

**Influencia del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial Norma ISO  
26000 para la Empresa Ferrchirriado**

Angie Tatiana Sepúlveda Neira

Fredy Alexander Galindo Benítez

Jeison Fernando Reyes Aguirre

Leidy Paola Batanero Guzmán

Yudy Natalia Garzón González

Asesor

Henry Hurtado Bolaños

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

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

Administración de Empresas

2023

## Resumen

La presente investigación tiene como enfoque la norma ISO 26000 la cual será abordado por medio de estudio a una organización de sector, buscando su objetivos principal basado en la sostenibilidad responsable de una compañía por medio de la de investigación el cual se debatirá sobre pensamiento estratégico, gobierno corporativo, direccionamiento Estratégico y de seguimiento basado en los elementos que componen la organización.

La propuesta del plan estratégico se realiza con base en el desenlace de la fase anterior donde de manera grupal se genera la construcción del documento final donde se enfoca los resultados del aprendizaje obtenido durante las fases desarrollo dentro del diplomado de profundización. Sin olvidar los resultados obtenido al implementar la norma en la compañía de estudio desarrollada.

***Palabras clave:*** Responsabilidad Social Empresaria RSE, Norma ISO 26000, Direccionamiento, Estratégico.

### **Abstract**

This research focuses on the ISO 26000 standard which will be addressed through a study of a sector organization, seeking its main objectives based on the responsible sustainability of a company through research which will discuss strategic thinking, corporate governance, strategic direction and monitoring based on the elements that make up the organization.

The proposal of the strategic plan is made based on the outcome of the previous phase where, in a group manner, the construction of the final document is generated where the learning results obtained during the development phases within the deepening diploma are focused. Without forgetting the results obtained by implementing the standard in the developed study company.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility CSR, ISO 26000 Standard, Strategic Management.

**Tabla de Contenido**

Introducción .....	8
Justificación .....	9
Objetivos .....	10
General .....	10
Específicos .....	10
Conceptualización .....	11
Línea de tiempo .....	11
Resumen RSE .....	12
Poster gobierno corporativo .....	17
Ensayo .....	18
Aplicación .....	23
Datos - Empresa .....	23
Resultados e Interpretación .....	27
Identificación el problema central .....	45
Stakeholders .....	47
Árbol de problema .....	48
Árbol de objetivos .....	49
Mapa de estrategias .....	50
Plan de Mejoramiento .....	51
Plan de acción y de seguimiento .....	51
Conclusiones .....	58
Referencias Bibliográficas .....	60

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Características de la Empresa</i> .....	23
<b>Tabla 2</b> <i>Plan de acción y de seguimiento</i> .....	51

**Lista de Figuras**

<b>Figura 1</b> <i>Linea de Tiempo</i> .....	11
<b>Figura 2</b> <i>Poster gobierno corporativo</i> .....	17
<b>Figura 3</b> <i>Logo empresa</i> .....	23
<b>Figura 4</b> <i>Sede empresa</i> .....	25
<b>Figura 5</b> <i>Grafica Pregunta 1</i> .....	27
<b>Figura 6</b> <i>Grafica Pregunta 2</i> .....	28
<b>Figura 7</b> <i>Grafica Pregunta 3</i> .....	29
<b>Figura 8</b> <i>Grafica Pregunta 4</i> .....	30
<b>Figura 9</b> <i>Grafica Pregunta 5</i> .....	31
<b>Figura 10</b> <i>Grafica Pregunta 6</i> .....	32
<b>Figura 11</b> <i>Grafica Pregunta 7</i> .....	34
<b>Figura 12</b> <i>Grafica Pregunta 8</i> .....	35
<b>Figura 13</b> <i>Grafica Pregunta 9</i> .....	36
<b>Figura 14</b> <i>Grafica Pregunta 10</i> .....	37
<b>Figura 15</b> <i>Grafica Pregunta 11</i> .....	39
<b>Figura 16</b> <i>Grafica Pregunta 12</i> .....	40
<b>Figura 17</b> <i>Grafica Pregunta 13</i> .....	41
<b>Figura 18</b> <i>Sakeholders</i> .....	47
<b>Figura 19</b> <i>Árbol de problema</i> .....	48
<b>Figura 20</b> <i>Árbol de objetivos</i> .....	49
<b>Figura 21</b> <i>Mapa de estrategias</i> .....	50

**Lista de Apéndices**

<b>Apéndice A</b> <i>Encuesta a empresa Ferchirriado</i> .....	63
--	----

## **Introducción**

En el siguiente documento junto con su desarrollo se evidenciara una conceptualización frente a determinar a partir de un diagnóstico certero, el nivel de aplicación de las materias fundamentales de la ISO 26000, en pro de la consolidación de actividades que propendan por garantizar la satisfacción de los grupos de interés, junto con los diferentes factores que componente cada uno de sus ramas, resaltando su importación como herramienta de visualización de posibles oportunidades de mejorar dentro de un entorno organizacional.



### **Justificación**

¿Qué? Estudio de plan estratégico de responsabilidad social empresarial norma ISO 26000.

¿Cómo? Con implementación de plan estratégico de responsabilidad social empresarial norma ISO 26000 en los procesos de la empresa Ferchirriado del sector de Guacamayas.

¿Dónde? Ciudad de Bogotá

¿Con quién o con qué? Empresa del sector de Guacamayas por medio de un estudio con empleados y directivos a través de cuestionario que genere su opinión y evidencia de problemática.

Título: Influencia del plan estratégico de responsabilidad social empresarial norma ISO 26000 para la empresa Ferrchirriado.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Ampliar y fortalecer los conocimientos frente a la norma ISO 26000 y sus beneficios al momento de ser aplicada dentro una organización basado en estudio donde se aborde pensamiento estratégico, gobierno corporativo, direccionamiento Estratégico y de seguimiento basado en los elementos que componen la organización.

### **Objetivos Específicos**

Determinar a partir de un estudio así una organizar los elementos fundamentales de la norma ISO 26000, en pro de establecer conocimiento frente a sostenibilidad en el tiempo de manera responsable.

Construir un consolidado con base en el desenlace de las fases anteriores donde se logre identificar el proceso desarrollados en cada tarea desarrollada.

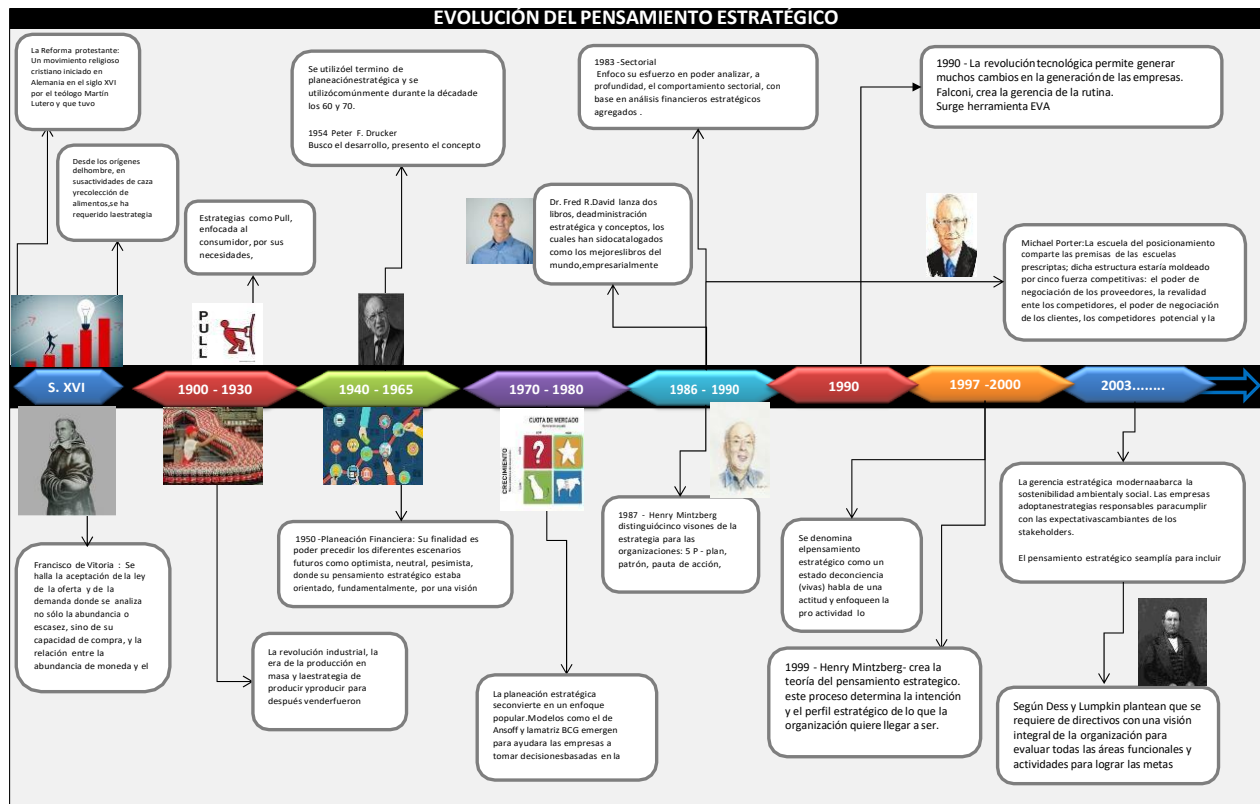
Generar conclusiones frente al conocimiento adquirido dentro del diplomado de profundización desarrollado durante el semestre.

# Conceptualización

## Línea de tiempo

Figura 1

Línea de Tiempo



Fuente. Autoría Propia.

## **Resumen RSE**

### **Qué es**

Inicialmente es importante poder comprender su definición la cual consiste según (Gerencia emprendedora, s.f.) “en el trabajo en conjunto al desarrollo humano transparente y sostenible a través de una confianza desarrollado por la empresa y sus líderes contribuyentes. En un mundo empresarial en constante transformación las empresas a trascender los límites tradicionales, adoptando prácticas éticas y sostenibles que impactan positivamente tanto en su entorno como en su éxito a largo plazo. En esta exploración, examinaremos sus características, elementos esenciales y métodos estratégicos de implementación, destacando cómo la RSE se integra como un motor clave en la gestión empresarial contemporánea.

Así que podemos comprender que su objetivo principal es el poder reducir el impacto negativo en la comunidad que opera dentro de la empresa y su entorno, permitiendo ser una estrategia para favorecer reputación de las empresas en aspectos generales, es decir la buena percepción de los empleados de su empresa, favorece el aumento de los consumidores.

La RSE está definida bajo la ética y morales de la compañía y define el accionar del ser humano según las normas o valores de la cultura organizacional.

## Características

### Procesos Alineados a esta Política

Cada empresa trabaja la RSE de manera personalizada y autónoma ya que sus variaciones dependen del sector, tamaño, estrategia, entre otros aspectos

Es una estrategia de negocio que permite optimizar procesos, generar ganancias económicas, mejorar la imagen de la compañía, permite el crecimiento (productos, mercado, clientes)

Generar un vínculo entre el desarrollo de las compañías y el medio ambiente por medio la ética organizacional.

Contribuye a generar una cultura sobre la preservación de los recursos naturales, los cuales no están siendo explotados respetablemente.

Promueve los derechos de los empleados y de manera indirecta equilibra el idealismo sobre el consumo masivos de los recursos.

Representa un desafío para las organizaciones a nivel financiero, pero no es obligatoria es voluntaria es las compañías y el beneficio es lograr una mejor imagen a nivel del mercado y mejorar la confianza de los cliente quienes son el consumidor final.

Genera responsabilidad con el uso de materias primas no dañinas, pagada a precio justo, en condiciones higiénicas saludables, con respeto el medio ambiente.

Cumplimiento de leyes con pagos justos en los impuestos, sin evasión, ni corrupción para evitar daños.

## Elementos

Las Empresas tiene este elemento para ejecutar de tal forma que generen valor a la compañía, sin embargo, es una decisión voluntaria y no regulada por la ley esto aportara a la empresa beneficios para la sociedad y públicos de interés, además de mejorar el desempeño ambiental ciudadano del medio ambiente comúnmente resalado y finalmente es importante poder tener adaptabilidad.

La responsabilidad social empresarial es un estándar que buscar la calidad de vida a nivel de los consumidores de la compañía por medio de la responsabilidad ética con el medio ambiente recordando que el cuidado que medio ambiente es un acto en junto con el generar del producto así como del consumidor por lo cual se requiere de un compromiso directo de ética y morales basados en un compromiso de cuidado sobre los recursos naturales los cuales actualmente no has sido explotamos responsablemente entre los elemento podemos resaltar:

Adaptabilidad: La RSE debe gestionarse bajo un contexto adaptable a los objetivos de la empresa, pero también al estándar de calidad que necesitan los clientes finales, gobiernos y la sociedad en general.

