como sistema de gestión de la organización.

GOBIERNO CORPORATIVO



El gobierno corporativo es un sistema de regulación propio de los entes económicos, que permite la puesta en marcha de acciones y su monitoreo y la protección para los asociados, clientes, proveedores, inversionistas, directivos y en general, todos los usuarios interesados (stakeholders). Según H, K. Buitrago, F. y M. M, Betancourt P. (2013).



CARACTERÍSTICAS

según Alcaldía de Medellín, (2014). Unas características son; la transparencia, implementar las normas de gestión adoptadas internacional mente y las ayudaran a al cumplimiento de metas, a las inversiones y a ser mas competitivas.



APORTES AL BIENESTAR HUMANO

según Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El GC aporta al bienestar humano en la fuerza laboral de los colaboradores, el medio ambiente, el área de la salud y el bienestar social en general de las organizaciones que estén involucradas en el gobierno corporativo tanto de la parte interna y externa de las mismas.



Referencias:
 Alcaldía de Medellín, (2014). ¿Qué es el Gobierno Corporativo? Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9yubwDVzHUc>
 Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 18-50. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258?page=18>,
 H, K. Buitrago, F. y M. M, Betancourt P. (2013). El gobierno corporativo como pilar fundamental para la sostenibilidad de la economía. Universidad de San Buenaventura Cali - Colombia. Recuperado de: <https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/gyd10-cap11.pdf>



Fuente: Elaborado por Jazmin Hernández Forero

¿Qué es la producción limpia y el consumo sostenible? ¿Cuál es su importancia en la gestión organizacional?

La producción limpia es una estrategia de prevención de la contaminación incluida en 1989 en el *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente* (PNUMA) y que “las empresas pueden aplicar a sus procesos productivos con esto con la finalidad de minimizar los residuos y emisiones en el origen, lo que genera menor riesgo a la salud de las personas y mejora la eficiencia en la cantidad y calidad a producir”, lo que en la teoría se traduciría en una ventaja competitiva para la empresa que la aplica.

Sin embargo, existen en el mundo multinacionales gigantescas que en épocas pasadas no han aplicado ninguna estrategia de producción limpia y aun así han crecido de manera exponencial. Si bien en la definición la producción más limpia lograría hacer más competitiva a una empresa ¿es realmente posible que con cuidar el medio ambiente una organización logre mejorar su productividad y competitividad? ¿Podría el consumo sostenible influir en que una empresa crezca económicamente?

Para poder afirmar o desmentir nuestra tesis, primero es necesario conocer qué es que una empresa sea competitiva, de acuerdo con Ferraz, Haguenuer & Kupfer, 1996 “la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar sus productos en el mercado de manera sostenible.”. Por su parte la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU define el consumo sostenible como “el desarrollo que satisface las necesidades de la población sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.” (WCED, 1987), por su parte, La Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia

y la Cultura (2005) define el consumo sostenible como “aquel modo de consumo de bienes y servicios que no dañan el medio ambiente ni la sociedad”, es decir que el consumo sostenible trata de desvincular la degradación medioambiental del crecimiento económico, trata promover estilos de vida sostenibles al mismo tiempo que trata de aumentar la eficiencia de recursos.

Zigmund Bauman (2000) “considera que se tiene una sociedad de consumidores, en la que ser consumidor significa: usar las cosas, comerlas, vestirse con ellas, utilizarlas para jugar y, en general, satisfacer a través de ellas las necesidades y deseos, a más que el dinero media entre el deseo y su satisfacción” lo que contradiría el concepto de desarrollo y consumo sostenible, para ser más exactos, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2016) en su publicación Objetivos de Desarrollo Sostenible: producción y consumo responsables “el mundo desperdicia o pierde casi un tercio de la comida que se produce mientras casi 690 millones de personas padecen hambre.” Suponer un cambio cultural donde no solo la población si no las empresas practiquen y promuevan el consumo sostenible supondría una clara mejora del cuidado del medio ambiente al mismo tiempo que se mejora la imagen corporativa de la empresa que la práctica. “Un consumo más responsable ayuda a la distribución sostenible de recursos y al cuidado del medio ambiente.” (Ortiz de Mendivil Llano, 2012).

También según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura en su publicación objetivos de desarrollo sostenible: producción y consumo responsables (2016) “Para alimentar al mundo de manera sostenible, los productores necesitan cultivar más alimentos al tiempo que reducen los impactos ambientales negativos como la pérdida de suelo, agua y nutrientes, las emisiones de gases de efecto invernadero y la degradación de los ecosistemas”, es importante motivar a los consumidores a cambiar a dietas

nutritivas pero seguras y con una baja huella ambiental. Es por esto que se ha introducido el concepto de producción más limpia que básicamente consiste en hacer más y mejor con menos, “está enfocada al manejo adecuado de recursos, el manejo social de los empleados y el desarrollo económico sostenible de la empresa, lo anterior se logra a través de la mejora continua y la garantía de un mayor valor agregado a las partes interesadas, lo cual se refleja en la sustentabilidad y el nivel de competitividad empresarial” (Hoof, Monroy, & Saer, 2008).

Mediante las estrategias de aprovechamiento real y a consciencia de los recursos con los que cuenta una organización para la producción de sus productos o servicios, no sólo se está cuidando el medio ambiente sino, que también se está haciendo un mejor aprovechamiento de las materias primas, lo que se traduce en ahorro económico, energético y productivo. Al respecto de esto, Andrade (2011) “en Colombia hay un deterioro ambiental sin precedentes producido por el consumo desmedido” éste está generando cambios nacionales e internacionales, destrucción de flora, fauna , escasez de los recursos naturales, contaminación de aire suelo y agua, “por lo cual es necesario fomentar el ahorro energía favorecer la producción y uso de energías renovables, alternativas y amigables con el ambiente, a fin de contribuir en la preservación y el uso sostenible de los recursos del territorio nacional.” (Andrade, 2011).

Actualmente la sociedad está sumida en una forma de mercado consumista impuesta por las potencias mundiales que sólo les importa el dinero, en palabras de Barber (2008), “el consumismo privilegia el impulso sobre la deliberación, la gratificación instantánea sobre la gratificación a largo plazo, el narcisismo sobre la sociabilidad, el derecho sobre la responsabilidad, y el ahora sobre el pasado y el futuro”. Dentro de nuestra sociedad pareciera que nos han entrenado para comprar, no comprar nos hace culpables, significa fallarle al sistema y disminuir la economía. Esta estrategia de mercado no le ha permitido a las personas ver el daño

irreparable que le hace al medio ambiente estas compras y consumo compulsivo, sin embargo, cada vez más hay gente consciente de este hecho y busca estrategias de manera personal para reducir estos consumos desmedidos, nuestro país no es ajeno a esta problemática, por eso desde el establecimiento de la “Política de Producción Más Limpia (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, 1997)” el país ha ido avanzando, en la incorporación de una cultura ambientalista “para mejorar el desempeño de los sectores productivos, mientras se busca minimizar eficientemente los impactos al medio ambiente y a la salud humana, garantizando la protección ambiental, el crecimiento económico, el bienestar social y la competitividad empresarial, como un desafío a largo plazo.” (Barber, B. (2008).

Según Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012) “La solución está en gran parte en nosotros. Las acciones y los actos responsables, o no, de cada individuo formarán nuevas estructuras de funcionamiento grupal”, es por esto que países medianamente desarrollados pueden alcanzar el tan anhelado éxito empresarial mediante el cuidado del medio ambiente y la producción más limpia.

Por lo tanto, se puede concluir que la sociedad está viviendo momentos de cambio a nivel mundial. El modelo de vida basado en el gasto compulsivo y la sobreexplotación de recursos de la que hablaba Zigmund Bauman (2000), está terminando. Cada vez más hay personas y empresas conscientes del daño ambiental que esto produce, es por esto que las estrategias de producción más limpia y el consumo sostenible sí pueden y deben influir en la productividad y competitividad de una empresa, sin embargo, no es algo que logre cambiarse de un día para otro, la conciencia ambiental es algo que se construye y aunque todavía puede ser una batalla contra multinacionales explotadoras, que una empresa aplique estrategias de conciencia ambiental y

producción limpia puede lograr una diferencia competitiva bastante grande hasta que logre convertirse en un hábito de todas las organizaciones a nivel mundial.

Marco institucional:

CDA ANDINO, es una empresa dedicada a prestar servicios de técnico mecánica, cual está conformada por 6 socios accionistas, adicional fue el primer CDA en toda la Orinoquia Colombiana, adelantando estos servicios con tecnología de punta y con un equipo de trabajo excelentemente capacitado por sus altas calidades humanas y profesionales, para el CDA ANDINO lo primordial son sus clientes y es por esto es que es la empresa mejor pensionada en la región.

“En cuanto a su estructura, en CDA ANDINO está ubicado en la Calle 1 No 25-02 Alborada Baja Anillo vial 7ma Brigada Frente, A Remansos de Rosa Blanca, Villavicencio, Meta, en un predio de 8000 m², está constituida por un personal humano de veintidós personas.”
(CDA Andino, (s,f))

Actualmente organizan sus actividades en 3 áreas que corresponden a la administrativa, la comercial y la operativa.

“Misión: El Centro De Diagnóstico Automotor Andino Realiza la revisión técnico mecánica y de emisiones contaminantes, para vehículos pesados, livianos y motos, de una manera profesional, ágil y oportuna; contribuyendo de esta forma a la disminución de la accidentalidad vial, la protección del medio ambiente y el mejoramiento de nuestra calidad de vida, cumpliendo con la normatividad legal.”(CDA Andino, (s,f))

“Visión: El Centro De Diagnóstico Automotor Andino, será reconocido como líder en la prestación del servicio de la revisión técnico mecánica y de emisiones contaminantes obligatoria para vehículos pesados, livianos y motos, soportados en el uso de tecnología adecuada, buena

atención al cliente, talento humano competente y confiabilidad en los resultados del ejercicio.”

(CDA Andino, (s,f)

Valores: amabilidad, confiabilidad, respeto, puntualidad, transparencia, responsabilidad.

Objetivos De Calidad:

- “Satisfacer las Necesidades de Nuestros Clientes.
- Garantizar Servicios Ágiles, Veraces y Oportunos.
- Mejorar Continuamente Nuestros Procesos.
- Mantener en Correcto Estado de Funcionamiento Nuestros Equipos e Infraestructura
- Contar con Personal Idóneo y Capacitado.
- Confiabilidad en Nuestras Inspecciones y sus Resultados” (CDA Andino, (s,f)

Tabla 1.

Marco institucional de la empresa CDA ANDINO

Nombre de la empresa	Centro de Diagnóstico Automotor Andino, CDAANDINO
----------------------	---

Sector	Servicios
--------	-----------

Ubicación	<p>CDA Andino, “Calle 1 No 25-02 Alborada Baja Anillo vial 7ma Brigada Frente, A Remansos de Rosa Blanca, Villavicencio, Meta.”</p> 
-----------	--

Fuente: Elaborado por Jazmin Hernández Forero

Figura 3.

Estructura organizacional de la empresa CDA ANDINO.



Fuente: Elaborado por Jazmin Hernández Forero

Resultados y análisis de la información obtenida a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información en la empresa CDA ANDINO

Se realizó el diseño de un instrumento de recolección de información basado en las materias fundamentales que se ven en la norma ISO 26000 con la finalidad de conocer el nivel de aplicación de prácticas RSE de acuerdo a la norma anteriormente mencionada.

Tabla 2.

Instrumento de evaluación del nivel de aplicación de prácticas RSE de acuerdo a la norma ISO 26000 de la empresa CDA ANDINO.

