

Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Muebles tu Hogar

Jorge Enrique Romero Valencia

Andrés Amaya Liévano

Ricardo Mauricio Arenas Pérez

Fredy Alonso López Acosta

Jorge Alexander Bejarano Cocuy

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Bogotá

2022

Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Muebles tu Hogar

Jorge Enrique Romero Valencia

Andrés Amaya Liévano

Ricardo Mauricio Arenas Pérez

Fredy Alonso López Acosta

Jorge Alexander Bejarano Cocuy

Directora:

Yudith Caicedo Domínguez

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Bogotá

2022

Resumen

El proyecto posee información para instruir mediante estrategias que agrupan a todos los actores (Stakeholders y demás participantes activos en el ámbito empresarial, con el fin de poder aportar soluciones en la aplicación e interpretación de la norma para tomar decisiones dentro de la organización acertadamente. Con este trabajo final de grado se espera que sea un instrumento de apoyo en los conocimientos logrados en el diplomado de profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial. Como administradores vamos a aplicar nuestros conocimientos a la empresa MUEBLES TU HOGAR, observando que hay debilidades en la estructura administrativa de la organización, por tal razón vamos incorporar la gerencia estratégica y la responsabilidad social empresarial para implementar un plan estratégico con el uso correcto de la norma ISO 26000, Es importante resaltar que la información obtenida se dio a través del instrumento aplicado como lo fue la entrevista, que se realizó al interior de la empresa, con la colaboración de todo el personal, de los datos obtenidos se creó el marco lógico de las cuales dieron resultados, que ayudarán a la toma de decisiones a través de estrategias, que darán una relevancia hacia el futuro, como una empresa socialmente responsable que está vinculada con su entorno, en comunidad.

Palabras clave: gestión estratégica, norma ISO26000, responsabilidad social corporativa, sostenibilidad, medio ambiente, comunidad.

Abstract

The project has information to instruct through strategies that bring together all the actors (Stakeholders and other active participants in the business field, in order to be able to provide solutions in the application and interpretation of the standard to make decisions within the organization correctly. With This final degree project is expected to be an instrument to support the knowledge achieved in the deepening diploma in Strategic Management and Corporate Social Responsibility. As administrators we are going to apply our knowledge to the company MUEBLES TU HOGAR, noting that there are weaknesses in the administrative structure of the organization, for this reason we are going to incorporate strategic management and corporate social responsibility to implement a strategic plan with the correct use of the ISO 26000 standard. It is important to highlight that the information obtained was given through the instrument applied as was the interview, which was carried out or within the company, with the collaboration of all the staff, from the data obtained, the logical framework was created, which gave results, which will help decision-making through strategies, which will give relevance to the future, as a socially responsible company that is linked to its environment, in community.

Keywords: strategic management, ISO26000 standard, corporate social responsibility, sustainability, environment, community.

Tabla de contenido

Conceptualización.....	14
Poster sobre el gobierno corporativo.....	25
Producción limpia y consumo sostenible.....	26
Aplicación.....	33
Marco institucional Muebles tu Hogar.....	33
Diagnostico empresa Muebles tu Hogar.....	36
Matriz de marco lógico.....	41
Árbol de problemas Muebles tu Hogar.....	41
Árbol de Objetivos Muebles tu Hogar.....	42
Mapa estratégico Muebles tu hogar.....	43
Plan De Mejoramiento.....	44
Plan de acción y de seguimiento para la empresa Muebles tu Hogar.....	44
Conclusiones.....	46
Referencias bibliográficas.....	47
Apéndice.....	49

Lista de tablas

Tabla 1 Marco Institucional.....	29
Tabla 2 Diagnostico empresa.....	30
Tabla 3 Plan de acción y seguimiento - Ambiental.	34

Lista de figuras

Figura 1 línea de tiempo	14
Figura 2 poster gobierno corporativo.....	25
Figura 3 Árbol de problemas... ..	41
Figura 4 Árbol de objetivos... ..	42
Figura 5 Mapa estratégico.....	43

Lista de apéndices

Apéndice A. Entrevista.....49

Resumen analítico especializado – rae**Informe general**

Título	Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Muebles tu Hogar
Autores	Jorge Enrique Romero Valencia Andrés Amaya Ricardo Mauricio Arenas Pérez Fredy Alonso López Acosta Jorge Alexander Bejarano Cocuy
Tipo de Documento	Trabajo de Grado de Diplomado
Director	Yudith Caicedo
Año	2022
Palabras claves	Gerencia estratégica, norma ISO 26000, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, medio ambiente.

Contenido

Resumen

El proyecto posee información para instruir mediante estrategias que agrupan a todos los actores (Stakeholders y demás participantes activos en el ámbito empresarial, con el fin de poder aportar soluciones en la aplicación e interpretación de la norma para tomar decisiones dentro de la organización acertadamente . Con este trabajo final de grado se espera que sea un instrumento de apoyo en los conocimientos logrados en el diplomado de profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial.

Problema de Investigación

Deficiencia en la implementación de la ISO 26000 en la compañía Muebles tu Hogar.

Metodología

La metodología usada en esta actividad está enfocada de manera cualitativa y de observación que nos permitirá usar como Instrumento aplicado las Entrevistas y otras fuentes de consulta, como la

Norma y escenarios similares para identificar y proponer acciones de mejora para aplicar en las distintas áreas de la compañía MUEBLES TU HOGAR en el cumplimiento efectivo de la ISO 26000.

Principales Resultados

Desarrollar planes estratégicos encaminados a la implementación de la ISO 26000 centrándonos en las debilidades principales para fortalecer y generar oportunidades de mejora.

Conclusiones

La empresa analizada demuestra el poco o nulo interés por parte de su propietario en temas de responsabilidad social empresarial, lo anterior se presenta primordialmente a que la ausencia de RSE no representa ningún problema para sus operaciones pues estas están sujetas a la normatividad legal vigente en conceptos netamente obligatorios y se percibe como un gasto innecesario. La compañía ignora por falta de conocimientos en estos temas sobre las ventajas que se pueden dar a largo plazo, sobre todo las competitivas en un mercado que día a día se encuentra más informado en temas sociales, económicos y ambientales que rodean su consumo y las consecuencias de no exigir a los oferentes de

productos y servicios una producción más responsable y sostenible.

Para contrarrestar esta problemática, que, en sí, es de grandes proporciones debido a que las pequeñas empresas representan un gran tejido en la actividad económica del país es importante una intervención interinstitucional gubernamental, académica y financiera que incentive a estas pequeñas compañías a tomar la responsabilidad social empresarial como una inversión para su futuro y el de sus familias.

Referencias

Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019) Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=1ls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Objetivos

Objetivo General

Crear un plan de acción que permita implementar el uso correcto de la norma ISO 26000 respecto a la RSE en la compañía en la compañía mueble tu hogar.

Objetivos Específicos

Apropiar temáticas sobre responsabilidad social y gobierno corporativo mediante el estudio del material suministrado, en investigación externa.

Identificar procedimientos y procesos de responsabilidad social implementados por la empresa Muebles tu hogar, después del resultado obtenido

Sugerir soluciones o estrategias para la eficiencia en la implementación de la ISO 26000 en la compañía MUEBLES TU HOGAR.

Conceptualización

Figura 1

Línea de tiempo



Nota. Esta tabla muestra la evolución del pensamiento estratégico en 16 épocas diferentes.

