

Análisis de Responsabilidad Social Empresarial a la empresa Tenaris Tubocaribe Ltda.

bajo aplicación de la Norma ISO 26000

Miguel Angel Freite Pizarro

Egled Peñaranda Tellez

Fray José Garay Peralta

Marcos Herrera Morales

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y De Negocios - ECACEN

Administración de empresas

2023

**Análisis de Responsabilidad Social Empresarial a la empresa Tenaris Tubocaribe Ltda.
bajo aplicación de la Norma ISO 26000**

Miguel Angel Freite Pizarro

Egled Peñaranda Tellez

Fray José Garay Peralta

Marcos Herrera Morales

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

2023

Resumen

RSC, aborda diversos conceptos y características, las más relevantes en el ámbito empresarial, se entiende como el cambio del desarrollo empresarial y el impacto ético en las acciones de la organización, la contribución a la salvaguarda del entorno natural, la biodiversidad, y su relación con la sociedad. Así, para establecer la funcionalidad de un proyecto, ya sea productivo, de infraestructura social o de infraestructura económica, es primordial contar con la certeza de solución al problema previamente identificado, esto facilita y ayuda a transmitir la confianza necesaria a los inversionistas, quienes además de aportar capital económico también sentirán la satisfacción de contribuir positivamente al progreso de una sociedad determinada.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Gestión estratégica, Marco Lógico, Mapa estratégico, Plan de acción.

Abstract

CSR addresses various concepts and characteristics, the most relevant of which in the business sphere are understood as the change in business development and the ethical impact of the company's actions, its contribution to safeguarding the natural environment, biodiversity, and its relationship with society. Thus, to establish the functionality of a project, whether productive, social infrastructure or economic infrastructure, it is essential to have the certainty of solution to the problem previously identified, this facilitates and helps to convey the necessary confidence to investors, who in addition to providing economic capital will also feel the satisfaction of contributing positively to the progress of a given society.

Key words: Strategic Management, Logical Framework, Strategy Map, Corporate Social Responsibility (CSR), Action Plan.

Tabla de Contenido

Introducción	12
Justificación	13
Objetivos.....	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
Línea de Tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico	15
Resumen sobre las características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la RSE	16
Póster gobierno corporativo	19
Gestión Organizacional Base Para Una Producción Mas Limpia y Consumo Sostenible	20
Marco institucional.....	27
Diagnostico.....	29
Metodología	34
Tipo de Investigación	34
Población y muestra	35
Técnica e Instrumento y Fuentes de Información	35
Muestra.....	35
Aplicación del instrumento	37
<i>Sexo</i>	37
<i>Edad</i>	37
<i>Nivel Jerárquico</i>	38
<i>Programa de RSE</i>	38

<i>Capacitaciones en RSE</i>	39
<i>Política de la empresa</i>	39
<i>Quejas y sugerencias</i>	40
<i>Programas de Bienestar y adopción de cambios</i>	40
<i>Aplicación de los programas en la empresa</i>	41
<i>Evaluación, reducción y mitigación de riesgos de impacto ambiental</i>	41
<i>Acciones de prevención y mitigación de riesgos del año anterior</i>	42
<i>Políticas contra la corrupción</i>	42
<i>Prácticas anticorrupción socializadas por la empresa</i>	43
<i>Programas de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores</i>	43
<i>Quejas y reclamos de los consumidores</i>	44
<i>Quejas y reclamos de consumidores resueltos</i>	44
<i>Participación Ciudadana</i>	45
<i>Eventos realizados</i>	45
Nivel de cumplimiento	46
Análisis del Nivel de Cumplimiento	48
Matriz de Marco Lógico.....	50
<i>Árbol de Problemas</i>	50
<i>Árbol de Objetivos</i>	53
<i>Cuadro de stakeholders relacionados con la organización</i>	55
<i>Mapa de Estrategias</i>	57
Plan de acción y de seguimiento	59
Conclusiones	62

Referencias Bibliográficas	63
----------------------------------	----

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Marco institucional</i>	27
Tabla 2 <i>Diseño del instrumento</i>	29
Tabla 3 <i>Nivel de cumplimiento</i>	46
Tabla 4 <i>Cuadro de stakeholders relacionados con la organización</i>	55
Tabla 5 <i>Plan estratégico de RSE</i>	60

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Evolución del pensamiento estratégico</i>	15
Figura 2 <i>Poster gobierno corporativo</i>	19
Figura 3 <i>Cronograma de actividades</i>	36
Figura 4 <i>Genero</i>	37
Figura 5 <i>Edad</i>	37
Figura 6 <i>Nivel Jerárquico</i>	38
Figura 7 <i>Programa RSE</i>	38
Figura 8 <i>Capacitaciones en RSE</i>	39
Figura 9 <i>Política de la empresa</i>	39
Figura 10 <i>Quejas y sugerencias</i>	40
Figura 11 <i>Programa de Bienestar y adopción de cambios</i>	40
Figura 12 <i>Aplicación de los programas en la empresa</i>	41
Figura 13 <i>Evaluación, reducción y mitigación de riesgos de impacto ambiental</i>	41
Figura 14 <i>Acciones de prevención y mitigación de riesgos del año anterior</i>	42
Figura 15 <i>Políticas contra la corrupción</i>	42
Figura 16 <i>Prácticas anticorrupción socializadas por la empresa</i>	43
Figura 17 <i>Programas de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores</i>	43

Figura 18 <i>Quejas y reclamos de los consumidores</i>	44
Figura 19 <i>Quejas y reclamos de consumidores resueltos</i>	44
Figura 20 <i>Participación Ciudadana</i>	45
Figura 21 <i>Eventos realizados</i>	45
Figura 22 <i>Nivel de cumplimiento</i>	47
Figura 23 <i>Árbol de Problemas</i>	52
Figura 24 <i>Árbol de Objetivos</i>	54
Figura 25 <i>Mapa estratégico</i>	58

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Encuesta Diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial RSE</i>	65
--	----

Introducción

Se presentan tres capítulos que abordan diferentes aspectos asociados a la gestión estratégica de RSE. En el primer capítulo, se realiza una conceptualización de la transformación del pensamiento estratégico en el transcurso de la historia, resumiendo propiedades, componentes y métodos para administrar estratégicamente la RSE.

El segundo capítulo, muestra la implementación práctica de la RSE en una empresa elegida. Presentando su marco institucional, un diagnóstico realizado a través de la aplicación de una herramienta de captación de información, marco lógico con árbol de problema y objetivo y un mapa estratégico que incluye dimensiones o facetas económicas, sociales y ambientales, así como los stakeholders relevantes.

Finalmente, en el tercer capítulo se presenta plan estratégico que incluye acciones y seguimiento con explicaciones detalladas. El libro ofrece una visión completa y práctica para la gestión estratégica de RSE y herramientas útiles para su implementación en empresas y organizaciones.

Justificación

Esta investigación se lleva a cabo, ya que es una problemática, que para la empresa Tenaris Tubocaribe Ltda., presenta una alta relevancia por el mejoramiento de sus procesos organizacionales en el que se establezcan procedimientos adecuados para orientarse al cumplimiento de objetivos teniendo en cuenta los grupos beneficiarios, “facilitando así una comunicación eficaz entre los grupos de interés o partes interesadas”.(Sánchez, 2007).

Se constituye como una propuesta que permita evidenciar la importancia, preocupación y acciones de mejora que se deben tener en cuenta, para evitar que las relaciones con los Stakeholders se vean afectadas y de igual manera contribuir al sostenimiento del medio ambiente, lo cual permitirá plantear las estrategias requeridas para afianzar las soluciones que aportaran al cumplimiento y fin del proyecto.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la aplicación del programa de Responsabilidad Social Empresarial desde sus siete dimensiones y obtener un diagnóstico de mejora en su ejecución en la empresa Tenaris Tubocaribe Ltda.

Objetivos Específicos

Elaborar un diagnóstico sobre la RSE que permita establecer las variables a mejorar y las acciones a implementar por parte de la empresa Tenaris Tubocaribe Ltda.

Identificar los problemas en la ejecución actual del programa de RSE en la empresa y establecer nuevos objetivos de mejora.

Formular las estrategias a desarrollar para orientar a la empresa en la mejora continua, considerando los resultados obtenidos en el análisis.

Línea de Tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico

Figura 1

Evolución del pensamiento estratégico



Fuente. Elaboración Propia.

Resumen sobre las características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la RSE

Es importante tener claro el concepto relacionado con la gestión estratégica y la (RSE), la cual surge de la estrategia en la que están basados los métodos, acciones, tareas, alternativas para que las empresas puedan tener un resultado positivo en beneficio de sí misma y de los alrededores de esta.

Al considerar los cambios que se han venido evidenciando por parte de los consumidores al momento de elegir que comprar y/o consumir, así mismo su interés por los valores sociales asociados a determinadas acciones de consumo responsable y sostenible, es como se refleja en las organizaciones la prioridad de ofrecer bienes y servicios responsables con la sociedad, que además de otorgarles una satisfacción plena de sus necesidades, sientan que están aportando a un bien mayor, el cual se verá reflejado en sus entornos, en poblaciones vulnerables que no cuentan con los medios suficientes para mejorar su calidad de vida.(Marulanda & Rojas, 2019).

Es así como las empresas se han volcado a tener un mejor conocimiento de sí mismas, esto con el fin de diseñar estrategias que las lleven a procesos más eficientes, donde las ventajas competitivas que tienen se asimilen de manera consciente y les dé la oportunidad de aprovecharlas para determinar de manera clara el rumbo a seguir, teniendo en cuenta que el mercado constantemente se encuentra en procesos de cambios debido al ente generador de consumo (los demandantes), es así que las organizaciones se han transformado a hacer uso de un enfoque social en el que lleguen a satisfacer no solo necesidades comerciales banales, sino a soluciones de fondo para las diferentes problemáticas sociales que aquejan a una población, en

las que sobresalen la inseguridad, falta de servicios públicos, alimentación, salud, educación y convivencia.(Marulanda & Rojas, 2019)

“La responsabilidad social empresarial se trata de una nueva filosofía empresarial basada en el compromiso de la empresa hacia sus trabajadores y hacia la sociedad en general. De esta manera, entre sus objetivos, se busca mejorar la calidad del entorno social y del medio ambiente. se trata de generar un impacto positivo que encierre practicas no solo de competitividad, sino también de sostenibilidad”.,(Martínez, 2014).

Existen varios conceptos y características, una de las más importantes en el medio empresarial, se entiende como el cambio del desarrollo del negocio y el impacto ético en el accionar de la organización, la contribución a salvaguardar el entorno natural y la biodiversidad, que actualmente no han sido explotados de manera responsable como consecuencia del consumo masivo, de igual manera promover los derechos de los empleados, la introducción social y el progreso productivo de los ciudadanos; teniendo en cuenta que la RSE se focaliza en los criterios de cuidado al sistema ambiental, condiciones laborales de sus trabajadores y apoyo a la comunidad.(ASTURIAS CORPORACIÓN UNIVERSITARIA, 2018).