Materia fundamental o Variables	Indicadores Que Demuestran El Cumplimiento De La Materia Fundamental	Pregunta	Instrumento Y Población Objeto De Estudio
Gobernanza de la organización	Porcentaje de empleados de la empresa capacitados sobre lo que es la (RSE) Implementación de prácticas de (RSE).	¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial? ¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?	Instrumento: Encuesta preguntas abiertas Población objetivo : Alta gerencia y empleados Objetivo: Poder evaluar el nivel de conocimiento sobre RSE de todos los empleados
Derechos humanos	Políticas implementadas por la empresa para protección de derechos humanos	¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa	Instrumento: Encuesta preguntas abiertas.

	Inclusión de personas pertenecientes a poblaciones discriminadas, etnias o raizales.	<p>¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral?</p> <p>Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, niños y niñas, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.</p>	<p>Población objetivo: empleados, alta gerencia, proveedores.</p> <p>Objetivo: conocer el nivel de respeto por los DDHH en la empresa.</p>
Prácticas laborales	<p>Implementación de políticas de remuneración, prestaciones y ascensos laborales que cumplan las leyes y regulaciones nacionales, y que sean coherentes con las normas que regula la Organización Internacional del Trabajo.</p> <p>Ejecución de programas paritarios entre empleados y empleadores que promuevan desarrollo humano e integral continuo</p>	<p>¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?</p> <p>¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral continuo, capacitándolos en su área de trabajo y en el abordaje de nuevas herramientas tecnológicas?</p>	<p>Instrumento: Encuesta preguntas abiertas</p> <p>Población objetivo: Empleados</p> <p>Objetivo: Poder conocer el nivel de satisfacción de los empleados en materia de prácticas laborales</p>
Medio ambiente	Implementación de campañas para fomentar en los trabajadores la identificación del impacto de sus decisiones y actividades en el entorno.	<p>Mencione algunas campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa?</p> <p>¿Qué norma es implementada por la empresa, para la regulación y emisión de</p>	Instrumento: Encuesta preguntas abiertas.

	<p>Cumplimiento de la normativa definida por el ministerio de transportes para la aprobación y/o rechazo de las revisiones tecno mecánica.</p> <p>Implementación de un protocolo para manejo de los residuos líquidos y sólidos, que se utilizan para la prestación de los servicios.</p>	<p>gases de los vehículos que aprueban o rechazan la revisión tecno mecánica?</p> <p>¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?</p>	<p>Población objetivo: Alta gerencia y empleados, proveedores y comunidad.</p> <p>Objetivo: Conocer el nivel de compromiso con el medio ambiente que tiene la empresa.</p>
Prácticas justas de operación	<p>Implementación de políticas anti-corrupción en la elección y evaluación de proveedores.</p> <p>Cumplimiento de las leyes y regulaciones en materia de competencia justa.</p>	<p>¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?</p> <p>¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?</p>	<p>Instrumento: Encuesta preguntas abiertas.</p> <p>Población objetivo: proveedores, empleados, miembros de la cadena de valor.</p> <p>Objetivo: Poder evaluar el nivel de prácticas justas de la empresa.</p>
Asuntos de consumidores	<p>Implementación de planes de comunicación abierta sobre los precios e impuestos totales, los términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega.</p> <p>Implementación de planes de marketing accesibles a toda la</p>	<p>¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?</p> <p>¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta</p>	<p>Instrumento: Encuesta preguntas abiertas.</p> <p>Resultados de encuestas de satisfacción realizadas a consumidores durante el último año.</p> <p>Población objetivo: Clientes</p>

comunidad incluyendo población vulnerable.

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de los clientes.

Participación y desarrollo de la comunidad

Ejecución, evaluación y seguimiento de programas de desarrollo en la comunidad infantil aledaña.

Implementación de planes que evalúen el impacto social que tiene la toma de decisiones dentro de la organización frente a la comunidad entorno.

¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?

¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno?

Instrumento: Encuesta preguntas abiertas.

Población objetivo: Comunidad aledaña.

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de la comunidad en materia de participación y desarrollo de la empresa.

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo

Metodología utilizada para la realización de las encuestas en CDA Andino

El proceso que se realizó para recolectar los datos fue mediante una encuesta aplicada de forma virtual, con preguntas respuesta abiertas, esto con el fin de tener indirectamente un conocimiento más amplio sobre su perspectiva de las diferentes políticas que se implementan dentro de la organización, y el reconocimiento de las misma, con ello permitió llegar a un análisis e identificar la aplicabilidad de la norma “ISO 26000”, y finalmente la identificación de las problemáticas que se presentan y las mejoras que se podrían aplicar en la parte interna y externa de la organización y así poder dar aplicabilidad de forma correcta a las normas “ISO 26000”.

La metodología utilizada fue la cualitativa, y se escogió teniendo en cuenta que con ella permite recolectar datos de opiniones, puntos de vista e impresiones. Otro de los factores determinantes fue el costo, teniendo en cuenta que esta es una investigación académica.

Instrumento de recolección de información de la empresa CDA Andino: El instrumento de aplicación fue la encuesta, la cual se realizó con la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) por medio de google forms, otra de las razones importantes fue la facilidad para que la población objetivo pudiera participar de manera oportuna en la investigación y así poder recolección de la información de manera oportuna.

Cantidad de encuestas aplicadas en la empresa CDA Andino: Las encuestas aplicadas fueron a 7 personas que hacen parte de todas las áreas de la empresa CDAANDINO tanto en la parte administrativa, operativa y de servicios. y en porcentaje con referencia al total de colaboradores de la empresa fue el 58,3%, teniendo en cuenta que en la organización en el momento de la recolección de los datos de la encuesta contaba con un total de 12 colaboradores.

Tabulación de la información recolectada de las encuestas aplicadas en la empresa CDA

Andino: las preguntas realizadas fueron de tipo abierta con la finalidad de recoger la mayor cantidad de información. Dicha información que se recolectó fue tabulada para encontrar las respuestas similares y poder evaluar de una manera cuantitativa el cumplimiento de la materia fundamental:

Tabla 3.

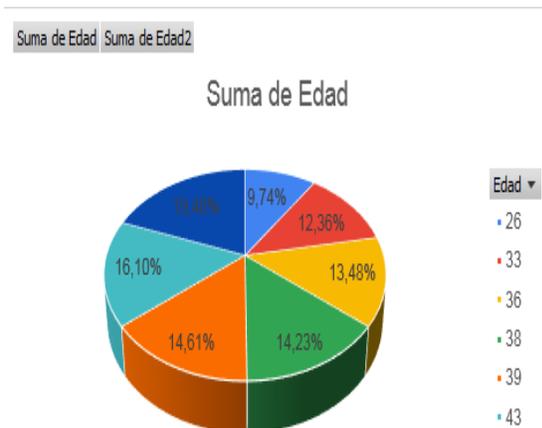
Edades del personal de la empresa CDA Andino

Etiquetas de fila	Suma de Ed	Suma de Edad2
26	9,74%	26
33	12,36%	33
36	13,48%	36
38	14,23%	38
39	14,61%	39
43	16,10%	43
52	19,48%	52
Total general	100,00%	267

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 4.

Edades del personal de la empresa CDA Andino.



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 4.

Cargos de los empleados de la empresa CDA Andino.

Etiquetas de fila	Cuenta de cargo que desempeña en tu entorno laboral?2	Cuenta de cargo que desempeña en tu entorno laboral?
Auxiliar contable	1	14,29%
Auxiliar de mercadeo	1	14,29%
Coordinador de recursos humanos	1	14,29%
Director técnico	2	28,57%
Mensajero (a)	1	14,29%
Subgerente	1	14,29%
Total general	7	100,00%

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 5.

Cargos de los empleados de la empresa CDA Andino.



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 5.

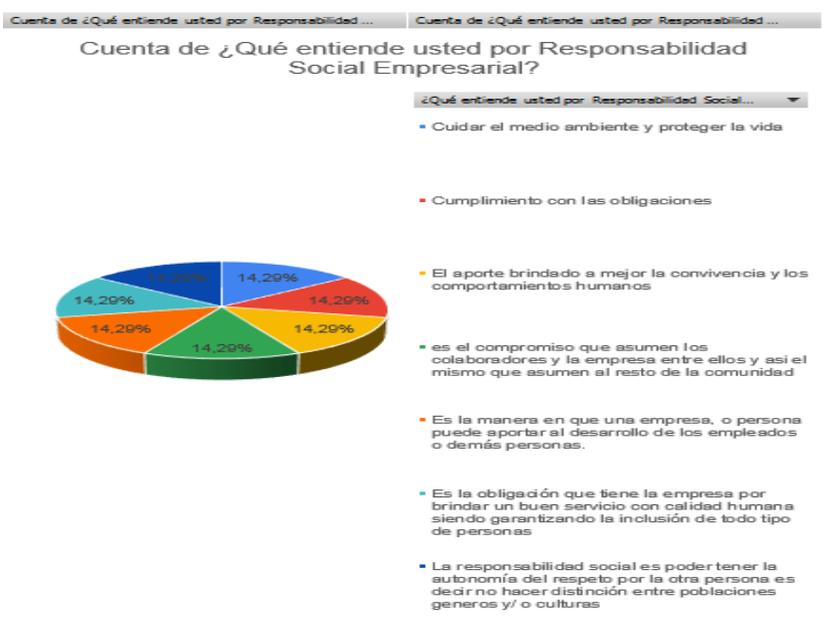
¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?	Cuenta de ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial? 2
Cuidar el medio ambiente y proteger la vida	14,29%	1
Cumplimiento con las obligaciones	14,29%	1
El aporte brindado a mejor la convivencia y los comportamientos humanos	14,29%	1
es el compromiso que asumen los colaboradores y la empresa entre ellos y así el mismo que asumen al resto de la comunidad	14,29%	1
Es la manera en que una empresa, o persona puede aportar al desarrollo de los empleados o demás personas.	14,29%	1
Es la obligación que tiene la empresa por brindar un buen servicio con calidad humana siendo garantizando la inclusión de todo tipo de personas	14,29%	1
La responsabilidad social es poder tener la autonomía del respeto por la otra persona es decir no hacer distinción entre poblaciones generos y/ o culturas	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 6.

¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 6.

¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?	Cuenta de ¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la
Apoyo a fundaciones para la ayuda social	14,29%	1
Cuidado de medio ambiente, prevención vial, seguridad de las vías	14,29%	1
El uso de los epp	14,29%	1
Integraciones, capacitaciones, prácticas para ayudar al medio ambiente, reconocimientos.	14,29%	1
Que la comunidad mantenga los autos en optimas condiciones para disminuir el índice de accidentalidad	14,29%	1
Realizan capacitaciones	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 7.

¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 7.

¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa?	Cuenta de ¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa?2
Comités de convivencia	14,29%	1
Derecho al voto	14,29%	1
No la conozco	14,29%	1
Políticas como tal no hay solo existe el código de ética en donde se exaltan el respeto por los derechos de los demás	14,29%	1
respeto la tolerancia	14,29%	1
Todas	14,29%	1
Tolerancia respeto	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 8.

¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 8.