Fuente: Autoría grupal

Pensamiento estratégico: se trata de acumular ventajas competitivas. Ohmae nos dice que, si no tuviéramos competencia, no tendríamos la necesidad de hacer estrategia alguna. Por ejemplo, una empresa puede tolerar ciertas deficiencias internas, pero no pueden sobrevivir a desventajas competitivas. (jefe, 2016)

Excelencia: hablando desde un punto empresarial la excelencia en las empresas emerge como un asunto de la mayor importancia por tres razones fundamentales: las limitaciones de una representación sustentada exclusivamente en la contabilidad financiera, la exigencia de tomar en cuenta la necesidad de un desarrollo sustentable, y la mayor exigencia de responsabilidad de los dirigentes no solamente ante sus accionistas sino también ante la sociedad y el conjunto de los grupos de interés o partes involucradas((pige & benoit, 2012)

Grupos de interés: definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983)

Estrategia:

Gerencia estratégica

Gobierno Corporativo

Producción limpia

Consumo sostenible y ODS

Generalidades de la norma ISO 26000

Casos de aplicación de la norma ISO 26000

Responsabilidad Social Empresarial:

Este concepto fue generado por el economista Howard R. Bowen en su obra "Social Responsibilities of the Businessmen" (Howard R. Bowen, 1953) el objetivo de esta obra era que las empresas entendieran el compromiso que tenían tanto con la sociedad y el medio ambiente, el tema de la responsabilidad no es nuevo, sus inicios se dan a mediados de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, a raíz de los conflictos mundiales que se atravesaban en la época, y se cuestionó que las organizaciones no solo deberían ser calificadas por lo que producían, también debería ser calificadas por lo que las organizaciones le retribuían a la sociedad y al medio ambiente ya que ese tema también venía cobrando gran importancia, el objetivo principal de la responsabilidad social es conseguir un impacto positivo en la sociedad mediante las actividades que realiza la empresa tanto a nivel interno como externo.

De acuerdo a la dinámica de la empresa y sus actividades, esta asume unos compromisos y obligaciones que de acuerdo a una ética decide cuidar esos impactos, que puede producir en su entorno, es decir que impacto se da, dentro de los marcos de las actividades y decisiones en las que se ve involucrada la comunidad y a su vez también el medio ambiente, por medio de las RSE se responde a sus Stakeholders, la responsabilidad social no solo debe ser un deseo voluntarioso, sino que la empresa se debe mover hacia la acción completa.

los cuatro ámbitos principales que hacen que RSE surjan son:

La sociedad: las empresas deben tener un compromiso con la sociedad en general y con la comunidad local en la que se instalan en particular. Se demanda a través de los grupos de presión que las empresas se comprometan con el desarrollo económico, social, y cultural de la zona donde actúan, manteniendo y generando empleo y evitando el traslado de la compañía a otros países o el despido de sus trabajadores. (Barroso Tanoira, 2008) Respecto a las empresas

multinacionales como están en muchos lugares se exige que sean más responsables y cumplan en todo momento los derechos humanos.

Los trabajadores: Las empresas deben llevar a cabo una gestión empresarial que genera un clima de cooperación, motivación y participación de los trabajadores y una mejora de sus condiciones laborales a través de sueldos dignos de una seguridad laboral, la formación profesional y unas medidas que garanticen la salud de los trabajadores. (Barroso Tanoira, 2008)

Clientes y consumidores: por medio de las asociaciones de consumidores Se exige a las empresas que respeten los derechos de sus clientes y que proporcionen una mayor claridad y fiabilidad de la información que se brinda sobre los productos que venden. Así mismo, se demanda calidad y precios razonables, donde existan diferentes garantías post venta y que se atiendan las reclamaciones de los clientes. (Barroso Tanoira, 2008)

Medio Ambiente: el cambio climático es un tema que se está tratando en estos tiempos con profundidad en las empresas ya no es un tema meramente de los grupos ecologistas, por eso las empresas hoy trabajan de acuerdo con sus actividades y procesos productivos en ser responsables con el reciclaje, emisiones hacia el aire, ruido y vertidos contaminantes.

Algunas características a mencionar sobre una buena gestión estratégica de las RSE

Son:

Visión integral en el Negocio donde las compañías generan valor económico, ambiental, social.

Las decisiones de cualquier negocio buscan un equilibrio o equidad entre los diferentes actores involucrados en la actividad.

Cada compañía implementa la norma de manera voluntaria, dependiendo de su tamaño, actividad económica, cultura organizacional y estrategia empresarial.

Implementar la RSE genera crecimiento, nuevos productos expansión en el mercado, más consumidores y por último mejorar la imagen de la compañía.

La implementación de la RSE se puede aplicar para PYMES y grandes empresas, y convertirse en una cultura organizacional para identificarse dentro de sus competidores como parte de la solución y conservación del planeta.

Otras características principales de la responsabilidad social a mencionar:

Se crean empresas con ética responsabilidad social empresarial las cuales no solo conllevan a responsabilidades, sino que también nos brinda beneficios siendo el beneficio fiscal uno de los que más interesa a las empresas. Además, vale la pena destacar que genera reconocimiento entre la comunidad, pues los clientes prefieren productos de empresas comprometidas con la comunidad. (Nomitek, 2019)

Se promueve la ética al momento de hacer negocios y un ambiente laboral respetuoso también la participación con la comunidad y mejoramiento del medio ambiente. (Nomitek, 2019)

Al desarrollar la responsabilidad social disminuye la rotación de trabajadores de una empresa y a su vez se proyecta una buena imagen de la empresa lo cual, sin duda, genera interesantes ventajas sobre la competencia. (Nomitek, 2019)

Al trabajar en un entorno de respeto hace que los trabajadores se sientan identificados y comprometidos con los objetivos de la empresa y los valores de la empresa, incrementar la productividad y disminuir la enfermedad por estrés es una responsabilidad que implica la responsabilidad social corporativa, pero que también traerá beneficios. (Nomitek, 2019)

La RSE debe estar totalmente enfocada en el bienestar de todos y cada uno de los actores en la actividad empresarial, clientes, proveedores, empleados y comunidad en general donde se desarrolle y tenga actividad el ente económico; una estrategia óptima en RSE garantiza sostenibilidad empresarial y desarrollo económico, social y medio ambiental. (Europea C. , 2001)

Una de sus principales características radica en la gestión del talento humano, siendo evidente para toda organización que el insumo más importante son las personas y que los objetivos organizacionales deben estar estrictamente alineados con los de sus colaboradores; la RSE debe estar por encima de lo netamente financiero centrándose en las expectativas humanas (Verde, 2005)

Este concepto sobrepasa intereses puntuales y jerárquicos verticales, haciendo de la actividad empresarial una cuestión democrática, participativa y descentralizada lo cual conlleva a la generación de valores corporativos y políticas empresariales que fortalece el desarrollo de las actividades en todos sus niveles y disminuyen la incertidumbre. (Frances, 2016)

La alineación entre empresa, sociedad y estado es mucho más fácil de adaptar cuando se cuenta con una estrategia de RSE al satisfacer la normatividad vigente con impactos sociales y de medio ambiente positivos; para tal fin se debe tener claro los grupos de interés y como estos integran los principales objetivos de la organización (Europea C. , 2014)

Elementos de la RSE:

Compromiso: la responsabilidad de cada compañía en agregar valor a sus procesos en beneficio de su entorno.