Se debe tener claridad que este proceso de gestión no busca perseguir intereses empresariales y aumento de ganancias, sino de transmitir un cambio social por tomar conciencia sobre el consumo y así verla como una inversión, que permite mejorar la relación con los stakeholders. La RSE debe ser integrada tanto en la gestión estratégica como en la habilidad de la empresa, ya que su implementación permite beneficios simultáneos.(Luis & Fernández, 2013).

“La gestión estratégica de RSE también requiere de verdaderos líderes que quieran hacer de sus negocios, negocios socialmente responsables mediante técnicas, estratégicas, entre otros. Es necesaria la planificación estratégica como herramienta de la dirección de la empresa para

fijar planes dirigidos al largo plazo pensados en el mercado, en los recursos, en los stakeholders, etc.”. (Martínez J., 2016).

De tal manera que las empresas actuales se deben enfrentar a una necesidad mayor y es la adaptación a los cambios de la sociedad, llegando a los valores de cada consumidor para asimilar el rumbo del mercado, ya que se depende estrictamente de la oscilación de emociones, gustos y necesidades de cada individuo, de tal manera que las estrategias de mercadotecnia se transforman amoldándose a los cambios acelerados del mercado objetivo que desean conquistar.(Marulanda & Rojas, 2019).

Póster gobierno corporativo

Figura 2

Poster gobierno corporativo

EL GOBIERNO CORPORATIVO

su importancia

¿Que es?

El gobierno corporativo son las estructuras y procesos para la adecuada dirección y control de las empresas, que contribuyen a la generación de valor y a su desarrollo sostenible al mejorar su performance y su acceso a las fuentes de capital. (International Finance Corporation - IFC)

Sistema que reúne un conjunto de actividades que están dirigidas a la administración de la empresa y la relación entre todos los actores que la componen como son: accionistas, directivos y demás agentes económicos stakeholders

Importancia

El GC conjuga la normatividad y procesos que regulan la operatividad de la organización de forma ética y legal, mediante el establecimiento de responsabilidades, obligaciones y derechos de los actores intervinientes, con el objetivo de optimizar el rendimiento de la empresa y mejorar su rentabilidad

Principios básicos

- Eficiencia: generar el máximo valor con los mínimos recursos.
- Equidad: tratar igual a los accionistas o socios
- responsable: atender sus obligaciones y demás compromisos adquiridos.
- Transparencia: dando a conocer toda la información relevante a los interesados.

Características

- Propietarios: responder a todos los grupos de interés (Stakeholders), garantizando su gestión con altos estándares de idoneidad. (Rosso, 2018).
- Administrador: conocer su actuación dentro del marco legal que permite la actividad económica, favoreciendo los intereses de accionistas alejándose de cualquier conflicto de interés. (Rosso, 2018).

- Fundamentado en tres dimensiones: propiedad, administración y supervisión
- Transparencia que genera confianza
- Estructura procesos
- Eficiencia y equidad

Aporte al bienestar humano

Es así como podemos señalar algunos aportes al bienestar humano:

- Razonamiento moral intacto.
- Permite reflexionar sobre el desarrollo del propio carácter moral.
- Que cada miembro de la organización exija el cumplimiento de sus derechos, pero sin olvidar así mismo el cumplimiento de sus deberes. (Tabra Ochoa, 2015).

El gobierno corporativo desde la perspectiva de responsabilidad social y su desarrollo desde la ética, aporta desde su práctica empresarial dentro de los lineamientos y reglas establecidas al desarrollo organizacional maximizando sus beneficios y aportando al bienestar colectivo social con prácticas responsables y generación de bienestar.

Referencias

- El gobierno corporativo. (2020). [sisbib.unmsm.edu.pe](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/data/publicaciones/quipukamayoc/2008_1/a02.pdf). Recuperado 26 de febrero de 2022, de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/data/publicaciones/quipukamayoc/2008_1/a02.pdf
- Rosso, J. W. (2018). El gobierno corporativo: teoría y evidencia empírica. Editorial UPTC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/1314787?page=10>.
- Soto, D. & Soto, D. (II.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/675877?page=17>.
- Soto, D. & Soto, D. (II.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores. 17-64. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/675877?page=17>
- Fernández Izquierdo, M. A. (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/532587?page=18>.

Fuente. Elaboración Propia.

Gestión Organizacional Base Para Una Producción Mas Limpia y Consumo Sostenible

Considerando el grado de innovación y crecimiento en la producción que esto genera, se ha venido trabajando en procesos de mejora del ambiente, debido a la preocupación mundial por el bienestar y desarrollo universal sostenible, esto a través de una estrategia ambiental conocida como PML (Producción más limpia), la cual involucra elementos básicos como los aspectos económicos, sociales y de ambiente que promuevan la solución a las necesidades de la sociedad presente, sin dejar de lado que no se debe afectar a aquellas generaciones futuras en cuanto a sus procesos de satisfacción.(Hoof, 2008). Es así como el consumo y la producción van de la mano del desarrollo económico de la sociedad, al igual que la utilización de materias primas entre las cuales se encuentran los recursos naturales y energéticos, lo que ha generado a nivel mundial un desequilibrio al medio ambiente por el uso excesivo e irracional de dichos recursos; todos estos factores trascienden y se hace necesario por parte de los gobiernos introducir políticas de gestión, programas y estrategias encaminados al cambio de los procesos productivos de las organizaciones.

“La huella material, entendida como la cantidad total de materia prima extraída para consumo final, ha aumentado un 113% desde 1990. La demanda de materiales no se ha separado del crecimiento de la población ni del crecimiento del PIB en todo el mundo. Es imperativo invertir cuanto antes esta tendencia estableciendo medidas urgentes para frenar una sobreexplotación de los recursos y por tanto una mayor degradación del medioambiente.” (Mundial, n.d.), para frenar la explotación excesiva de recursos con miras a disminuir el deterioro del medio ambiente, es necesario que el consumo de la población sea transformado y que apunte a la consecución de un mejor ambiente en el planeta, con políticas implementadas de dirección y gestión por parte de organismos gubernamentales que sean ejecutadas desde las

direcciones de las empresas u organizaciones productivas, donde se genere conciencia en el uso controlado de las materias primas y demás factores que influyen en la producción y que este sea utilizado de forma racional por el consumidor hasta llegar al final de su vida, generando el menor daño posible en su intervención con en el ambiente.

“Para tener más claridad del tema y entrar un poco más en contexto, se considera en primera medida tener una noción clara acerca de la producción limpia y el consumo sostenible; de tal modo que, es importante referenciar un concepto de la producción limpia, asociado a la perspectiva del área organizacional”.

Ashton et al. (2016), referencia que “El desarrollo es inevitablemente, un proceso que consume recursos del mundo biofísico para satisfacer las necesidades humanas; sin embargo, debido a los efectos ambientales negativos generados, se han planteado diferentes iniciativas desarrolladas por empresas y autoridades ambientales, entre otros sectores involucrados, con el fin de enfocar la investigación hacia la optimización y mejoramiento de procesos empresariales existentes, así como el desarrollo de nuevas estrategias que promuevan la innovación tecnológica y la sostenibilidad empresarial.”(Bernal Figueroa, A. A., Beltrán Parada, C. J., & Márquez Márquez, 2015)

Con este concepto se evidencia con mayor claridad lo que se quiere llevar a cabo aplicando la producción limpia, ya que las empresas a nivel mundial están consumiendo los recursos biofísicos del planeta para darle solución a la demanda que generan los mercados; es por eso que desde esta perspectiva se puede notar la gran importancia de aplicar realmente una producción limpia en las empresas, así como su actualización en infraestructura con máquinas de producción más modernas que optimicen los procesos de producción, es decir, hacer más con menos recursos.

“De tal manera que, al implementar el esquema completo del desarrollo sostenible, es decir, la integración de los elementos básicos en conjunto, se establecerá el balance único de los intereses que representan, considerando la base de los servicios que aportan para la vida, el abastecimiento de recursos es así como se establece la importancia del desarrollo sostenible al procurar el menor impacto posible cuando se requieren satisfacer dos o más necesidades”. (Hoof, 2008). Un ejemplo de estas situaciones es cuando se presenta la necesidad de suplir aspectos básicos de la población como la necesidad de imprimir más libros para la promoción del conocimiento humano, pero también existe la necesidad de preservar los bosques, generando así un conflicto que pone a prueba los niveles de producción de la industria frente al cuidado ambiental, sin considerar que los recursos que han estado a disposición del ser humano se han venido acabando a una velocidad significativa, donde el principal productor (la tierra), no ha logrado regenerar tales recursos. (Belda Hériz, 2018)

Es así como los cambios sustanciales del medio ambiente se reflejan en los ámbitos económicos y sociales del planeta, toda vez que para mantener una estabilidad entre las tres dimensiones (ambiental, económica y social), se debe contar con un respeto entre sí, concientizándose realmente que los recursos naturales, son agotables, que la salud, educación, biodiversidad y libertad económica, también son un termómetro que determina el desarrollo de una sociedad y que ésta a su vez cuenta con diferencias culturales, entre personas de distintas generaciones y regiones que ven el desarrollo y sostenibilidad de manera distinta, para que así la utilización de recursos naturales bien administrados, permitan suplir las necesidades presentes y el aseguramiento de las necesidades futuras de la población. (Ortiz de Mendivil Llano, 2012)

“La PML es una estrategia de gestión ambiental aplicada a los procesos, productos y servicios que implica la optimización, modificación o cambio de los mismos; sin embargo, su

implementación no debe ser vista como un gasto, sino por el contrario, como una actividad que genera eficiencia, productividad y ahorros económicos. Si el proceso es formulado de manera adecuada, la implementación de la PML viene de la mano de la optimización de procesos y ahorro de costos, mejoramiento de la eficiencia operativa, mejor calidad y consistencia de los productos, reducción de residuos y, por fin, reducción de costos asociados a su correcta disposición, y/o el mejoramiento de la imagen de la empresa ante clientes, proveedores, socios, comunidad, entidades financieras, entre otros.”(Tamayo Orbegozo & Vicente Molina, 2007)

Por otro lado, la gestión organizativa relacionada con la fabricación sostenibles debe centrarse en las siguientes actividades; optimizar la calidad de los bienes producidos sin aumentar la degradación ambiental. Separando el desarrollo económico de la deformación ambiental al reducir la intensidad energética y material, de las acciones económicas presentes y disminuir las manifestaciones y los desechos de la extracción, producción, consumo y eliminación.