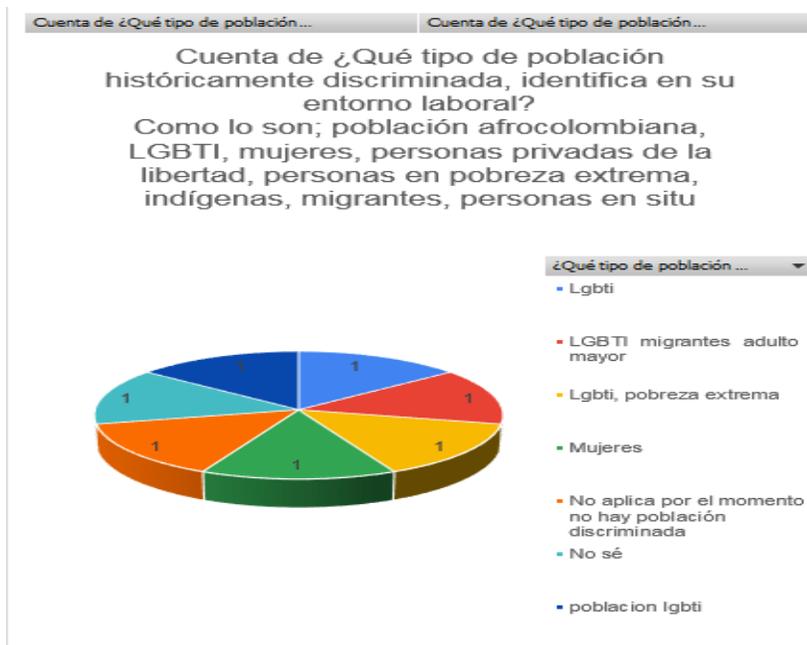
¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral? Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, niños y niñas, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral? Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.	Cuenta de ¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral?
Lgbti	1	14,29%
LGBTI migrantes adulto mayor	1	14,29%
Lgbti, pobreza extrema	1	14,29%
Mujeres	1	14,29%
No aplica por el momento no hay población discriminada	1	14,29%
No sé	1	14,29%
poblacion lgbti	1	14,29%
Total general	7	100,00%

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 9.

¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral? Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, niños y niñas, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 9.

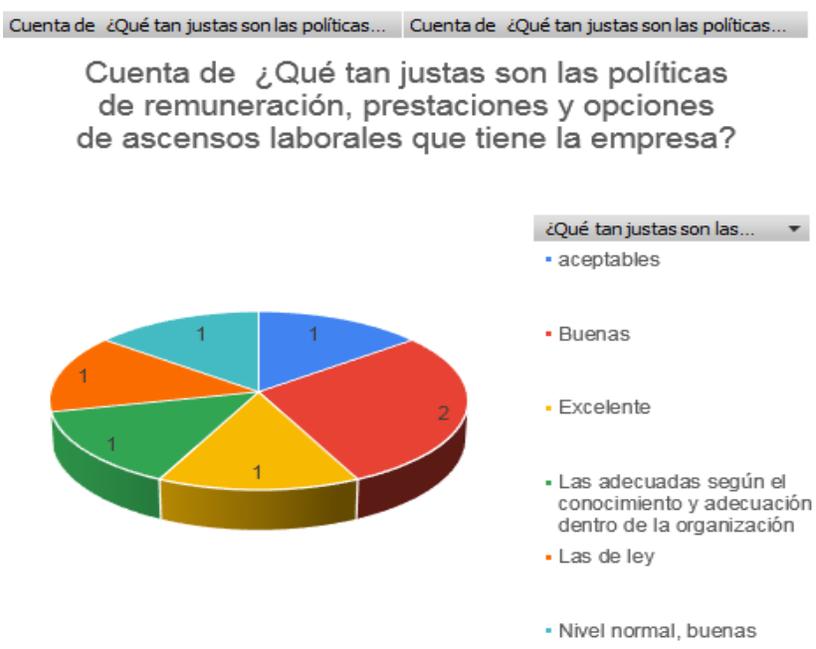
¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?	Cuenta de ¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?2
aceptables	1	14,29%
Buenas	2	28,57%
Excelente	1	14,29%
Las adecuadas según el conocimiento y adecuación dentro de la organización	1	14,29%
Las de ley	1	14,29%
Nivel normal, buenas	1	14,29%
Total general	7	100,00%

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 10.

¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 10.

¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral capacitándolos en su área de trabajo y en abordaje de nuevas herramientas?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral, capacitándolos en su área de trabajo y en el abordaje de nuevas herramientas	Cuenta de ¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral, capacitándolos en su área de trabajo y en el abordaje de nuevas herramientas
Constantes capacitación y buenas herramientas tecnológicas que facilitan las labores diarias.	1	14,29%
Capacitación	1	14,29%
convivencias motivacionales y capacitaciones	1	14,29%
Con capacitaciones	1	14,29%
Realizando capacitaciones periódicas	1	14,29%
Capacitación formación	1	14,29%
Realizando constantes capacitación ligadas al área que desarrolla el empleado, brindando las herramientas para el aprendizaje constante y apoyando al personal en dichas labores	1	14,29%
Total general	7	100,00%

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 11.

¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral capacitándolos en su área de trabajo y en abordaje de nuevas herramientas?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 11.

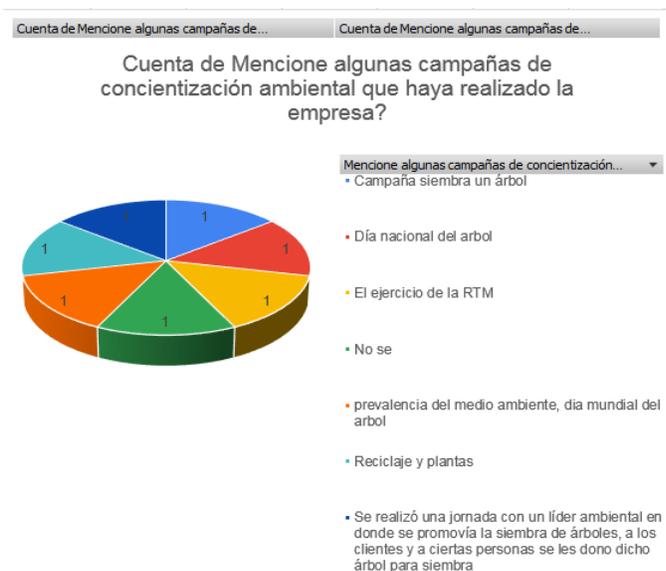
Mencione algunas de las campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa.

Etiquetas de fila	Cuenta de Mencione algunas campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa?	Cuenta de Mencione algunas campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa?2
Campaña siembra un árbol	1	14,29%
Día nacional del arbol	1	14,29%
El ejercicio de la RTM	1	14,29%
No se	1	14,29%
prevalencia del medio ambiente, día mundial del arbol	1	14,29%
Reciclaje y plantas	1	14,29%
Se realizó una jornada con un líder ambiental en donde se promovía la siembra de árboles, a los clientes y a ciertas personas se les dono dicho árbol para siembra	1	14,29%
Total general	7	100,00%

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 12.

Mencione algunas de las campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa.



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 12.

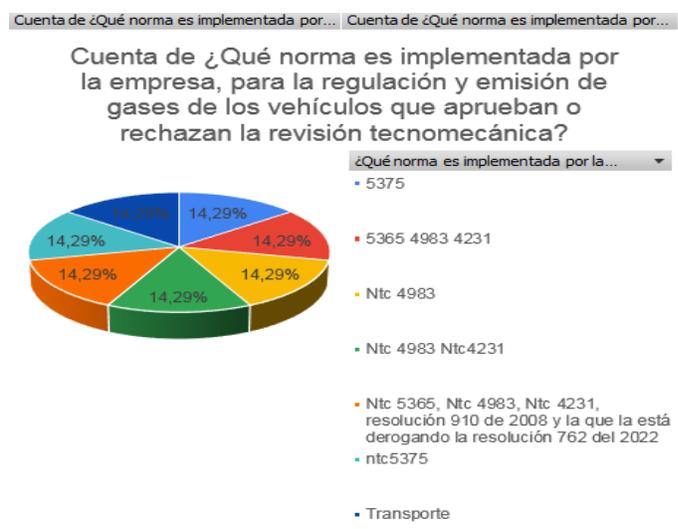
¿Qué norma es implementada por la empresa para la regulación y emisión de vehículos que aprueban o rechazan la revisión técnico mecánica?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué norma es implementada por la empresa, para la regulación y emisión de gases de los vehículos que aprueban o rechazan la revisión tecnomecánica?	Cuenta de ¿Qué norma es implementada por la empresa, para la regulación y emisión de gases de los vehículos que aprueban o rechazan la revisión tecnomecánica? 2
5375	14,29%	1
5365 4983 4231	14,29%	1
Ntc 4983	14,29%	1
Ntc 4983 Ntc4231	14,29%	1
Ntc 5365, Ntc 4983, Ntc 4231, resolución 910 de 2008 y la que la está derogando la resolución 762 del 2022	14,29%	1
ntc5375	14,29%	1
Transporte	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 13.

¿Qué norma es implementada por la empresa para la regulación y emisión de vehículos que aprueban o rechazan la revisión técnico mecánica?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 13.

¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecnomecánicas?	Cuenta de ¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecnomecánicas?2
Acá no cambiamos aceite, solo inspeccionamos y los aceites de nuestros equipos como lo son planta y compresor es sacado de la empresa y dada a otra que le da su tratamiento especial	14,29%	1
Desechos	14,29%	1
No aplica	42,86%	3
No generamos residuos, solo se inspeccionan los vehículos	14,29%	1
No se manipula el vehiculo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 14.

¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 14.

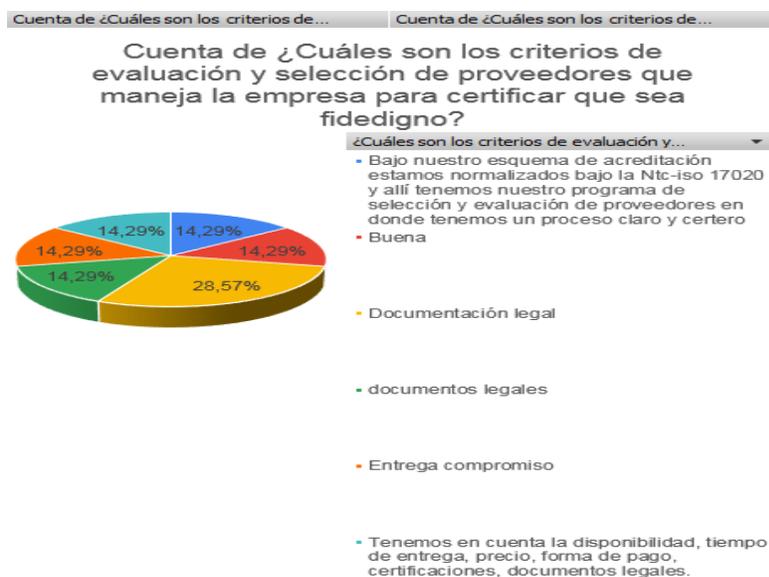
¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?	Cuenta de ¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?2
Bajo nuestro esquema de acreditación estamos normalizados bajo la Ntc-iso 17020 y allí tenemos nuestro programa de selección y evaluación de proveedores en donde tenemos un proceso claro y certero	14,29%	1
Buena	14,29%	1
Documentación legal	28,57%	2
documentos legales	14,29%	1
Entrega compromiso	14,29%	1
Tenemos en cuenta la disponibilidad, tiempo de entrega, precio, forma de pago, certificaciones, documentos legales.	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 15.

¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 15.

¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los	Cuenta de ¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el
Asistencia a eventos para promover la marca, visita presencial para dar a conocer el servicio, manejo integral de las redes sociales, alianzas estratégicas con otras marcas las cuales ayudan al fortalecimiento de nuestra empresa	14,29%	1
Buena	14,29%	1
Manejo de redes sociales visitas empresas y proveedores	14,29%	1
Manejo de redes sociales, no se pueden manejar descuentos, detalles cumpleaños clientes, llamadas para recordar los vencimientos de rtm y SOAT.	14,29%	1
publicaciones atractivas, eventos en distintas areas del sector	14,29%	1
Publicaciones mostrando la calidad del servicio asistir a eventos en el sector	14,29%	1
Todas	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 16.

¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 16.