Voluntario: decisión propia por la compañía de ser parte de la RSE y no está regulada por la ley.

Ética: la compañía actúa y se define por su manera de ejecutar su actividad económica sin desconocer sus principios y valores.

Ambiente: cuida y respeta su entorno y el medio ambiente.

Beneficiarios: los clientes, proveedores, consumidores, colaboradores y la comunidad de su entorno deben recibir beneficios de sus operaciones.

Adaptabilidad: a los cambios al contexto y a la rentabilidad de la sociedad en la cual opera la compañía.

Otros elementos que integran la responsabilidad social son:

Propósito alineado con el negocio

Es indispensable que la causa no se aleje de la misión de la empresa las iniciativas responsablestienen que reflejar lo que la compañía hace y en lo que cree. (Ramirez, 2017)

Ser diferente a los demás

En ocasiones cuando incursionamos en un proyecto nuevo como en este caso en la RSE, tendemos a guiarnos por lo que otras empresas están haciendo, pero lo importante es no quedarse en el ejemplo sino mejorar lo que los demás hacen y así generaremos un cambio diferenciador. (Ramirez, 2017).

Todos deben estar involucrados

Al implementar el RSE no es solo cuestión del gerente o cabeza de una empresa, allí deben estar involucrados los colaboradores, clientes, proveedores, así como otros grupos de interés, todos deben estar al tanto de lo que sucede en la empresa es importante tomar las opiniones de todos y que todos conozcan los objetivos de la empresa y que se trabaje en conjunto para alcanzarlos.

(Ramirez, 2017)

Concentrar esfuerzos

No intentar apoyar más de una o dos causas a la vez. Cuando un corporativo quiere alcanzar demasiadas metas, no tiene un buen progreso en ninguna. Enfocarse en un objetivo a la vez y encamina los recursos disponibles hacia él, ya sea en forma de inversión, voluntariado, tiempo, comunicación, eventos, etcétera. (Ramirez, 2017)

Crear alianzas

Crear contactos con ONGs o con expertos en sustentabilidad, es de gran ayuda para el programa de RSE. Ellos pueden brindar ayuda con sus conocimientos sobre el tema, lo que fortalecerá el proyecto y hará más sencillo su desarrollo. Los proveedores de materiales reciclados o sostenibles también son socios importantes para la empresa. (Ramirez, 2017)

El principal elemento de la RSE es la sociedad, las estrategias deben abordar garantías en derechos humanos y su estricto cumplimiento (Europea C. , 2014)

El desarrollo de la actividad empresarial y el medio ambiente es otro elemento de la RSE; estos deben desarrollar tecnologías aplicables a la sostenibilidad del medio ambiente y la explotación responsable de recursos naturales. (Garcia, 2007)

Las empresas como pilares de desarrollo económico y en las cuales recae la implementación idónea de la RSE (Jana, 2013)

Credibilidad: cuando la organización es responsable y respetuosa de las personas, comunidades y medio ambiente, genera una buena reputación en su comunidad, generando confianza en sus clientes tanto internos como externos lo que le da una gran probabilidad de sostenibilidad (Zafaroni, 2004)

Gestión estratégica de la RSE

Cuadro de mando integral: Herramienta de trabajo que utiliza un conjunto de medidas para garantizar que la alta dirección tenga una visión rápida pero comprensiva de su negocio; el modelo está estructurado en cuatro perspectivas que reflejan la misión y la visión. (al, 2012)

Financiera

Clientes

Procesos internos

Aprendizaje y crecimiento

Modelo EFQM: Contiene nueve criterios y se dividen en dos categorías, medios que comprenden los agentes facilitadores que deben ser mejorados y los resultados que deben ser logrados (EFQM, 2014)

Agentes facilitadores

Liderazgo

Política y estrategia

Personas

Alianza y recursos

Procesos productivos y

serviciosResultados

Resultados en clientes

Resultados en personas

Resultados en sociedad

Resultados clave

Puntuación máxima de 1000 puntos, 100 por cada criterio a excepción de resultados en clientes y resultados clave que tienen una ponderación de 150 (EFQM, 2010)

Modelo BPEP: Está conformado por siete criterios que definen procesos y resultados deseados:

Liderazgo (120 puntos)

Planteamiento estratégico (85 puntos)

Enfoque en los clientes (85 puntos)

Medición, análisis y gestión del conocimiento (90 puntos)

Enfoque en las personas (85 puntos)

Gestión operacional (85 puntos)

Resultados (450 puntos)

Puntuación máxima de 1000 puntos, donde las ponderaciones más altas se ven reflejadas en los resultados y liderazgo (NIST, 2013)

Modelo MEG: Está compuesto por ocho criterios, estos en su conjunto simbolizan la interacción de la organización con el ambiente externo; sus componentes rodeados de información y conocimiento se relacionan entre sí para la obtención de resultados (FNQ, 2009):

Liderazgo (110 puntos)

Estrategias y planes (60 puntos)

Clientes (60 puntos)

Sociedad (60 puntos)

Información y conocimiento (60 puntos)

Personas (90 puntos)

Procesos (110 puntos)

Resultados (450 puntos)

Puntuación máxima de 1000 puntos, donde las ponderaciones más altas se ven reflejadas en el liderazgo, procesos y resultados

Hoshin Kanri: Es el marco de una organización para la gestión estratégica, la cual se ocupa de cuatro tareas, Focalizar-Alinear-Integrar-Revisar, (ciclo FAIR) en gestión estratégica y que es equivalente al ciclo PHVA de mejora continua de la calidad (Roberts, 2001) (Butterworth, 1999)

Metodología para la implementación estratégica

Puntos de éxito:

Balance entre las perspectivas financieras, clientes, procesos y empleados

Monitoreo entre los objetivos planificados y los resultados

La estrategia debe ser comunicada a todas las personas que son parte de la organización

Aprendizaje continuo

Crear la estructura para el despliegue de la estrategia en la organización

Entender las fuerzas que impulsan en la organización y que influyen en el desempeño de las actividades

La planificación a largo plazo debe estar acorde con el ambiente externo de la organización

El vínculo entre la planificación a largo plazo y la planificación anual

Transformar objetivos estratégicos en planes de acción

La asignación de recursos, incluyendo la mano de obra, financieros y otros recursos

La estrategia debe adaptarse a las expectativas de los grupos de interés, ser revisada y actualizada

Balance entre todos los niveles de estrategia en la organización (ESPIN, 2015)

Poster sobre el gobierno corporativo

Figura 2


Poster gobierno corporativo

15/09/2022

REALIZADO POR:
 grupo 101008_27


Gobierno corporativo

El gobierno corporativo es una herramienta gerencial que funciona como ente encargado de dictaminar y regular el cumplimiento de reglas dentro de una empresa. Su finalidad es el de mejorar la calidad financiera de la empresa, así como el logro de metas y el crecimiento de la compañía. (Author, 2019).