Conducta Ética: Sobrepasar las expectativas propias del negocio y las del entorno.

Decisión voluntaria: La RSE se gestiona por voluntad propia de la compañía y no por regulaciones de Ley.

Beneficio para la sociedad y/o medio ambiente: Tanto la misma compañía como los clientes, proveedores, empleados y sociedad en general deben ser beneficiadas por las operaciones de la empresa.

## **Formas de Gestionar**

Para poder operar estratégicamente la RSE es necesario dirigir con transparencia e implementar un sistema de gestión que permita la mejora continua del desempeño empresarial donde se tenga los procesos.

Hay distintas formas de gestionar la responsabilidad social, las variaciones dependen tanto de las necesidades y naturaleza de la empresa como de su entorno. También existen normativas que permiten gestionar la responsabilidad social en una compañía, así como certificarse en las mismas

La RSE en material de normativas las más destacadas; Integrar la RSE es la clave para asegurar su relevancia a largo plazo. El diálogo con stakeholders ayuda a identificar áreas de mejora, mientras que definir metas medibles y específicas permite evaluar el progreso. La innovación y el desarrollo sostenible son motores de la RSE, al igual que la medición transparente y la educación. En resumen, la Responsabilidad Social Empresarial es una iniciativa voluntaria que integra prácticas éticas, sostenibles y socialmente responsables en la estrategia empresarial. La empresa se enfoca en elementos clave como el gobierno corporativo, la responsabilidad ambiental y el bienestar de los empleados, mientras busca generar un efecto efectivo en la sociedad. Gestionar la RSE estratégicamente implica una integración profunda en todas las operaciones, asegurando la transparencia, el diálogo con stakeholders y la medición del impacto Ambiental y Social. Los cuales permitirán a la empresa poder tener una visión más clara y así mismo una orientación para poder modificar políticas, actividades que aseguren el involucramiento de todos.

Para poder comprender el RSE podemos ver como actualmente las grandes marcas las implementan, un ejemplo claro GOOGLE donde su responsabilidad social empresarial es con el medio ambiente según (zendesk, s.f.) “afirma que Google ha sido carbón-neutral desde 2007.

Esto significa sentir parte de algo más grande” Así que para finalizar, podemos comprender que los beneficios de implementar en las empresas el RSE contribuye de gran manera en las mejoras en la moral de los equipos de trabajo, ya que es claro que a las personas les gusta trabajar para empresas con una buena imagen, también aporta con la reducción del impacto en el medio ambiente ya que su implementación busca ayudar a implementar esfuerzos para preservar el medio ambiente, y además favorece a la empresa ya que aumenta la credibilidad en el mercado. Evitar la banalización de la gestión, toda empresa debe incluir la eliminación, reducción, mitigación de impactos negativos y mejora, potenciación y extensión de los positivos, gestionando así los impactos tangibles e intangibles.



## Poster Gobierno Corporativo

Figura 2

Poster gobierno corporativo

### Gobierno corporativo

**Que es?**



El gobierno corporativo se refiere al sistema de normas, prácticas y procesos mediante los cuales se dirige y gestiona una empresa. Proporciona el logro de la estrategia de la empresa en un marco de transparencia, responsabilidad y equidad.

---


**Principios**

- ✓ Transparencia
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Igualdad
- ✓ Independencia



**Características**

- ✓ La gestión del trabajo del proyecto.
- ✓ El cumplimiento de las políticas y estándares.
- ✓ La definición responsabilidades.
- ✓ La toma de decisiones.
- ✓ El monitoreo del desempeño.
- ✓ El manejo de los cambio



---

**Aportes al bienestar humano**




- Busca la eficiencia y empatía por parte del personal a los objetivos de la empresa
- Garantiza una imagen y estructura confiable
- Fortalece las políticas y procedimientos mediante la ética y la difusión de los buenos valores internos para el bienestar del colaborador
- Implementación de la automatización y digitalización de procesos para facilitar el trabajo

---

**origenes del Corporativismo**

Esta doctrina nace en Europa de entre finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. Así, fue inicialmente aplicada por gobiernos fascistas como el de Benito Mussolini en Italia.



**Historia**

El gobierno corporativo surgió en los años 30 en Italia, tras la segunda guerra mundial mucho países abandonaron este enfoque, en décadas recientes, gana importancia globalmente equilibrando los intereses empresariales con el bienestar social y ambiental.



Fuente. Autoría Propia

## **Ensayo Sostenibilidad Empresarial: La Producción Limpia y el Consumo Sostenible como Pilares del Éxito Corporativo y Ambiental**

La elaboración limpia y el consumo sostenible se conocen como el ámbito por el cual las organizaciones clasifican las acciones para no seguir afectando de manera masiva el planeta al momento de explorar sus recursos para satisfacer sus necesidades, buscando la mejor manera de hacer más, con menos, permitiendo así el crecimiento a nivel de flora como de fauna del entorno de manera equilibrada con la producción industrial de la sociedad.

El concepto de economía circular ha recibido varios nombres, sin embargo, (Macarthur, 2022) menciona que esta no es un movimiento ecológico, sino que, al contrario, debe considerarse como una estrategia de pensar diferente, como una filosofía. Para facilitar el ejercicio tendré como base la lectura “El consumo sostenible como perspectiva innovadora” que escribe el autor (Quiroz, 2023) de igual forma, los argumentos y apreciaciones que desarrollan (Belda, 2018) respecto a la economía circular y respecto a el paradigma de gestión ambiental según (Bart Van, 2022) Desde la gestión organizacional es importante comprender el enfoque de la producción limpia y el consumo sostenible como herramienta estratégica en una compañía que busca beneficiarse productiva y económicamente, así como minimizar drásticamente el impacto negativo en el medio ambiente, que en la actualidad se evidencian en los sistemas de producción y consumo dañinos para el entorno. Es decir, que las organizaciones que contemplen ser rentables deben buscar focalizar su oferta en productos que agreguen valor a largo plazo, garantizando al mismo tiempo que sus operaciones y resultados no tengan un impacto negativo, además debe garantizar que su objetivo general esté encaminado a integrar dentro de esta misma oferta los factores medioambientales y sociales, sin dejar a un lado las ganancias financieras.

En desarrollo de estos, las industrias en la actualidad han generado reestructuración de sus procesos buscando la economía y mitigación de materias primas usadas en sus productos, esto con el objetivo de contribuir a la preservación del planeta, el cual ha generado alertas a través de los años por medio del cambio climático junto con la variación en sus tierras, donde el ser humano está siendo moral de mantener el ecosistema y sus componentes en armonía con el subsistir del ser vivo, esto convirtiéndose en un factor importante para no generar un mundo operativo lleno de contaminación. Es de recordar que el mundo, así como su entorno, no puede ser consumido por las necesidades del ser humano; por el contrario, debe ser un apoyo mutuo, donde ambos elementos se complementen en el espacio y tiempo de su existir.

Asimismo, se debe tener en cuenta el consumo sostenible, según estudios realizados en (Cumbre del Rio, 1992)) y (Foro del Rio, 1997) obteniendo preocupantes resultados en las dos, con la sobreexplotación de los recursos naturales, cada año que pasa hay más población, más consumo, más pobreza y menos biodiversidad. El consumo sostenible se basa en consumo responsable; Dentro de este consumo se tiene tres 3 consumo ético, valores de continencia), consumo ecológico (reducir, reutilizar y reciclar), consumo solidario (consumo social y comercio justo) Teniendo en cuenta el término sostenibilidad, podemos hablar de dos conceptos que van de la mano (consumo y marketing). Se puede decir que las estructuras productivas se pueden transformar con sentido y respeto según el tipo de consumidor. El modelo del gasto desenfrenado se acabó. Las acciones y los actos responsables, o no, de cada individuo formarán nuevas estructuras de funcionamiento (ORTIZ DE MENDIVIL, 2012) También se analizan puntos como el modelo financiero (biodiversidad, población, agua, economía ecológica), las actuaciones de las empresas, indicadores ambientales, marketing ecológico y consumo sostenible.

Así que, si las organizaciones quieren ser sostenibles, deben comprender la importancia del tema. Según (blog-es, s.f.), "ser una empresa sostenible es una forma de cambiar la imagen ante los consumidores, ya que la sociedad comenzó a ser más consciente y exigir lo mismo de las empresas, donde los principales problemas ambientales en el mundo: el cambio climático; Esto significa que, si una organización traza dentro sus objetivos la sostenibilidad, su imagen tendrá una tendencia a ser más demandada por el mercado al que oferta.

En el mundo empresarial, el reducir la utilización de recursos energéticos y/o de materia prima para obtener iguales o mejores resultados no solo genera un impacto positivo en la economía de la organización sino también genera eficacia en su ciclo productivo y valor añadido; es importante la aplicación de la sustentabilidad en todas las etapas corporativas (Contratación, diseño, fabricación, transporte. (UN, 2016) Un ejemplo de aprovechamiento eficaz de recursos con resultados corporativamente positivos es el caso de la compañía Mexicana Grupo Bimbo, quienes ahorraron 700.000 USD y 338.400 m<sup>3</sup> de agua en 3 años, gracias a su programa de reducción de agua. (Li, 2015)

También cabe resaltar que actualmente las empresas que se apropian de políticas ambientales y procesos deben ejecutarlos de manera equilibrada desde los recursos naturales, humanos y financieros. Hoy en día se busca abordar diferentes problemáticas sociales y ambientales a través de diferentes formas de sustentabilidad y producción limpia a nivel corporativo, por ejemplo: La economía circular y la utilización de medios de transporte con bajas o nulas emisiones de carbono ayudan afrontar el cambio climático.

El catedrático de Ecología en España (Margalef, 1919-2004 ) señala que el hombre no solo es un problema para sí, sino también para la biosfera en que le ha tocado vivir. Esto debido al alto nivel de impericia que se ha llevado a través de los años frente a explotación de los recursos naturales brindados en la biodiversidad a su vez esta misma razón es apoyada por el

abogado y activista indio (Gandhi, 1869–1948) quien expresa que la Tierra proporciona lo suficiente para satisfacer las necesidades de cada ser humano, pero no la de su codicia.

En este mismo sentido, las organizaciones pueden establecer que la producción limpia y el consumo sostenible son una estrategia por la cual a nivel global el ser humano ha generado conciencia los diversos seres vivos; teniendo como enfoque la preservación de la vida natural, así como la ampliación de objetivo ecológico a nivel de las compañías donde la preservación tenga un punto clave al momento de la planeación estratégica de las organizaciones de la mano de sus metas u objetivos, porque como expresa (Royeth, 2017) Una ecología saludable es la base para una economía saludable."

En resumen, la Producción Limpia y el Consumo Sostenible no solo son estrategias empresariales inteligentes, sino también un compromiso con el futuro sostenible de nuestro planeta. Al capacitar a las organizaciones para diseñar productos que encarnen esta responsabilidad, se genera un efecto dominó de confianza y lealtad por parte de los consumidores. En la actualidad, los consumidores están más conscientes que nunca de la importancia de apoyar prácticas comerciales sostenibles.

Este panorama exige un llamado a la acción tanto a nivel empresarial como gubernamental. Las regulaciones deben elevar sus estándares para fomentar la adopción generalizada de la Producción Limpia y el Consumo Sostenible. Al mismo tiempo, es esencial invertir en educación ambiental para empoderar a los consumidores con el conocimiento necesario para tomar decisiones informadas.

En última instancia, la Producción Limpia y el Consumo Sostenible transforman empresas y consumidores, impulsando un futuro más sostenible y equitativo. La responsabilidad es de

todos, es hora de que asumamos nuestro papel en esta transición hacia un mundo más ecológico y consciente.

## Aplicación

**Tabla 1**

*Características de la Empresa*

---

**Datos - Empresa**

---

**Figura 3**

*Logo empresa*

Empresa: Ferchirriado



*Ferchirriado*

*Fuente. Autoría Propia*

### Resumen

Ferrchirriado es una empresa la cual desde el 2008 está comprometida a la elaboración y comercialización de productos de calzado; Actualmente compuesta por 5 empleados los cuales durante su periodo de desarrollo se encuentran destacados por su compromiso con la entidad a la hora de desarrollar su actividad económica, es destacada en Guacamayas barrio de Bogotá por contar con productos de experiencia positiva al cliente donde se prioriza los valores y ética profesional al momento de alguna novedad dentro de la venta de sus productos.

Tipo de

empresa: Industrial pequeña

---

Datos Dirección: Dig 40 A #1 A 16 Sur

Generales: Tel: 8048253

Correo: [ferchirriado@hotmail.com](mailto:ferchirriado@hotmail.com)

En el 2025 posicionarse como líder en la elaboración y comercialización de calzado para así optimizar con mayor fuerza sus recursos dentro de su actividad económica y mejor su posición como marca líder en el mercado, cumplimiento siempre con la calidad del producto y las necesidades del cliente destacado por sus valores profesionales.