“Promover la transición de patrones de consumo hacia bienes y servicios menos intensivos en energía y materiales, sin poner en riesgo la calidad de vida. Se utiliza un enfoque de ciclo de vida, que tiene en cuenta el impacto de todas las fases del período de vida de los procesos de producción y consumo. Impedir el efecto playback, que se engendra cuando un aumento de la eficiencia se compensa con un posterior aumento del consumo.” (Serna, Carlos Mario Montoya, 2014)

“los cambios en las conductas ambientales de las firmas no provienen únicamente de presiones regulatorias gubernamentales, sino también de canales de mercado (sean consumidores finales o clientes empresarios), del sector financiero (que crecientemente requiere del cumplimiento de ciertas normas ambientales para tomar decisiones de inversión o

aseguramiento) y de la sociedad civil (ONGs, comunidades locales, vecinos, etc.). Muchas veces estas presiones no regulatorias llevan a la adopción de certificaciones de desempeño, de las cuales las normas ISO 14000 son probablemente el ejemplo más difundido”.(Rovira et al., 2017)

Partiendo de la gestión organizacional se puede resaltar la manera de cómo se puede trabajar en el desarrollo sostenible de una empresa desde el área de gestión organizacional; en lo que hacemos una referencia y se cita: (Arroyave & García, 2007). “lo cual es una estrategia de gestión empresarial preventiva aplicada a productos, procesos y organizaciones, cuyo objetivo es minimizar emisiones o descargas, reduciendo riesgos para la salud humana y ambiental, y elevando la competitividad”. (Gracia-Rojas, 2015). Se nota como esta estrategia juega un papel importante desde el área organizacional, para que una empresa tenga un proceso productivo amigable orientado a un consumo sostenible.

“Las teorías asociadas a la responsabilidad social empresarial, marketing verde, productividad y compromiso organizacional han decretado una serie de lineamientos que se alinean en consonancia con los estándares y las normas de regularización de calidad a nivel internacional, lo que permite echar mano de herramientas renovadas para hacer del proceso logístico un componente activo y sostenible, en consideración a los requerimientos de los entornos productivos. No obstante, el direccionamiento estratégico debe vincular dichas orientaciones para lograr la evolución del proceso logístico y dar así un paso obligado en la era de la globalización y la sostenibilidad.”(Hernández et al., 2020).

Los desafíos ambientales a que se enfrente el planeta son abismales, hace mucho tiempo se ha venido tratando el tema que corresponde a lo que se está ligado el deterioro de diferentes ecosistemas con el crecimiento social y económico de las naciones, es así que se identifican causales que han generado este deterioro entre los cuales podemos mencionar la pobreza y la

desigualdad, los estilos de desarrollo de cada nación que no son adecuados y por último los modelos consumistas que se van generando; todo esto contribuye a que las prácticas empresariales de producción se vean afectadas en el manejo de su gestión empresarial, en los modelos de producción, donde los entes gubernamentales han tenido que adoptar medidas de regulación sobre la producción y utilización de materias primas, buenas prácticas de manufactura y hábitos de consumo responsable, con la implementación de acuerdos, normas, protocolos y demás que deben ser adoptados en la actividad productiva para generar economías sustentables y sostenibles que redunden en un bienestar económico, social y ambiental para el planeta, y así garantizar las perspectivas de vida generaciones venideras enmarcado todo esto en el respeto por la integridad y bienestar del planeta, es allí donde la gestión organizacional se hace imperante y enmarcada en la responsabilidad social, donde se genere desarrollo sostenible de mano de las economías mundiales.

Hecho que se puede lograr al considerar el comportamiento de consumo de las poblaciones actuales, al implementar políticas públicas que permitan educar de manera responsable a la sociedad frente al cambio climático o calentamiento global, debido a la alta demanda que se está generando por el consumo desmedido de elementos básicos para la subsistencia humana como es el alimento, la vestimenta y el transporte, sin embargo no se trata directamente de dichos aspectos, sino de lo que viene con ellos, como son, los empaques, las bolsas, el combustible, “por tanto se debe generar en la sociedad una conciencia que les permita ser responsables de sus actos cotidianos y sus hábitos de consumo”. (Gutiérrez Pérez, C. & Gutiérrez Cánovas, 2009).

En términos generales, la PML es una estrategia que busca con su implementación disminuir el impacto ambiental que ocasionan los sistemas de producción; aun así, se hace

necesario promover su difusión con actividades donde sean integrados todos los procesos de fabricación y de consumo, y hacer entendibles los beneficios que su implementación provoca o genera en la parte social, económica y de medio ambiente, lo que trasciende a un mejor estilo de vida en el planeta.

Marco institucional

Tabla 1

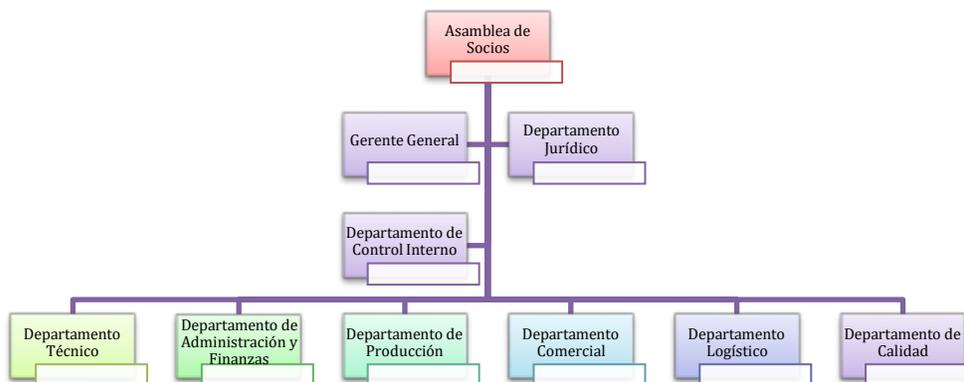
Marco institucional

Nombre de la empresa	Tenaris Tubocaribe Ltda.
Sector	Industrial
Ubicación	“Parque Industrial Carlos Vélez Pombo Km 1 vía Turbaco, Turbaco, Bolívar”. (Tenaris, 2023)
Misión	“Ofrecer valor a nuestros clientes mediante la innovación de productos y procesos, la excelencia en la fabricación, la integración de la cadena de suministro, la asistencia técnica y el servicio al cliente, con el objetivo de reducir los riesgos y costos, aumentar la flexibilidad y mejorar los tiempos de salida al mercado” (Tenaris, 2023)
Visión	“Tenaris está comprometido a construir una cultura corporativa transparente e íntegra basada en comportamiento ético y en cumplimiento con la ley”. (Tenaris, 2023)
Valores	Vocación de Servicio Integridad Sostenibilidad Innovación Trabajo en equipo

Fuente. Elaboración Propia

Estructura

Organizacional



Fuente. Elaboración Propia

Diagnostico

Tabla 2

Diseño del instrumento

Materia Fundamental o variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental	Preguntas (Entre 10 y 15 en total	Instrumento y población objeto de estudio**
Gobernanza de la organización	Programa implementado de RSE	1. ¿Implementa la empresa el programa de RSE? 2. ¿Cuántas capacitaciones al año implementa la empresa orientada a la RSE?	Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TuboCaribe Ltda.
Derechos humanos	Total, quejas o sugerencias del empleado	1. ¿Le ha sido fácil manifestar su desacuerdo con un proceso o política de la empresa? 2. ¿Cuántas sugerencias o quejas ha manifestado a los procesos o políticas de la empresa?	Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TuboCaribe Ltda.

Prácticas laborales	Total, de programas de bienestar y adopción de cambios	<p>1. ¿Implementa la empresa programas de bienestar y adopción de cambios? Por ejemplo: calidad de vida, recreación y deportes, integración social y cultural, promoción y prevención de salud.</p> <p>2. ¿Cuántos programas de bienestar y adopción de cambio identifica se aplican en la organización?</p>	Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TuboCaribe Ltda.
Medio ambiente	Prácticas de Gestión Ambiental	¿La empresa implementa acciones para evaluar, reducir y mitigar los riesgos de impacto ambiental de acuerdo a sus	Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TuboCaribe Ltda.

actividades? Por ejemplo: emisiones a la atmosfera, vertimientos al agua, manejo de residuos, disposición de agentes químicos, contaminantes y riesgosos, otras formas de contaminación.

¿Cuáles acciones de prevención y mitigación de riesgos evidenció se aplicaron el año anterior por parte de la empresa?

Prácticas justas de operación

Prácticas de Ética Comercial

¿Implementa la empresa políticas y prácticas que combatan la corrupción?

¿Cuáles prácticas anticorrupción le ha socializado la empresa? Por ejemplo:

Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TurboCaribe Ltda.

		<p>corrupción por acción u omisión, uso indebido de poder, uso indebido de información, vulneración de intereses de la empresa.</p>	
Asuntos de consumidores	Quejas y reclamos del consumidor	<p>¿La empresa tiene programa de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores?</p> <p>¿Cuántas quejas, reclamos y sugerencias a conocido por parte de los consumidores?</p> <p>¿Cuántas quejas y reclamos se han resuelto por parte de la empresa?</p>	Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TuboCaribe Ltda.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Eventos promovidos por la empresa para proteger el medio	La empresa estimula la participación ciudadana dentro	Encuesta socializada a empleados de la Empresa Tenaris TuboCaribe Ltda.

ambiente, en el que participen los ciudadanos.	de su actividad empresarial? Cuántos eventos ha realizado la empresa en el que participe la comunidad?
--	--

Fuente. Norma ISO 26000:2010

Metodología

Tipo de Investigación

Investigación de tipo descriptiva, basada en la realidad y características fundamentales para interpretar de manera correcta, las diferentes materias o variables que se aplican en la norma ISO 26000, para orientarse a un comportamiento socialmente responsable en el que se contribuya al desarrollo sostenible de la organización, pero sin dejar de lado a la sociedad, medio ambiente y su entorno, haciendo uso de información cuantitativa para medir propiedades importantes de la población estudiada, respecto de la (RSE) a la que la empresa acude para agregar valor al trabajo presente, favoreciendo de esta manera su comprensión e implementación.(Ocampo-López et al., 2015).

Para alcanzar los objetivos específicos de nuestra investigación se requiere llevar a cabo las siguientes actividades:

Para el diagnóstico sobre RSE se realiza estudio de las problemáticas que más afectan a la empresa en cuanto sus procesos de aplicación de la norma ISO 26000, teniendo en cuenta sus fundamentos, de tal manera que se pudo establecer, a través de un árbol de problemas en el que se identificaron las causas y efectos provocados por el problema central.

Al lograr la identificación de dicha problemática se establecen una serie de objetivos para fortalecer el funcionamiento y aplicación del programa de RSE, lo cual permitiría contribuir al cambio en las acciones de mejora para la empresa.

Finalmente, luego del análisis de ambos aspectos relacionados con la problemática evidenciada y las acciones de mejora, se establecieron las estrategias adecuadas para llegar a cumplir con la meta buscada por la empresa, la cual se constituye en la aplicación del programa de RSE de manera completa, eficaz y eficiente orientada a sus grupos de interés.