Además, el gobierno corporativo tiene en cuenta todas las relaciones entre la administración de la empresa sus directivos sus accionistas y demás agentes económicos que tengan algún vínculo o interés en la empresa, y el seguimiento al desempeño de la empresa. (Fernandez Izquierdo)


principios basicos
 Transparencia, responsabilidad, diligencia y buena fe, criterios de selección, auditoria y cumplimiento, prevención de riesgos, control interno, separación de poderes, incorporación equilibrada, creación de valor. (Diaz, 2006):



- Al implementar el gobierno corporativo se pueden cometer errores como:
- 1.No detectar tendencias y perder oportunidades.
- 2.Asumir riesgos innecesarios.
- 3.Riesgos reputaciones y brechas en la seguridad de la información.
- 4.Consejos de Administración homogéneos.
- 5.No percatarse de cambios normativos
- 6.Sorpresas de la competencia (Arrarte, 2021)



“En Colombia el Gobierno Corporativo es fuerte, pero debe seguir evolucionando y se debe lograr un mayor entendimiento de su importancia y el valor agregado que genera para las empresas y para la economía en general.”



Nota. Esta tabla resume los componentes del gobierno corporativo.

Fuente: Autoría grupal

Producción limpia y consumo sostenible

Producción más limpia y consumo sostenible desde la perspectiva de la relación con la gestión organizacional en Colombia.

Con este ensayo se pretende ilustrar al lector sobre la importancia del desarrollo sostenible desde el punto de vista de la responsabilidad social empresarial como parte integral de la gestión organizacional, debe ser parte de la producción, conservación y sostenibilidad de las actividades económicas y su objeto social con el entorno para garantizar una permanencia en el tiempo y que rija como un principio para la vida empresarial.

Se busca demostrar como la producción limpia y el consumo sostenible son herramientas que permitirá a las empresas mejorar sus procesos internos. En este documento se puede encontrar propuestas para evitar, prevenir y/o minimizar los efectos adversos en la naturaleza resultado de la actividad empresarial.

” Hoy Colombia a pesar de ser un país en desarrollo, y ser rico en diversidad ambiental, y sumado a la globalización de los medios de comunicación, los empresarios han venido tomando conciencia bajo la concepción de un nuevo enfoque de trabajo, un enfoque ambiental integrado que radica en un análisis holístico con trascendencia estratégica” (Miranda-cuellar, 2021)

Según la cita las empresas han tomado conciencia del daño ambiental, deben contar con herramientas que ayuden a ser conservadoras del medio ambiente, y a través del tiempo ser sustentables, por medio de sus procesos de trabajo.

“Los sistemas productivos de las empresas y de los consumidores actualmente están más enfocados a la preservación del medio ambiente aplicando estrategias de adaptación de nuevas tecnologías que cambian significativamente los procesos de producción y generando un marketing de concientización de quienes intervienen en sus actividades, esto, debido a que, las

malas prácticas de producción y consumo generadas por el ser humano también han producido cambios drásticos a nivel climático, este problema se ve reflejado en el cuarto informe de naciones unidas del 2 de febrero de 2007 y de no tomar las medidas a tiempo para contrarrestar esta problemática será mucho más costoso revertirlas como lo explica el informe del economista” (S, 2006).

En la actualidad como organización y como consumidores estan asumiendo la responsabilidad del cuidado ambiental, cambiando malas prácticas: como la reutilización, el reciclaje etc.

“Para lograr los objetivos ambientales la empresa debe alinear, visión, misión, políticas, y valores en la cual se propone gestionar determinadas técnicas a través de las cuales se revisa, evalúa y mejora el desempeño ambiental de la empresa, permitiéndole identificar problemáticas y oportunidades de mejora.” (Ingenieria, 2021)

Las organizaciones que implementan la producción limpia y el consumo sostenible deben replantear su misión, visión y sus políticas enfocadas a la RSE.

“El gobierno de Colombia propone minimizar al máximo cualquier impacto que se pueda generar en el medio ambiente, producto de la producción y consumo de las empresas, para garantizar un futuro sostenible, garantizando además que para estos procesos debe prevalecer el bienestar económico y calidad de vida de las personas por medio de su trabajo y lo que le proporciona la tierra, Declaración de Estocolmo, principio 8, 1972” (Unidas, 1972).

A pesar de las dificultades y problemas que enfrenta el gobierno colombiano en el cuidado del medio ambiente, este esfuerzo implementado para minimizar el daño ambiental a través de políticas de estado, resoluciones, etc.

“El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos; e invita a tomar las decisiones pertinentes para medir el bienestar global de las actividades económicas, sin dejar de pensar en las ganancias, pero incluyendo en la ecuación la reducción de la degradación, la contaminación y la responsable utilización de recursos”.

(metropol.gov.co, s.f.)

Realizar acciones innovadoras con los recursos estrictamente necesarios para cumplir con esta política de mejora.

“La Producción más Limpia es una herramienta estratégica de política empresarial, que integra el medio ambiente en la gestión global de la empresa y que le permite mantener o mejorar la competitividad en un marco de sostenibilidad del medio. Su aplicación requiere una gestión medioambiental responsable, un cambio de actitudes y la evaluación y aplicación de los conocimientos y opciones tecnológicas”. (cprac.org, s.f.)

Las empresas deben transformarse para dejar atrás actuales modelos de producción y adaptarse a las nuevas tecnologías para minimizar los impactos ambientales negativos.

“El Consumo Sostenible (CS) también se relaciona con la gestión organizacional ya que como empresa se tiene que garantizar que el cliente como consumidor de un correcto uso al bien que se ofrece y al finalizar su vida útil dar un correcto tratamiento del residuo o efecto que este derive. Entiéndase consumo sostenible como el uso de bienes y servicios que responde a las necesidades del ser humano y garantiza una mejor calidad de vida, y al mismo tiempo minimizan el uso de recursos naturales, de materiales peligrosos y la generación de desperdicios y contaminantes, sin poner en riesgo las necesidades de las generaciones futuras.” (Mercosur, s.f.)

La organización debe ser clara con la información que le va a transmitir al cliente sobre el proceso que debe seguir para darle un destino final al producto adquirido. Para que sea una responsabilidad mutua entre la organización y el cliente.

“Evidentemente el proceso productivo de la empresa genera impactos notables en el medio ambiente, y es allí donde se busca un equilibrio en el crecimiento económico de las organizaciones y el medio ambiente, es por eso que debemos dirigir las empresas hacia el desarrollo sostenible. Las gestiones basadas en Responsabilidad Social Empresarial y Gobierno Corporativo en su conjunto aportan fundamentalmente a cambios en los procesos de producción que vayan en contra y/o que generen impactos negativos en el medio ambiente. Para desarrollar la gestión ambiental existen herramientas de tipo preventivo, correctivo y de conservación y mejoramiento, las cuales se emplean según las necesidades presentes en el campo de acción donde se ejecute la gestión ambiental. (Ambiental, 2015)

“Las herramientas de gestión ambiental preventivas están enfocadas a evitar la generación de impactos ambientales negativos, optimizando los procesos productivos con el fin de mejorar el desempeño económico y ambiental de las organizaciones, disminuyendo los consumos energéticos y de materias primas, la producción más limpia hace parte de este grupo de herramientas” (Ambiental, 2015)

“Por otra parte, las herramientas correctivas de gestión ambiental, son aquellas que se aplican para tratar o mitigar la contaminación generada por un proceso productivo o acción humana, permiten limitar y orientar el uso y disposición final de materiales altamente contaminantes o peligrosos, así mismo brindar información a los consumidores sobre las características ambientales de un producto en comparación a otros, dentro de estas herramientas se encuentran los etiquetados ecológicos y los mercados de contaminación (Molina, 2001)

“Por último las herramientas de conservación y mejoramiento, que hacen referencia a los procesos y tecnologías innovadoras se crean con el fin de disminuir los impactos negativos al medio ambiente, dichas herramientas están enfocadas a las actividades y esfuerzos para la restauración y la preservación de recursos naturales para la sostenibilidad ambiental.” (Gutierrez Gonzalz & Garzon Rivera, 2016)

Tal como se evidencia con este autor se suministran herramientas que ayudan a evitar, minimizar y conservar los impactos directos que afectan el entorno donde se desarrollan las actividades empresariales.

“El mundo está cambiando de paradigma y es necesario que las organizaciones se adapten a esta nueva realidad, en la cual se deben reconocer y satisfacer las demandas de un creciente y nuevo público consumidor, que, informado, premia con su preferencia a negocios con prácticas responsables con el ambiente y la sociedad. El contar con objetivos alineados al desarrollo sostenible, les traerá a las organizaciones múltiples beneficios, los cuales se detallan a continuación:

Genera una ventaja competitiva

Disminución de costos por el uso eficiente de recursos

Mejora de la imagen corporativa

Fortalece relaciones de confianza con Stakeholders

Mejora del clima laboral y fidelización de trabajadores

Oportunidad de ingreso a nuevos mercados” (Climetria, 2018)

Se entiende que la producción limpia y el consumo sostenible, además de las herramientas que se tienen para aplicar en el ámbito organizacional, también se cuenta con los beneficios de emplear el consumo sostenible a las empresas, y uno de los principales retos de las

empresas colombianas, es controlar los gastos, y se observa que el correcto uso y disposición de los recursos como el agua, la electricidad, insumos, etc. Ayudan a ahorrar los costos de la empresa.

“Colombia es un país en el cual su economía es sostenida básicamente por la explotación de recursos naturales como la agricultura y la industria, “Hay casos donde el crecimiento se compromete a causa de los recursos naturales porque la población vive de la renta que generan” (Martin, 2017)

También el gremio campesino hace parte de esa actividad cotidiana, que de alguna forma aporta de manera positiva a la conservación de los recursos naturales, que rodean las grandes ciudades, y de manera directa tiene relación consecuente con las actividades de las grandes industrias.

Como conclusión las empresas colombianas deben hacer mayores esfuerzos para combatir las malas prácticas de producción y consumo, así como mejorar las que se tienen, actualmente existen muchos aportes en ciencia y tecnología, pero estos desafortunadamente no alcanzan a absorber esta problemática en una proporción deseada, se debe actuar de manera inmediata en aplicar nuevos modelos que con el tiempo mitiguen, de manera evidente el uso desaforado de recursos naturales y la disminución constante y escalonada de la contaminación. Esta responsabilidad recae principalmente en manos de líderes de todos los campos políticos, empresariales, académicos, sociales, etc., que logren implementar de manera efectiva y generalizada procesos nuevos de producción y de concientización del consumidor.

Por supuesto, para lograr la sostenibilidad, uno de los aspectos más importantes es eliminar la sobre explotación de los recursos naturales, que se utilizan para fabricar los productos y bienes que consumimos. Dentro de la actividad realizada se tuvo en cuenta la trazabilidad del

impacto ambiental y entendiendo ¿ por qué hoy está amenazando la vida en el planeta?, y que ha llevado hoy en día a que las naciones de este mundo tengan en cuenta dentro de sus actividades cotidianas y se ajusten en respuesta a la preservación y conservación del medio ambiente, adicional dentro de las políticas de las organizaciones y del Estado se debe trabajar en mancomún para fortalecer las finanzas privadas y públicas enfocadas a finanzas verdes y con la finalidad de ir migrando a las energías renovables.

Aplicación

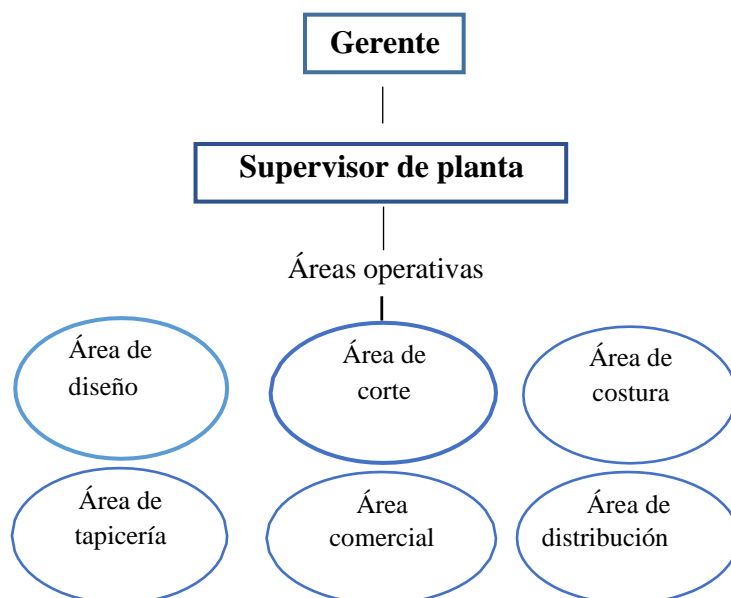
Tabla 1

Marco institucional Muebles tu Hogar

Marco institucional	
Nombre de la empresa	Muebles tu hogar ; empresa familiar creada en 2008 con más de 14 años en el mercado de la fabricación de muebles para el hogar, transformando la materia prima como madera, tela, algodón, cueros sintéticos entre otros.
Sector	Industrial (Manufactura) del sector secundario, transformación de materias primas para la fabricación de nuevos productos (muebles de madera para el hogar).
Ubicación	Bogotá, localidad de Tunjuelito, barrio San Carlos (cra 16b No 55 – 14)
Misión	Ofrecer productos innovadores y de alta calidad para una satisfacción total de nuestros clientes y hacernos cada vez más competitivos en el mercado local y nacional suministrando mobiliarios de calidad y una variedad de surtido , precios competitivos, sugerencias, entrega puntual y servicios post-venta, apoyados en un personal y tecnológica, certificando la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa
Visión	Para el año 2030 muebles tu hogar se posicionará como líder en la industria de muebles para el hogar a nivel nacional, equipando los espacios de los hogares colombianos y manteniendo un crecimiento continuo y rentable en todas nuestras líneas de producto
Valores	Honestidad, calidad, puntualidad, transparencia, innovación, actuación empresarial y respeto por el medio ambiente

Estructura organizacional

(Pequeña empresa, menos de 50 funcionarios)



Nota. Esta tabla muestra el marco institucional de la empresa muebles tu hogar
Fuente: Autoría grupal

Metodología

La metodología usada en esta actividad está enfocada de manera cualitativa y de observación que nos permitirá usar como Instrumento aplicado las Entrevistas y otras fuentes de consulta, como la Norma y escenarios similares para identificar y proponer acciones de mejora para aplicar en las distintas áreas de la compañía MUEBLES TU HOGAR en el cumplimiento efectivo de la ISO 26000.