Misión Establecer l el calzado formal En La Ciudad De Bogotá, Siendo Reconocida Por Su Calidad, Comodidad Y Cumplimiento De Entregas.

Razón Social: Fabricación y comercialización de productos de calzado al por mayor y por menor

No. Empleados:	5	Sector	Fabricación y Venta de Calzado
----------------	---	--------	-----------------------------------

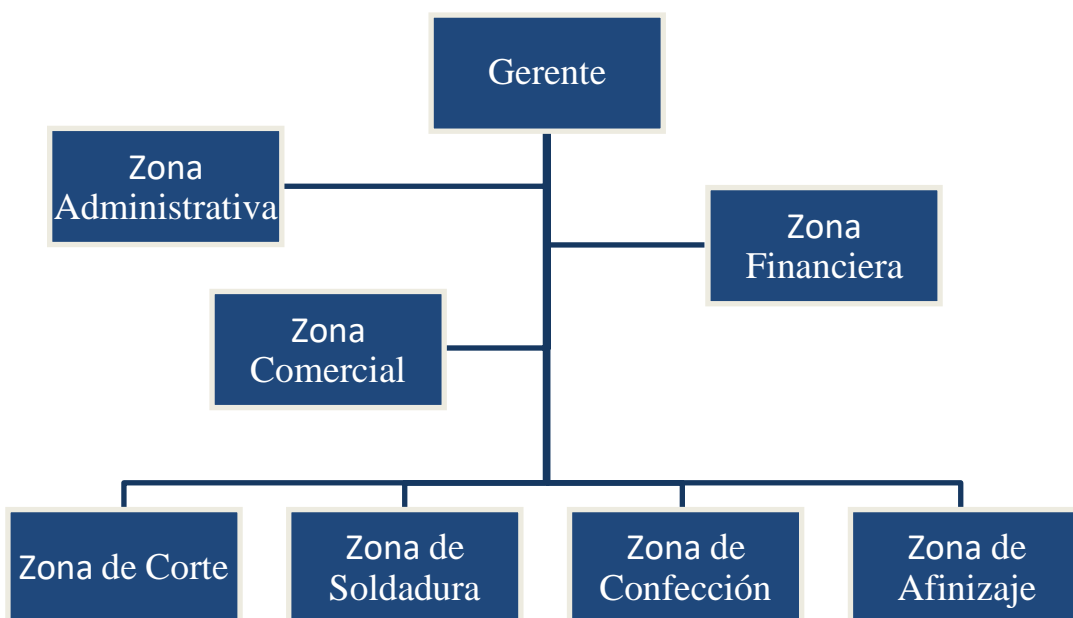
Valores

- Calidad
- Pasión
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad

---



Organigrama:



**Figura 4**

*Sede empresa*

Fotografías



*Fuente. Autoría Propia*

Oportunidad de mejora en direccionamiento estratégico

Implementación de formación al alcance de todos, además de dar el tiempo para que fortalezcan este aprendizaje.

Poder automatizar procesos manuales que tardan la productividad para minimizar tiempo de producción.

Fortalecer el servicio al cliente, implementando más canales de atención, así mismo evaluar el nivel de satisfacción del cliente.

---

*Nota.* Tabla de la empresa. Autoría Propia

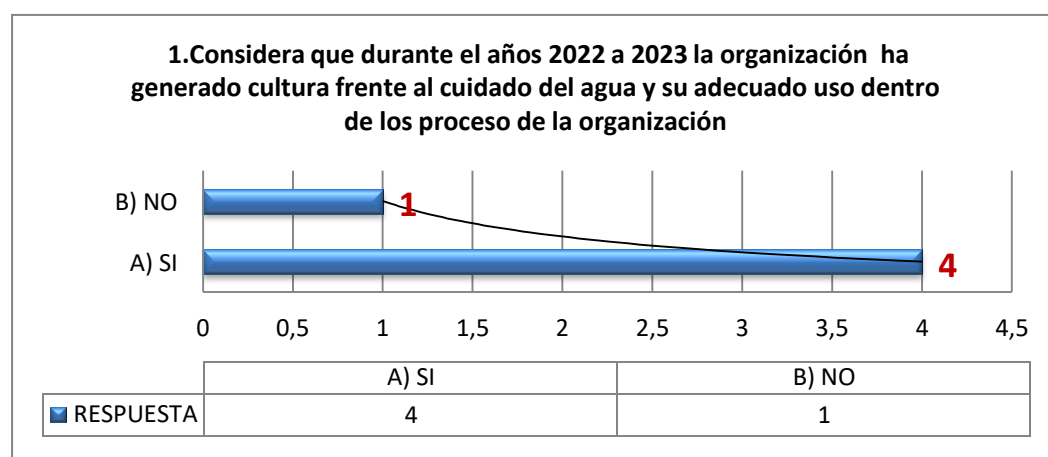
## Resultados e Interpretación

Considera que durante el año 2022 a 2023 la organización ha generado cultura frente al cuidado del agua y su adecuado uso dentro del proceso de la organización.

Empleado	Respuesta	A) Si	B) No
Empleado1	A	4	1
Empleado2	B	5	
Empleado3	A		
Empleado4	A		
Empleado5	A		

**Figura 5**

*Grafica Pregunta 1*



*Fuente. Autoría Propia*

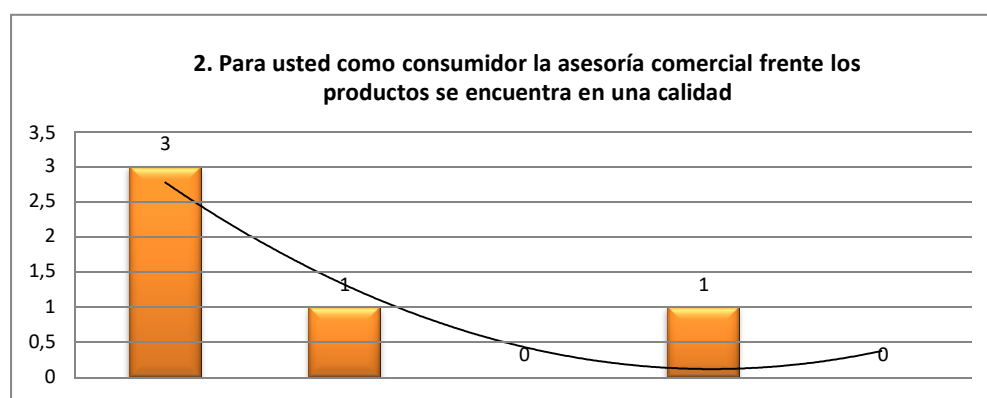
Interpretación: El 80% de los empleados encuestados respondió "sí", lo que indica que perciben que la organización ha generado una cultura de cuidado del agua y su adecuado uso durante el período mencionado. Sin embargo, el 20% de los empleados respondió "no", lo que sugiere que hay al menos un empleado que no percibe esta cultura. Además se evidencia que en la empresa predomina la cultura frente al cuidado y uso adecuado del agua, así que se debe fortalecer las actividades para aumentar esta percepción por parte del personal.

¿Para usted como consumidor; la asesoría comercial frente los productos es de calidad?

<b>Empleado</b>	<b>Respuesta</b>	<b>A) Excelente</b>	<b>3</b>
Cliente1	A	<b>B) Buena</b>	1
Cliente2	A	<b>C) Regular</b>	0
Cliente3	B	<b>D) Mala</b>	1
Cliente4	A	<b>E) Pésima</b>	0
Cliente5	D		<b>5</b>

**Figura 6**

*Grafica Pregunta 2*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 60% de los clientes calificó la asesoría comercial como "excelente", lo que sugiere que la mayoría de los consumidores están satisfechos con la calidad de la asesoría que reciben sobre los productos.

El 20% de los clientes la calificó como "buena", lo que también indica una percepción positiva, aunque en menor medida.

El 20% de los clientes la calificó como "mala", lo que sugiere que al menos un cliente no está satisfecho con la calidad de la asesoría comercial.

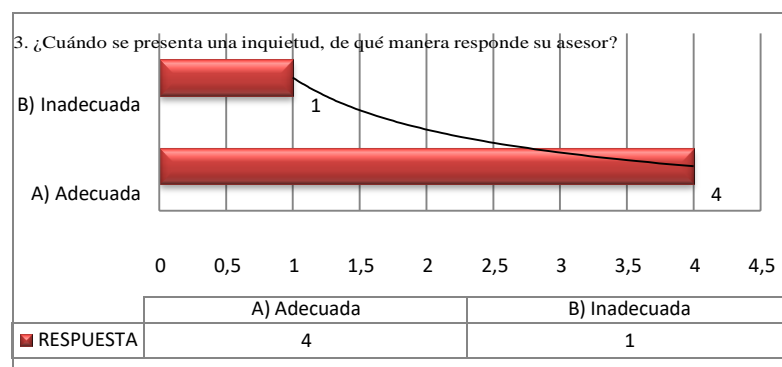
Como plan de mejoramiento, se debe considerar tomar nota de los comentarios o razones detrás de las calificaciones negativas para comprender mejor las áreas en las que la asesoría comercial puede mejorar de esta empresa, y así mismo aplicar un plan de mejora, y así mismo seguir fortaleciendo la calidad en los productos.

¿Cuándo se presenta una inquietud, de qué manera responde su asesor?

Empleado	Respuesta	A) Adecuada	B) Inadecuada
Cliente1	A	4	1
Cliente2	B		5
Cliente3	A		
Cliente4	A		
Cliente5	A		

**Figura 7**

*Grafica Pregunta 3*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 80% de los clientes calificó la respuesta de su asesor como "adecuada", lo que sugiere que la mayoría de los consumidores están satisfechos con la forma en que el asesor de la empresa responde a sus inquietudes. Esto es un indicio positivo de un buen servicio al

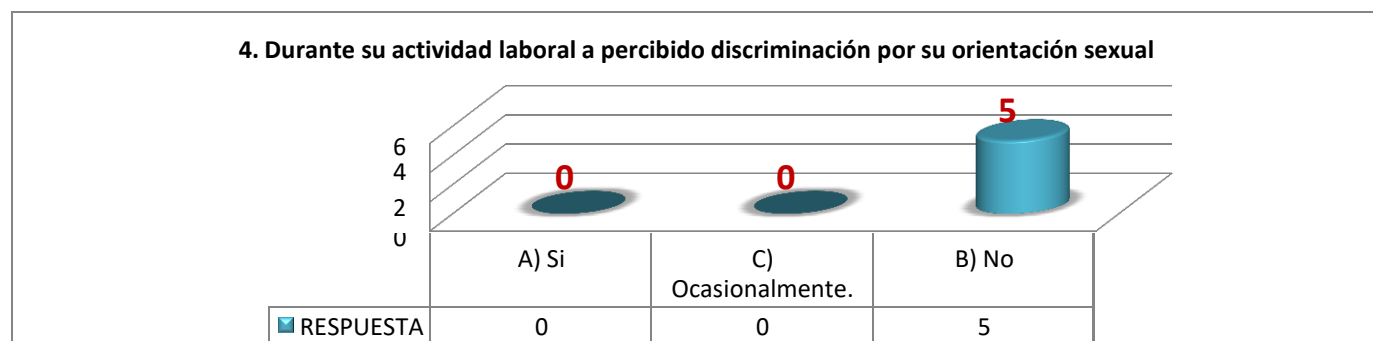
cliente y la capacidad de la empresa para abordar las preocupaciones de sus clientes de manera efectiva. El 20% de los clientes la calificó como "inadecuada", lo que indica que al menos un cliente no está satisfecho con la forma en que se abordan sus inquietudes. Es importante investigar más a fondo esta respuesta para comprender las razones detrás de la percepción negativa y tomar medidas para perfeccionar la calidad de la asesoría y el servicio al cliente, y si es necesario instruir al personal para pueda brindar una mejor experiencia. Esto indica que la mayoría de los clientes están contentos con la forma en que se abordan sus inquietudes y siempre es necesario que se apliquen la mejora continua, cabe aclarar que siempre es importante prestar atención a las preocupaciones expresadas por el cliente para abordar posibles áreas de mejora en el servicio de asesoramiento.

¿Durante su actividad laboral a percibido discriminación por su orientación sexual?