Población y muestra

Como inicialmente se presentó, la investigación es de tipo descriptiva, donde se tiene en cuenta un segmento demográfico de la organización, es decir una parte del recurso humano que hace parte de la empresa, para puntualizar el tema y objeto del estudio, constituyéndose en un grupo de personas de edades entre 36 y 45 años principalmente. Es así como se llevó a cabo la investigación cuantitativa para recopilar información cuantificable, con miras a analizar los datos estadísticos de la muestra objeto de estudio.

Técnica e Instrumento y Fuentes de Información

Para la presente investigación la técnica a utilizar es de tipo cuantitativo, con el instrumento utilizado para la recolección de dicha información que ha sido una encuesta cerrada, la cual permite obtener resultados rápidos de medir e interpretar y economía en la ejecución del proyecto, además se obtiene información relacionada al programa de RSE con personal encargado del tema.

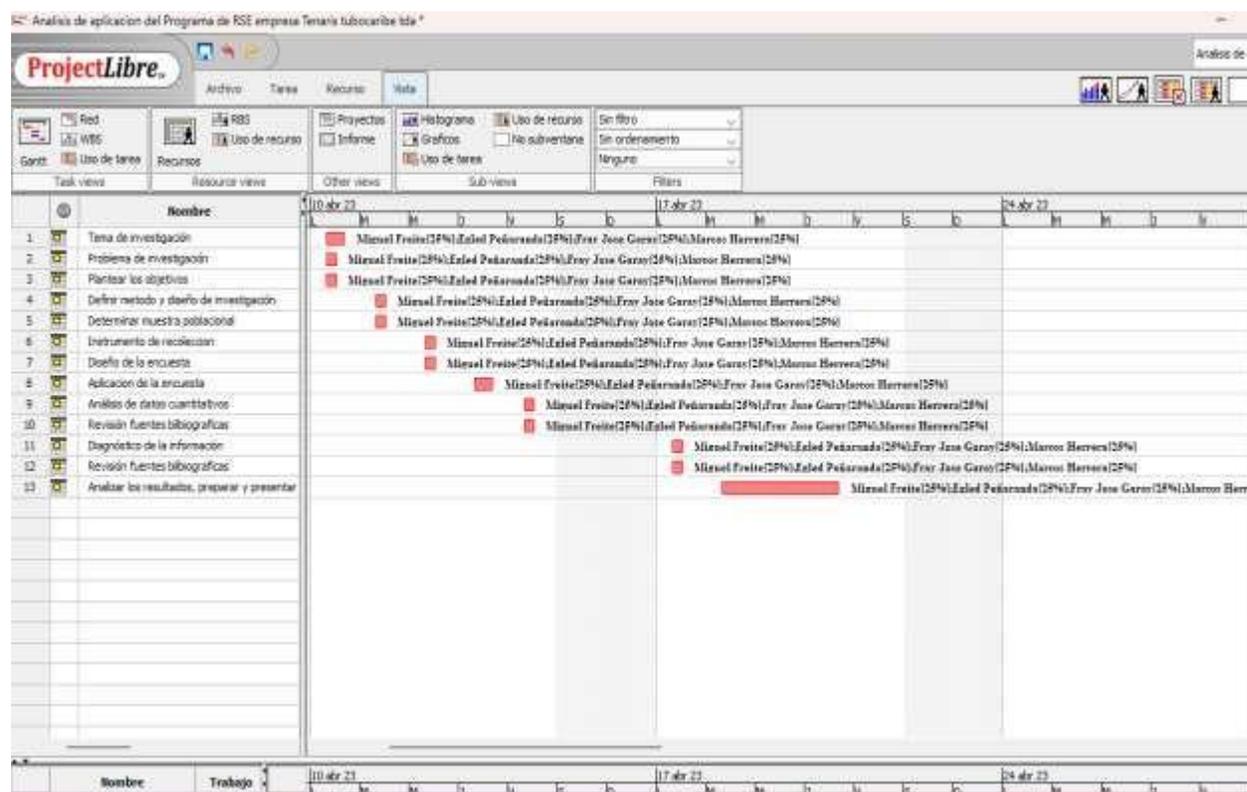
Muestra

La muestra representativa de la población de los empleados de la empresa Tenaris TuboCaribe Ltda para la presente investigación está representada por 12 funcionarios en diferentes niveles jerárquicos dentro de la empresa, a los cuales se les aplica la encuesta como fuente para obtener la información referente a la aplicación de la RSE en sus dimensiones por parte de la organización.

Para la ejecución de las actividades se estableció un cronograma de actividades que se ejecutó de la siguiente manera:

Figura 3

Cronograma de actividades



Fuente. Elaboración Propia

Aplicación del instrumento

Sexo

Se realiza una aplicación del 50% en mujeres y el 50% en hombres.

Figura 4

Genero



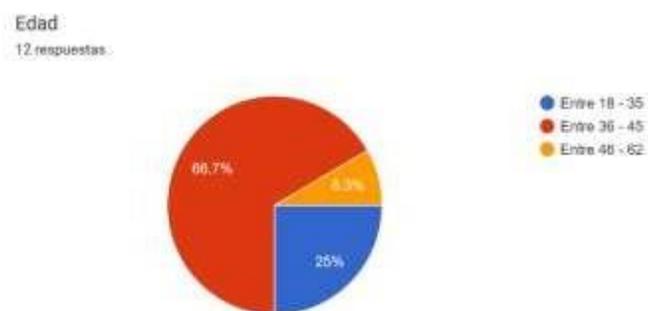
Fuente. Elaboración propia

Edad

La edad predominante de los encuestados se encuentra entre la edad de 36 a 45 años con un porcentaje del 66.7% tal como se observa en la gráfica.

Figura 5

Edad



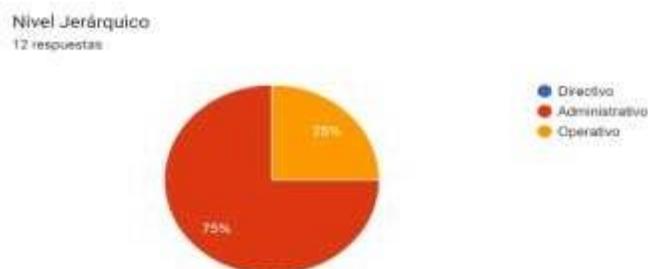
Fuente. Elaboración propia

Nivel Jerárquico

El 75% de los encuestados se encuentran dentro del área administrativa de la empresa mientras el 25% restante en el área operativa.

Figura 6

Nivel Jerárquico



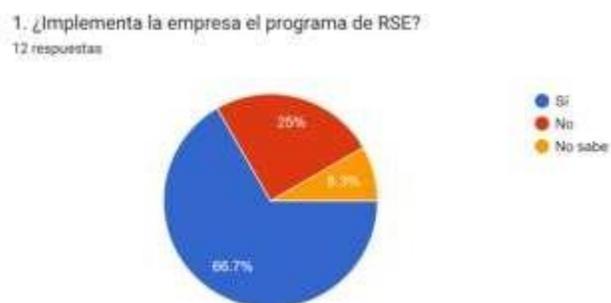
Fuente. Elaboración propia

Programa de RSE

Ante la primera pregunta sobre la implementación de la empresa con respecto a un programa de responsabilidad social, la mayor parte de los encuestados indican que si se realiza este tipo de programa en la empresa con un 66.7%.

Figura 7

Programa RSE



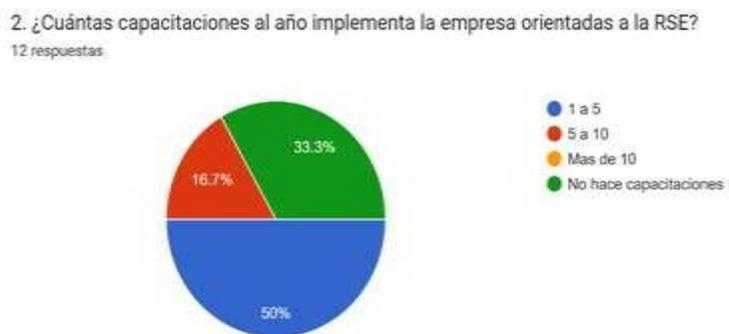
Fuente. Elaboración propia

Capacitaciones en RSE

En cuanto a las capacitaciones la mitad de los encuestados indican que de 1 a 5 y el 33.3% manifiesta que no se realizan capacitaciones.

Figura 8

Capacitaciones en RSE



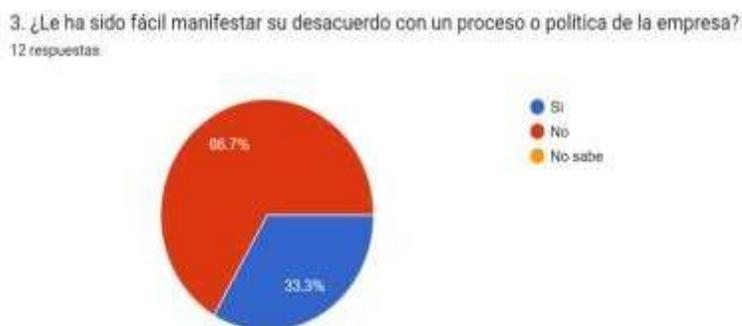
Fuente. Elaboración propia

Política de la empresa

Ante la facilidad por mostrar un desacuerdo con las políticas o procesos al interior de la compañía el 66.7% indica que no le ha sido fácil, mientras el 33.3% manifiesta que sí.

Figura 9

Política de la empresa



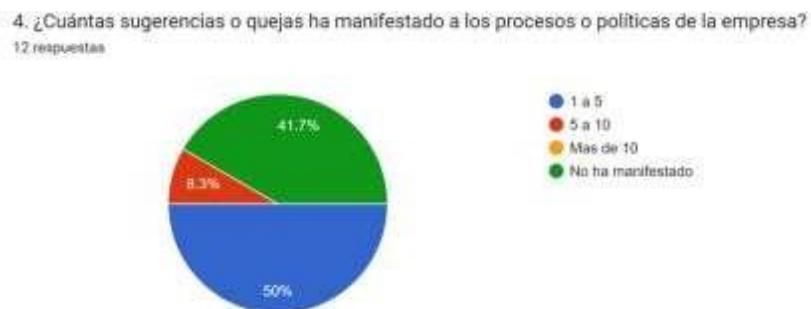
Fuente. Elaboración propia

Quejas y sugerencias

La mitad de los empleados encuestados han radicado de 1 a 5 PQRs especialmente de forma escrita, mientras el 41.7% no ha realizado el proceso.