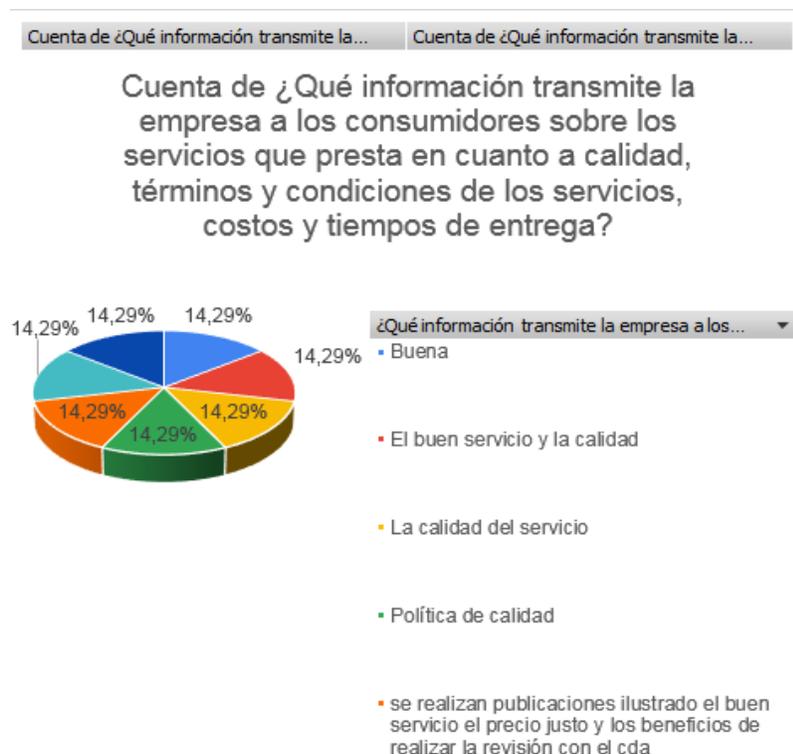
¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Qué información transmite la empresa a los consumidores sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y condiciones de los servicios, costos y tiempos de entrega?	Cuenta de ¿Qué información transmite la empresa a los consumidores sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y condiciones de
Buena	14,29%	1
El buen servicio y la calidad	14,29%	1
La calidad del servicio	14,29%	1
Política de calidad	14,29%	1
se realizan publicaciones ilustrado el buen servicio el precio justo y los beneficios de realizar la revisión con el cda	14,29%	1
Tiempo de espera, precios, procedimiento de revisión técnico mecánica	14,29%	1
Todo es de manera verbal a la hora de la persona solicitar el servicio ya sea por una cotización vía teléfono, redes o cuando se acerca a nuestras instalaciones	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 17.

¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 17.

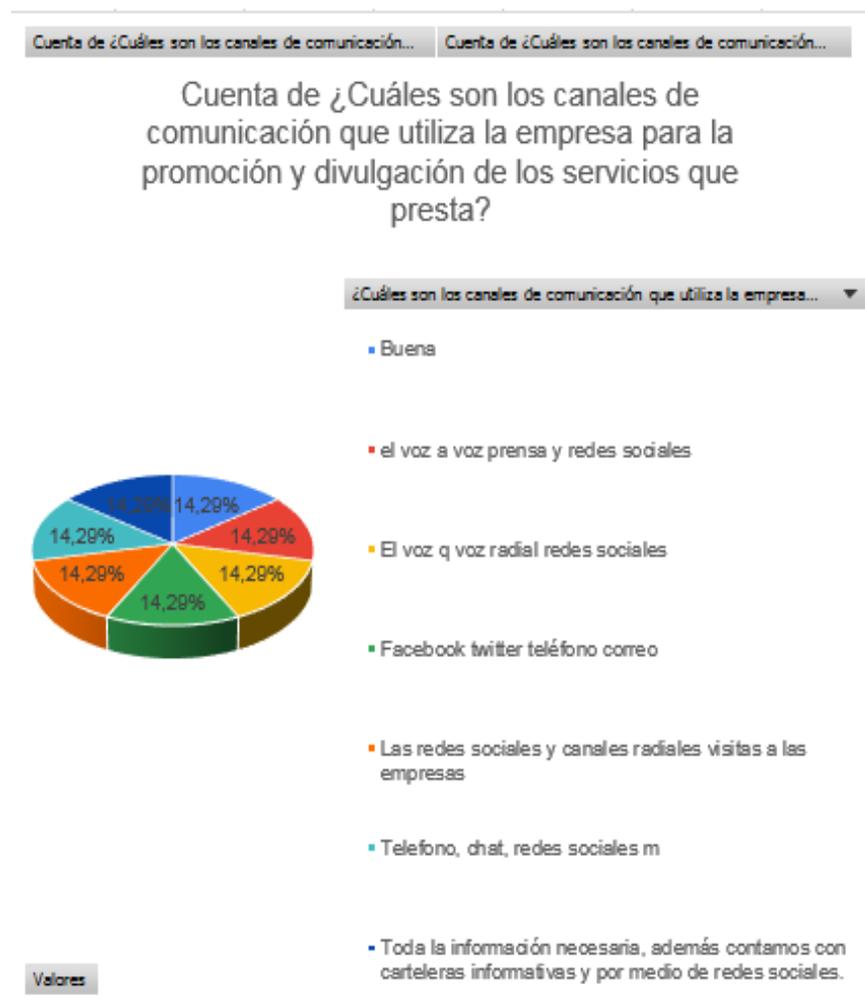
¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Cuales son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta?	Cuenta de ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta?2
Buena	14,29%	1
el voz a voz prensa y redes sociales	14,29%	1
El voz q voz radial redes sociales	14,29%	1
Facebook twitter teléfono correo	14,29%	1
Las redes sociales y canales radiales visitas a las empresas	14,29%	1
Telefono, chat, redes sociales m	14,29%	1
Toda la información necesaria, además contamos con carteleras informativas y por medio de redes sociales.	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 18.

¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 18.

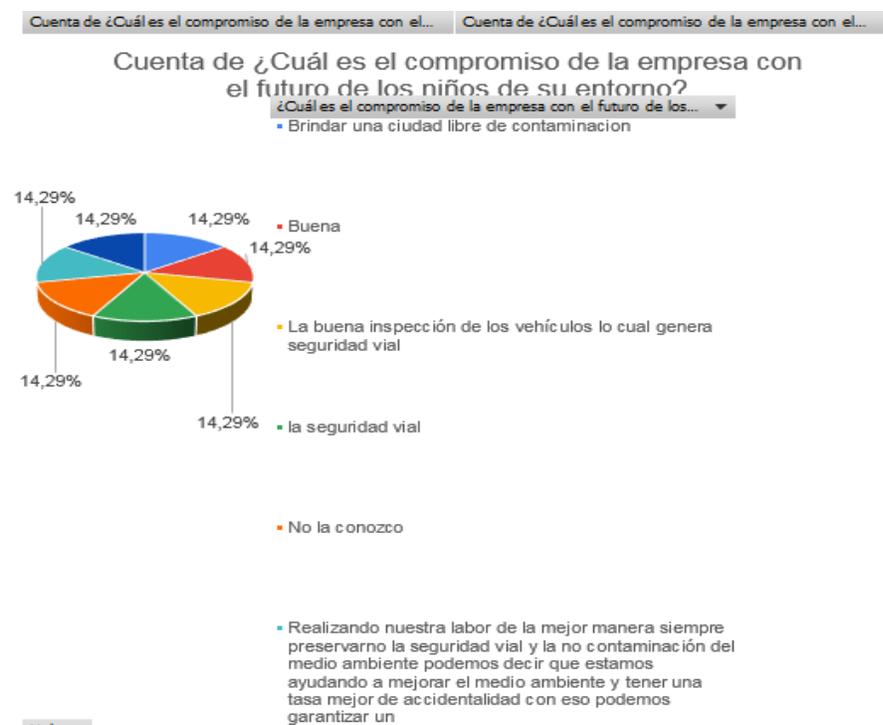
¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?	Cuenta de ¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?2
Brindar una ciudad libre de contaminación	14,29%	1
Buena	14,29%	1
La buena inspección de los vehículos lo cual genera seguridad vial	14,29%	1
la seguridad vial	14,29%	1
No la conozco	14,29%	1
Realizando nuestra labor de la mejor manera siempre preservarno la seguridad vial y la no contaminación del medio ambiente podemos decir que estamos ayudando a mejorar el medio ambiente y tener una tasa mejor de accidentalidad con eso podemos garantizar un mejor entorno para los niños	14,29%	1
Una generación con oportunidades	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 19.

¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Tabla 19.

¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad donde se encuentra ubicada?	Cuenta de ¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad donde se encuentra ubicada?2
A través de obras sociales	14,29%	1
Es una zona industrial más que todo y pues el impacto social se ve reflejado en controlar y mitigar quizás las emisiones y ayudar al mejoramiento de la tasa de accidentalidad preservando el principio de nuestra función	14,29%	1
La comunidad es casi en su totalidad comercial y no estamos muy cerca a comunidades.	14,29%	1
La empresa no hace distinción por ningún tipo de comunidad con vulnerabilidad	14,29%	1
la empresa realiza distintos aportes a fundaciones y basa su servicio en el respeto	14,29%	1
No se	14,29%	1
Obra social	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Figura 20.

¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno?



Fuente: Elaboración propia del grupo colaborativo.

Evaluación de los indicadores obtenidos de las encuestas aplicadas a los trabajadores de la empresa CDA Andino

A partir de las encuestas realizadas, se determinó una fórmula matemática que permita la evaluación de los indicadores por cada materia, de esta manera se puede identificar el nivel de aplicación de la responsabilidad social empresarial en cada uno de sus campos.

Tabla 20.

Fórmula matemática que permitirá evaluar cada indicador del cuestionario aplicado a la empresa CDA Andino.

Indicadores Que Demuestran El Cumplimiento De La Materia Fundamental	Pregunta	Evaluación De Los Resultados
<p>Porcentaje de empleados de la empresa capacitados sobre lo que es la (RSE)</p> <p>Implementación de prácticas de (RSE).</p>	<p>¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?</p> <p>¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?</p>	<p>1.(Cantidad de personas que saben qué es RSE*100) / Cantidad de personas evaluadas</p> <p>2. (Cantidad de empleados que mencionan prácticas de RSE implementadas en el equipo*100) / Cantidad de personas evaluadas.</p>
<p>Políticas implementadas por la empresa para protección de derechos humanos</p> <p>Inclusión de personas pertenecientes a poblaciones discriminadas, etnias o raizales.</p>	<p>¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa</p> <p>¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral?</p> <p>Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, niños y niñas, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos</p>	<p>1. (Cantidad de personas que conocen las políticas de DDHH*100) / Cantidad de personas evaluadas</p> <p>2. Tipos de población históricamente discriminada contratada (mencionada) en la empresa*100) / cantidad de tipo de poblaciones mencionadas en el instrumento de evaluación (9)</p>

mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.