Empleado	Respuesta	A) Si	C) Ocasionalmente.	B) No
Empleado1	B	0	0	5
Empleado2	B	0	0	5
Empleado3	B	0	0	5
Empleado4	B	0	0	5
Empleado5	B	0	0	5

**Figura 8**

*Grafica Pregunta 4*



*Fuente. Autoría Propia*

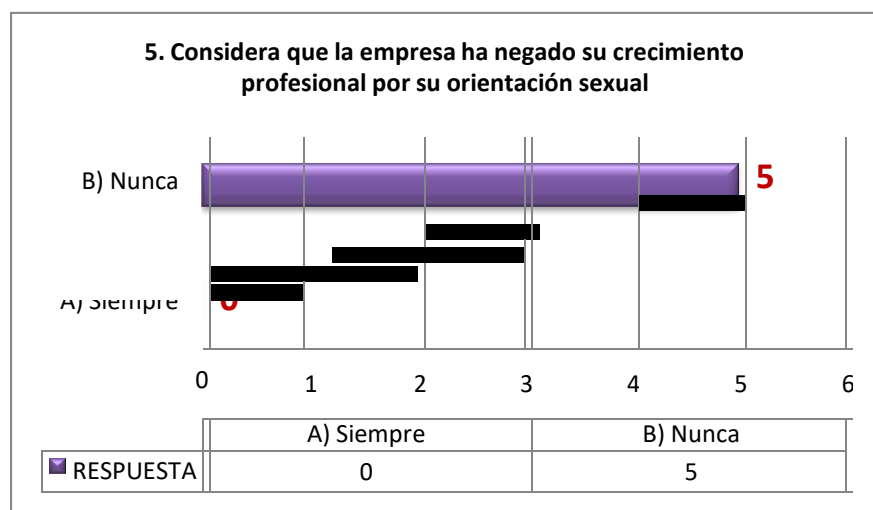
Interpretación: El 100% de los empleados encuestados respondió "no", lo que indica que ninguno de ellos percibe haber experimentado discriminación por su orientación sexual durante su actividad laboral en la empresa Ferrchirriado. Este resultado es positivo y sugiere que la empresa ha creado un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso en el que los empleados se sienten cómodos y no enfrentan discriminación debido a su orientación sexual. Se recomienda continuar con los planes que se vienen ejecutando a la fecha, además de seguir fortaleciendo esos espacios de interacción y confianza en el equipo de trabajo. Así mismo ampliar los canales para este tipo de atención de forma privada para que se pueda seguir manteniendo esta percepción por el personal.

¿Considera que la empresa ha negado su crecimiento profesional, por su orientación sexual?

<u>Empleado</u>	<u>Respuesta</u>	A) Siempre	B) Nunca
Empleado1	B	0	5
Empleado2	B		
Empleado3	B		5
Empleado4	B		
Empleado5	B		

**Figura 9**

*Grafica Pregunta 5*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 100% de los empleados encuestados respondió "no", lo que indica que ninguno de ellos percibe que la empresa haya negado su crecimiento profesional debido a su orientación sexual.

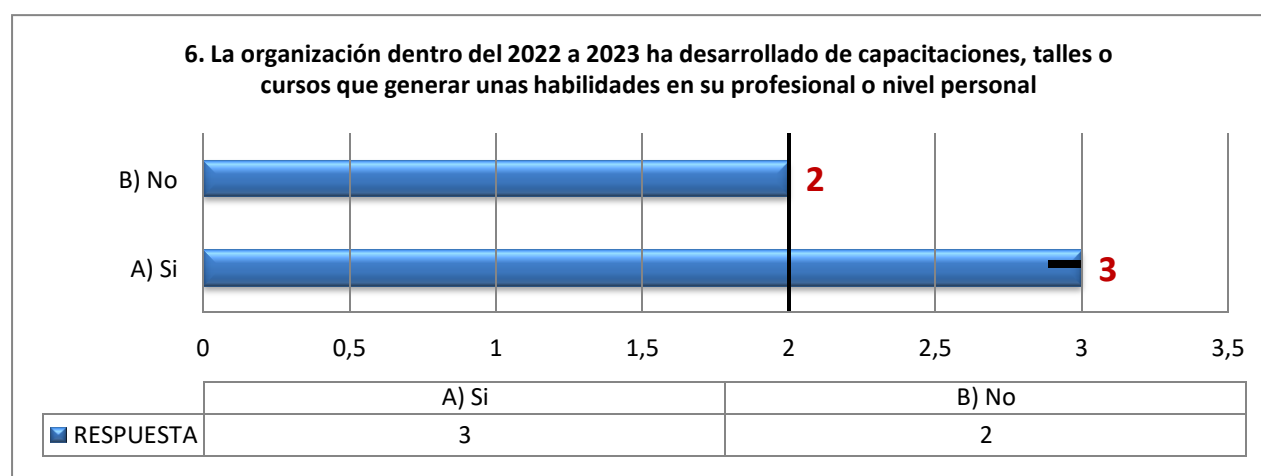
Este resultado es muy positivo y sugiere que los empleados de la empresa Ferrchirriado no sienten que su orientación sexual haya sido un factor limitante en su crecimiento profesional. Es importante que se siga manteniendo estas prácticas.

La organización dentro del 2022 a 2023 ha desarrollado de capacitaciones, talleres o cursos que generar unas habilidades en su profesional o nivel personal.

<b>Empleado</b>	<b>Respuesta</b>	<b>A) Si</b>	<b>B) No</b>
Empleado1	A	3	2
Empleado2	B		
Empleado3	A	5	
Empleado4	A		
Empleado5	B		

**Figura 10**

*Grafica Pregunta 6*



Fuente. Autoría Propia



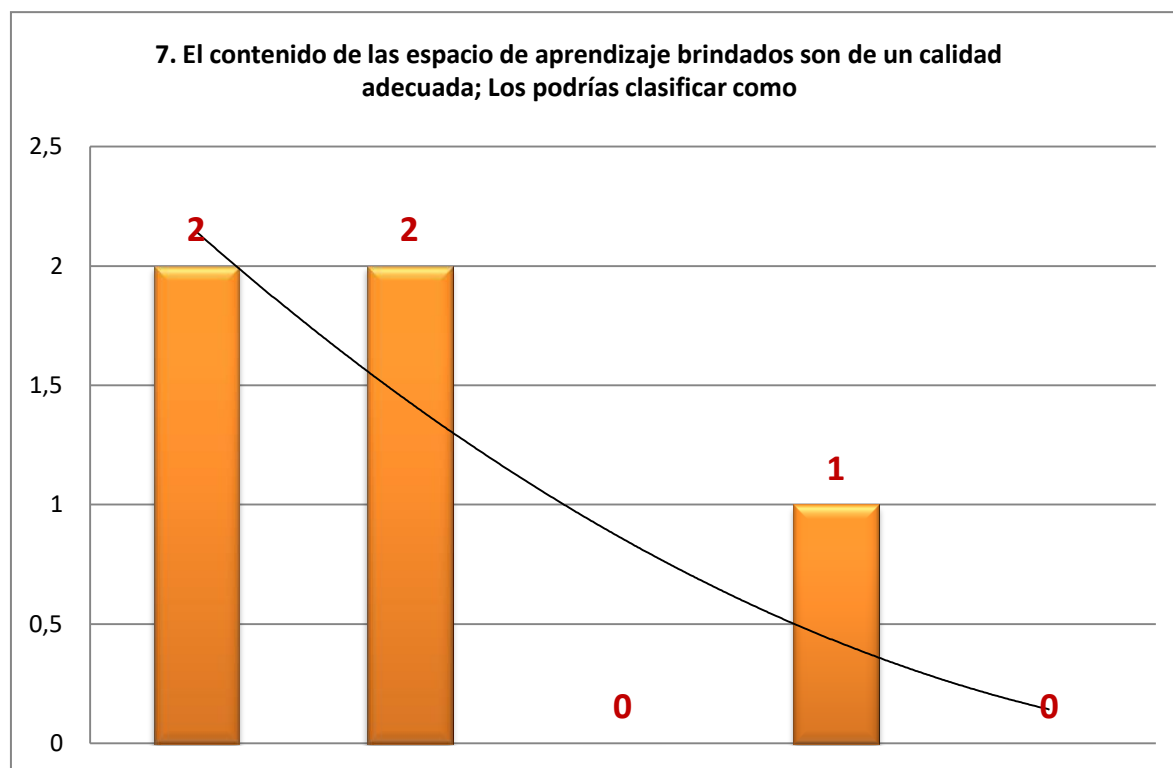
Interpretación: El 60% de los empleados encuestados respondió "sí", lo que indica que la mayoría de ellos percibe que la organización ha desarrollado capacitaciones, talleres o cursos para generar habilidades en su ámbito profesional o personal durante el período mencionado. El 40% de los empleados respondió "no", lo que significa que al menos dos empleados no perciben que se hayan ofrecido estas oportunidades de desarrollo. Como plan de mejora se puede investigar más a fondo las razones detrás de esta percepción y considerar cómo mejorar la comunicación o la oferta de capacitación en la organización, así mismo es necesario poder establecer horarios de formación, en los cuales todo el personal pueda participar de forma activa ante la formación propuesta.

¿El contenido del espacio de aprendizajes brindados son de una calidad adecuada?; Los podrías clasificar como:

<b>Empleado</b>	<b>Respuesta</b>	<b>A) Excelente</b>	
Empleado1	A	<b>B) Buena</b>	2
Empleado2	B	<b>C) Regular</b>	0
Empleado3	B	<b>D) Mala</b>	1
Empleado4	A	<b>E) Pésima</b>	0
Empleado5	D		5

## Figura 11

### Grafica Pregunta 7



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 40% de los empleados calificó el contenido del espacio de aprendizaje como "excelente", lo que indica que algunos empleados están muy satisfechos con la calidad del contenido proporcionado. Otro 40% de los empleados lo calificó como "buena", lo que sugiere que la mayoría de los empleados considera que la calidad del contenido es buena, aunque no excepcional. El 20% de los empleados lo calificó como "mala", lo que indica que al menos un empleado no está satisfecho con la calidad del contenido.

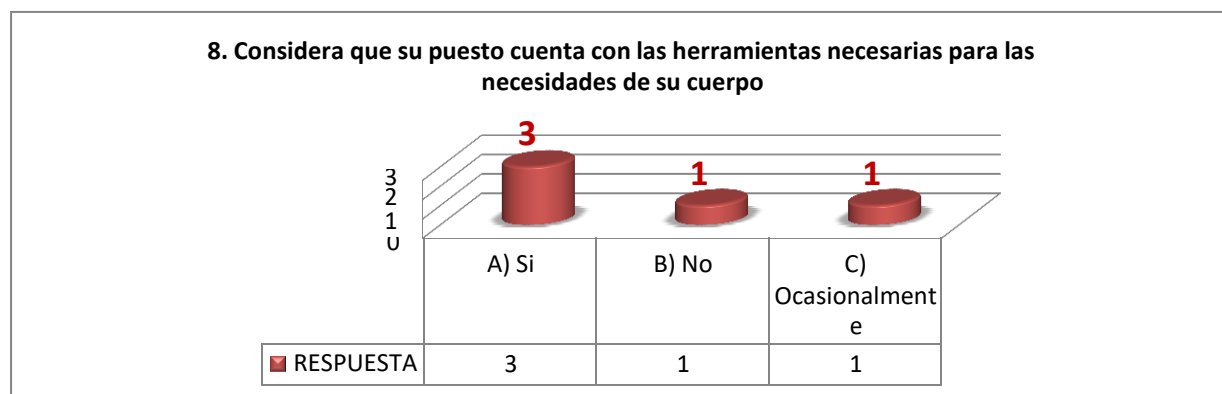
Las oportunidades de mejora se pueden encontrar en esos comentarios o razones detrás de la calificación "mala" para comprender las áreas específicas en las que el contenido de aprendizaje podría necesitar mejoras, además de realizar consenso y lluvia de ideas para instruir de mejor manera.

¿Considera que su puesto cuenta con las herramientas necesarias para las necesidades de su cuerpo?