Figura 10

Quejas y sugerencias



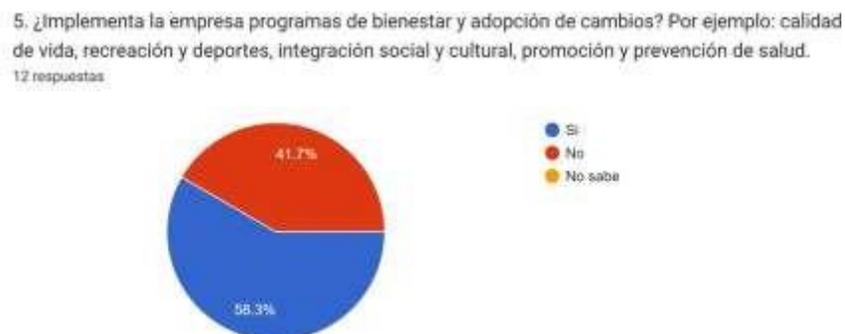
Fuente. Elaboración propia

Programas de Bienestar y adopción de cambios

En cuanto a los programas de bienestar y adopción de cambios el 58.3% indica que si se implementa estos programas mientras el restante de encuestados indican que no.

Figura 11

Programa de Bienestar y adopción de cambios



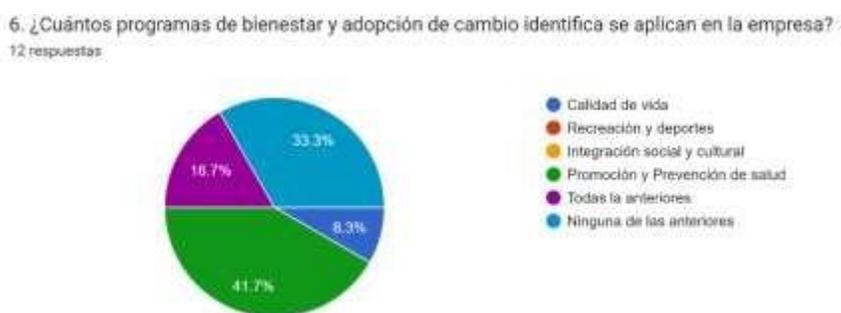
Fuente. Elaboración propia

Aplicación de los programas en la empresa

Entre los programas de bienestar y adopción está la opción promocionar y prevenir la salud con el 41.7%, calidad de vida con el 8.3%, el 16.7% manifiesta que se han hecho todos los programas y el 33.3% que no, lo que pondría coherencia con la pregunta anterior.

Figura 12

Aplicación de los programas en la empresa



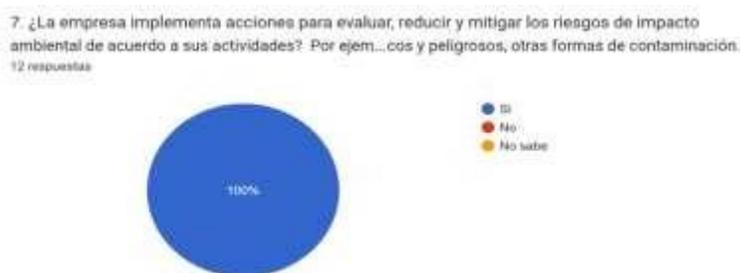
Fuente. Elaboración propia

Evaluación, reducción y mitigación de riesgos de impacto ambiental

Conforme a la implementación de acciones para combatir la contaminación ambiental el total de encuestados afirma que la empresa si realiza este tipo de programas y planes de acción, como el control y monitoreo de este.

Figura 13

Evaluación, reducción y mitigación de riesgos de impacto ambiental



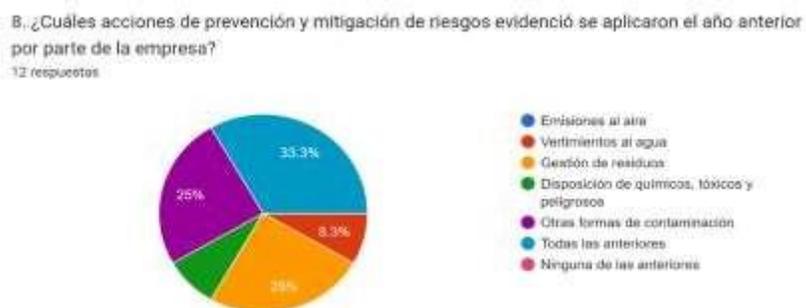
Fuente. Elaboración propia

Acciones de prevención y mitigación de riesgos del año anterior

Se evidencia que existe acciones conforme a todas las escalas presentadas de forma proporcional.

Figura 14

Acciones de prevención y mitigación de riesgos del año anterior



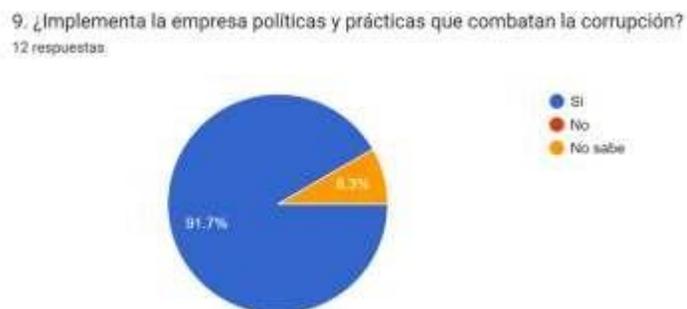
Fuente. Elaboración propia

Políticas contra la corrupción

Con respecto a las políticas y prácticas anticorrupción el 91.7% manifiesta que si se implementa.

Figura 15

Políticas contra la corrupción



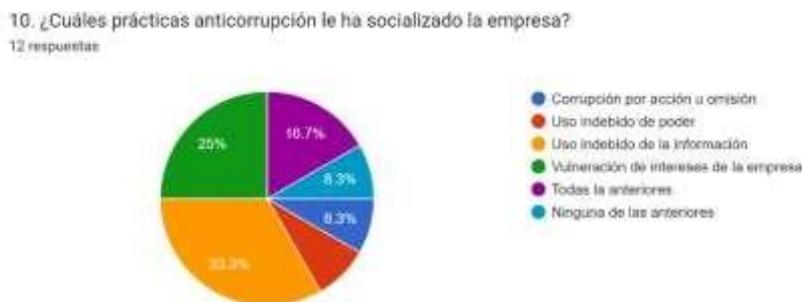
Fuente. Elaboración propia

Prácticas anticorrupción socializadas por la empresa

La mayor práctica socializada corresponde al uso indebido de la información con el 33.3% seguido de la vulneración de los intereses de la empresa con el 25%.

Figura 16

Prácticas anticorrupción socializadas por la empresa



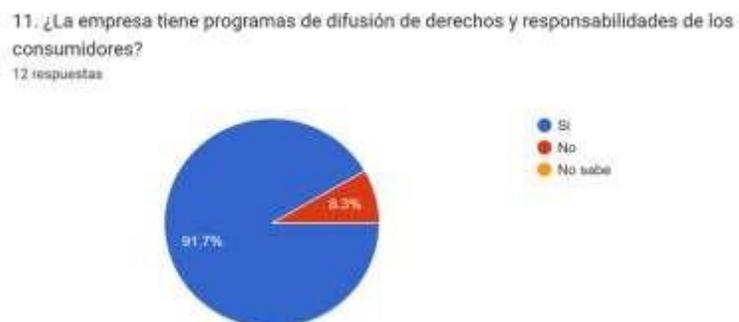
Fuente. Elaboración propia

Programas de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores

El 91.7% de los encuestados manifiesta que la empresa si realiza este tipo de programas de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores.

Figura 17

Programas de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores



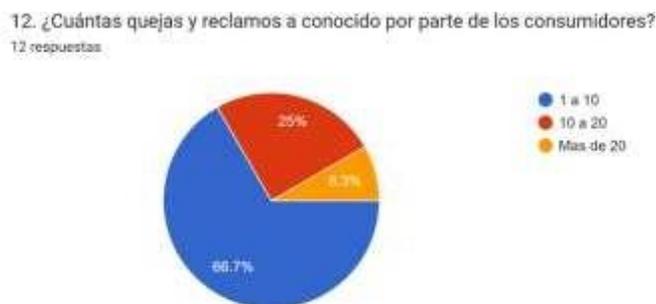
Fuente. Elaboración propia

Quejas y reclamos de los consumidores

Con respecto al volumen de quejas se indica que se presente de 1 a 10 quejas con un 66.7% seguido del 25% con quejas de 10 a 20 y del 8.3% que manifiesta son más de 20.

Figura 18

Quejas y reclamos de los consumidores



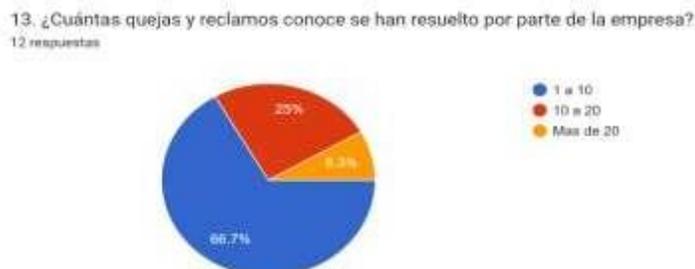
Fuente. Elaboración propia

Quejas y reclamos de consumidores resueltos

Con respecto al volumen de las quejas solucionadas que se presente de 1 a 10 quejas con un 66.7% seguido del 25% con quejas de 10 a 20 y del 8.3% que manifiesta son más de 20, esto indica que la empresa tiene buena gestión para suplir la demanda de los consumidores y resolver conflictos.

Figura 19

Quejas y reclamos de consumidores resueltos



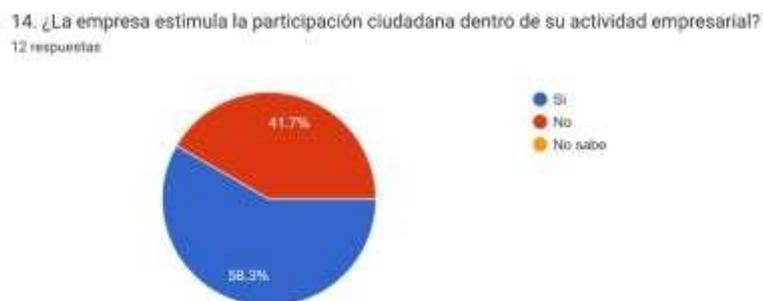
Fuente. Elaboración propia

Participación Ciudadana

En cuanto a la pregunta de participación ciudadana está dividida ya que el 58.3% indica que si se realiza esta clase de participaciones mientras el 41.7% opina lo contrario.