Tabla 2*Diagnostico empresa Muebles tu Hogar*

Análisis de resultados			
	Pilares	Porcentaje de cumplimiento	Observación
1	Gobernanza de la organización	50%	
2	Derechos Humanos	30%	
3	Prácticas laborales	30%	
4	Medio ambiente.	30%	
5	Practica Justas de operación	60%	
6	Asunto de consumidores	60%	
7	Participación activa y desarrollo de la comunidad	50%	
8	Promedio de cumplimiento	44%	

-

Como resultado de aplicar la herramienta de la ENCUESTA podemos mencionar que el resultado de cumplimiento a nivel general está en promedio del 44%, consideramos que hay varios escenarios a intervenir para la mejora que abarcan el área Administrativa hasta la de producción y atención al cliente, sea la oportunidad de sugerir o proponer como asesores administrativos planes de mejora que ayuden a potencializar los procesos y a minimizar los movimientos innecesarios enfocados en la RSE que siempre deben aplicar para garantizar un futuro sostenible.

Nota. Esta tabla muestra los resultados que se obtuvieron a través de la encuesta realizada

Fuente: Autoría grupal

Análisis de la entrevista a la empresa Muebles tu Hogar

Una vez aplicada la entrevista a la empresa MUEBLES TU HOGAR en el área administrativa se entrevistó a la gerencia y en el área operativa se entrevista a un colaborador para identificar y evaluar si la compañía cumple con los parámetros para la implementación de la norma ISO 26000; se pudo evidenciar que se tienen falencias por desconocimiento de la norma y a su vez oportunidad en plan de mejora para su implementación, desde el área de gerencia hasta la operativa. Porcentaje de cumplimiento para esta variable **gobernanza** de la organización es del 50%

Con respecto a los **derechos humanos** se evidencio que bajo las respuestas del colaborador y la observación del entrevistador el indicador se cumple al 30% ya que no hay un proceso formal de cómo manejar e interpretar situaciones de acoso laboral.

Una recomendación para que este indicador mejore se debe implementar un conducto regular donde el primer filtro sea el supervisor operativo, ya que se evidencia que el gerente asume la responsabilidad de todas las áreas, el supervisor debe tomar una capacitación de resolución de conflictos en el campo laboral para que fortalezca criterios e identificar, si los derechos del colaborador han sido vulnerados, adicional se debe implementar un reglamento interno de trabajo el cual todo colaborador debe conocer, para no incurrir en faltas tanto en sus labores como con sus compañeros y jefes, se debe establecer un comité de convivencia, y establecer un formato de PQRS, donde todo quede por escrito y eliminar la informalidad que se viene manejando.

De acuerdo con las **prácticas laborales** según lo observado y las respuestas del personal se puede evidenciar que los trabajadores no utilizan los elementos de protección personal (EPP)

adecuados y tampoco ejecutan tareas de manera idónea y hacen caso omiso a las instrucciones del proceso por cada rol. El nivel de cumplimiento es del 30%.

Como plan acción de mejora se debe implementar un manual de actividades por cada rol, adicional se implementen controles para evidenciar el uso correcto de la dotación de los implementos de seguridad y de las herramientas que usan para la labor. Se debe capacitar al colaborador sobre la actividad para la cual se contrató independiente de su experiencia para el correcto uso de las herramientas de trabajo y hacer los respectivos controles periódicos. Otra acción de mejora es delimitar las zonas de trabajo por área identificándolas con sus respectivas señales.

Con respecto al medio ambiente durante la entrevista se observó y se validó que este criterio cumple con un porcentaje del 30% debido a que la empresa solo realiza un manejo de residuos de aserrín, reutilizándolos en abono para galpones. En otros aspectos Como manejo de desperdicios como: cuero, pintura, pegante, y el manejo inadecuado de los servicios públicos como el agua y la luz, se nota un elevado gasto de estos insumos y servicios que a su vez afectan directamente los costos de producción. Se sugiere como acción de mejora realizar capacitación a todo el personal enfocado al manejo de residuos para mejorar su actividad en pro del ahorro y el buen uso de insumos de producción y una correcta disposición final

Según la entrevista y lo observado para las variable de prácticas justas de operación la empresa está trabajando para evitar las malas prácticas y mantener la ética empresarial que la identifica, evitando competencia desleal, el uso de materias primas e insumos de mala calidad, de publicidad engañosa, adicional cumplir con las garantías del producto según las condiciones de venta y mantener productos con estándares de calidad dentro de los compromisos ,manejar una atención al cliente de una manera óptima con canales de comunicación para la atención de

PQRS, por tal motivo su porcentaje de cumplimiento es del 60%, como acción de mejora se propone exigir a los proveedores la documentación legal donde consten que están autorizados para el comercio de las materias primas e insumos que adquieren con los mismos y adicionalmente invitarlos a que hagan parte de los programas de RSE que se lleguen a implementar de manera voluntaria.

Según la entrevista y lo observado para la variable **asunto del consumidor** dentro de la política integral se destaca que el cumplimiento a uno de nuestros valores que es la transparencia es informar al consumidor la vida útil del producto adquirido describiendo los componentes de fabricación, y a su vez el manejo y cuidado que le debe dar al artículo para garantizar el buen uso y la conservación de este, obteniendo como resultado la satisfacción del cliente, el porcentaje de cumplimiento de esta variable es del 60%. Se propone como acción de mejora crear una página web donde se pueda encontrar información de los productos y de la empresa; entregar un manual donde se le informa al cliente los materiales con los que se realizó el producto y las recomendaciones para el buen uso.

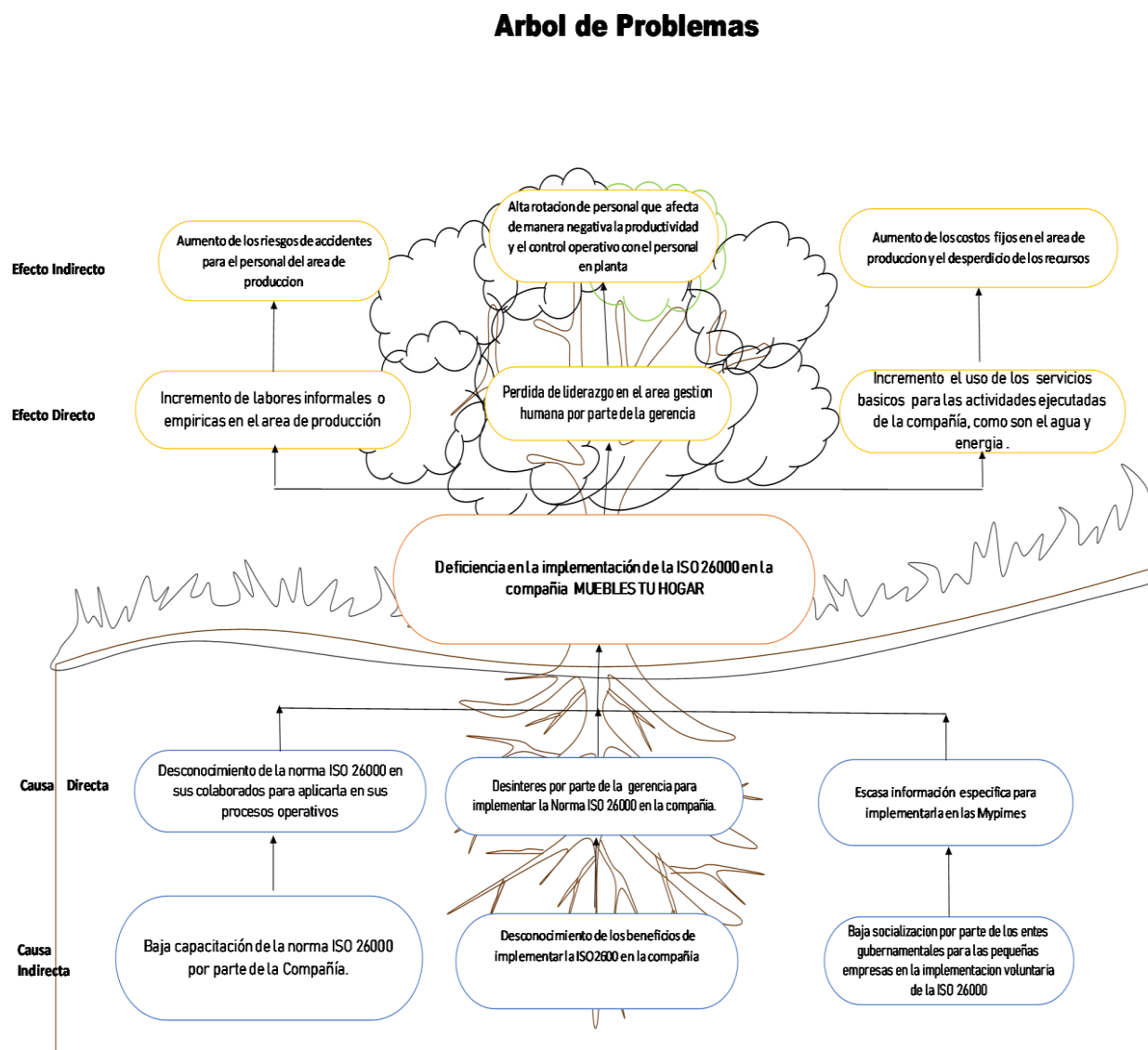
De acuerdo a lo observado durante la entrevista este indicador de **participación activa y desarrollo de la comunidad**, tiene un cumplimiento del 50% ya que solo se le presta ayudas a los colaboradores de la empresa por medio de kits escolares y para la comunidad donde desarrolla sus actividades se evidencia poca interacción, se propone como acción de mejora iniciar un proyecto de acercamiento hacia la comunidad, inicialmente y como primer objetivo se realizará una jornada de reparación y mantenimiento a los pupitres a escuelas del sector para mejorar la calidad de vida de los estudiantes. O adicional se propone organizar un cronograma cada 6 meses para la ejecución de programas de forestación y se invita a la comunidad del

entorno cercano a la empresa para que participen y se involucren en la responsabilidad social compartida.

Matriz de marco lógico

Figura 3

Árbol de problemas Muebles tu Hogar

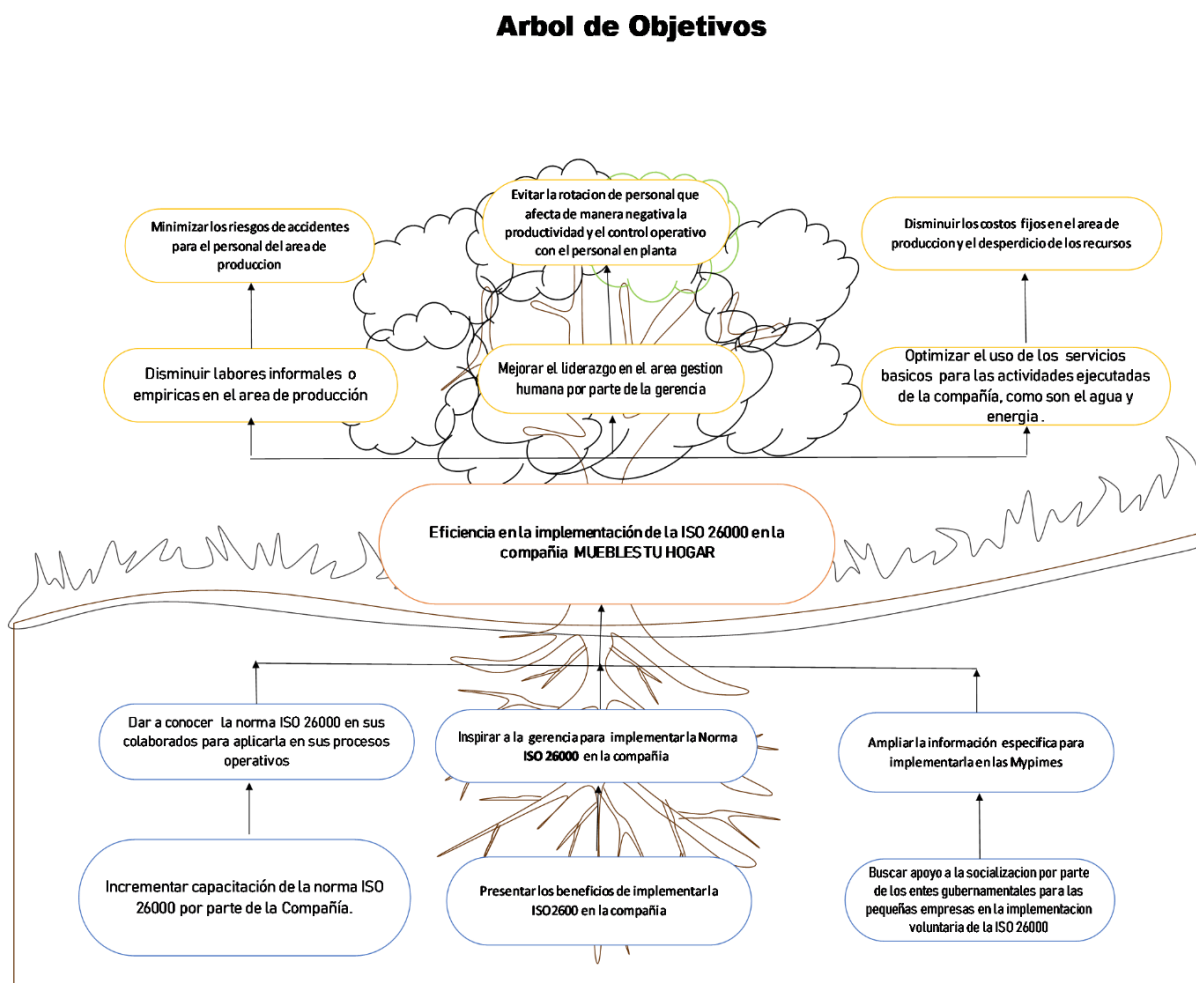


Nota. Esta imagen nos indica el problema principal de la empresa, así como sus causas y efectos.

Fuente: Autoría grupo

Figura 4

Árbol de Objetivos Muebles tu Hogar



Nota. Esta imagen nos muestra las oportunidades de mejora que surgieron del árbol de problemas.

Fuente: Autoría grupal

Figura 5*Mapa estratégico Muebles tu hogar*

Nota. Esta tabla muestra las estrategias que se van a utilizar para mejorar la implementación de la norma ISO 26000.