Empleado	Respuesta	A) Si	B) No	C) Ocasionalmente
Empleado1	A	3	1	
Empleado2	B		1	1
Empleado3	A	5		
Empleado4	C			1
Empleado5	A	3		

**Figura 12**

*Grafica Pregunta 8*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 60% de los empleados encuestados respondió "sí", lo que indica que la mayoría de ellos considera que su puesto de trabajo está equipado con las herramientas necesarias para satisfacer sus necesidades corporales. Esto sugiere que la de los colaboradores se siente cómoda en sus puestos de trabajo en este aspecto. El 20% de los empleados respondió "no", lo que significa que al menos un empleado no siente que su puesto cuente con las herramientas necesarias para sus necesidades corporales. Otro 20% de los empleados respondió "ocasionalmente", lo que sugiere que otro empleado podría experimentar algunas limitaciones en este sentido de manera intermitente. Esto indica que se debe investigar más a fondo las razones

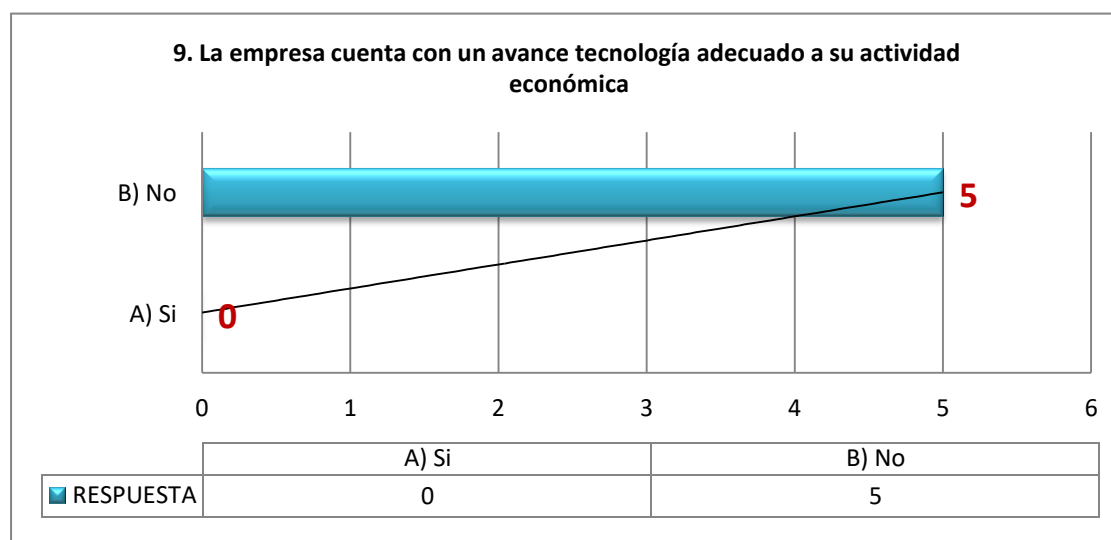
detrás de las respuestas negativas o "ocasionalmente" al ser evidente que existen necesidades específicas se requiere comprender si estas deben ser abordadas para perfeccionar las condiciones de trabajo y la comodidad de los empleados. Esto debe ser prioridad para la empresa, ya que puede evitar incurrir en sanciones o multas por su incumplimiento.

¿La empresa cuenta con un avance tecnología adecuado a su actividad económica?

<u>Empleado</u>	<u>Respuesta</u>	A) Si	B) No
Empleado1	B	0	5
Empleado2	B		
Empleado3	B		5
Empleado4	B		
Empleado5	B		

**Figura 13**

*Grafica Pregunta 9*



*Fuente. Autoría Propia*

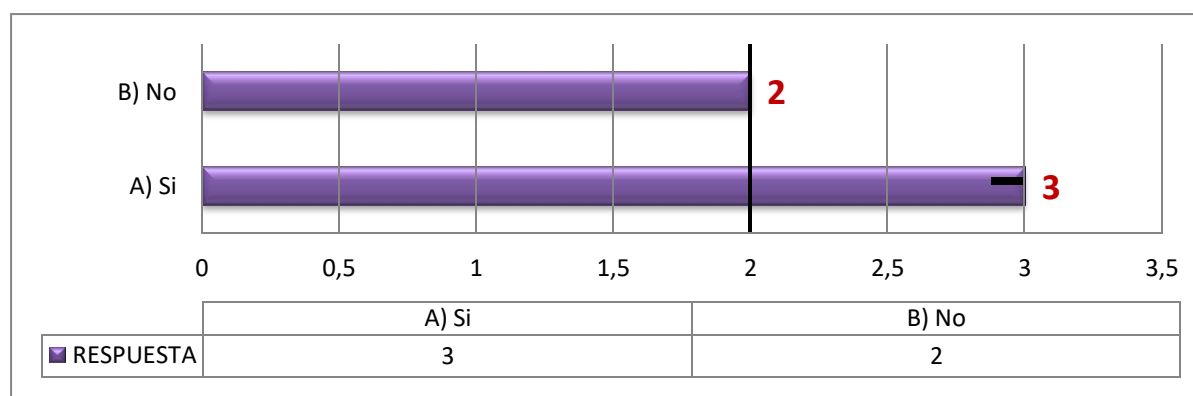
Interpretación: El 100% de los empleados encuestados respondió "sí", lo que indica que todos ellos consideran que la empresa cuenta con un nivel adecuado de avance tecnológico para su actividad económica. Este resultado es muy positivo y sugiere que los empleados tienen una percepción favorable de la capacidad tecnológica de la empresa en relación con su actividad económica. Esto puede contribuir a la eficiencia y la competitividad de la organización en su mercado, además esto favorece la productividad en las labores diarias tanto para el personal, como para la empresa.

¿Dentro de sus actividades laborales considera que puede tener un implemento tecnológico que permita perfeccionar el tiempo de respuesta en la producción?

<u>Empleado</u>	<u>Respuesta</u>	<b>A) Si</b>	<b>B) No</b>
Empleado1	A	3	2
Empleado2	B		
Empleado3	A	5	
Empleado4	A		
Empleado5	B		

**Figura 14**

*Grafica Pregunta 10*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 60% de los empleados encuestados respondió "sí", lo que indica que la mayoría de ellos considera que pueden contar con implementos tecnológicos que mejoran el tiempo de respuesta en la producción como parte de sus actividades laborales. Esto sugiere que la empresa podría mejorar los recursos tecnológicos entregados a los trabajadores para perfeccionar la eficiencia en la producción.

El 40% de los empleados respondió "no", lo que significa que al menos dos empleados o bien no perciben que requieran acceso a estos implementos tecnológicos, o no tienen el suficiente interés para proyectar una mejora con el uso de recursos tecnológicos.

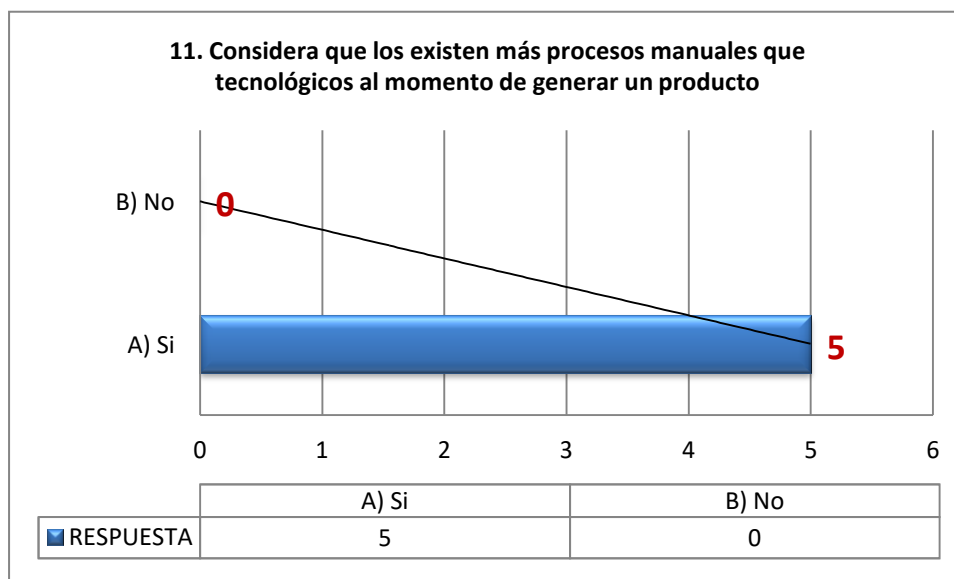
Así como es importante investigar más a fondo las razones detrás de las respuestas "no" para comprender si existen limitaciones o necesidades específicas que deben abordarse para perfeccionar la eficiencia en la producción, de cierta manera también es necesario conocer del "si", cuales son estas y estudiar una implementación.

¿Considera que los existen más procesos manuales que tecnológicos al momento de generarun producto?

<u>Empleado</u>	<u>Respuesta</u>	A) Si	B) No
Empleado1	A	5	0
Empleado2	A		
Empleado3	A		5
Empleado4	A		
Empleado5	A		

## Figura 15

Grafica Pregunta 11



*Fuente.* Autoría Propia

Interpretación: Sí, todos dicen que sí. Eso significa que el 100% de las personas piensa que en nuestra empresa hacemos la mayoría de las cosas con las manos en lugar de usar muchas máquinas o tecnología.

Podría ser importante pensar en cómo usar más tecnología para hacer las cosas más rápido y eficientemente, por ende es importante que se implemente la automatización de procesos, ya que esto fortalecería la productividad de la empresa

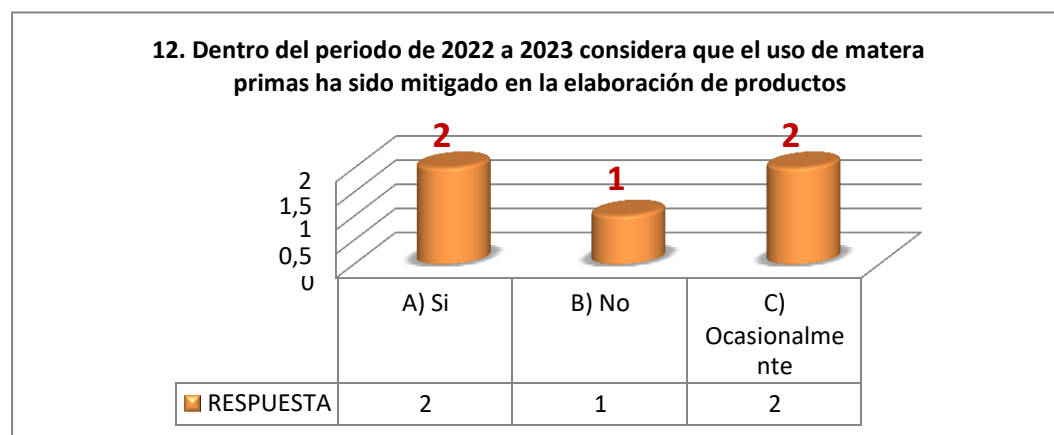
¿Dentro del periodo de 2022 a 2023 considera que el uso de materia primas ha sido

Mitigado En La Elaboración De Productos?

Empleado	Respuesta	A) Si	B) No	C) Ocasionalmente
Empleado1	A	2	1	
Empleado2	B		1	2
Empleado3	C			5
Empleado4	C			2
Empleado5	A	2		

**Figura 16**

*Grafica Pregunta 12*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 40% de los empleados encuestados respondió "sí", indicando que perciben una reducción durante el período. El 20% respondió "no", lo que significa que un empleado no observa una mitigación en el uso de materias primas.

Otro 40% respondió "ocasionalmente", lo que sugiere que otros dos empleados ven la mitigación en el uso de materias primas como un proceso intermitente o variable en la empresa.



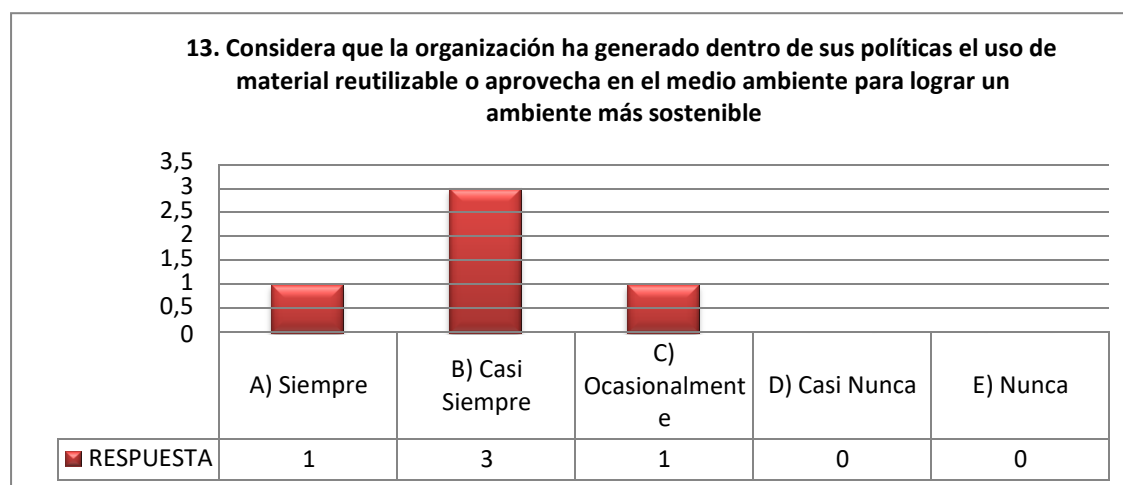
La percepción sobre la mitigación del uso de materias primas es mixta, con algunas personas viendo mejoras, algunas no y otras experimentando cambios intermitentes. Esto puede significar que el manejo se está dando es sectorizado, por lo cual se invita a investigar acerca de los procesos que respondieron "ocasionalmente" y "no", para implementar un plan de mitigación en la elaboración de productos o al menos un plan de destino final de residuos mejorado.