Figura 20

Participación Ciudadana



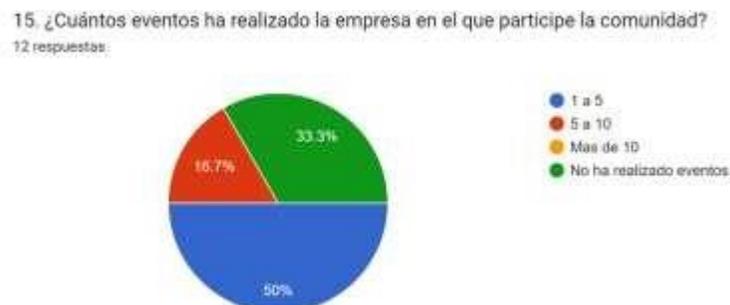
Fuente. Elaboración propia

Eventos realizados

El 50% indica que se han realizado de 1 a 5 mientras que el 33.3% manifiesta que no se ha realizado eventos.

Figura 21

Eventos realizados

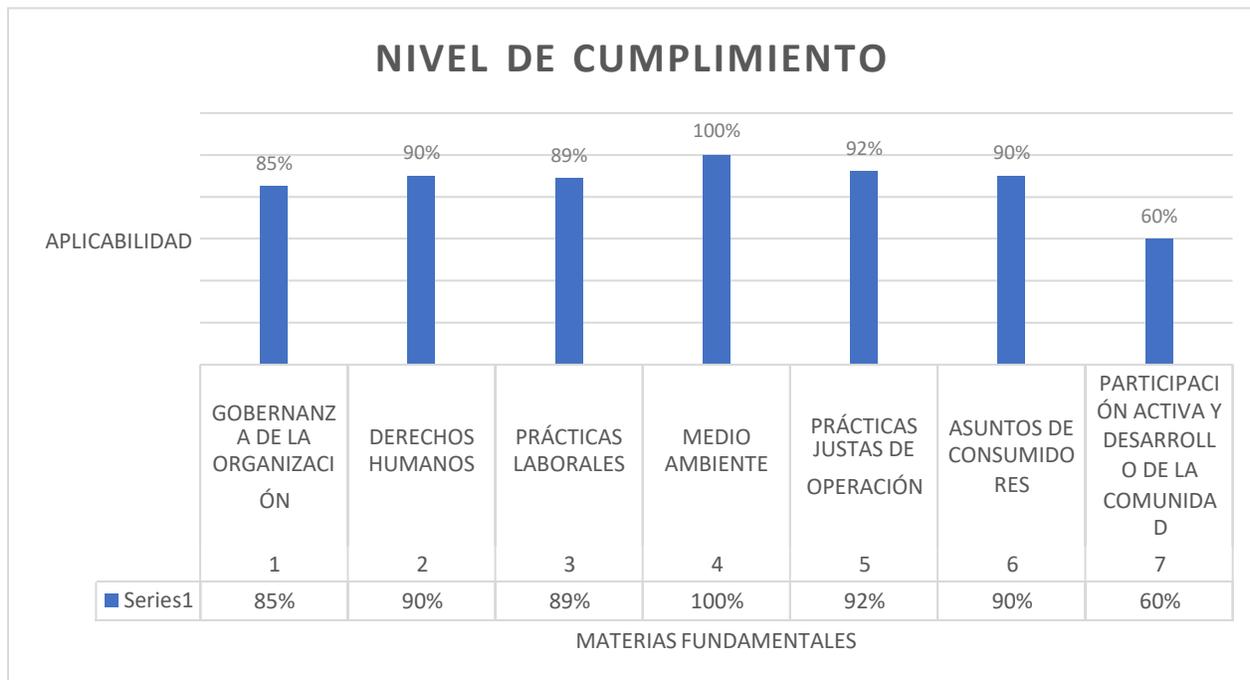


Fuente. Elaboración propia

Nivel de cumplimiento**Tabla 3***Nivel de cumplimiento*

Materia Fundamental o Variables	Nivel de Cumplimiento
Gobernanza de la organización.	85%
Derechos Humanos.	90%
Prácticas Laborales.	89%
Medio ambiente.	100%
Prácticas Justas de Operación.	92%
Asuntos de consumidores.	90%
Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	60%

Fuente. Elaboración propia

Figura 22*Nivel de cumplimiento**Fuente.* Elaboración propia.

Análisis del Nivel de Cumplimiento

Se ejecuta el análisis basado en parámetros de la norma ISO 26000:2010, respecto a sus materias, de tal manera que se pueda evidenciar los impactos causados a nivel ambiental, económico y a la comunidad.

Gobernanza de la Organización. El cumplimiento se evidencia en un promedio del 85%, teniendo en cuenta que la empresa integra esta materia en un 66.7%, de acuerdo a lo manifestado por los empleados de la organización que si evidencian se aplica un programa de RSE, frente a un 33.3% que no lo ve así o no sabe si lo aplican, en este caso se debería socializar más el programa de responsabilidad social, a través de más capacitaciones que permitan la aprehensión de conocimiento respecto al tema permitiendo que el total de los empleados logren familiarizarse con los programas de cambio establecidos.

Derechos humanos. El cumplimiento se evidencia en un promedio del 90%, teniendo en cuenta que un 58.3% de empleados manifiesta haber podido expresar sus quejas o sugerencias a los procesos o políticas implementadas por la empresa, de manera que se demuestra como la organización da libertad de expresión a sus colaboradores, la variación que se da en esta materia demostrada en el 41.7%, se debe a que éstos empleados no han manifestado sugerencias o quejas hacia los procesos. Evidenciando esto último una oportunidad de mejora en cuanto a los niveles de socialización del capital humano hacia la empresa para elevar el nivel de confianza entre las partes.

Prácticas Laborales. El cumplimiento se evidencia en un promedio del 89%, de acuerdo con un 66.7% de los empleados que evidencian, la empresa aplica programas de bienestar orientados al cambio del estilo de vida de éstos, frente a un 33.3%, que manifiesta lo contrario, evidenciando una vez más la posibilidad de mejora que debería aplicar la compañía, en cuanto a

la integración y socialización de programas al total de empleados de ésta y así alcanzar el nivel óptimo de aceptación que espera la organización.

Medio Ambiente. El cumplimiento se evidencia en un promedio del 100%, de acuerdo con un 100% de aceptación por parte de los empleados que manifiestan el cumplimiento total de los programas presentados y aplicados, para la mitigación de riesgo ambiental debido a las acciones que la compañía realiza.

Prácticas Justas de Operación. Se cumple en un promedio del 92%, teniendo en cuenta que el 91.7% de los empleados manifiesta que la empresa se desenvuelve en buenas prácticas, que permiten combatir la corrupción al interior de la organización, evidenciando esto una participación política responsable frente a sus procesos misionales.

Asuntos de consumidores. El cumplimiento se evidencia en un promedio del 90%, teniendo en cuenta que el 91.7%, de los empleados manifiesta el alto nivel de solución a situaciones presentadas por parte de los clientes como quejas y reclamos, respecto de los bienes o servicios recibidos.

Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad. El cumplimiento se evidencia en un promedio del 60%, teniendo en cuenta que el 58.3% de empleados manifiesta que se llevan a cabo eventos en el que participe la ciudadanía y un 41.7% manifiesta lo contrario, sin embargo, de acuerdo con el desempeño ambiental y social, manifestado por la empresa, se establece que, a través de su fundación, invierten en el desarrollo de la sociedad de su entorno, mediante campañas en programas educativos y renovación de escuelas.

Matriz de Marco Lógico

Árbol de Problemas

De acuerdo al análisis inicial orientado al cumplimiento de las materias de (RSE), establecidas en la ISO 26000:2010, en la compañía Tenaris Tubocaribe Ltda. El árbol de problemas permite identificar los diferentes efectos y causas que parten de una problemática identificada, lo cual podemos analizar partiendo del estudio de los datos recolectados por la implementación de la encuesta y de esta manera establecer el problema central, A partir de este problema, podemos analizar tanto los efectos directos como los indirectos que se derivan de él. (ver figura3).

Los efectos indirectos son consecuencias que surgen como resultado del problema central. En este caso, se mencionan la pérdida en la interacción social por parte de la empresa y el aumento en la tasa de clientes insatisfechos.

Por otro lado, los efectos directos se refieren al aumento en el incumplimiento de los procesos organizacionales relacionados con la RSE. Esto indica que la falta de compromiso y la incorrecta implementación de prácticas de RSE tienen un impacto directo en la compañía.

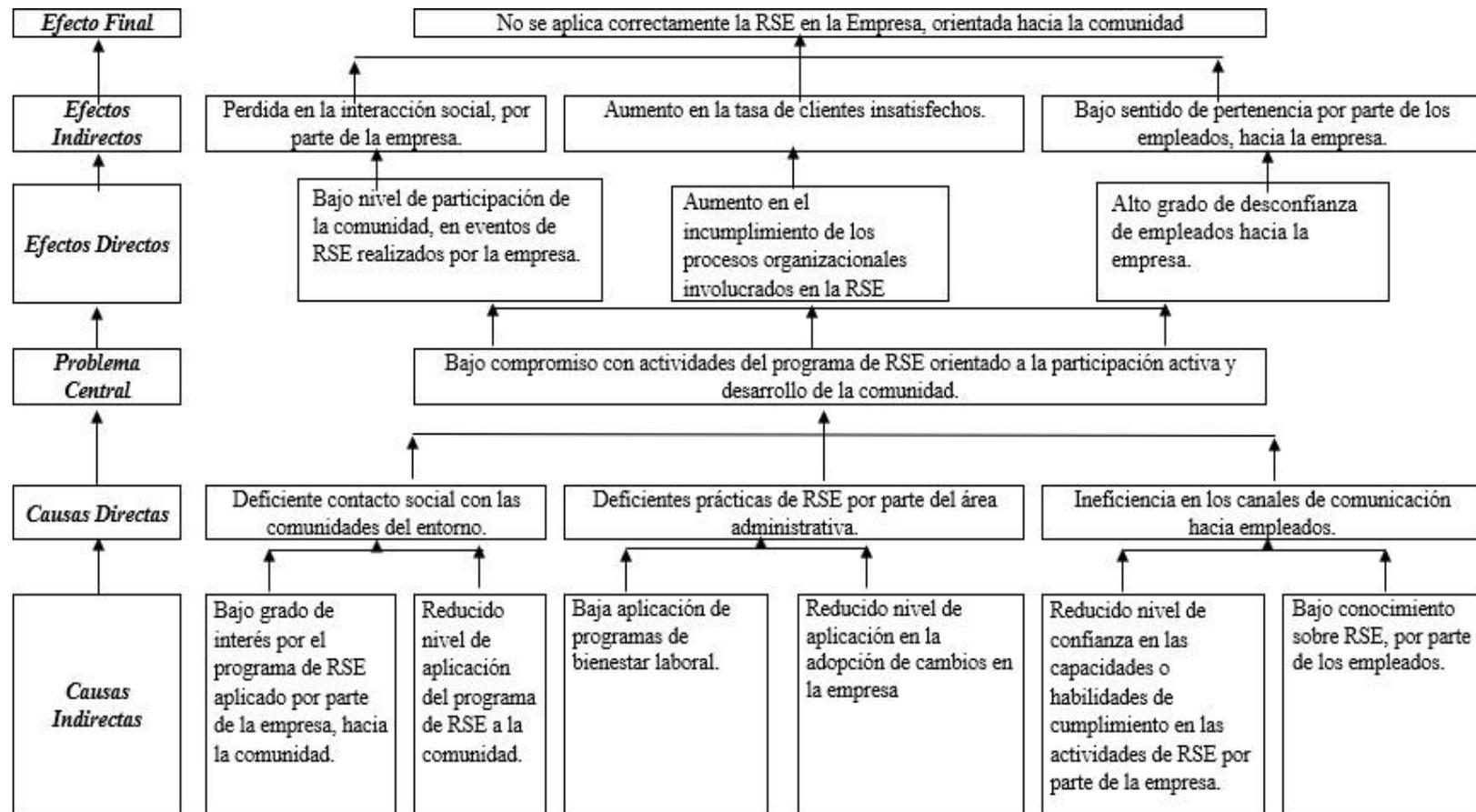
Es así como se identifican las causas directas e indirectas que contribuyen al problema central. Las causas directas incluyen el deficiente contacto social con las comunidades del entorno, las prácticas de RSE deficientes por parte del área administrativa y la ineficiencia en los canales de comunicación hacia los empleados.