<p>Implementación de políticas de remuneración, prestaciones y ascensos laborales que cumplan las leyes y regulaciones nacionales, y que sean coherentes con las normas que regula la Organización Internacional del Trabajo.</p>	<p>¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa?</p> <p>¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral continuo, capacitándolos en su área de trabajo y en el abordaje de nuevas herramientas tecnológicas?</p>	<p>1. (Cantidad de empleados conformes con las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales*100) / Cantidad de empleados encuestados</p> <p>2. (Cantidad de empleados que mencionan ser capacitados*100) / Cantidad de empleados encuestados</p>
<p>Ejecución de programas paritarios entre empleados y empleadores que promuevan desarrollo humano e integral continuo</p>		
<p>Implementación de campañas para fomentar en los trabajadores la identificación del impacto de sus decisiones y actividades en el entorno.</p>	<p>Mencione algunas campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa?</p>	<p>1. (Cantidad de empleados que han realizado campañas ambientales*100) / Cantidad de empleados encuestados</p>
<p>Cumplimiento de la normativa definida por el ministerio de transportes para la aprobación y/o rechazo de las revisiones tecno mecánica.</p>	<p>¿Qué norma es implementada por la empresa, para la regulación y emisión de gases de los vehículos que aprueban o rechazan la revisión tecno mecánica?</p>	<p>2. Cantidad empleados que conocen e implementan la normativa de aprobación y/o rechazo de las revisiones tecno mecánica*100) / Cantidad de empleados encuestados</p>
<p>Implementación de un protocolo para manejo de los residuos líquidos y sólidos, que</p>	<p>¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?</p>	<p>3. Cantidad empleados que conocen e implementan el manejo de los residuos sólidos y líquidos *100) / Cantidad de empleados</p>

se utilizan para la prestación de los servicios.

encuestados

<p>Implementación de políticas anti-corrupción en la elección y evaluación de proveedores.</p> <p>Cumplimiento de las leyes y regulaciones en materia de competencia justa.</p>	<p>¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?</p> <p>¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?</p>	<p>1. Cantidad de empleados que conocen las políticas de evaluación que se realizan para la selección de proveedores*100) / Cantidad de empleados encuestados</p> <p>2. Cantidad de actividades de posicionamiento de la organización en el mercado cumplen con las leyes y regulaciones de competencia justa.</p>
<p>Implementación de planes de comunicación abierta sobre los precios e impuestos totales, los términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega.</p> <p>Implementación de planes de marketing accesibles a toda la comunidad incluyendo población vulnerable.</p>	<p>¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?</p> <p>¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta</p>	<p>1. (Información que según los empleados es la que más se comparte con los clientes *100) información que debería entregarse a los clientes (4) *Calidad, términos, condiciones y costos de entrega.</p> <p>2. (Cantidad de canales de comunicación utilizados por la empresa * 100) / cantidad de redes sociales más utilizadas (6) *Facebook, twitter, Instagram, Radio, Teléfono, Correo.</p>
<p>Ejecución, evaluación y seguimiento de programas de desarrollo en la comunidad infantil aledaña.</p>	<p>¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?</p>	<p>1. Cantidad de prácticas de compromiso con los niños del entorno mencionados por los empleados.</p> <p>2. Cantidad de acciones de administración del</p>

Implementación de planes que evalúen el impacto social que tiene la toma de decisiones dentro de la organización frente a la comunidad entorno. ¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno? impacto social mencionados por los empleados.

Fuente: Elaboración propia por Karen Eliana Moreras Álvarez

Tabla 21.

Evaluación de resultados de la encuesta aplicada a la empresa CDA Andino

Indicadores Que Demuestran El Cumplimiento De La Materia Fundamental	Pregunta	Evaluación De Los Resultados
Porcentaje de empleados de la empresa capacitados sobre lo que es la (RSE)	¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial?	1. $(5*100) / 7 = 71,42\%$ 2. $(5*100) / 7 = 71,42\%$
Implementación de prácticas de (RSE).	¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa?	
Políticas implementadas por la empresa para protección de derechos humanos	¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa	1. $(4*100) / 7 = 57,14\%$ 2. $(5*100) / 9 = 55,55\%$
Inclusión de personas pertenecientes a poblaciones		

discriminadas, etnias o
raizales.

¿Qué tipo de población históricamente
discriminada, identifica en su entorno
laboral?

Como lo son; población afrocolombiana,
LGBTI, mujeres, personas privadas de la
libertad, niños y niñas, personas en pobreza
extrema, indígenas, migrantes, personas en
situación de discapacidad, adultos mayores,
y otros emergentes como las tribus urbanas.

Implementación de políticas
de remuneración, prestaciones
y ascensos laborales que
cumplan las leyes y
regulaciones nacionales, y que
sean coherentes con las normas
que regula la Organización
Internacional del Trabajo.

Ejecución de programas
paritarios entre empleados y
empleadores que promuevan
desarrollo humano e integral
continuo

¿Qué tan justas son las políticas de
remuneración, prestaciones y opciones de
ascensos laborales que tiene la empresa?

¿De qué manera la empresa promueve el
desarrollo humano e integral continuo,
capacitándolos en su área de trabajo y en el
abordaje de nuevas herramientas
tecnológicas?

1. $(7*100) / 7 = 100\%$

2. $(7*100) / 7 = 100\%$

Implementación de campañas
para fomentar en los
trabajadores la identificación
del impacto de sus decisiones y
actividades en el entorno.

Mencione algunas campañas de
concientización ambiental que haya
realizado la empresa?

¿Qué norma es implementada por la
empresa, para la regulación y emisión de

1. $(6*100) / 7 = 85,71\%$

2. $(6*100) / 7 = 85,71\%$

<p>Cumplimiento de la normativa definida por el ministerio de transportes para la aprobación y/o rechazo de las revisiones tecno mecánica.</p>	<p>gases de los vehículos que aprueban o rechazan la revisión tecno mecánica?</p>	<p>3. $(0*100)/7= 0\%$</p>
<p>Implementación de un protocolo para manejo de los residuos líquidos y sólidos, que se utilizan para la prestación de los servicios.</p>	<p>¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan para la realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecno mecánicas?</p>	
<p>Implementación de políticas anti-corrupción en la elección y evaluación de proveedores.</p>	<p>¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno?</p>	<p>1. $(5*100)/7=71,42\%$ 2. 5 actividades mencionadas</p>
<p>Cumplimiento de las leyes y regulaciones en materia de competencia justa.</p>	<p>¿Cuáles son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores?</p>	
<p>Implementación de planes de comunicación abierta sobre los precios e impuestos totales, los términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega.</p>	<p>¿Qué información transmite la empresa a los consumidores para informar sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega?</p>	<p>1. $(4*100) / 4 = 100\%$ 2. $(4*100)/6 = 66,66\%$</p>
<p>Implementación de planes de marketing accesibles a toda la comunidad incluyendo población vulnerable.</p>	<p>¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta</p>	

Ejecución, evaluación y seguimiento de programas de desarrollo en la comunidad infantil aledaña.	¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno?	1. 3 actividades mencionadas
Implementación de planes que evalúen el impacto social que tiene la toma de decisiones dentro de la organización frente a la comunidad entorno.	¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad entorno?	2. 0 actividades mencionadas

Fuente: Elaboración propia por Leidy Lorena Varón Aguirre

Tabla 22.

Análisis de las materias fundamentales y sus principales problemas en la empresa CDA Andino.

Materia Fundamental O Variables	Indicadores Que Demuestran El Cumplimiento De La Materia Fundamental	Problemas percibidos
Gobernanza de la organización	Porcentaje de empleados de la empresa capacitados sobre lo que es la (RSE) Implementación de prácticas de (RSE).	Las prácticas RSE que se aplican se hacen de manera interna (con empleados), no externa (con comunidades aledañas)
Derechos humanos	Políticas implementadas por la empresa para protección de derechos humanos Inclusión de personas pertenecientes a poblaciones discriminadas, etnias o raizales.	Escasa contratación de poblaciones históricamente discriminadas.

Prácticas laborales	Implementación de políticas de remuneración, prestaciones y ascensos laborales que cumplan las leyes y regulaciones nacionales, y que sean coherentes con las normas que regula la Organización Internacional del Trabajo.	Ninguno
	Ejecución de programas paritarios entre empleados y empleadores que promuevan desarrollo humano e integral continuo	
Medio ambiente	Implementación de campañas para fomentar en los trabajadores la identificación del impacto de sus decisiones y actividades en el entorno.	Deficientes prácticas de cuidado del medio ambiente.
	Cumplimiento de la normativa definida por el ministerio de transportes para la aprobación y/o rechazo de las revisiones tecno mecánica.	Inexistencia de protocolos de manejo de desechos contaminantes o potencialmente peligrosos
	Implementación de un protocolo para manejo de los residuos líquidos y sólidos, que se utilizan para la prestación de los servicios.	
Prácticas justas de operación	Implementación de políticas anti-corrupción en la elección y evaluación de proveedores.	Ninguno.
	Cumplimiento de las leyes y regulaciones en materia de competencia justa.	

Asuntos de consumidores	<p>Implementación de planes de comunicación abierta sobre los precios e impuestos totales, los términos y las condiciones de los servicios y los costos de entrega.</p> <p>Implementación de planes de marketing accesibles a toda la comunidad incluyendo población vulnerable.</p>	Escasa publicidad y marketing de los servicios que presta.
Participación y desarrollo de la comunidad	<p>Ejecución, evaluación y seguimiento de programas de desarrollo en la comunidad infantil aledaña.</p> <p>Implementación de planes que evalúen el impacto social que tiene la toma de decisiones dentro de la organización frente a la comunidad entorno.</p>	<p>Una mínima participación y desarrollo de la comunidad.</p> <p>La empresa está ensimismada en ella misma, no aporta de manera significativa a su comunidad aledaña</p>

Fuente: Elaboración propia por el grupo de trabajo colaborativo.

Análisis detallado de los resultados obtenidos por cada una de las materias fundamentales y sus principales problemas en la empresa CDA Andino.

Variable 1: Gobernanza de la organización.

Mediante la pregunta 1 de la variable “gobernanza de la organización” se pudo constatar que al menos el 70% de la población encuestada conoce qué es la responsabilidad social, lo que responde al hecho de que la empresa puede aplicarla en algún porcentaje dentro de su ejercicio.

Mediante la pregunta 2 de la variable gobernanza de la organización se pudo constatar que las empresas aplican las prácticas de RSE en un porcentaje de al menos el 70%, sin embargo, las prácticas mencionadas por los empleados están más que nada aplicadas a la parte interior de la empresa, el compromiso con la sociedad entorno puede tener un porcentaje un poco menor, se evaluará esto en siguientes preguntas del instrumento.

Variable 2: Derechos humanos

Mediante la pregunta 1 de la variable derechos humanos constata que la empresa no tiene muy claro políticas de protección a los derechos humanos, ya que cuenta con un 57% de las personas encuestadas, si se lograra encuestar más población el resultado tendería a la baja. Puede ser que la empresa tenga políticas de protección a los derechos humanos sin embargo no han sido divulgadas y por este motivo los empleados no tienen conocimiento de ellas.

Mediante la pregunta 2 de la variable derechos humanos se confirma que la empresa no tiene políticas de protección a los derechos humanos de las comunidades históricamente vulneradas, de la población encuestada el 50% mencionó que identifica algunas de estas comunidades, sin embargo, una de las respuestas obtenidas constata que no cuentan con población de este tipo contratada.

Variable 3: Prácticas laborales

Mediante las preguntas 1 y 2 de la variable prácticas laborales se puede evidenciar que los empleados están conformes con las políticas laborales implementadas en la empresa, esto quiere decir que la variable prácticas laborales se aplica en un 100% y son de acuerdo a las leyes establecidas.

Variable 4: Medio ambiente

Mediante la pregunta 1 de la variable medio ambiente se evidencia que la empresa cumple con la variable medio ambiente realizando campañas de concientización y cuidado del medio ambiente y que al menos el 85% de los encuestados han participado en dichas campañas.

Mediante la pregunta 2 de la variable medio ambiente se pudo evaluar de manera positiva que los empleados conocen la normativa que aplican para aprobar o rechazar la revisión tecno-mecánica de los automóviles que evalúan, al menos un 85% de las personas encuestadas conocen esta normativa, sin embargo, el área de recursos humanos no parece conocerla mucho, la empresa debería planear eventos de divulgación para que todos sus empleados conozcan los lineamientos legales bajo los que operan.

Mediante la pregunta 3 de la variable medio ambiente se conoció que la empresa no realiza manipulación de aceites o materiales peligrosos, por lo que no tienen implementado ningún plan o protocolo de manejo de residuos peligrosos. Sin embargo, tampoco se pudo constatar que realicen una adecuada disposición de los residuos reciclables y no reciclables por lo que esta variable no se cumpliría del todo dentro de la organización.

Variable 5: Prácticas justas de operación

Mediante la pregunta 1 de la variable prácticas justas de operación se evaluó que la empresa realiza una correcta investigación, evaluación y elección de sus proveedores lo que

permite que la empresa esté segura de las otras organizaciones con las que tiene contacto directo en su ejercicio. Las empresas proveedoras deben pasar por una evaluación esquematizada bajo la normatividad NTC-ISO 17020.

Sin embargo, al evaluar *la pregunta 2* de la variable prácticas justas de operación se pudo observar que la empresa no tiene un plan específico que permita posicionar en el mercado a la empresa, si bien las actividades mencionadas no incumplen con la normatividad de competencia justa ni hacen daño al mercado, los empleados no tienen claro de qué manera llegan a los usuarios.

Variable 6: Asuntos de consumidores

La pregunta 1 de la variable asuntos de consumidores evidencia que la empresa sí realiza la correcta divulgación de políticas de calidad, condiciones de los servicios prestados, costos y los tiempos de entrega a sus usuarios. Los clientes de la empresa estarán informados sobre estos temas y saben de qué manera deben actuar en caso de que deseen realizar alguna queja o reclamo, conocen de igual manera los servicios e impuestos que incluye el costo pagado.

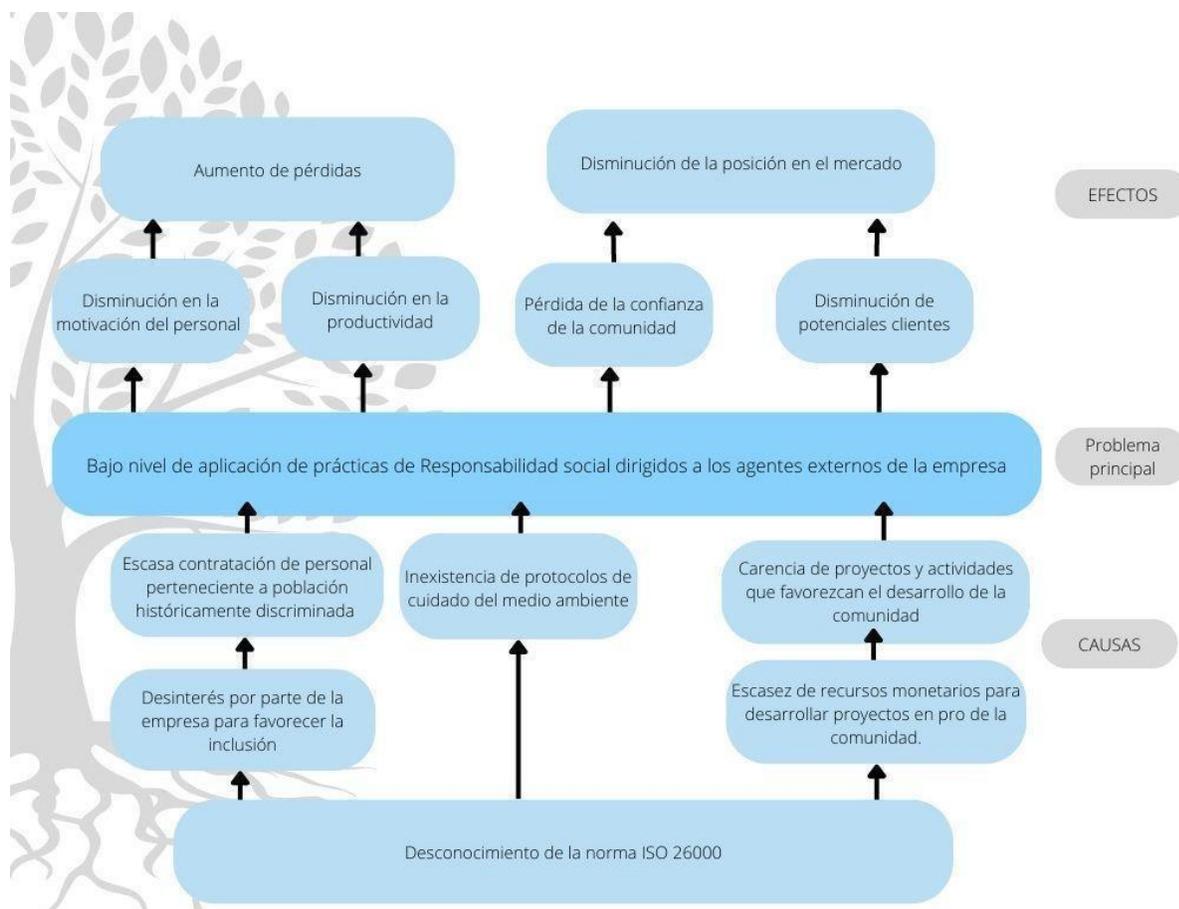
La pregunta 2 de la variable asuntos de consumidores refuerza la información obtenida en la pregunta 2 de la variable prácticas justas de operaciones, donde se evidencia que la empresa no tiene planes de marketing implementados que le permiten llegar a todos sus clientes potenciales, realiza la divulgación de sus servicios mediante algunas de las redes sociales más utilizadas, sin embargo la constancia de esta publicidad es poca, por lo que se evidencia que les hace falta planes de marketing estructurados a la posición de la marca.

Variable 7: Participación y desarrollo de la comunidad

Con las dos preguntas realizadas para la variable Participación y desarrollo de la comunidad se pudieron reforzar los datos obtenidos en la pregunta 2 de la variable gobernanza

de la organización donde se evidenciaba que las prácticas RSE estaban más enfocadas en la parte interna de la empresa y no en la externa. La empresa no está enfocada en realizar actos de participación y desarrollo de las comunidades más allá de los que tienen que ver con su ejercicio como lo es ayudar a mitigar las emisiones tóxicas de los autos y ayudar al mejoramiento de la tasa de accidentalidad preservando el principio de su función, más allá de eso no están enlazados en la participación de la ciudadanía o mejoramiento de la comunidad entorno.

Para poder analizar de manera más gráfica cuál es la problemática principal de la empresa CDA Andino fue necesario graficar el árbol de problemas de la organización. Esta herramienta permite organizar la información de forma que se logra comprender cuál es problema principal, sus raíces (lo que lo origina) y cuáles son las consecuencias.

Figura 21.*Árbol de problemas del CDA Andino*

Fuente: Elaboración propia por Paula Dayan Ortiz Morales.

Análisis de la gráfica del árbol de problemas obtenido del CDA Andino:

Se identifica un problema principal el bajo nivel de aplicación de prácticas de “Responsabilidad Social Empresarial” con los agentes externos de la empresa, aunque la mayoría de empleados tienen un conocimiento básico de lo que es la RSE, realmente no lo han comprendido y no se está aplicando a los agentes externos, es decir a su comunidad.

La empresa CDA ANDINO, no contribuye de una manera significativa, esto quiere decir que sólo se limita a contribuir con la revisión técnico mecánica de los automóviles y con eso

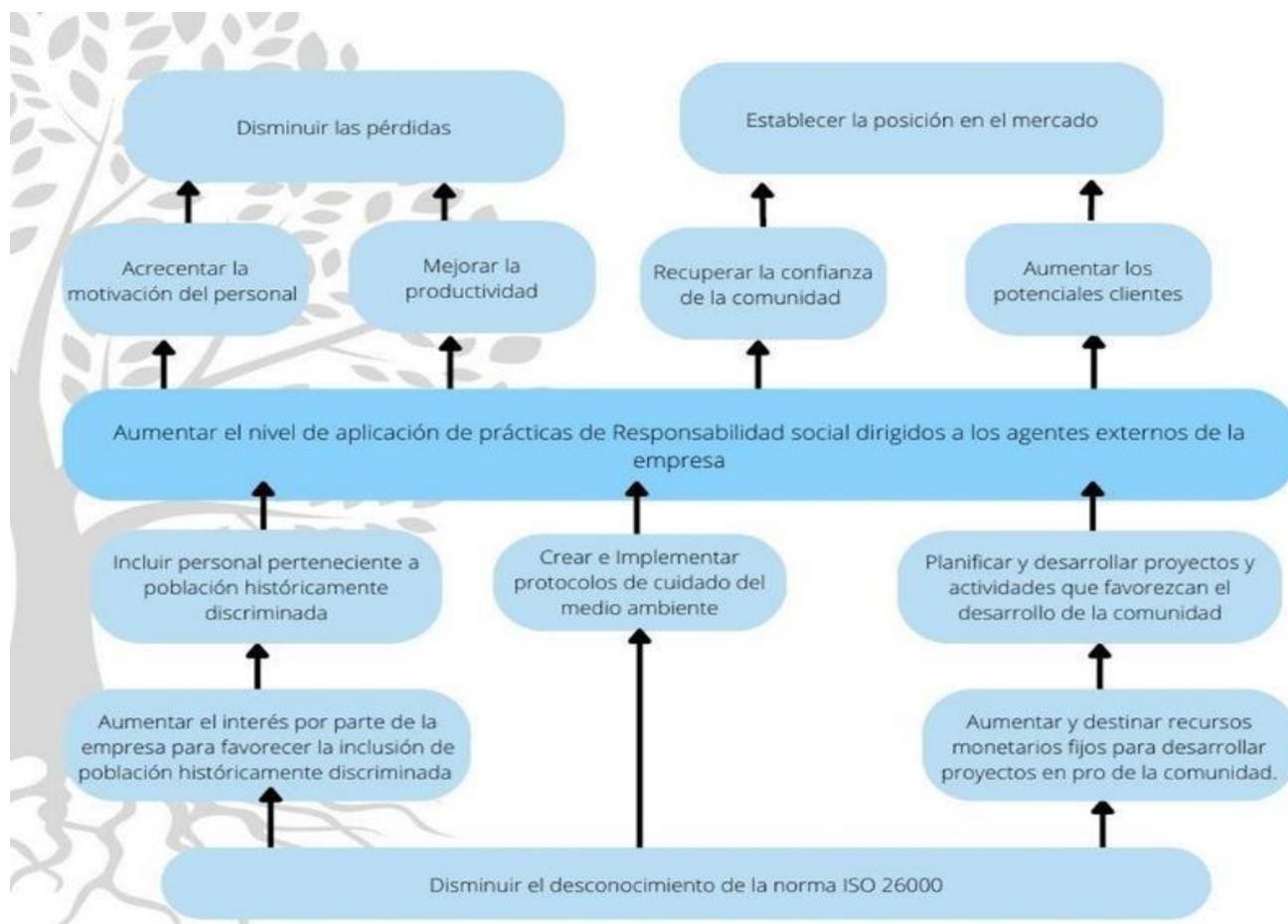
consideran estar haciendo un gran cambio a la sociedad, sin embargo, esta acción es la razón de que su empresa opere, por lo que se considera que no es un aporte adicional a su comunidad.

Hasta ahora la organización no ha practicado ni un proyecto de responsabilidad social empresarial, por el tipo de servicios que prestan podrían realizar campañas de concientización sobre el medio ambiente, campañas de concientización de cómo contribuye al cuidado del medio ambiente realizar la revisión técnico mecánica, campañas que se encarguen de velar por los derechos básicos de los niños de su comunidad aledaña e irse expandiendo, sin embargo la organización CDA ANDINO no realiza actividades que contribuyan con el crecimiento social de la sociedad por el mismo motivo la empresa sigue siendo pequeña a diferencia de otras empresas que se dedican a la misma prestación de servicios, tampoco generan empleo adicional, sino que operan con la misma cantidad de empleados debido a este estancamiento en su crecimiento. Esta baja aplicación de prácticas RSE en la empresa repercuten de manera directa en la reputación y posicionamiento de la organización afectando su capacidad de competir en el mercado y permite el crecimiento de sus competidores que quizá si estén aplicando prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y hayan aumentado su favoritismo debido a esto.

Luego de haber analizado el árbol de problemas de la empresa CDA Andino se procede a realizar un árbol de objetivos, esta herramienta permite convertir esas problemáticas en acciones a realizar para mejorarlos y desaparecer los efectos negativos que tienen sobre la organización.

Figura 22.

Árbol de objetivos obtenido del CDA Andino



Fuente: Elaboración propia por Paula Dayan Ortiz Morales.

Análisis árbol de objetivos obtenidos del CDA Andino:

Después de haber analizado el árbol de objetivos y plantear cuáles serán las acciones que se tomarán para solucionar el problema y de identificar sus beneficios, se pasa al mapa de estrategias que tiene como acción principal crear un departamento en la empresa que se encargue de plantear, implementar y darle seguimiento a todas las actividades y prácticas de RSE tanto en agentes externos como en agentes internos que la empresa debería poner en práctica para lograr solucionar su problema base.

Se debe recordar que poner en implementación la “responsabilidad social empresarial” es tarea de todos, sin embargo, la creación de un departamento encargado permitirá que de manera permanente personas específicas puedan plantear estrategias y actividades, aplicarlas y analizar sus resultados para mejorar continuamente.

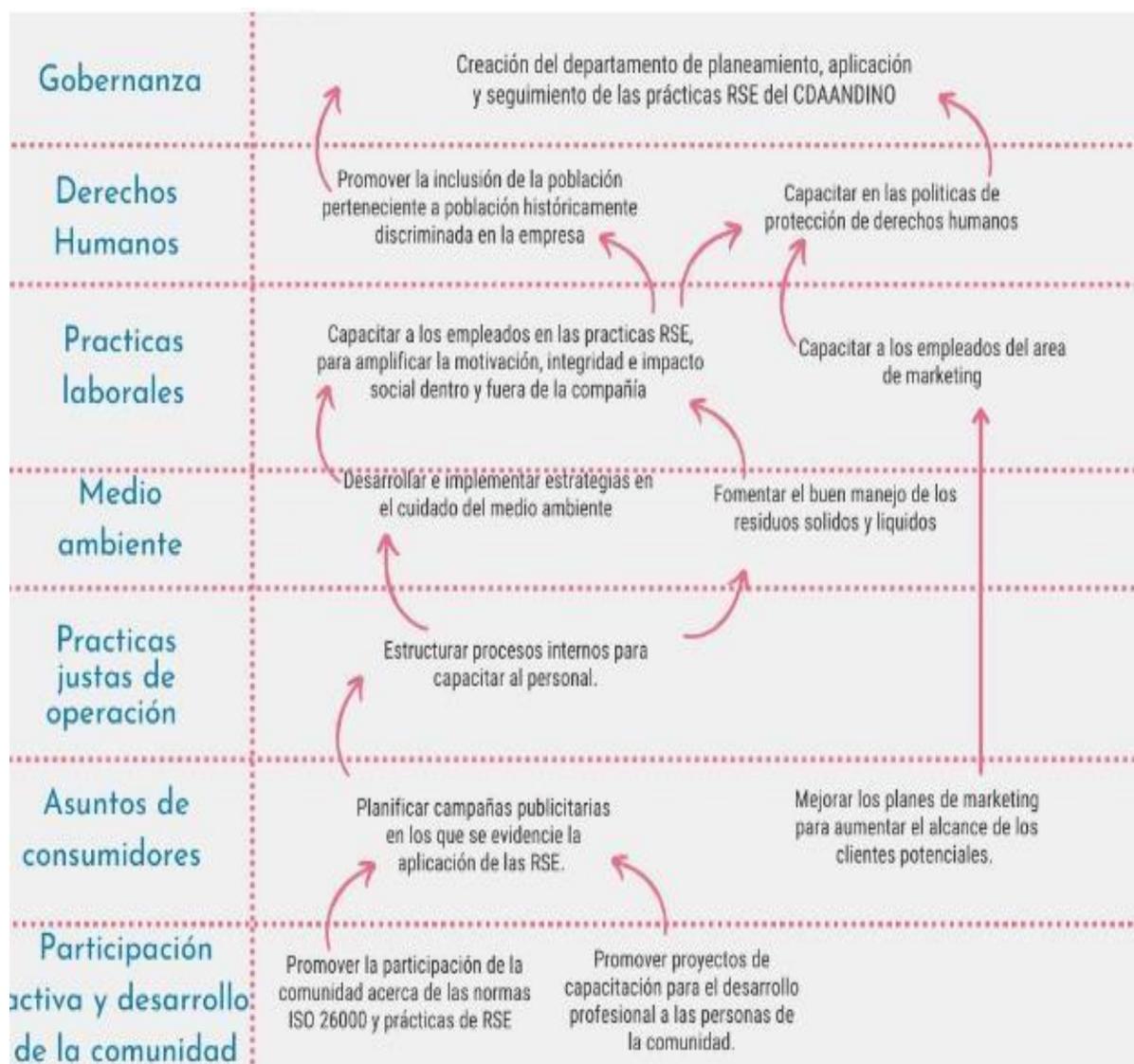
Como estrategias secundarias en el mapa de estrategias se tiene: contratar personal perteneciente a la población históricamente discriminada para ayudar a disminuir la brecha salarial en la comunidad aledaña, esta misma población y los demás empleados deberán ser capacitados de manera continua por la empresa en todo lo que respecta a su cargo, también se tiene la capacitación en prácticas RSE ya que como fue mencionado anteriormente el trabajo de aplicarlas no es exclusivo de unas personas o un área, dentro de esta estrategia también se deben tener en cuenta las capacitaciones sobre discriminación racial o de clases estrato económicas reforzar y apoyar la inclusión de personal discriminado.

Con estas estrategias se espera que el problema principal de bajo nivel de aplicación de prácticas RSE a agentes externos de la empresa se vea reducido de manera gradual hasta que desaparezca y se empiecen a ver los resultados de la aplicación de la “responsabilidad social empresarial.”

Habiéndose definido las acciones a realizar y los objetivos que se pretenden alcanzar, se plantea un mapa estratégico el cual permite definir de manera clara qué estrategias y planes se pretenden implementar para solucionar los problemas encontrados en los análisis anteriores.

Figura 23.

Mapa estratégico para la resolución de problemas del CDA Andino



Fuente: Elaboración propia por Yessica Tatiana Hincapié Castañeda.

Para que la empresa CDA Andino pueda aplicar todas las estrategias planteadas en el mapa anterior es necesario que conozcan un poco más su organización interna y externa, por eso se realiza el cuadro de stakeholders o grupos de interés, con el fin de aplicar a cada uno de ellos una estrategia que permita resolver los problemas encontrados.

Tabla 23.

Cuadro de stakeholders o grupos de interés de la empresa CDA Andino



Fuente: Elaboración propia por Paula Dayan Ortiz Morales.

Después de ser analizados los resultados y plantear estrategias de solución, se deben definir las acciones a realizar, las personas que se verán afectadas (positivamente), los plazos, costos e indicadores de medición para saber si el plan estratégico definido funciona o no.

Se definieron estrategias y tareas únicamente para las materias fundamentales en las que se encontraron problemas por solucionar.

Tabla 24.

Plan de acción definido para la resolución de los problemas encontrados en el CDA ANDINO

Plan de acción y de seguimiento Dimensión	Stakeholders	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Socios Clientes	Implementar estrategia que permita llegar a nuevos clientes potenciales en la empresa cdaandino.	Divulgar los planes de marketing a través de medios digitales y de comunicación masiva.	12 meses		Clientes captados en el año uno/los nuevos clientes captados en el dos*100%
Ambiental	Empleados de toda la empresa y comunidad aledaña	Implementar planes estratégicos encaminados a las mejoras de prácticas medioambientales, y sostenibles, aplicando las normas legales vigente ISO 14001, dirigidos a la minimización de los factores de riesgo.	Realizar jornadas de implementación y aplicación de prácticas sostenibles, en los ámbitos laborales, resaltando la importancia de las mismas.	12 meses.		N° de jornadas de implementación planificadas/ N°de jornadas de implementación realizadas en el año*100%
Social	Toda la comunidad	Implementar las normas ISO 26000 y prácticas de (RSE), en la parte internas y externas de la empresa.	Capacitar a los grupos de interés en las normas ISO 26000 y las prácticas de “responsabilidad social empresarial” en la empresa cdaandino.	14 meses		Total de grupos de interés /Total grupos de interés capacitados*100%
Social	La comunidad.	Promover proyectos de capacitación, para el	Gestionar convenios educativos por medio	24 meses		Personas que comenzaron la

desarrollo profesional a las personas de la comunidad.

del Sena, para fomentar la educación de la comunidad de acuerdo a sus necesidades.

formación/ las personas que obtuvieron su certificación*100%

Nota: plan de acción de (cdaandino)

Fuente: Elaboración propia por Jazmin Hernández Forero.

Explicación de la propuesta del plan de acción para la resolución de problemas del CDA Andino

Luego de realizarse el planteamiento del plan de mejora con el que se planea que los problemas sean disminuidos paulatinamente y definirse los indicadores de medición de los resultados se plantea el plan de seguimiento que permitirá conocer si los planes de acción definidos están funcionando correctamente, si se están implementando de la manera en que se planificó o si se deben realizar nuevos análisis y planes de acción.

Tabla 25.

Plan de seguimiento definido para la resolución de los problemas encontrados en el CDA ANDINO

Plan de acción y de seguimiento o Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador	Seguimiento
Económica	Implementar estrategia que permita llegar a nuevos clientes	Divulgar los planes de marketing a través de medios digitales y de comunicación masiva.	12 meses	Clientes captados en el año uno/los nuevos clientes	Análisis de datos de los resultados obtenidos, por cada campaña implementada de en periodo de referencia.

	potenciales en la empresa cdaandino.			captados en el dos*100%	
Ambiental	Implementar planes estratégicos encaminados a las mejoras de prácticas medioambientales, y sostenibles, aplicando las normas legales vigente ISO 14001, dirigidos a la minimización de los factores de riesgo.	Realizar jornadas de implementación y aplicación de prácticas sostenibles, en los ámbitos laborales, resaltando la importancia de las mismas.	12 meses.	Nº de jornadas de implementación planificadas/ Nº de jornadas de implementación realizadas en el año*100%	A través de los formatos de seguimiento de las jornadas de implementación de las practicas sostenibles realizadas.
Social	Implementar las “normas ISO 26000 y prácticas de (RSE)”, en la parte internas y externas de la empresa.	Capacitar a los grupos de interés en las “normas ISO 26000 y las prácticas de responsabilidad social empresarial” en la empresa cdaandino.	14 meses	Total de grupos de interés /Total grupos de interés capacitados*100%	Evaluar al personal capacitado cada trimestre.
Social	Promover proyectos de capacitación, para el desarrollo profesional a las personas de la comunidad.	Gestionar convenios educativos por medio del Sena, para fomentar la educación de la comunidad de acuerdo a sus necesidades.	24 meses	Personas que comenzaron la formación/ las personas que obtuvieron su certificación*100%	Realizar seguimiento de las personas que obtuvieron formación e ingresaron a la fuerza de trabajo.

Nota: plan de seguimiento de la empresa cdaandino

Fuente: Elaboración propia por el grupo de trabajo colaborativo.

Conclusiones

En conclusión, la evolución del pensamiento estratégico se ha venido transformando a través de los años en una mejora continua buscando mejorar cada día el área estratégica en beneficio de las empresas y tanto las pequeñas, medianas y grandes organizaciones, teniendo en cuenta que este es un término que se utiliza a nivel global en los diferentes sectores de las economías tanto primarios, secundario y terciarios.

La “responsabilidad social empresarial” es uno de los valores agregados más valiosos que puede tener una organización hoy en día, ya que cada día las empresas buscan obtener un punto de equilibrio en las diferentes áreas de la innovación, de la tecnología y la sistematización y para aplicar los sistemas de la gestión en la (RSE) es necesario crear un plan organizado, con objetivos, metas, indicadores, seguimiento y planes de mejora.

La gestión de la RSE no es solo convencer o persuadir, sino que hace referencia a cambiar el significado de lo que es “hacer negocio” y alinearlo a la estrategia de la empresa para generar riqueza y aunque no es una normativa obligatoria, las empresas que la aplican mejoran sus indicadores internos al mismo tiempo que su entorno se desarrolla de una manera más sostenible y sustentable, y finalmente las organizaciones deben estar a la vanguardia de lo que va pasando en las diferentes áreas que la conforman.

La correcta aplicabilidad de las normas “ISO 26000”, sirven para que todas las empresas de todos los sectores económicos, tanto como primarios, secundarios y terciarios sean más responsables socialmente, en todas las áreas de la empresa, y su finalidad principal es buscar que dichas empresas sean sostenibles a largo plazo.

Para poner en práctica lo anterior se requiere de construcción de un instrumento de recolección de información a partir del conocimiento adquirido sobre la norma internacional ISO 26000, el cual fue aplicado a la empresa Centro de Diagnóstico Automotor Andino CDAANDINO ubicado en la ciudad de Villavicencio (Meta), del cual se puede concluir que la empresa presenta aproximadamente un 50% de falencias y un 50% de buenas prácticas en la aplicación de la normatividad.

El comprender la planificación estratégica empresarial es algo indispensable para el desarrollo de las empresas ya que contiene muchas formas de aplicarla y que siendo utilizadas de la manera correcta permitirá a la empresa crecer en todos los aspectos y de igual forma generar nuevos procesos operativos para optimizar la gestión de RSE e interacción con los ODS.

Se logró tener claridad de cuáles son las herramientas correctas para hacer una evaluación y posteriores estrategias para el buen funcionamiento de una compañía. Los análisis de entorno y la identificación el problema central de la implementación de la “norma ISO 26000” generando mayor acceso a la información por medio de variables existentes dentro y fuera de las compañías, generadoras de datos de investigación propias para la creación de nuevas estrategias en el mercado.

Finalmente, un árbol del problema es una herramienta que permite identificar el problema central de una determinada área de una organización, mediante el cual se identifica como problema principal el bajo nivel de aplicación de prácticas RSE hacia los agentes externos de la empresa, también se analizan cuáles son sus causas y efectos. Mediante el análisis del “árbol de objetivos que lo que se busca obtener con esta herramienta es plantear esos objetivos que plantearon acciones para frenar y disminuir aquellas causas o efectos que originan el problema base y se plantean estrategias en el mapa estratégico que permitirán el correcto

funcionamiento de las acciones correctivas. Como grupo, se definió que las acciones que más ayudarían a disminuir el problema base son la aplicación de prácticas RSE en el personal favoreciendo la inclusión de personas pertenecientes a comunidades discriminadas, implementación de campañas de cuidado del medio ambiente y fomentar el aprendizaje en lo que dirigir una empresa socialmente responsable, con estas acciones recomendadas se espera que la empresa logre solucionar su falta de aplicabilidad de prácticas de “responsabilidad social empresarial” y crezcan de manera exponencial sin afectar ni descuidar el desarrollo y cuidado de su comunidad.

Referencias Bibliográficas

- Alcívar, R. (2015). Modelo de gestión para el despliegue de estrategias organizacionales para empresas de clase mundial. Estudio de caso Nestlé Purina Pet Care Company (NPPC). <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F9389503&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Álvarez L, Bolaños G. R, López P. L (2011) 10 Escuelas de Pensamiento Estratégico según Mintzberg. Managers magazine. <https://managersmagazine.com/index.php/2011/02/10-escuelas-de-pensamiento-estrategico-henry-mintzberg/>
- Andrews, K.R. Corporate strategy as a vital function of the board (1981). Harvard Business Review. Ansoff, Igor (1976). La estrategia de la empresa. Pamplona, España: Universidad de Navarra. Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 24(48), 74–99. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.A761A71&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Alcaldía de Medellín, (2014). ¿Qué es el Gobierno Corporativo? <https://www.youtube.com/watch?v=9yubwDVzHUc>
- Andrade-C., M. (2011). Estado del conocimiento de la biodiversidad en Colombia y sus amenazas. Consideraciones para fortalecer la interacción ambiente-política. Rev. Acad. Colomb. Cienc., 35(137), 491-507. <https://raccefyn.co/index.php/raccefyn/issue/view/187/263>

Barber, B. (2008). Consumed: how markets corrupt children, infantilize adults, and swallow citizen whole. Nueva York: Norton & Co.

https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/cato/v27n2/v27n2_s.pdf

Bauman, Z. (2000). Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Barcelona: Tédias.

<https://emprendedorasenred.com.ar/wp-content/uploads/2017/10/Z.Bauman-Trabajo-consumismo-y-nuevos-pobres-.pdf>

Burgelman, R.A. (2002) Strategy is Destiny: How strategy-making shapes a company's future, New York: The Free Press.

Carroll AB (1999). Corporate Social Responsibility:

Evolution of a Definitional Construct in Business & Society 38(3): 268-295.

Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE), 13(4), 18–32.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114010442&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Betancourt, D. F. (09 de agosto de 2016). Cómo hacer un árbol de objetivos: Ejemplo práctico.

Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/arbol-de-objetivos.

Centro Vincular. (2011) Descripción Norma ISO 26000. [YouTube]

https://www.youtube.com/watch?v=rsQ_IM9vrwQ

Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuadernos de Administración. 29(52), 196-206.
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>

Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 9(3), 127–144.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Grupo Atico 34. () Stakeholders ¿Cómo impactan a una empresa y cómo gestionarlos?
<https://protecciondatos-lopd.com/empresas/stakeholders/>

Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*. POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, 24(2), 331–352.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdia&AN=edsdia.ART0001377019&lang=es&site=eds-live&scope=site>

González, Y. (2020). Relación de las empresas de excelencia con la responsabilidad social empresarial [Formato video].
<https://campus124.unad.edu.co/ecacen39/mod/hvp/view.php?id=3377>

- Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 18-50.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258?page=18>
- Ferraz, J., D. Kupfer y L. Haguenaer (1996), Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria, Río de Janeiro, Campus.
- H, K. Buitrago, F. y M. M, Betancourt P. (2013). El gobierno corporativo como pilar fundamental para la sostenibilidad de la economía. Universidad de San Buenaventura Cali – Colombia. <https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/gyd10-cap11.pdf>
- Hoof, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=61>.
- Hamel, G. & Prahalad, C.K. (1984). Competing for the future, Boston: Harvard Business School Press, 1994. Hamel, G. (2000). Leading the revolution, Boston: Harvard Business School Press, 2000. Mintzberg, Henry (1999). Safari a la estrategia. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica
- Olano, A. (2014). Estudio de la responsabilidad social en Colombia, un compromiso de todos. (Tesis Administración de Empresas). Universidad Militar Nueva Granada. Facultad. de Ciencias Económicas, Bogotá.
- Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. Administración y Organizaciones, 15(29), 61–78.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=sit>

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15– 29.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ortegón, G., Castrillón, O & Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura Job Shop. *Revista EIA*, 16(32), 65– 84. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61– 78. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=sit>

Ramírez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133– 40. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Porter, Michael, (1990) *La Ventaja Competitiva de las Naciones*: Ediciones Vergara. Román Muñoz, Olga (2010). El pensamiento estratégico. Una integración de los sentidos con la razón. *Revista Guillermo de Ockham*, 8(2),23-36.[fecha de Consulta 28 de Agosto de 2022]. ISSN: 1794-192X. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105316833003>

Volpentesta, J.R. (2012). Las acciones sociales en empresas con responsabilidad social, Revista Científica visión de futuro. <http://www.redalyc.org/pdf/3600/360033195004.pdf>

Revista de la Facultad de Ciencias. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL ENFOQUE ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN, <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v19n1/2539-0554-tend-19-01-00113.pdf>

ONU, (2005) Sustainable consumption and production policies. <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies>

Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). El consumo sostenible como perspectiva innovadora. S.l, Argentina: B - EUMED. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=73>.

Rosso, J. W. (2018). El gobierno corporativo: teoría y evidencia empírica. Editorial UPTC, 10-36. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478?page=10>

Soto, D. & Soto, D. (Il.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores, 17-64. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587?page=17>

Viceministerio de Ambiente. (2011). Política Nacional de Producción y Consumo. https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED) (1987). Our common future. The Brundtland Report. Oxford: Oxford University Press.

Norma Internacional Iso 26000, (2010). Guía de responsabilidad social.

<https://americalatinagenera.org/wp-content/uploads/2014/09/U4ISO26000.pdf>

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

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

UNAD (2022). OVI : Identificación del problema en la metodología de marco lógico.

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

Apéndice A

Formato de Recolección de Información.

Link e imágenes del formulario de la encuesta en google forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc-RYei7_jCFbbB-t44iK1CS5oQG3g4naSzDd1PQv267NEJeg/viewform



INSTRUMENTO DE EVALUACION DE LA APLICACION DE LA NORMA ISO 26000

Somos un grupo de 5 estudiantes del diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial de la universidad nacional abierta y a distancia (UNAD), y queremos pedirles amablemente nos colaboren contestando está encuesta la cual le tomara alrededor de 5 a 7 minutos, y tiene como finalidad recolectar información con fines académicos, que será mucha utilidad, para poder continuar nuestra formación académica de dicho diplomado.

El objetivo de la encuesta va enfocada a obtener información que permita el análisis de temas relacionados con el conocimiento que tienen los colaboradores en la aplicación de las normas ISO 26000 en la empresa, en el cuál se busca indagar por el reconocimiento y la implementación de diferentes prácticas como lo son; inclusión poblacional, implementación de herramientas tecnológicas, medio ambiente, competencias comerciales, todas aplicadas desde el entorno de la empresa.

Nombre completo *

Tu respuesta

Edad

Tu respuesta

cargo que desempeña en tu entorno laboral? *

Elegir

Correo electrónico *

Tu respuesta

¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial? *

Tu respuesta

¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ha visto que se hayan implementado en la empresa? *

Tu respuesta

¿Qué políticas de protección de los derechos humanos tiene la empresa? *

Tu respuesta

¿Qué tipo de población históricamente discriminada, identifica en su entorno laboral? *

Como lo son; población afrocolombiana, LGBTI, mujeres, personas privadas de la libertad, personas en pobreza extrema, indígenas, migrantes, personas en situación de discapacidad, adultos mayores, y otros emergentes como las tribus urbanas.

Tu respuesta

¿Qué tan justas son las políticas de remuneración, prestaciones y opciones de ascensos laborales que tiene la empresa? *

Tu respuesta

¿De qué manera la empresa promueve el desarrollo humano e integral, capacitándolos en su área de trabajo y en el abordaje de nuevas herramientas tecnológicas? *

Tu respuesta

Mencione algunas campañas de concientización ambiental que haya realizado la empresa? *

Tu respuesta: _____

¿Qué norma es implementada por la empresa, para la regulación y emisión de gases de los vehículos que aprueban o rechazan la revisión tecnomecánica? *

Tu respuesta: _____

¿Cuál es el manejo que le dan a los filtros, combustible, aceite, entre otros, que utilizan realización de la prestación de los servicios de las revisiones tecnomecánicas? *

Tu respuesta: _____

¿Cuáles son los criterios de evaluación y selección de proveedores que maneja la empresa para certificar que sea fidedigno? *

Tu respuesta: _____

¿Cuales son las actividades que realiza el área de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y ser elegida por los consumidores? *

Tu respuesta: _____

¿Qué información transmite la empresa a los consumidores sobre los servicios que presta en cuanto a calidad, términos y condiciones de los servicios, costos y tiempos de entrega? *

Tu respuesta: _____

¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la empresa para la promoción y divulgación de los servicios que presta? *

Tu respuesta: _____

¿Cuál es el compromiso de la empresa con el futuro de los niños de su entorno? *

Tu respuesta: _____

¿De qué manera se administra el impacto social de la empresa en la comunidad donde se encuentra ubicada? *

Tu respuesta: _____