¿Considera que la organización ha generado dentro de sus políticas el uso de material reutilizable o aprovecha en el medio ambiente para lograr un ambiente más sostenible?

<u>Empleado</u>	<u>Respuesta</u>	<u>A) Siempre</u>	<u>B) Casi Siempre</u>	<u>C) Ocasionalmente</u>	<u>D) Casi Nunca</u>	<u>E) Nunca</u>
Empleado1	B	1	3	1	0	0
Empleado2	C	1	0	0	0	0
Empleado3	B	0	0	0	0	0
Empleado4	A	0	0	0	0	0
Empleado5	B	0	5	0	0	0

**Figura 17**

*Grafica Pregunta 13*



*Fuente. Autoría Propia*

Interpretación: El 20% de los empleados respondió "siempre", indicando que perciben que la organización siempre integra el uso de materiales reutilizables y prácticas sostenibles en sus políticas. El 60% respondió "casi siempre", lo que sugiere que la mayoría de los empleados ven que esto ocurre con bastante frecuencia. El 20% respondió "ocasionalmente", indicando que al menos un empleado considera que esto sucede de vez en cuando.

Se percibe una actitud positiva entre los empleados de que la organización está comprometida con prácticas sostenibles y la promoción de un ambiente más sostenible, se recomienda continuar con los planes de ambientales vigentes, además es necesario que se implemente formación continua al personal para que se maneje de forma adecuada los residuos.

## **Resultados Evidenciados de la Empresa**

La empresa ha dado unos pasos grandes como se evidencia en los resultados que arroja la encuesta muestran que hay una buena percepción en varios aspectos clave. Por ejemplo, la mayoría de los compañeros sienten que en la empresa se ha creado una cultura de cuidado del agua y su uso adecuado, y que no han sentido discriminación por su orientación sexual ni han tenido problemas en su desarrollo profesional por eso. Además, es bueno destacar que la organización ha brindado capacitaciones de manera efectiva y ha incorporado tecnología de forma adecuada, y en general, la calidad del contenido de aprendizaje es bien valorada. Sin embargo, es importante mencionar que hay una percepción de que todavía se usan más procesos manuales que tecnológicos en la producción de productos, lo que podría necesitar una revisión, y con el fin de tener una mayor productividad, es necesario que automatice los diferentes procesos.

Pero, en general, la empresa está avanzando hacia la promoción de prácticas más sostenibles, como el uso de materiales reutilizables y el cuidado del medio ambiente. Estos resultados indican que la empresa está comprometida con la responsabilidad social y está en sintonía con los principios de la ISO 26000, aunque hay áreas donde se puede mejorar para seguir avanzando en esta dirección.

Por ende, es necesario ser constante antes los aspectos positivos evaluados y se debe seguir fortaleciéndolos, además también debe evaluar y desarrollar mejoras que le permitan a la empresa ser sostenible en el mercado.

### **Fortalezas**

**Cultura de Responsabilidad Social:** La empresa ha logrado una cultura de responsabilidad social, destacada por el cuidado del agua y la igualdad de oportunidades.

**Capacitación y Desarrollo:** La organización brinda capacitaciones efectivas y utiliza tecnología de manera adecuada.

Uso de Avance Tecnológico: Todos los empleados consideran que la empresa tiene tecnología adecuada para su actividad.

Promoción de Prácticas Sostenibles: La empresa se dirige hacia prácticas más sostenibles y el cuidado del medio ambiente.

### **Oportunidades de Mejora**

Procesos Manuales vs. Tecnológicos: Se puede mejorar la eficiencia y automatización en la producción; Calidad del contenido de aprendizaje: Aunque valorada positivamente, se puede mejorar para asegurar la efectividad de las capacitaciones.

Comunicación Interna: Mejorar la comunicación interna para abordar preocupaciones y percepciones negativas.

Equidad de Género: Garantizar la igualdad de conveniencia y la no marginación de género.

Eficiencia en el Uso de Recursos: Continuar optimizando recursos y reduciendo el uso de materias primas.

## Identificación el problema central



% Implemento de tecnología

$$= \frac{\text{Procesos Manuales}}{\text{Procesos Tencologicos}} * 100$$

Ferchirriado es una empresa dedicada desde el 2008 a la elaboración y comercialización de productos de calzado al por mayor y por menor actualmente ubicada en la ciudad de Bogotá D.C. en el sector de la localidad de San Cristóbal barrio Guacamayas; Se encuentra fundamenta en los valores del trabajo en equipo: las áreas son un conjunto el cual se emplea para obtener un producto de calidad y el respeto: el trato adecuado de los suministros y el personal genera un clima organización adecuado; Su mayor reto es posicionarse como líder en la fabricación y venta de calzado a través de optimización de recursos, reconocimiento por productos de calidad y explorsionar nuevos mercados de la marroquinería.

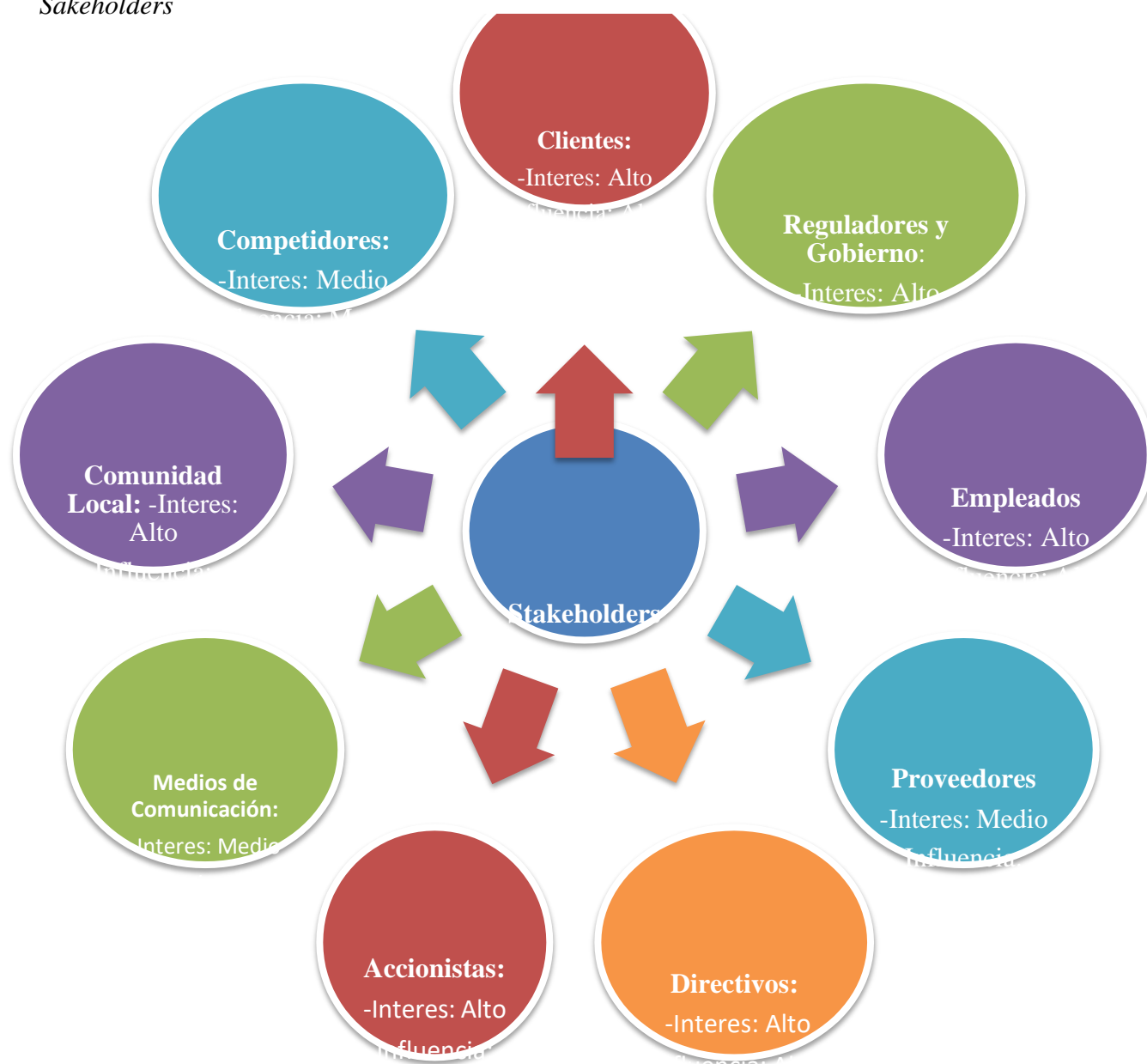
Para la organización actualmente existen un problema detectado a nivel de tecnología dado que dentro de sus procesos operativos y de fabricación existe un mayor grado de procesos manuales frente a los tecnológicos los cuales generan directamente aumento del tiempo dentro delas áreas de la compañía, así como el incremento de margen de error por la mano de obra dentro de los procesos. Es de recordar que al ser una empresa pequeña su nivel de tecnología

se encuentra débil frente a la competencia y actividad económica desempeñada, lo cual genera una disminución de ventas como de oportunidades en el mercado; con tecnología se busca una nueva estructura en los procesos que permita que sean menos complejos en las actividades.

## Stakeholders

**Figura 18**

*Sakeholders*

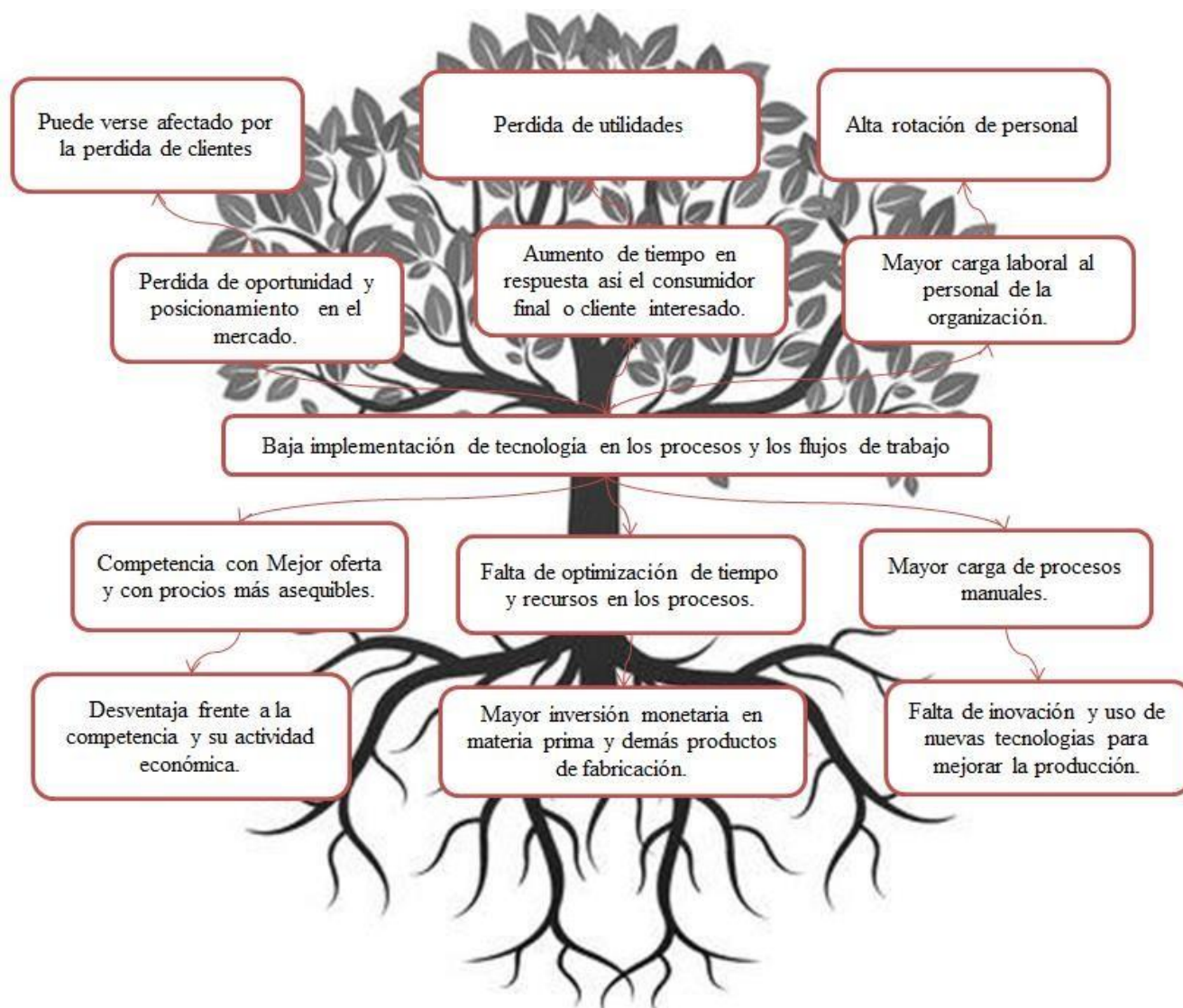


*Fuente. Autoría Propia*

## Árbol de problema

**Figura 19**

*Árbol de problema*



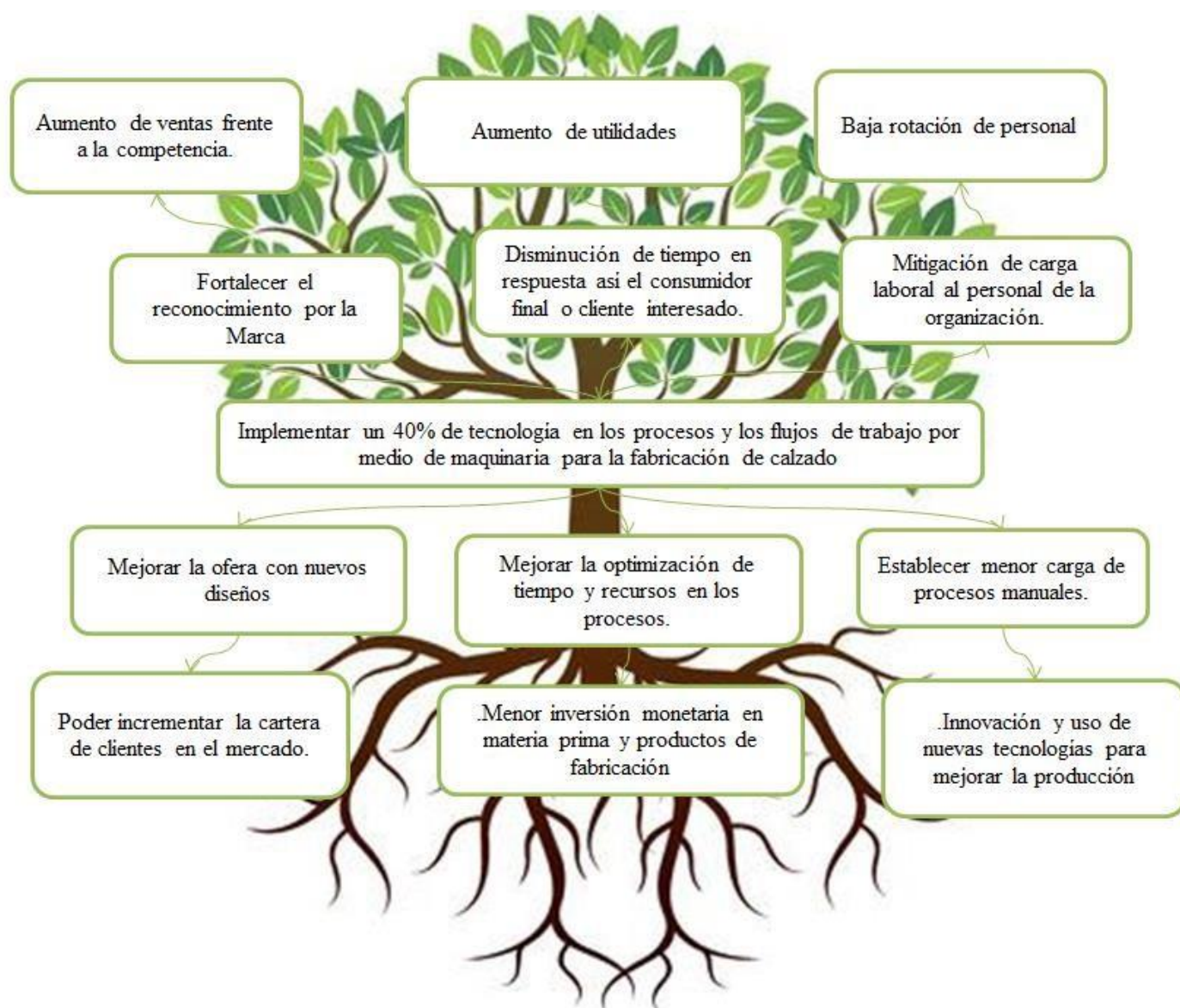
*Fuente. Autoría Propia*



## Árbol de Objetivos

**Figura 20**

*Árbol de objetivos*

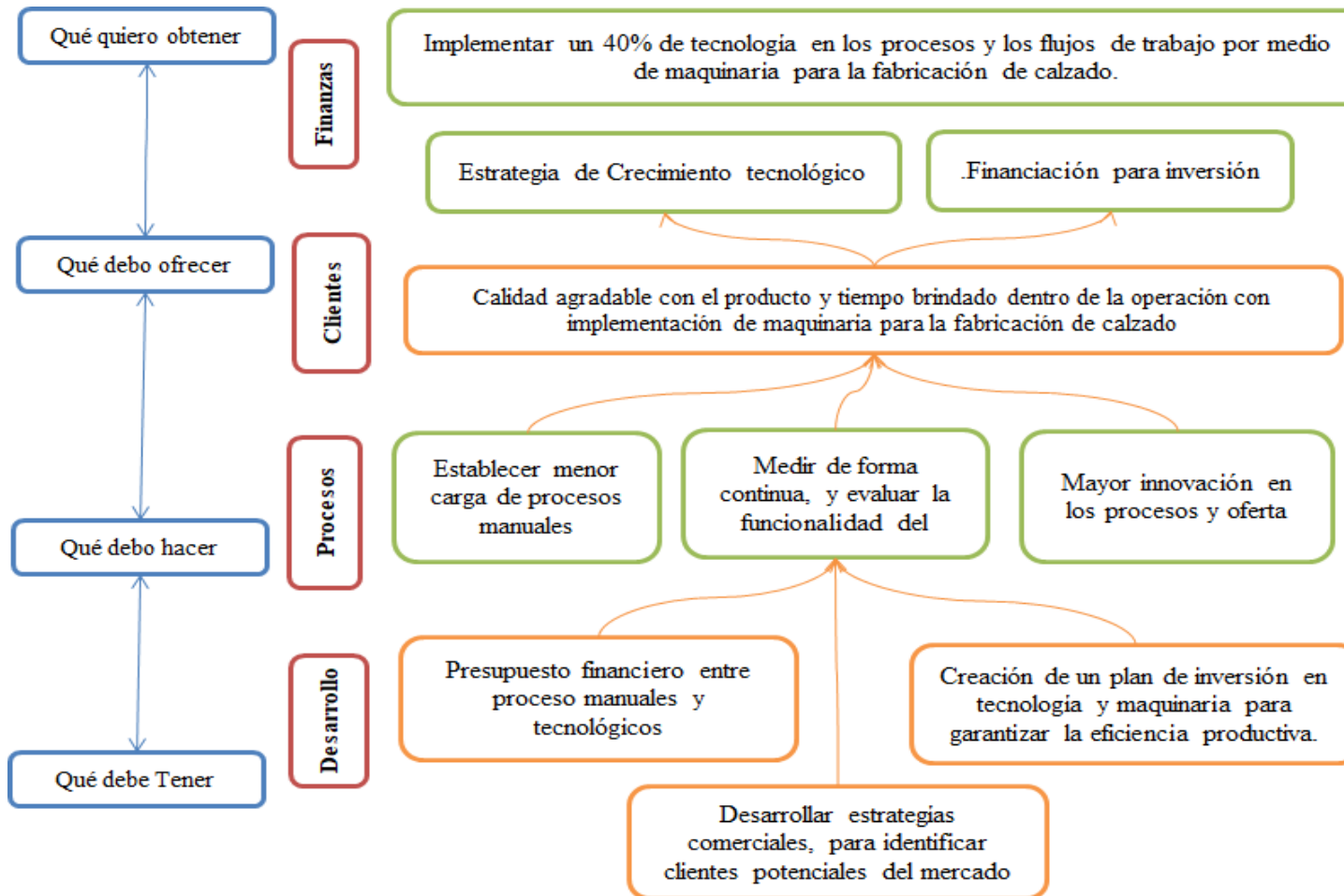


*Fuente. Autoría Propia*

## Mapa de estrategias

**Figura 21**

*Mapa de estrategias*



Fuente. Autoría Propia

## Plan de Mejoramiento

**Tabla 2**

*Plan de acción y de seguimiento*

Plan de Acción y Seguimiento					
Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Disminución de la carga laboral	Automatización de procesos	12 meses	600.000	$\frac{\text{Procesos operativos}}{\text{Procesos autmatizados}} * 100$
	Aumentar en un 20 % ventas año 2024 vs. 2023	Ampliando la distribución de la marca	12 meses	2.000.000	$\frac{\text{Total ventas 2023} * 100}{\text{Total ventas 2024}}$
Social	Mejor clima laboral en Ferchirriado	Brindar espacios de esparcimiento e integraciones lúdicas	2 meses	300.000	$\frac{\text{Clima laboral 2023}}{\text{Clima laboral 2024}} * 100$
	Fidelización a la marca	Mejoras en oferta y servicio de calidad	3 meses	3,000.000	$\frac{\text{Satisfacción en Calidad y servicio 2022}}{\text{Satisfacción en Calidad y servicio 2023}} * 100$
Ambiental	Implementación de tecnologías	Crear plan de inversión para	1 mes	500.000	$\frac{\text{Productividad tecnología obsoleta}}{\text{Tecnología moderna sustentable}} * 100$

sustentables	la tecnología y maquinaria que economicen recursos.				
Implementación de marketing cero papel.	Publicidad enfocada a la digitalización	6 meses	6.000.000	$\frac{\text{Marketing físico}}{\text{Marketing Digital}} * 100$	

*Nota. Elaboración propia*

### **Explicaciones**

**Económica:** El plan estratégico dirigido a la dimensión económica tiene como objetivo reducir la carga laboral a través de la automatización de procesos lo que permite un aumento en la eficacia productiva minimizando tiempo y mano de obra en la elaboración de calzado.

El tiempo proyectado para la implementación del plan es de 12 meses con un costo de 600.000 con lo que se espera un aumento considerable en el porcentaje de automatización.

Así mismo se busca generar incremento de ventas, realizando diferentes estrategias comerciales como ampliar la distribución de la marca en todas las zonas de Bogotá y sus alrededores.

Permitiendo el crecimiento de la marca.

### **Esto Produce Beneficios Tales como**

**Creación de Empleo de Calidad:** La automatización puede liberar a los empleados de tareas rutinarias, permitiéndoles enfocarse en funciones más estratégicas y creativas, mejorando la calidad de sus trabajos.

**Capacitación y Desarrollo de Habilidades:** La implementación de tecnologías avanzadas. **Reducción de Errores y Desperdicios:** La automatización puede contribuir a la reducción de errores en los procesos, lo que no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también tiene beneficios ambientales al disminuir el desperdicio de recursos.

**Contribución a la Sostenibilidad Económica:** La eficiencia económica derivada de la automatización puede contribuir a la sostenibilidad económica de la empresa, generando ingresos que pueden reinvertirse en iniciativas de RSE y en el bienestar de la comunidad.

**Social:** El plan estratégico dirigido a la dimensión social tiene como objetivo invertir en tecnología y maquinaria sustentable que permita reducir el impacto medioambiental, para esto se tiene destinado un mes de plazo y un costo de 500.000 para la modernización de tecnología productiva.

**A su vez es importante generar un clima laboral estable:** fomentando espacios de esparcimiento y recreación para los empleados. Esto brinda seguridad, tranquilidad y mayor rendimiento laboral en cada colaborador a su vez estabilidad y ejecución de las tareas asignadas en la compañía.

**Mejora en la Experiencia del Cliente:** Brindar mejoras en la oferta y calidad de servicio contribuye directamente a una experiencia de la cliente más positiva, demostrando un compromiso con la satisfacción y el bienestar del cliente.

**Generación de Empleo y Desarrollo Local:** Productos o servicios debido a mejoras en la oferta puede llevar a impactando positivamente a la comunidad.

**Énfasis en Prácticas Comerciales Éticas:** Al mejorar la oferta y la calidad de servicio, la empresa puede destacar su compromiso con prácticas comerciales éticas, generando confianza entre los clientes y la sociedad.

**Fortalecimiento de Relaciones con Clientes:** La fidelización de la marca mediante mejoras contribuye al fortalecimiento de relaciones a largo plazo con los clientes, promoviendo una conexión más profunda y sostenible.

**Apoyo a Iniciativas Sociales y Comunitarias:** El aumento de recursos financieros derivado de la fidelización de la marca puede ser destinado a iniciativas sociales y comunitarias, ampliando el impacto positivo de la empresa en la sociedad.

**Inclusión y Diversidad en la Oferta:** La mejora en la oferta puede incluir la promoción de productos o servicios que reflejen la diversidad cultural y la inclusión, respaldando valores de responsabilidad social y equidad.

**Promoción de Prácticas Comerciales Justas:** Al brindar mejoras, la empresa puede resaltar su compromiso con prácticas comerciales justas, garantizando que los proveedores y colaboradores reciban un trato ético y equitativo.

**Ambiental:** En esta dimensión se tiene como plan estratégico la implementación del Marketing digital como herramienta publicitaria para llegar a más usuarios y clientes potenciales, para esto se destina un plazo de 6 meses y un valor de 6.000.000.

## **Implementación de Marketing Cero Papel, Produce Beneficios Tales Como**

**Reducción del Impacto Ambiental:** La implementación de marketing cero papel, centrado en estrategias de digitalización, contribuye directamente a la reducción del consumo de papel, disminuyendo el impacto ambiental y posicionando a la empresa como respetuosa con el medioambiente.

**Alineación con Tendencias Sostenibles:** La adopción de publicidad digital se alinea con las tendencias actuales hacia prácticas de negocio sostenibles, mostrando a la empresa como consciente de las demandas del mercado y comprometida con la responsabilidad ambiental.

**Acceso a Públicos Más Amplios:** La digitalización del marketing permite llegar a audiencias más amplias a través de plataformas en línea, aumentando la visibilidad de la marca de manera eficiente y reduciendo la necesidad de material impreso.

**Interactividad y Compromiso del Cliente:** Las estrategias digitales ofrecen oportunidades para la interactividad y el compromiso del cliente, generando una experiencia más dinámica y participativa, lo cual puede fortalecer la conexión con la audiencia.

**Optimización de Recursos Financieros:** Aunque la inversión inicial puede ser significativa, a largo plazo, la publicidad digital puede resultar más rentable al eliminar los costos asociados con la impresión y distribución de material físico.

**Flexibilidad y Adaptabilidad:** Las campañas digitales permiten ajustes rápidos y adaptabilidad a cambios en tiempo real, proporcionando a la empresa la flexibilidad necesaria para responder a las dinámicas del mercado de manera más eficaz.

**Medición Precisa del Rendimiento:** La publicidad digital facilita una medición precisa del rendimiento de las campañas, permitiendo a la empresa evaluar el retorno de inversión y ajustar estrategias según resultados concretos.

**Conciencia Social y Atracción de Consumidores Responsables:** Adoptar un enfoque de marketingcero papel contribuye a la construcción de una imagen de marca socialmente responsable, atrayendo a consumidores que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.



## **Implementación de Tecnologías Sustentables, Produce Beneficios Tales Como:**

**Compromiso con la Sostenibilidad:** La creación de un plan de inversión para tecnología y maquinaria que economice recursos refleja el compromiso de la empresa con prácticas sostenibles, fortaleciendo su posición como actor responsable en la industria.

**Reputación como Empresa Innovadora y Responsable:** Adoptar tecnologías sustentables posiciona a la empresa como innovadora y socialmente responsable, lo que puede mejorar su reputación y atractivo tanto para clientes como para inversionistas.

**Crecimiento del Mercado y Demanda del Consumidor:** La creciente conciencia ambiental entre los consumidores hace que las empresas sustentables sean más atractivas. La implementación de tecnologías sustentables puede abrir oportunidades de crecimiento en un mercado cada vez más consciente.

**Cumplimiento de Normativas y Estándares Ambientales:** Adoptar tecnologías sustentables ayuda a la empresa a cumplir con normativas y estándares ambientales, mitigando riesgos legales y demostrando conformidad con las expectativas de la sociedad.

**Innovación y Atracción de Talento:** La adopción de tecnologías sustentables puede impulsar la innovación dentro de la empresa y atraer a talento comprometido con la responsabilidad social, contribuyendo a la formación de una cultura organizacional ética.

**Colaboración con Proveedores Sustentables:** Al incorporar tecnologías sustentables, la empresa puede fomentar la colaboración con proveedores que también abrazan prácticas comerciales responsables, fortaleciendo las cadenas de suministro éticas.

## Conclusiones

En el marco del Diplomado en Gerencia Estratégica de Responsabilidad Social, destacamos el enfoque en la ISO 26000 y la evaluación de diversas empresas. Nuestra elección de Ferrchirriado como empresa a analizar reveló avances notables en responsabilidad social y prácticas sostenibles. La creación y aplicación del cuestionario como herramienta de evaluación nos permitió obtener una visión clara de las percepciones de los empleados en áreas clave. Si bien se identificaron áreas de mejora, como la optimización de procesos y la calidad de la capacitación. Nuestro trabajo refuerza la importancia de abordar estos aspectos en el contexto empresarial actual y promover prácticas que beneficien tanto a la organización como a la sociedad en general.

A través del análisis del problema principal identificado en la compañía Ferrchirriado se logra evaluar y proponer planes estratégicos que permitan solucionar aspectos tanto en el plano económico, productivo de la organización como también en su entorno a nivel social y medio ambiental de acuerdo a la RSE.

Basándonos en encuestas detalladas, la herramienta de evaluación que desarrollamos e implementamos capturó las percepciones de los empleados sobre áreas clave, proporcionando información valiosa. El profundo compromiso de Ferrchirriado con la responsabilidad social y la sostenibilidad se hizo más evidente a medida que identificamos áreas específicas de mejora, como la optimización de procesos y la calidad de la formación.

Esta experiencia demuestra la necesidad de promover prácticas empresariales que no sólo beneficien a la organización; En un mundo donde la responsabilidad social importa, nuestro trabajo refuerza la idea de que las empresas pueden ser representante de cambio efectivo adoptando y promoviendo prácticas éticas y sostenibles.

En el desarrollo de la fase 5, tenemos el desarrollo del plan de acción el cual nos permite realizar la planificación de diferentes tareas o actividades, las cuales nos permiten el cumplimiento de objetivos de la compañía. Al determinar las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la compañía Ferrchirriado, se identifican sus principales objetivos y a la vez estrategias de mejora. Buscando cumplir algunos objetivos máximos a un año, generando estabilidad, crecimiento y rentabilidad para la misma.

## Referencias Bibliográficas

- Belda, I. (2018). *Economía Circular: un nuevo modelo de Producción y Consumo sostenible*. Madrid España: Editorial Tébar Flores.
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74
- Díaz, N. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial*.
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Gerenciaempresarial. (s.f.). *Características de la responsabilidad social empresarial*. Recuperado de <https://gerenciaempresarial.com/caracteristicas-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Gioffreda, C. (2019). *Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*
- Henry Hurtado Bolaños. (2023, 7 febrero). Video tutorial sobre marco lógico [Vídeo]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=WqH0xwRSqeo>
- ISO (2010). *ISO 26000. Guía de responsabilidad social*.  
[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- Macarthur, S. (2022). <https://ellenmacarthurfoundation.org/>. Obtenido de *Introducción a la economía circular*: <https://ellenmacarthurfoundation.org/es/temas/presentacion-economia-circular/vision-general>

- Medina, M & Moreno, C (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú.  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsoai&AN=edsoai.on1359129293&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Nimhas, M. (2019, 13 mayo). Descargar Árbol con raíces gratis. Vecteezy.  
<https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/527023-arbol-con-raices>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343. [fecha de Consulta 2 de marzo de 2020]. ISSN: 1317-8822. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>
- Sonsabilidad social empresarial: qué es y características. *enciclopedia humanidades*.  
<https://humanidades.com/responsabilidad-social-empresarial/>
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>
- Puterman, P. (2011, 4 mayo). ¿Cómo gestionar la responsabilidad social? - *Diario Responsable*. *Diario Responsable*. <https://diarioresponsable.com/opinion/13657-icomo-gestionar-la-responsabilidad-social>

Zambelli, R. (2023, 30 mayo). Empresa sustentable: ¿Por qué es esta una gran tendencia? Blog |

Checklist Fácil. [https://blog-es.checklistfacil.com/empresa-](https://blog-es.checklistfacil.com/empresa-sustentable/#:~:text=y%20la%20sociedad.-)

[sustentable/#:~:text=y%20la%20sociedad.-](https://blog-es.checklistfacil.com/empresa-sustentable/#:~:text=y%20la%20sociedad.-)

Zendesk. (2023, 18 septiembre). Qué es la responsabilidad social empresarial y cómo elaborar tu

estrategia. Zendesk MX. [https://www.zendesk.com.mx/blog/responsabilidad-social-](https://www.zendesk.com.mx/blog/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es/)

[empresarial-rse-que-es/](https://www.zendesk.com.mx/blog/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es/)

## Apéndices

### Apéndice A

*Encuesta a empresa Ferchirriado*

Variables	Indicadores	Preguntas	Instrumento y población objeto
Medio ambiente	$\% \text{Consumo de Agua}$ $= \frac{\text{Consumo de Agua 2022}}{\text{Consumo Agua 2023}} * 100$	<p>1. Considera que durante el años 2022 a 2023 la organización ha generado cultura frente al cuidado del agua y su adecuado uso dentro de los proceso de la organización</p> <p>A) Si, ha implementado diálogos para entender su importación a nivel organización y personal.</p> <p>B) No, desde el enfoque organización no se refleja interés por el cuidado del recurso.</p>	<p>Instrumento: Formulario</p> <p>Población Objeto: Gerente y área administrativa</p>

Consumidores

% Satisfacción de asesoría comercial

$$= \frac{\text{Satisfacción clientes Agosto}}{\text{Satisfacion clientes Septimebe}} * 100$$

2. Para usted como consumidor la asesoría comercial frente los productos se encuentra en una calidad:

- A) Considera Excelente
- B) Considera Buena
- C) Considera Regular
- D) Considera Mala
- E) Considera Pésima

Instrumento:

Formulario

Población Objeto:

Área comercial y Clientes

3. Cuando se presenta una inquietud su asesor responde de manera:

- A) Adecuada
- B) Inadecuada



%Orientación Sexual

$$= \frac{\text{Empleados LGBT}}{\text{Total Empleados}} * 100$$

4. Durante su actividad  
laboral ha percibido  
discriminación por su  
orientación sexual

A) Si

C) Ocasionalmente.

B) No

Instrumento:

Formulario

Población Objeto:

Empleados

5. Considera que la  
empresa ha negado su  
crecimiento profesional  
por su orientación

sexual.

A) Siempre

B) Nunca

<p>6. La organización dentro del 2022 a 2023 ha desarrollado de capacitaciones, talleres o cursos que generen unas habilidades en su profesional o nivel personal.</p> <p>A) Si B) No</p>		<p>Instrumento: Formulario</p>
<p>% Desarrollo de habilidades</p> $= \frac{\text{Capacitaciones 2022}}{\text{Capacitaciones 2023}} * 100$	<p>7. El contenido del espacio de aprendizaje brindados son de una calidad adecuada; Los podrías clasificar como:</p> <p>A) Considera Excelente B) Considera Buena C) Considera Regular D) Considera Mala E) Considera Pésima</p>	<p>Población Objeto: Gerente y área administrativa</p>

Prácticas laborales

%Condiciones de trabajo

$$= \frac{\textit{Empleados operativos}}{\textit{Total Empleados}} * 100$$

8. Considera que su  
puesto cuenta con las  
herramientas necesarias  
para las necesidades de  
su cuerpo

A) Si

B) No

C) Ocasionalmente.

Instrumento:

Formulario

Población Objeto:

Gerente y área

administrativa

$$\begin{aligned} & \% \text{ Implemento de tecnología} \\ & = \frac{\text{Procesos Manuales}}{\text{Procesos Tencologicos}} * 100 \end{aligned}$$

9. La empresa cuenta con un avance tecnología adecuado a su actividad económica

A) Si

B) No

10. Dentro de sus actividades laborales considera que puede tener un implemento tecnológico en la producción.

A) Si

B) No

Instrumento:

Formulario

Población Objeto:

Gerente y áreas

operativas

11. Considera que los existen más procesos manuales que tecnológicos al momento de generar un producto.

A) Si

B) No

		12. Dentro del periodo de 2022 a 2023 considera que el uso de materia primas ha sido mitigado en la elaboración de productos. A) Si B) No C) Ocasionalmente	Instrumento: Formulario Población Objeto: Gerente y área administrativa
	% Reducción de materia prima		
	$= \frac{\text{Materia implementada en 2022}}{\text{Materia implementada en 2023}} * 100$	13. Considera que la organización ha generado dentro de sus políticas el uso de material reutilizable o aprovecha en el medio ambiente para lograr un ambiente más sostenible. A) Siempre B) Casi Siempre C) Ocasionalmente D) Casi Nunca E) Nunca	