Las causas indirectas, por otro lado, se refieren a factores que contribuyen al bajo compromiso y a la falta de aplicación del programa de RSE. Estas causas incluyen el bajo grado de interés de la empresa hacia la comunidad, el reducido nivel de aplicación del programa de RSE, la baja implementación de programas de bienestar laboral, el reducido nivel de adopción de

cambios en la empresa, el reducido nivel de confianza en las capacidades de cumplimiento en las actividades de RSE por parte de la empresa y el bajo conocimiento sobre RSE por parte de los empleados

Figura 23

Árbol de Problemas



Fuente. Elaboración Propia

Árbol de Objetivos

Para establecer de manera clara y organizada los resultados deseados y los componentes necesarios para lograr una efectiva implementación de la (RSE), (ver figura 4).

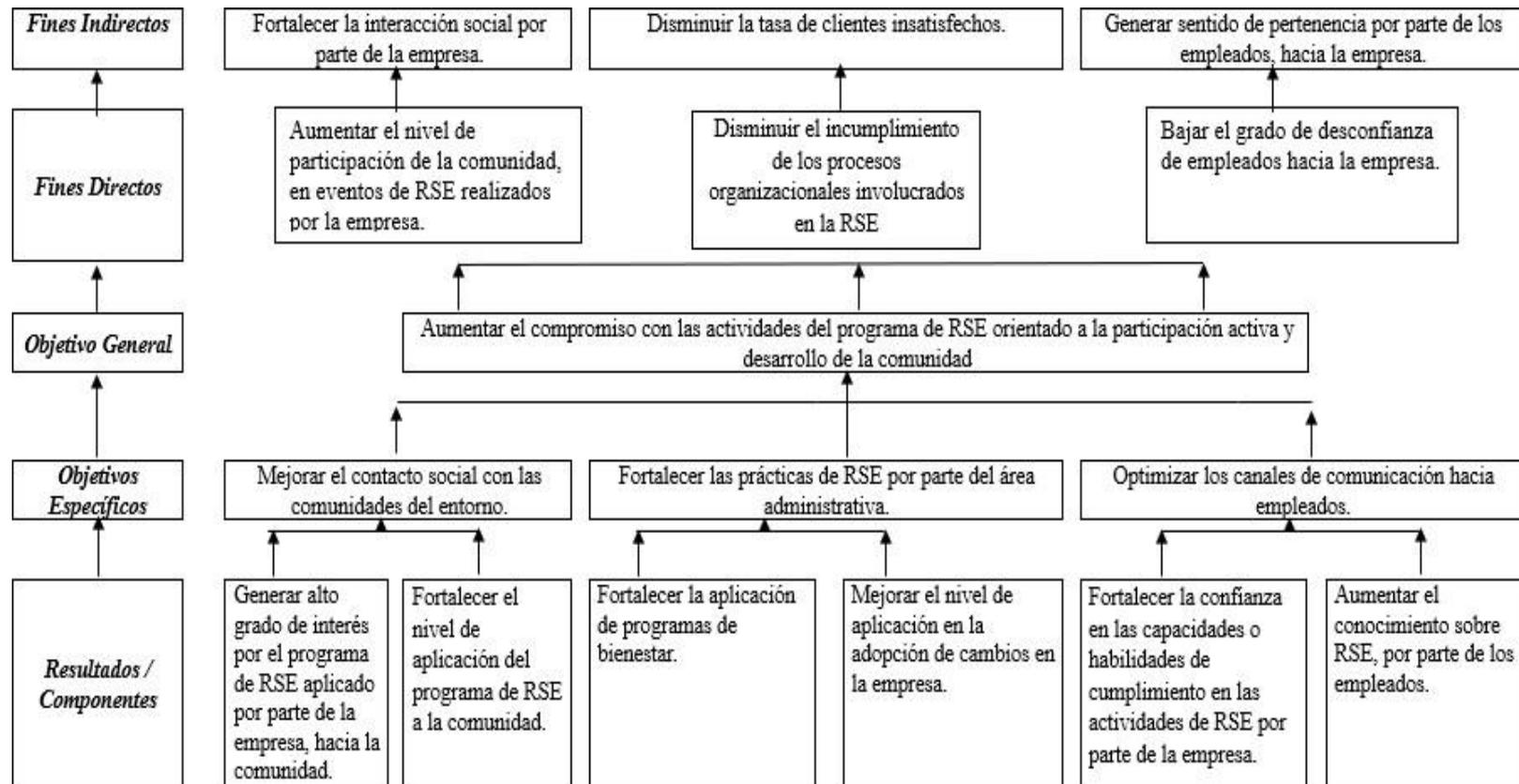
En este caso, los fines indirectos como fortalecer la integración de la empresa con la comunidad, disminuir la tasa de clientes insatisfechos, representan los resultados deseados a largo plazo que se esperan alcanzar a través de la implementación de la RSE.

Por otro lado, los fines directos, como aumentar el cumplimiento de los procesos organizacionales involucrados en la RSE, establecen los resultados inmediatos que deben lograrse para alcanzar los fines indirectos mencionados anteriormente.

Los objetivos definidos, tales como mejorar la interacción social de la empresa con las comunidades del entorno, fortalecer la gestión de RSE por parte del área administrativa y optimizar los canales de comunicación hacia los empleados, proporcionan una guía clara sobre las áreas de mejora.

Figura 24

Árbol de Objetivos



Fuente. Elaboración Propia

Cuadro de stakeholders relacionados con la organización

Tabla 4

Cuadro de stakeholders relacionados con la organización

Stakeholders	Intereses y Expectativas
Empleados	Esperan que la organización integre y socialice los programas de RSE, mejore la socialización y participación en la empresa, y mantenga buenas prácticas laborales que mejoren su calidad de vida. También esperan que se les permita expresar sus sugerencias y quejas hacia los procesos y políticas de la empresa.
Comunidad	Espera que la compañía participe activamente en el desarrollo social y educativo de su entorno y que invierta en la renovación de escuelas y programas educativos. Espera que la empresa tenga un desempeño social y ambiental responsable.
Clientes	Esperan que la empresa solucione situaciones presentadas como quejas y reclamos, respecto de los bienes o servicios recibidos.
Accionistas	Esperan que la compañía tenga un desempeño económico sostenible y responsable, y que integre los programas de RSE en sus prácticas de negocio.
Proveedores	Esperan que la empresa mantenga buenas prácticas de negocio y de ética en sus relaciones comerciales.

Gobierno Espera que la empresa cumpla con las regulaciones y leyes ambientales, laborales y de negocios, y que tenga un desempeño responsable en su entorno social y económico.

Fuente. Elaboración Propia.

Mapa de Estrategias

Es necesario para visualizar de manera clara y coherente las metas de la compañía, cada dimensión tiene objetivos específicos que se deben considerar en el plan de acción.

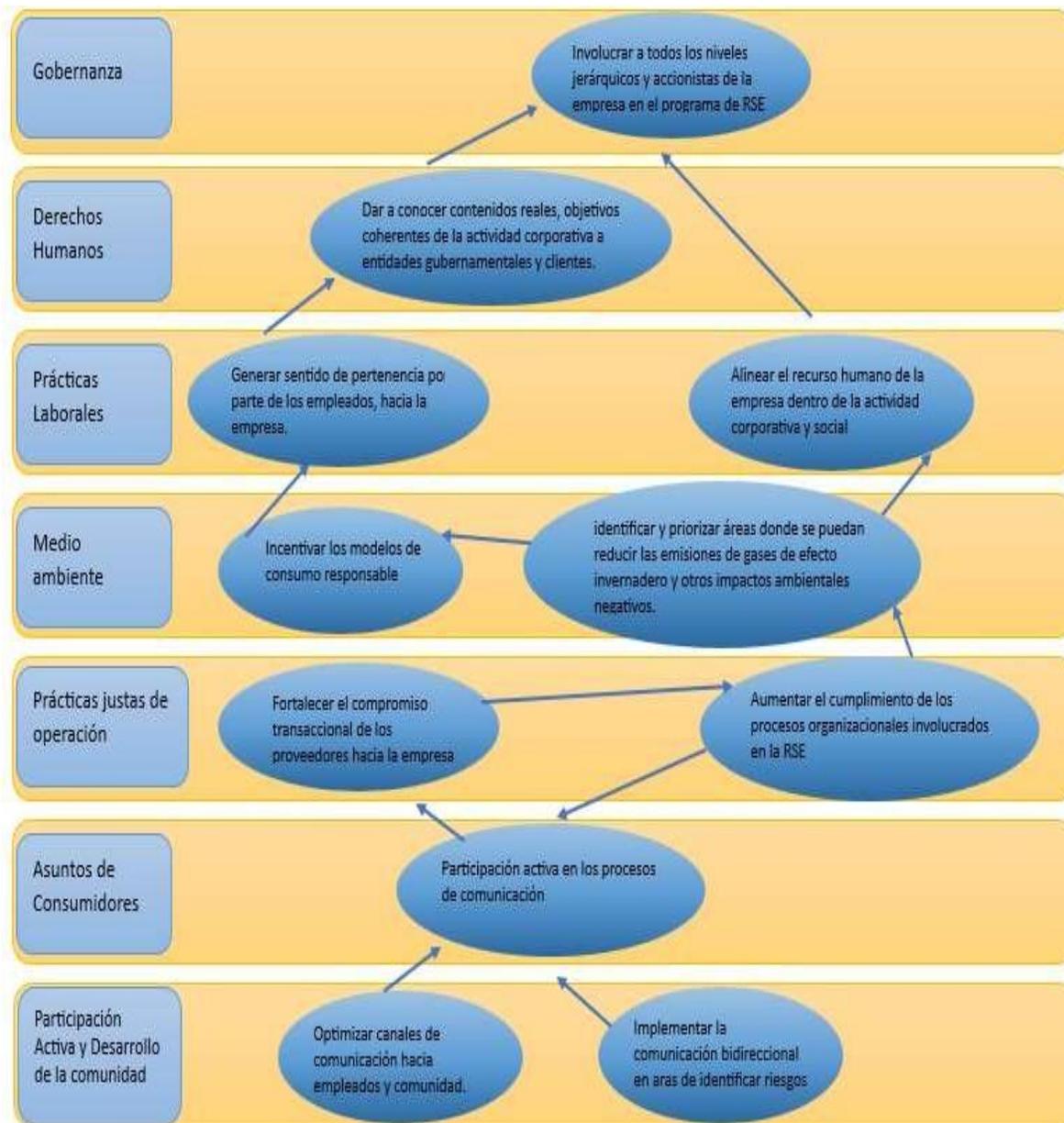
En cuanto a la dimensión económica, los objetivos deben estar orientados a aumentar la eficiencia y rentabilidad de la compañía. Por lo que se hace necesario involucrar a todas las áreas, accionistas y directivos de la empresa en el programa de RSE.