Fuente: Autoría grupal

Plan De Mejoramiento

Tabla 3

Plan de acción y de seguimiento para la empresa Muebles tu Hogar

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Disminuir costos de producción	Mantenimiento general eléctrico (cambio de bombillas ahorradores de energía) mantenimiento tuberías y griferías (cambio de grifería que regulen el paso de agua)	3 meses	\$1.000.000	Gastos año anterior / gastos año presente X 100
		Realizar mantenimientos preventivos a maquinaria para evitar arreglos correctivos y desperdicio de materia prima.	6 meses	500.000	Gastos año anterior / gastos año presente X 100
Social	Intervenir eficazmente problemáticas sociales del entorno	Capacitar a sus colaboradores para mejorar sus habilidades y conocimientos actualizando el rol en sus funciones realizadas para la compañía. Por capacitadores externos.	anual	\$1.000.000	Porcentaje de personas inscritas / porcentaje de personas capacitadas

		Realizar convenios con la alcaldía local para dar Capacitación en temas de ebanistería y trabajo de maderas a personas interesadas del entorno.	4 meses	800.000	Porcentaje de personas inscritas / porcentaje de personas capacitadas
Ambiental	Generar campañas relacionadas con la conservación del medio ambiente	Planificar Jornadas con la alcaldía local para la siembra de 100 árboles convocando a la comunidad.	anual	\$2.800.000	Meta de 100 árboles /Cantidad de árboles sembrados.
		Capacitación de todo el personal de la compañía en temas de reciclaje, reutilización y correcta disposición final de material sobrante.	anual	\$250.000	Porcentaje de personas inscritas / porcentaje de personas capacitadas

Nota. Esta tabla muestra cómo se aplican las acciones de mejora según las estrategias propuestas.

Fuente: Autoría grupal

Conclusiones

La empresa analizada demuestra el poco o nulo interés por parte de su propietario en temas de responsabilidad social empresarial, lo anterior se presenta primordialmente a que la ausencia de RSE no representa ningún problema para sus operaciones pues estas están sujetas a la normatividad legal vigente en conceptos netamente obligatorios y se percibe como un gasto innecesario. La compañía ignora por falta de conocimientos en estos temas sobre las ventajas que se pueden dar a largo plazo, sobre todo las competitivas en un mercado que día a día se encuentra más informado en temas sociales, económicos y ambientales que rodean su consumo y las consecuencias de no exigir a los oferentes de productos y servicios una producción más responsable y sostenible.

Para contrarrestar esta problemática, que, en sí, es de grandes proporciones debido a que las pequeñas empresas representan un gran tejido en la actividad económica del país es importante una intervención interinstitucional gubernamental, académica y financiera que incentive a estas pequeñas compañías a tomar la responsabilidad social empresarial como una inversión para su futuro y el de sus familias.

Referencias Bibliográficas

Argentina, M. d. (2012). *argentina.gob.ar*.

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia_nacional_de_consumo_y_produccion_sostenibles.pdf

Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial. Yucatan.

Climetria. (2018). *Climetria.com*. <https://www.climetria.com/2020/04/06/desarrollo-sostenible-en-la-empresa/>

cprac.org. (s.f.). *cprac.org*. <http://www.cprac.org/es/sostenible/produccion/mas-limpia>

ESPIN, R. A. (2015). *NANOPDF.COM*. https://nanopdf.com/download/cd-6455pdf_pdf

Europea, C. (2001). *Comision Europea*.

Europea, C. (2014). *Comisión Europea*.

Freeman. (1983). *Margaret Mead and Samoa : the making and unmaking of an anthropological myth*. <http://hdl.handle.net/1885/114717>

Greenpeace. (21 de enero de 2021). *Greenpeace*.

<https://www.greenpeace.org/mexico/noticia/9492/desarrollo-sostenible-los-beneficios-de-consumir-menos-y-mejor/>

Gutierrez Gonzalz, A. m., & Garzon Rivera, L. A. (2 de AGOSTO de 2016). *UNIVERSIDAD LIBRE*.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9491/TRABAJO%20DE%20GRADO%20ESTRATEGIAS%20DE%20PRODUCCION%20MAS%20LIMPIA%20PARA%20EL%20PROCESO%20DE%20CROMADO%20EN%20LA%20EMPRESA%20ZI.pdf?sequence=1>

jefe, M. p. (6 de julio de 2016). *mi propio jefe*. <https://mipropiojefe.com/estrategia-kenichioh-mae/#:~:text=El%20pensamiento%20estrat%C3%A9gico,pueden%20sobrevivir%20a%20desventajas%20competitivas.>

Metropol.gov.co. (s.f.). *Área Metropolitana del Valle de Aburrá*.

<https://www.metropol.gov.co/ambiental/Paginas/consumo-sostenible/Produccion-y-consumo-sostenible.aspx>

Miranda-cuellar, b.-G.-c. c.-m. (2021).Nomitek. (2019).

oneplanetnetwork.org. (2019). *oneplanetnetwork.org*.

<https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/briefings.pdf>

Perú, M. d. (2009). *Guía de Ecoeficiencia para*. LIMA, PERU.

https://www.minam.gob.pe/calidadambiental/wp-content/uploads/sites/22/2013/10/guia_de_ecoeficiencia_para_empresas.pdf

pige, & benoit. (DICIEMBRE de 2012).

<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>

Verde, E. I. (2005). *Verde, El libro*. Europa.

zarate, D. (2021). *Hubspot*. <https://blog.hubspot.es/sales/plan-de-accion-empresa>

Apéndice

Apéndice A. Entrevista

Entrevista empresa muebles tu hogar		
Ficha Técnica	# Preguntas	14
	Entrevistador	Jorge Bejarano
	Entrevistados	Gerente
		Colaboradores
	Fecha	Sábado, 15 De Octubre De 2022
ENTREVISTA	El Entrevistador Se Reunirá Con Las Partes Con Cita Previa, Efectuará Las Preguntas Y Realizará Observación Si Se Cumple Con Los Procesos	
Pregunta 1		
¿La gerencia tiene en cuenta las opiniones o sugerencias de sus colaboradores para toma de decisiones en el mejoramiento de los procesos?		
Pregunta 2		
¿Cuáles son las herramientas que utiliza la organización para la implementación de la RSE		
Pregunta 3		
¿Ha sentido alguna presión por parte de un superior o compañero de trabajo en contra de su libertad o derechos?		
Pregunta 4		
¿Si se presenta un caso discriminatorio conoce usted el procedimiento a seguir?		
Pregunta 5		
¿Con que frecuencia da capacitaciones prevención de accidentes y enfermedades laborales?		
Pregunta 6		
¿Cuántos accidentes y/o enfermedades laborales se han presentado el último año?		
Pregunta 7		

¿Cree que el programa ecológico que se implementó en su proceso ha servido para disminuir el desperdicio y ayuda al medio ambiente
Pregunta 8
¿Cómo participa la empresa en la forestación de su entorno?
Pregunta 9
¿la aplicación de los controles para identificar amenazas ha funcionado para crear conciencia de prevención y mitigación del riesgo?
Pregunta 10
¿Los precios de sus productos son similares a los de sus principales competidores?
Pregunta 11
¿Les brinda a sus clientes la información necesaria para alargar la vida útil probable de sus productos?
Pregunta 12
¿Les brinda información a sus clientes sobre los insumos de producción y ciclo de vida del producto?
Pregunta 13
¿Cuántos empleos ha generado la compañía desde su fundación?
Pregunta 14
¿Ha realizado donaciones en dinero, mano de obra o productos?