En la dimensión social, se deben considerar los objetivos relacionados con los derechos de la humanidad, respeto y promoción de las prácticas justas laborales, alinear el recurso humano con la actividad corporativa y social, y dar a conocer contenidos reales, objetivos y coherentes de la actividad corporativa a entidades gubernamentales y clientes.

En cuanto a la dimensión ambiental, se deben considerar objetivos y promoción de modelos de consumo responsable. Es necesario incentivar estos modelos en las comunicaciones y fomentar prácticas que reduzcan el impacto ambiental.

Figura 25

Mapa estratégico



Fuente. Elaboración Propia.

Plan de acción y de seguimiento

Es necesario aplicar el cuadro de plan de acción estratégica con base en la información proporcionada porque nos permite tener una estructura organizada y un enfoque claro para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos en cada dimensión: social, ambiental y económica.

El cuadro de plan de acción estratégica nos brinda una hoja de ruta clara y estructurada que nos permita implementar eficazmente las estrategias propuestas y alcanzar los objetivos estratégicos en cada dimensión. Proporciona una visión general de los plazos, costos e indicadores clave, lo que facilita el seguimiento y la evaluación del progreso, y asegura un enfoque sistemático y coordinado en la implementación de las acciones estratégicas.

Tabla 5*Plan estratégico de RSE*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Fortalecer las prácticas de RSE por parte del área administrativa.	Disminuir costos a través de la implementación de prácticas sostenibles, tales como el uso racional de recursos y reducción de desechos.	12 meses	\$30.000.000	Disminución del 10% en los costos totales de la empresa en el primer año, con respecto al año anterior.
Social	Fortalecer la interacción social por parte de la empresa.	Crear eventos dirigidos a la comunidad y a empleados con miras a aumentar participación en eventos de RSE, que fortalezcan los canales de comunicación.	12 meses	\$30.000.000	Porcentaje de participación de la comunidad y empleados en eventos promovidos por la empresa para proteger el medio ambiente, respecto del año anterior.
Ambiental	Optimizar los canales de	Fortalecer la confianza en las capacidades o	12 meses.	\$30.000.000	Reducción del 15% en las emisiones de

comunicación hacia empleados.	habilidades de cumplimiento en actividades de RSE por parte de la organización. Aplicando modelos de consumo responsable mediante la identificación y priorización de áreas donde se puedan reducir.	gases contaminantes, con respecto al año anterior.
----------------------------------	--	---

Fuente. Elaboración propia.

Conclusiones

La Gerencia Estratégica y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son dos conceptos que están estrechamente relacionados en la actualidad. La Gerencia Estratégica se enfoca en la planeación y organización de recursos que una empresa dispone para alcanzar sus metas a largo plazo. Por otro lado, la RSE se refiere al compromiso el medio ambiente y la sociedad de su entorno. Ambos conceptos deben estar alineados estratégicamente con el negocio. La Gerencia Estratégica permite a las empresas establecer objetivos claros y definir estrategias para alcanzarlos, mientras que la RSE les permite ser socialmente responsables.

Por ende, el diagnóstico realizado en la empresa se enfoca en seis materias fundamentales para evaluar su comportamiento socialmente responsable, a través de una investigación realizada de tipo descriptiva que utiliza una metodología basada en información cuantitativa para medir propiedades importantes de la comunidad estudiada, respecto de la RSE a la que la empresa acude para agregar valor al trabajo presente, favoreciendo de esta manera su comprensión y aplicación en futuras investigaciones y estrategias de mejora.

Referencias Bibliográficas

- Asturias Corporación Universitaria. (2018). La responsabilidad social de la empresa en America Latina. *Nueva Sociedad*, 202, 133–142. https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/responsabilidad_social_empresa/unidad3_pdf1.pdf
- Belda Hériz, I. (2018). *Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible.. Editorial Tébar Flores*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/51998?page=16>.
- Bernal Figueroa, A. A., Beltrán Parada, C. J., & Márquez Márquez, A. F. (2015). Producción Más Limpia: una revisión de aspectos generales. *Revista I3*, 66–84. [file:///C:/Users/HP/Downloads/ojsub,+Producción+Más+Limpia+una+revisión+de+aspectos+generales+\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/ojsub,+Producción+Más+Limpia+una+revisión+de+aspectos+generales+(1).pdf)
- Gracia-Rojas, J. P. (2015). *Desarrollo sostenible: origen, evolución y enfoques*. 3. <https://doi.org/10.16925/greylit.1074>
- Gutiérrez Pérez, C. & Gutiérrez Cánovas, C. (2009). *La actuación frente al cambio climático: guía para un consumo sostenible.. Editum. Ediciones de la Universidad de Murcia*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/54368?page=27>.
- Hernández, H., Pitre, R., & Sánchez, N. (2020). Nuevas tendencias para una logística sostenible con el medio ambiente. *Ingeniare*, 2(28), 63–72.
- Hoof, B. V. (2008). *Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental.. Universidad de los Andes*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=17>.
- Luis, J., & Fernández, F. (2013). *Ética y Responsabilidad Social empresarial*.
- Marulanda, N., & Rojas, M. D. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la

- Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642019000300269>
- Mundial, P. (n.d.). *ODS 12 Producción y consumo responsables | Pacto Mundial ONU · Pacto Mundial*. Retrieved March 4, 2023, from <https://www.pactomundial.org/ods/12-produccion-y-consumo-responsables/>
- Ocampo-López, O. L., García-Cortés, J. A., Ciro-Ríos, L. S., & Forero-Páez, Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2), 72–90. <https://doi.org/10.18041/entramado.2015v11n2.22219>
- Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). *El consumo sostenible como perspectiva innovadora.. B - E UMED*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7>.
- Rovira, S., Patiño, J., & Schaper, M. (2017). *Ecoinnovación y producción verde Una revisión sobre las políticas de América Latina y el Caribe Documento de Proyecto*.
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico . Metodología y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, 2, 328–343. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf><https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>
- Serna, Carlos Mario Montoya, A. G. V. (2014). *La producción y el consumo sostenible*. <https://www.metropol.gov.co/ambiental/calidad-del-aire/Biblioteca-aire/Produccion-mas-limpia/La-produccion-y-el-consumo-sostenible-2014.pdf>
- Tamayo Orbegozo, U., & Vicente Molina, A. (2007). Generación de valor mediante prácticas de producción limpia, ecodiseño y logística inversa. *Nuevos Enfoques Del Marketing y La Creación de Valor, May 2014*, 147–164.

Apéndices

Apéndice A

Encuesta Diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial RSE

Diagnostico de la Responsabilidad Social Empresarial RSE

Variables de la Responsabilidad Social Empresarial RSE

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Sexo *

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

2. Edad *

Marca solo un óvalo.

Entre 18 - 35

Entre 36 - 45

Entre 46 - 62

3. Nivel Jerárquico *

Marca solo un óvalo.

Directivo

Administrativo

Operativo

4. 1. ¿Implementa la empresa el programa de RSE? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

5. 2. ¿Cuántas capacitaciones al año implementa la empresa orientadas a la RSE? *

Marca solo un óvalo.

- 1 a 5
 5 a 10
 Mas de 10
 No hace capacitaciones

6. 3. ¿Le ha sido fácil manifestar su desacuerdo con un proceso o política de la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

7. 4. ¿Cuántas sugerencias o quejas ha manifestado a los procesos o políticas de la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- 1 a 5
 5 a 10
 Mas de 10
 No ha manifestado

8. 5. ¿Implementa la empresa programas de bienestar y adopción de cambios? Por ejemplo: *
calidad de vida, recreación y deportes, integración social y cultural, promoción y prevención
de salud.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

9. 6. ¿Cuántos programas de bienestar y adopción de cambio identifica se aplican en la *
empresa?

Marca solo un óvalo.

- Calidad de vida
 Recreación y deportes
 Integración social y cultural
 Promoción y Prevención de salud
 Todas la anteriores
 Ninguna de las anteriores

10. 7. ¿La empresa implementa acciones para evaluar, reducir y mitigar los riesgos de impacto *
ambiental de acuerdo a sus actividades? Por ejemplo: emisiones al aire, vertimientos al
agua, gestión de residuos, disposición de químicos, tóxicos y peligrosos, otras formas de
contaminación.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

11. 8. ¿Cuáles acciones de prevención y mitigación de riesgos evidenció se aplicaron el año anterior por parte de la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- Emisiones al aire
- Vertimientos al agua
- Gestión de residuos
- Disposición de químicos, tóxicos y peligrosos
- Otras formas de contaminación
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

12. 9. ¿Implementa la empresa políticas y prácticas que combatan la corrupción? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No
- No sabe

13. 10. ¿Cuáles prácticas anticorrupción le ha socializado la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- Corrupción por acción u omisión
- Uso indebido de poder
- Uso indebido de la información
- Vulneración de intereses de la empresa
- Todas la anteriores
- Ninguna de las anteriores

14. 11. ¿La empresa tiene programas de difusión de derechos y responsabilidades de los consumidores? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 No sabe

15. 12. ¿Cuántas quejas y reclamos a conocido por parte de los consumidores? *

Marca solo un óvalo.

- 1 a 10
 10 a 20
 Mas de 20

16. 13. ¿Cuántas quejas y reclamos conoce se han resuelto por parte de la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- 1 a 10
 10 a 20
 Mas de 20

17. 14. ¿La empresa estimula la participación ciudadana dentro de su actividad empresarial? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 No sabe

18. 15. ¿Cuántos eventos ha realizado la empresa en el que participe la comunidad? *

Marca solo un óvalo.

- 1 a 5
- 5 a 10
- Mas de 10
- No ha realizado eventos

19. Otros aportes o comentarios

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios