

**Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial a Partir de la Interacción con los
Pilares Fundamentales de la Norma ISO 26000, en la Empresa Visión Impresores S.A.S**

Brenda Isabel Saucedo Zambrano

Indira Johanna Cogollo Orozco

Omaira Rodríguez Cañas

Vanessa Paola Caly Amador

William Enrique García Aponte

Asesora

Yudith Caicedo Domínguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

2023

Resumen

El objetivo central es gestionar el cambio y liderazgo organizacional, desarrollando estrategias alineadas con las condiciones actuales y futuras, para lograrlo, se enfatiza en la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que implica el compromiso voluntario de las empresas con principios éticos, ambientales y de gestión ejemplar, presentada como una estrategia integral que va más allá de la filantropía, aportando a la creación de valor compartido; la gestión estratégica de la RSE requiere una visión clara, identificación de partes interesadas, evaluación de impacto, establecimiento de objetivos y programas concretos, medición de desempeño y compromiso de la alta dirección y empleados destacando las características esenciales de la RSE, como su enfoque holístico, transparencia, consideración de partes interesadas y mejora continua. Se presenta un enfoque adicional de Michael Porter, que destaca la innovación en el valor, reducción de costos y desarrollo de mercados como elementos clave para gestionar estratégicamente la RSE. La gestión organizacional responsable implica la integración de prácticas de RSE y sostenibilidad, asegurando beneficios económicos, ambientales y sociales a largo plazo es por ello por lo que al no adoptar estas prácticas en el contexto actual puede dejar a las empresas en desventaja competitiva.

Palabras clave: Gestionar, liderazgo, estrategias, responsabilidad, sostenibilidad.

Abstract

The central objective is to manage change and organizational leadership, develop strategies aligned with current and future conditions, to achieve this, the importance of Corporate Social Responsibility (CSR) is emphasized, which implies the voluntary commitment of companies to ethical principles. environmental and exemplary management, presentation as a comprehensive strategy that goes beyond philanthropy, contributing to the creation of shared value; The strategic management of CSR requires a clear vision, identification of stakeholders, impact assessment, establishment of concrete objectives and programs, performance measurement and commitment of senior management and employees highlighting the essential characteristics of CSR, such as its holistic approach. . , transparency, consideration of accepted parts and continuous improvement. An additional approach by Michael Porter is presented, highlighting value innovation, cost reduction and market development as key elements to strategically manage CSR. Responsible organizational management involves the integration of CSR and sustainability practices, ensuring long-term economic, environmental, and social benefits, which is why not adopting these practices in the current context can leave companies at a competitive disadvantage.

Keywords: Manage, leadership, strategies, responsibility, sustainability.

Tabla de Contenido

Introducción.....	9
Justificación.....	11
Objetivos.....	15
Conceptualización.....	16
Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la RSE	17
Producción Limpia y Consumo Sostenible: Pilares de una Gestión Organizacional Responsable	24
Aplicación.....	28
Marco Institucional.....	28
Diagnóstico.....	29
Instrumentos de Diagnósticos y Resultados de la Aplicación del Instrumento.....	29
Matriz de Marco Lógico.....	40
Árbol de Problemas.....	40
Árbol de Objetivos.....	41
Mapa Estratégico.....	42
Plan de Mejoramiento.....	44
Conclusiones.....	46
Referencias Bibliográficas.....	49
Apéndices.....	50

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Marco institucional de la empresa Visión Impresores S.A.S</i>	28
Tabla 2 <i>Cuadro de stakeholders Visión Impresores S.A.S</i>	43
Tabla 3 <i>Plan de mejoramiento de la empresa Visión Impresores S.A.S</i>	44

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico</i>	16
Figura 2 <i>Gráfico asociado con el gobierno corporativo y el bienestar humano</i>	23
Figura 3 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Cuántos comités directivos sobre la RSE de la empresa se realizaron durante el último año fiscal?</i>	29
Figura 4 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Los grupos de interés participan en la toma de decisiones de la empresa?</i>	30
Figura 5 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Conoce el código de ética de la empresa?</i>	31
Figura 6 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Cuál fue el porcentaje de satisfacción asociado con el cumplimiento de los derechos de los colaboradores?</i>	31
Figura 7 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿La organización promueve condiciones de trabajo seguras y saludables para sus empleados?</i>	32
Figura 8 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Se evidencia participación de los colaboradores en los programas de desarrollo profesional?</i>	32
Figura 9 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿La empresa mide constantemente la satisfacción laboral entre sus empleados?</i>	33
Figura 10 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿La organización contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales?</i>	34
Figura 11 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Se promueve la participación de los empleados en actividades de responsabilidad social?</i>	35
Figura 12 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Cuál fue el resultado de la generación de plástico por kilo de un solo uso en la empresa Visión Impresores S.A.S?...</i>	36

Figura 13 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta ¿Cuál fue el resultado de la cantidad de papel administrativo impreso por kilo en la empresa Visión Impresores S.A.S?</i>	36
Figura 14 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿En qué medida la empresa cumple con sus políticas éticas y códigos de conducta?</i>	37
Figura 15 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Qué tan satisfechos están los consumidores con nuestros productos/servicios?</i>	38
Figura 16 <i>Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Cuánto tiempo se tarda en responder a las consultas de los consumidores?</i>	38
Figura 17 <i>Gráfico de árbol de problemas de la empresa Visión Impresores S.A.S</i>	40
Figura 18 <i>Gráfico de árbol de objetivos de la empresa Visión Impresores S.A.S</i>	41
Figura 19 <i>Gráfico de mapa estratégico Visión Impresores S.A.S</i>	42

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Formato de Recolección de Información</i>	49
--	----

Introducción

En un mundo empresarial cada vez más consciente de su impacto social y ambiental, la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones. Este trabajo explora la integración de la RSE en la estrategia corporativa de Visión Impresores S.A.S, una compañía líder en el sector de impresión y empaque, utilizando como marco la norma ISO 26000. La relevancia de este estudio se fundamenta en la creciente necesidad de que las empresas no solo cumplan con sus objetivos económicos, sino que también contribuyan de manera positiva al bienestar social y la protección del medio ambiente.

El objetivo central de este trabajo es formular un plan estratégico que incorpore las directrices de la norma ISO 26000 en las operaciones de Visión Impresores S.A.S. Para lograr esto, se ha llevado a cabo un diagnóstico exhaustivo que incluye el análisis de la cultura organizacional, las prácticas actuales en términos de RSE y el impacto ambiental de la empresa. A partir de este diagnóstico, se desarrollan objetivos específicos y estrategias que no solo buscan alinear a la empresa con los estándares internacionales de RSE, sino también fortalecer su competitividad y reputación en el mercado.

Este trabajo se estructura en varias secciones clave. Inicialmente, se presenta una revisión de la literatura sobre la RSE y la norma ISO 26000, seguida de un análisis detallado del marco constitucional de Visión Impresores S.A.S. Posteriormente, se detalla el proceso de diagnóstico realizado, incluyendo el análisis del árbol de problemas y objetivos. Luego, se desarrolla un mapa estratégico que orienta la formulación del plan de mejoramiento y el plan de acción. Finalmente, se presentan las conclusiones que resumen los hallazgos clave y proporcionan recomendaciones para la implementación efectiva de la estrategia de RSE.

A través de este estudio, se busca no solo contribuir al desarrollo teórico y práctico en el campo de la RSE, sino también proporcionar una guía valiosa para Visión Impresores S.A.S en su camino hacia una gestión empresarial más responsable y sostenible.

Justificación

La gestión estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se presenta como un imperativo para las empresas en el contexto actual, donde el cambio y liderazgo organizacional son cruciales. El resumen destaca la importancia de la RSE como una estrategia integral que va más allá de la filantropía, contribuyendo a la creación de valor compartido. En este sentido, el plan estratégico propuesto para la empresa Visión Impresores S.A.S busca formular estrategias alineadas con los principios éticos, ambientales y de gestión ejemplar, en consonancia con los pilares fundamentales de la norma ISO 26000. La interacción con estos pilares permitirá diagnosticar y abordar el problema principal asociado con la implementación de la norma ISO 26000 en la empresa.

La conceptualización detalla las características esenciales de la RSE, destacando su enfoque holístico, transparencia, consideración de partes interesadas y mejora continua. La RSE se posiciona como una elección voluntaria por parte de las empresas, pero su implementación estratégica puede generar ventajas competitivas, como la mejora de la reputación empresarial, la identificación de oportunidades de mercado y la reducción de costos. Además, se introduce el enfoque adicional de Michael Porter, subrayando la innovación en el valor, la reducción de costos y el desarrollo de mercados como elementos clave para gestionar estratégicamente la RSE. En este contexto, la gestión organizacional responsable se convierte en un componente crucial para integrar prácticas de RSE y sostenibilidad, asegurando beneficios económicos, ambientales y sociales a largo plazo.

La Responsabilidad Social Empresarial se caracteriza por su compromiso voluntario y su integralidad, abarcando todos los aspectos de la actividad empresarial. Los elementos esenciales para una correcta gestión estratégica de la RSE, como la definición de visión y misión, la

identificación de partes interesadas, la evaluación del impacto, el establecimiento de objetivos y metas, la implementación de políticas y programas, la medición del desempeño y la mejora continua, subrayan la necesidad de una planificación sólida y efectiva. La transparencia y la rendición de cuentas emergen como elementos cruciales en la gestión empresarial responsable, y el compromiso de la alta dirección y la participación de los empleados se destacan como factores clave para el éxito de la implementación de la RSE. En síntesis, la RSE se presenta como una estrategia integral que, gestionada estratégicamente, no solo cumple con principios éticos y ambientales, sino que también genera valor compartido y ventajas competitivas a largo plazo.

La gestión estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se fundamenta en la comprensión profunda de las características esenciales que definen su naturaleza y alcance. La integración estratégica, donde la RSE no es considerada como una entidad independiente, sino como un componente esencial de la estrategia empresarial, justifica su implementación como una herramienta que va más allá de la mera cumplimentación de normativas éticas y medioambientales. Al abordar la RSE con un enfoque holístico y sustentable, las empresas reconocen la interconexión entre aspectos económicos, sociales y ambientales, reforzando la visión de la empresa como un agente de cambio positivo en la sociedad. Esta perspectiva implica una consideración proactiva de las partes interesadas, desde empleados hasta comunidades locales, evidenciando la necesidad de gestionar la RSE de manera transparente y rendir cuentas a la sociedad, lo cual se traduce en una mayor legitimidad y confianza.

La evaluación del impacto, establecimiento de objetivos y programas concretos, y la medición de desempeño son pasos clave que refuerzan la gestión estratégica de la RSE. Esta encaja en el modelo de negocios de largo plazo, según las reflexiones de Michael Porter, al generar innovación en el valor, reducir costos y desarrollar nuevos mercados. El compromiso de

la alta dirección y la participación de los empleados subrayan la importancia de una cultura empresarial arraigada en la responsabilidad social, respaldando la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo. En conclusión, la gestión estratégica de la RSE no solo responde a demandas éticas, sino que también se posiciona como un pilar fundamental para la resiliencia y la ventaja competitiva de las empresas en un mundo en constante evolución.

La gestión estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) emerge como un imperativo ineludible en el entorno empresarial contemporáneo. La implementación de la RSE no solo se traduce en la adhesión a principios éticos y medioambientales, sino que constituye una estrategia integral que posiciona a las empresas como agentes activos en la creación de valor compartido. La interconexión de elementos clave, como la transparencia, la rendición de cuentas, la identificación de partes interesadas y la mejora continua, refuerza la relevancia estratégica de la RSE al proporcionar a las empresas una dirección clara y sostenible.

La visión a largo plazo inherente a la RSE y su capacidad para generar innovación en el valor, reducción de costos y desarrollo de nuevos mercados, según las perspectivas de Michael Porter, consolidan su posición como un catalizador de ventajas competitivas. La gestión organizacional responsable, al integrar prácticas de RSE y sostenibilidad, se erige como un pilar fundamental para garantizar beneficios económicos, ambientales y sociales a largo plazo, asegurando así la pertinencia y resiliencia de las empresas en un mundo empresarial dinámico y competitivo. En última instancia, la gestión estratégica de la RSE no solo responde a los imperativos éticos del momento, sino que también anticipa y responde a las demandas cambiantes de los consumidores, las expectativas de las partes interesadas y los desafíos globales.

Al adoptar un enfoque proactivo hacia la responsabilidad social, las empresas no solo contribuyen al bienestar de la sociedad y el medio ambiente, sino que también fortalecen su posición en el mercado y aseguran su continuidad en un panorama empresarial en constante evolución.

Objetivos

Objetivo General

Formular un plan estratégico de responsabilidad social empresarial a partir de la interacción con los pilares fundamentales de la norma ISO 26000 de acuerdo con el problema principal presentado en la empresa Visión Impresores S.A.S.

Objetivos Específicos

Realizar un diagnóstico a la empresa Visión Impresores S.A.S para determinar el problema principal asociado con la implementación de la norma ISO 26000.

Desarrollar de manera correcta el plan estratégico de responsabilidad social empresarial en la empresa Visión Impresores S.A.S.

Conceptualización

Figura 1

Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico



Fuente. Autoría propia.

Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa el compromiso asumido por las entidades empresariales con el propósito de fomentar el progreso sostenible de la sociedad.

Esta iniciativa implica la inclusión, dentro de sus estrategias, operaciones y relaciones con las partes involucradas, de principios fundamentales como el respeto hacia los individuos, la preservación ambiental y la adhesión a una gestión ejemplar; así mismo se enfatiza el rol esencial que desempeña en el fomento del desarrollo sostenible.

Constituye, de este modo, un medio mediante el cual las empresas pueden contribuir a la creación de un futuro más prometedor para la comunidad, al enfrentar los desafíos de carácter social, medioambiental y económico a los que debemos hacer frente.

La RSE se establece como un compromiso meramente voluntario por parte de las empresas, es decir, no están obligadas a actuar con un carácter socialmente responsable; sin embargo, cada vez son más las empresas que optan por hacer parte de este compromiso.

La RSE emerge como un concepto de relevancia significativa que puede brindar grandes ventajas a las empresas, por lo tanto, en aras de su gestión estratégica, las entidades empresariales han de enunciar con claridad sus valores y principios fundamentales, establecer cuáles son las partes interesadas, establecer objetivos concretos, concebir y ejecutar programas y proyectos específicos, así como evaluar y cuantificar los resultados obtenidos.

Conforme a la perspectiva de Porter, la RSE rebasa los confines de la mera filantropía o la responsabilidad social aislada. En su esencia, representa una estrategia dentro de la empresa que muestra la capacidad de contribuir a la generación de valor económico en el largo plazo y de igual forma pueda hacer frente a las necesidades sociales y medioambientales. Conforme a las reflexiones de Michael Porter, la RSE tiene la capacidad de actuar como una fuente de ventaja

competitiva para las empresas, mostrándose como una posibilidad de "creación de valor compartido".

Asimismo, esta práctica puede engendrar ventajas competitivas por diversos medios. En primera instancia, la RSE puede potenciar la reputación empresarial, lo cual, a su vez, contribuye a la retención de clientes, atrae a nuevos talentos y suscita confianza entre los inversionistas. En segunda instancia, la RSE dota a las empresas de la habilidad para reconocer y aprovechar oportunidades de mercado inéditas, y, en tercer lugar, la RSE puede propiciar la reducción de costos para las empresas.

Esto impone un reto a las empresas pues estas deben escoger de manera adecuada el modelo que más se ajuste a su tipo de negocio, pero, a pesar de los retos inherentes, la RSE constituye una tendencia ineludible para las empresas que ambicionan mantenerse en el largo plazo, pues en un entorno globalizado y competitivo que se expande constantemente, aquellas entidades que se unen a implementar la RSE obtendrán una ventaja competitiva frente a aquellos que optan por la omisión de tal enfoque.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se rige por un conjunto de características fundamentales que delinear su naturaleza y alcance. Estas son esenciales para comprender la esencia y los objetivos de la RSE, así como su impacto en la estrategia empresarial y la sociedad en general.

Entre las principales características de la RSE incluyen:

Integración Estratégica: La RSE no es una entidad independiente o secundaria en la gestión empresarial, sino que se integra como componente esencial en la estrategia de la empresa.

Enfoque Holístico y Sustentable: La RSE abarca una perspectiva global, abordando aspectos económicos, sociales y ambientales, y reconociendo el impacto de la empresa en la sociedad y el medio ambiente.

Transparencia y Rendición de Cuentas: Comunicar abierta y honestamente las prácticas comerciales y los impactos sociales y ambientales

Consideración de las Partes Interesadas: La RSE implica la identificación y gestión de las expectativas y necesidades de diversas partes interesadas, como empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y accionistas.

Gestión de Riesgos y Oportunidades: Identificar de manera proactiva los riesgos potenciales y las oportunidades de mejora en todas las áreas de la empresa

Mejora Continua: Las empresas deben aspirar a mejorar constantemente su desempeño en RSE, estableciendo metas claras y evaluando su progreso de manera periódica.

Colaboración y Diálogo: Se promueve la colaboración con otras organizaciones, partes interesadas y la sociedad en general, fomentando el diálogo y la cooperación para abordar desafíos sociales y ambientales.

Enfoque a Largo Plazo: La RSE exige una perspectiva a largo plazo en las decisiones y acciones empresariales, considerando sus efectos a largo plazo en la sociedad y el medio ambiente.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha cobrado una creciente relevancia en las últimas décadas como un enfoque voluntario en el cual las empresas optan por operar de manera ética y responsable, considerando los intereses de sus empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente, por lo cual, además de las características anteriores, podemos agregar dos factores más que nos ayudarán a comprender aún más la naturaleza de esta y por lo tanto mejorar su implementación

Compromiso Voluntario: La RSE es una elección consciente por parte de las empresas, no una obligación legal.

Integralidad: La RSE abarca todos los ámbitos de la actividad empresarial, desde producción y consumo hasta gestión de recursos humanos y relaciones comunitarias.

Los elementos esenciales que nos permiten llevar a cabo una correcta gestión estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) abarcan diversas áreas que, en su conjunto, conforman una planificación sólida y efectiva. Estos elementos subrayan la importancia de establecer una visión y misión claras, considerar las partes interesadas clave, implementar políticas y programas, medir el desempeño y buscar la mejora continua.

Entre los aspectos cruciales se incluyen:

Definición de Visión y Misión: Esta etapa implica establecer una dirección concreta y comunicar los objetivos y propósitos de la empresa en relación con la RSE, asegurando una comprensión y adhesión a todos los niveles organizacionales.

Identificación de Partes Interesadas: Reconocer y comprender a los grupos e individuos que pueden verse afectados por las acciones de la empresa o que pueden influir en sus operaciones., estas partes interesadas pueden ser empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y accionistas, es esencial para orientar las acciones de RSE.

Evaluación del Impacto: Implica analizar y comprender las consecuencias de las operaciones y decisiones de la empresa en diversas áreas.

Establecimiento de Objetivos y Metas: Definir objetivos y metas claras y cuantificables relacionadas con la RSE, alineadas con la visión y misión. Estos pueden abarcar áreas como reducción de emisiones, diversidad e inclusión, y mejora de condiciones laborales.

Implementación de Políticas y Programas: Desarrollar y ejecutar políticas y programas específicos para enfrentar desafíos y oportunidades vinculados con la RSE. Estos programas pueden incluir iniciativas ambientales, voluntariado corporativo y políticas éticas.

Medición, Evaluación y Seguimiento del Desempeño: Establecer indicadores clave de desempeño para medir y monitorear el progreso en relación con los objetivos de RSE. Esto involucra informes de sostenibilidad, auditorías internas y comparación con estándares reconocidos.

Mejora Continua: Buscar constantemente oportunidades para mejorar la implementación y los resultados de la RSE, adaptándose a cambios y evolucionando con el tiempo.

Compromiso de la Alta Dirección: Implica que los líderes de la empresa respaldan y promueven activamente iniciativas y estrategias relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Participación de Empleados: Los empleados son actores cruciales en la realización efectiva de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Transparencia y Rendición de Cuentas: La transparencia y la rendición de cuentas son elementos cruciales en la gestión empresarial responsable. La transparencia implica la apertura y claridad en la comunicación, permitiendo que todas las partes interesadas comprendan las acciones y decisiones de la empresa. Por otro lado, la rendición de cuentas va más allá al involucrar la asunción de responsabilidad por esas acciones y la disposición a enfrentar las consecuencias de manera ética.

Asimismo, según algunas aclaraciones de Michael Porter se puede presentar un enfoque adicional para gestionar estratégicamente la RSE, lo cual incluye:

Innovación en el Valor: Generar valor compartido a través de la innovación. por ejemplo, una empresa tecnológica puede desarrollar soluciones que aumenten la productividad, beneficiando tanto a la empresa como a la sociedad.

Reducción de Costos: Crear valor compartido al reducir costos. Una empresa que minimiza su impacto ambiental puede ahorrar en gastos de energía y residuos.

Desarrollo de mercados: Generar valor compartido mediante la expansión de mercados. Una empresa sostenible puede atraer clientes interesados en productos y servicios con impacto positivo en el entorno.

En síntesis, para gestionar estratégicamente la RSE, las empresas deben establecer una visión y misión claras, identificar a sus grupos de interés, establecer objetivos y metas, implementar programas y proyectos, medir y evaluar resultados, además de asegurarse de que la RSE esté intrínsecamente arraigada en la cultura empresarial.

Figura 2

Gráfico asociado con el Gobierno Corporativo y el bienestar humano.

Gobierno corporativo y el bienestar humano.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

- Transparencia: información clara y precisa
- Rendición de cuentas: rendir cuentas por sus acciones
- Equidad: no deben discriminar a ningún grupo de interés
- Eficiencia: deben utilizar sus recursos de manera efectiva para generar valor

¿QUÉ ES?

Conjunto de estructuras y procesos para la dirección y control de las empresas, que busca garantizar que las empresas tomen decisiones que sean beneficiosas para todos los grupos de interés, incluidos los accionistas, empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general.

REALIZADO POR:
Brenda Saucedo

APORTES AL BIENESTAR HUMANO

1. Promover el empleo y el crecimiento económico: al ser más eficientes y competitivas, generan más empleo y crecimiento económico, generando más oportunidades y prosperidad.

2. Proteger el medio ambiente: tomar decisiones que sean respetuosas con el medio ambiente.
3. Mejorar las condiciones laborales: garantizan que los empleados tengan condiciones laborales justas y seguras, mejorando la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

5- PIE DE PÁGINA

- Corporación Financiera Internacional, 2015. Manual IFC de Gobierno de Empresas Familiares. Washington DC.
- Trujillo, M., & Guzmán, A. (2012). Hacia la implementación de buenas prácticas de gobierno corporativo en sociedades cerradas. Bogotá: CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración.

Fuente. Autoría propia.

Producción Limpia y Consumo Sostenible: Pilares de una Gestión Organizacional Responsable

En la actualidad, la necesidad de adoptar prácticas sostenibles en el ámbito empresarial es innegable. Al combinar la producción limpia con el consumo sostenible, las empresas no solo reducen su huella ecológica, sino que también promueven prácticas empresariales éticas y socialmente responsables. Esta integración contribuye a la construcción de una reputación positiva, fortalece las relaciones con las partes interesadas y se alinea con la creciente demanda global de una gestión empresarial más sostenible y consciente del medio ambiente.

Ambos conceptos, la producción más limpia y el consumo sostenible son conceptos complementarios por definición, uno refuerza y estimula al otro (Ministerio de Ambiente, V., 2010). Por un lado, la producción limpia implica la adopción de procesos y tecnologías que minimizan el impacto ambiental, reducen el desperdicio de recursos y evitan la generación de contaminantes. (CPRAC, 2010). Mientras que el consumo sostenible se refiere a la elección de productos y servicios que tienen un menor impacto ambiental y social a lo largo de su ciclo de (Ministerio de Ambiente y desarrollo de Argentina, 2018).

Desde la óptica de la gestión organizacional, la producción limpia y el consumo sostenible constituyen un doble desafío, pero también una invaluable oportunidad. Por un lado, los procesos actuales de producción y consumo tienen un impacto significativo en el medio ambiente, generando emisiones de gases de efecto invernadero, contaminación del agua y el aire, generando residuos (Cepal, 2015). No obstante, por otro lado, la adopción de estas prácticas puede traer beneficios económicos, ambientales y sociales a las organizaciones.

La adopción de prácticas de producción limpia y consumo sostenible en la gestión organizacional no solo es una decisión ambientalmente responsable, sino que también genera ventajas competitivas, mejora la eficiencia y sostenibilidad a largo plazo de las empresas.

Para empezar, podemos decir que estos dos aspectos se traducen en beneficios económicos tangibles para las organizaciones. La implementación de procesos que abogan por la sostenibilidad no solo responde a una responsabilidad ambiental, sino que también conlleva ventajas competitivas innegables en el actual mercado empresarial. Empresas que evidencian un genuino compromiso con la sostenibilidad atraen a consumidores cada vez más exigentes y conscientes, lo que se traduce en una ventaja competitiva significativa (Porter, 1980). Esta reputación empresarial positiva en sostenibilidad no solo atrae a clientes, sino que también abre nuevas oportunidades de negocio y colaboraciones con otras empresas y organizaciones.

Asimismo, estos pilares traen una serie de beneficios económicos concretos para las organizaciones, entre los que se incluyen:

Reducción de Costos: La combinación de estos puede reducir los costos de producción y operación al reducir el consumo de recursos y la generación de desechos, además de ahorrar energía y materias prima (Fronde, et al. 2006)

Mejora de la Eficiencia: Proceso de optimizar la utilización de recursos y la realización de tareas para lograr mejores resultados con menor input. En el contexto empresarial, esto implica la identificación y aplicación de métodos, tecnologías o prácticas que permitan aumentar la productividad, reducir costos y minimizar desperdicios, sin comprometer la calidad del producto o servicio.

Acceso a Nuevos Mercados: Las organizaciones que se comprometen con la producción limpia y el consumo sostenible pueden acceder a mercados emergentes, especialmente aquellos enfocados en productos y servicios sostenibles.

Mejora de la Imagen Corporativa: La adopción de estas prácticas puede llevar a una mejora sustancial en la imagen de la empresa y a la ganancia de la confianza tanto de consumidores como de comunidades (Figuerola et al., 2016).

Por otro lado, algunos sostienen que la adopción de prácticas de producción limpia y consumo sostenible puede conllevar gastos adicionales para las organizaciones, como lo es la capacitación del personal, acceso a la tecnología correspondiente, acceso a información y conocimientos correspondientes, etc. (Rovira, S. et al., 2017) lo que a su vez podría resultar en una disminución de los beneficios económicos, argumentando que es la transición hacia estas modalidades lo que implica una reducción de rentabilidad. Sin embargo, investigaciones demuestran que, a largo plazo, las inversiones en sostenibilidad tienden a generar un retorno sobre la inversión positivo, gracias a los ahorros en recursos y energía. Además, el ahorro en costos operativos puede amortiguar los gastos iniciales. Adicionalmente, las organizaciones tienen la opción de implementar estas prácticas de forma gradual, lo que puede contribuir a mitigar los costos iniciales.

Asimismo, la adopción de prácticas de producción limpia y consumo sostenible es fundamental para fomentar la eficiencia en la gestión de recursos. Dicha optimización de procesos y la reducción de residuos no solo impactan positivamente en el medio ambiente, sino que también generan un efecto directo en la rentabilidad de la empresa. De igual forma, la integración de tecnologías limpias y la promoción de la innovación sostenible conllevan a una mayor competitividad en el mercado a largo plazo.

Además de los beneficios económicos, la adopción de estas prácticas también acarrea beneficios ambientales y sociales para las organizaciones:

Protección de los Recursos Naturales. Estas prácticas ayudan a preservar recursos cruciales como el agua, la energía y los bosques.

Mejora de la Salud y Bienestar. Esta se puede reducir a través de la disminución de la exposición a contaminantes.

Contribución a la Protección del Medio Ambiente. La producción limpia reduce la contaminación y la degradación ambiental, mientras que el consumo sostenible disminuye la demanda de recursos y la generación de residuos.

Reducción de Riesgos Ambientales. La oferta de productos y servicios sostenibles disminuye la exposición de las empresas a posibles riesgos ambientales. (One Planet Network, 2021)

En resumen, la gestión organizacional responsable implica la adopción de prácticas de producción limpia y consumo sostenible, y aunque la adopción de estas prácticas representa un desafío, estas acciones no solo benefician al medio ambiente, sino que también generan ventajas competitivas y mejoran la eficiencia y sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones, siendo esencial integrar estos principios en la cultura organizacional para asegurar un desarrollo empresarial responsable y sostenible. Además de esto, en el actual contexto de creciente importancia de la sostenibilidad, las empresas que no adopten estas prácticas se verán en una desventaja competitiva.

Aplicación

Marco Institucional

Tabla 1

Marco Institucional de la empresa Visión Impresores S.A.S

Sector	Ubicación	Misión	Visión	Valores
Comunicación Cultura Gráficos	Calle 42 N° 51-70, Norte Centro Histórico. Barranquilla, Colombia	Para el año 2025, nuestro objetivo es consolidar a la empresa sea de renombre en el ámbito nacional, especializado en brindar soluciones en diseño, desarrollo, impresión, producción de envases, etiquetas y comunicación gráfica en general. Además, tenemos planes de expandirnos a nivel internacional, respaldados por un equipo altamente competente y comprometido. Nuestro objetivo es producir productos de alta calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y promuevan el empleo nacional y el bienestar de la comunidad.	Visión Impresores S.A.S es una empresa especializada en proporcionar soluciones en diseño, desarrollo, impresión, fabricación de envases, etiquetas y servicios de comunicación gráfica. Contamos con un equipo altamente capacitado y comprometido, con amplia experiencia, que se esfuerza por ofrecer productos de alta calidad, innovadores y confiables. Estamos enfocados en la mejora constante de procesos para satisfacer las necesidades de clientes en las industrias farmacéuticas, alimenticias, agroindustriales, cosméticas y editoriales contribuyendo al desarrollo y crecimiento de la región.	Calidad Responsabilidad Respeto Productividad Competitividad Trabajo en equipo

Nota. Marco Institucional de la empresa Visión Impresores S.A.S, que incluye su sector, ubicación, misión, visión y valores institucionales. *Fuente.* Visión Impresores S.A.S.

Diagnóstico

Resultados y análisis de la implementación de la herramienta de la recolección de datos.

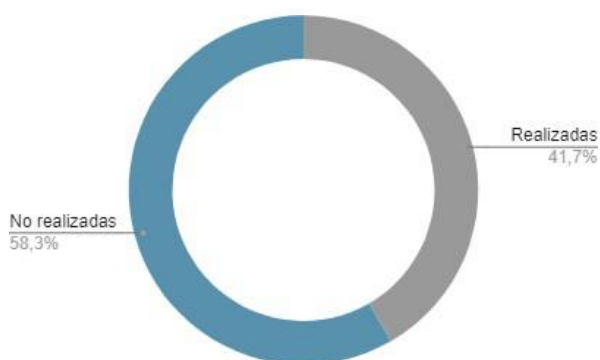
Instrumentos de Diagnósticos y Resultados de la Aplicación del Instrumento

El instrumento de diagnóstico seleccionado para obtener resultados fue la encuesta aplicada a la población objeto de estudio así:

Gobernanza de la Organización

Figura 3

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿Cuántos comités directivos sobre la RSE de la empresa se realizaron durante el último año fiscal?*



Meta: 1 reunión cada mes, equivalentes a 12 reuniones durante el año.

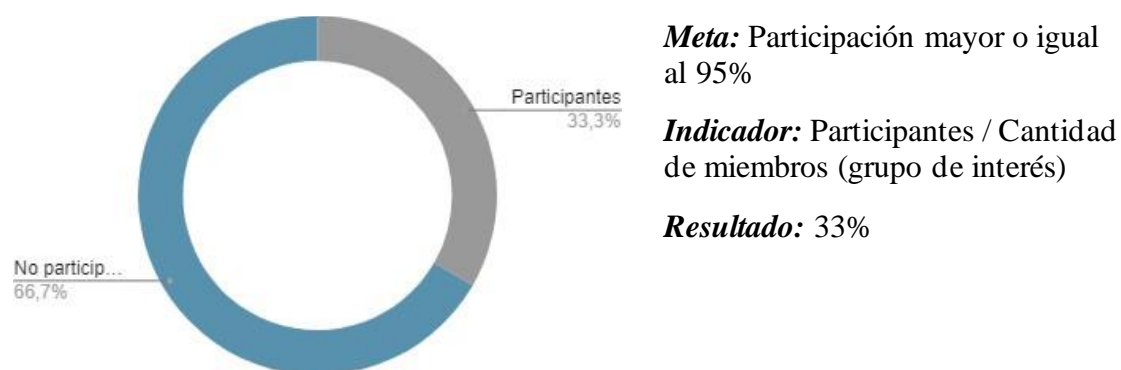
Indicador: Número de reuniones al año / cantidad de reuniones a realizar.

Resultado: 42%

Fuente. Autoría propia.

Figura 4

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿Los grupos de interés participan en la toma de decisiones de la empresa?*



Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada sobre esta variable se obtuvo un resultado promedio equivalente al 38% de cumplimiento el cual no cumple sobre la meta establecida, por tanto, esto nos indica que la empresa debe promover la participación de los Stakeholders en la toma de decisiones puesto que así se conocen las distintas perspectivas que puede tener cada uno de ellos y contribuir a la mejora continua de la empresa, así mismo inmiscuir obligatoriamente y de manera mensual la promoción de la RSE durante los comités de directivos.

Derechos Humanos

Figura 5

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Conoce el código de ética de la empresa?



Meta: El 100% de los colaboradores debe conocer el manual ético y de derechos humanos de la empresa

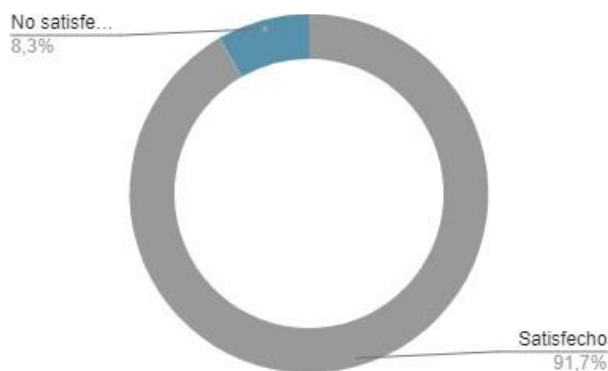
Indicador: Cantidad de colaboradores que conocen el código manual ético y de derechos humano / Colaboradores de la empresa

Resultado: 80%

Fuente. Autoría propia.

Figura 6.

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Cuál fue el porcentaje de satisfacción asociado con el cumplimiento de los derechos de los colaboradores?



Meta: Cantidad de encuestas con % Satisfacción asociadas con los derechos de los colaboradores mayor o igual a 95%

Indicador: Cantidad de encuestas con % Satisfacción mayor o igual a 95% / Cantidad de colaboradores de la empresa

Resultado: 92%

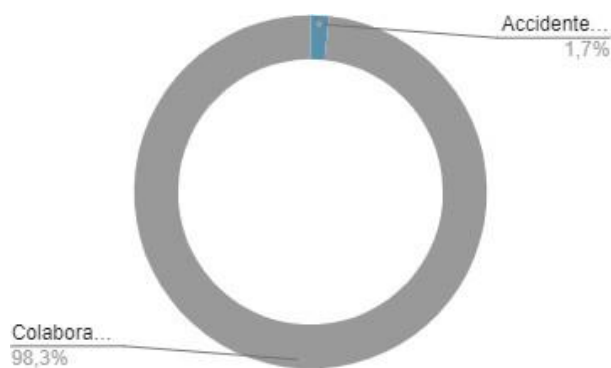
Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con los resultados de la encuesta la empresa Visión Impresores S.A.S debe dar a conocer a todos los colaboradores el manual ético y de derechos humanos y luego de ello aplicar un cuestionario con el fin de evidenciar el conocimiento y entendimiento de este, así mismo lograr cerrar las brechas asociadas con el NO cumplimiento de este indicador referente a la satisfacción del personal en situaciones presentadas en pro de sus derechos.

Prácticas Laborales

Figura 7

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿La organización promueve condiciones de trabajo seguras y saludables para sus empleados?



Meta: La tasa de accidentalidad no debe superar el 2% de la cantidad de colaboradores

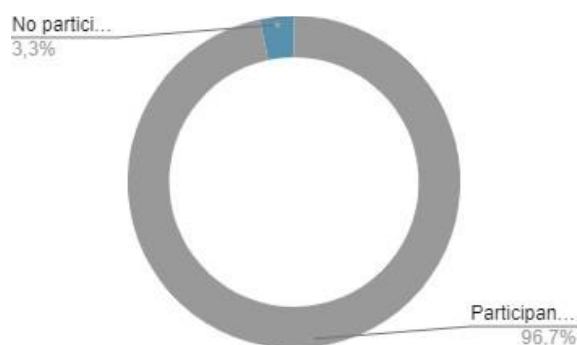
Indicador: Cantidad de accidentes durante el último trimestre / Cantidad de colaboradores de la empresa

Resultado: 2%

Fuente. Autoría propia.

Figura 8

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿Se evidencia participación de los colaboradores en los programas de desarrollo profesional?*



Meta: Participación del 95% en programas de desarrollo profesional

Indicador: Cantidad de colaboradores participantes en capacitaciones / cantidad de colaboradores de la empresa VISION IMPRESORES S.A.S

Resultado: 97%

Fuente. Autoría propia.

Figura 9

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿La empresa mide constantemente la satisfacción laboral entre sus empleados?*



Meta: 90% satisfacción laboral

Indicador: Numero de encuestas realizadas al año / cantidad de encuestas a realizar

Resultado: 100%

Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con la encuesta aplicada en esta variable si tuvo un cumplimiento de la meta el cual fue del 66% sobre el 62% esto porque la empresa Visión Impresores S.A.S tiene un enfoque en la seguridad y la prevención de accidentes, mostrando una baja tasa de accidentes

laborales. Además, la empresa cuenta con un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional (SGSSO) que está certificado por ICONTEC.

Así mismo se menciona que ofrece oportunidades de desarrollo profesional a sus empleados, cuenta con un programa de capacitación interna que ofrece cursos y talleres en diferentes áreas, como impresión, diseño gráfico y marketing, adicional a ello también ofrece oportunidades de capacitación externa a través de alianzas con instituciones educativas y proveedores de servicios de capacitación, mostrando el compromiso que se tiene en el crecimiento profesional de sus empleados, sumado a esto, la empresa cuenta con un programa de encuestas de satisfacción laboral que se realiza de forma periódica con la cual lleva un registro de las necesidades de sus trabajadores dándoles la oportunidad de hacerlos participe en estos procesos.

Participación y Desarrollo de la Comunidad

Figura 10

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿La organización contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales?



Meta: 80%

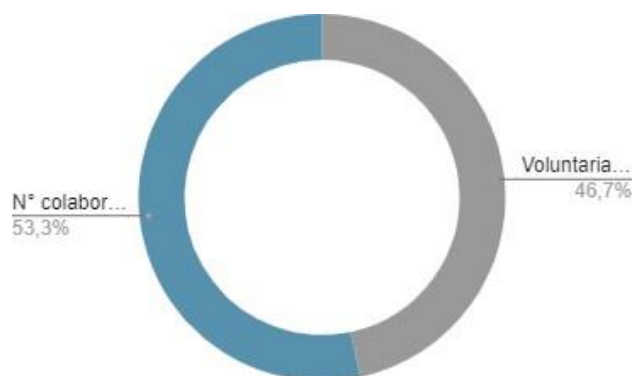
Indicador: Cantidad de proyectos en los que participa/ Cantidad de proyectos esperados

Resultado: 100%

Fuente. Autoría propia.

Figura 11

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿Se promueve la participación de los empleados en actividades de responsabilidad social?*



Meta: 75%

Indicador: Cantidad de empleados participantes en actividades de voluntariado / cantidad de colaboradores de la empresa VISION IMPRESORES S.A.S

Resultado: 47%

Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con los resultados de esta variable, la empresa no cumple con el indicador, puesto que su resultado promedio fue del 73% sobre la meta promedio equivalente al 78% sin embargo se identifica que la empresa Visión Impresores S.A.S se mencionan los siguientes proyectos o programas comunitarios apoyados por la organización

Apoyo a la Educación: Visión Impresores apoya a diferentes instituciones educativas de la comunidad, proporcionando materiales de impresión y servicios de diseño gráfico.

Apoyo a la Cultura: Visión Impresores apoya a diferentes eventos culturales de la comunidad, ha patrocinado eventos culturales locales.

Apoyo a la Comunidad Empresarial: Apoyo a diferentes organizaciones empresariales de la comunidad, proporcionando impresión de materiales promocionales y servicios de diseño gráfico.

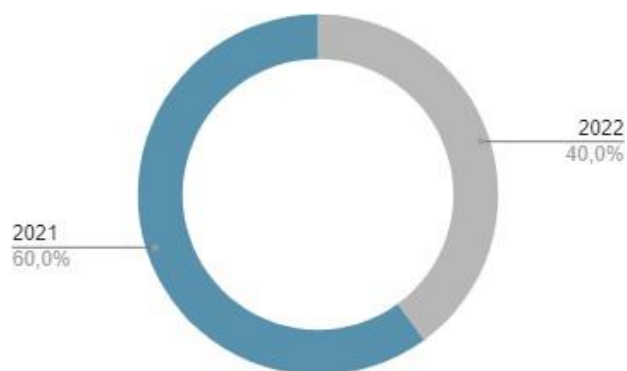
En general, la empresa apoya diversos proyectos y programas comunitarios y fomenta la participación de sus empleados en actividades de voluntariado y responsabilidad social, por lo que el mayor déficit se observa en la participación de los socios de la empresa. Visión

Impresores S.A.S puesto que de 60 trabajadores solo 28 participan en actividades relacionadas con voluntariados o responsabilidad social.

Medio Ambiente

Figura 12

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿Cuál fue el resultado de la generación de plástico por kilo de un solo uso en la empresa Visión Impresores S.A.S?



Meta: Reducción del 80% del uso de plástico

Indicador: Resultado 2022 / Resultado 2021

Resultado: -60%

Fuente. Autoría propia.

Figura 13

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta ¿Cuál fue el resultado de la cantidad de papel administrativo impreso por kilo en la empresa Visión Impresores S.A.S?



Meta: Reducción del 80% del uso de papel administrativo por kilo en comparación al año anterior

Indicador: Resultado 2022 / Resultado 2021

Resultado: -67%

Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, se evidencia que a la empresa Visión Impresores S.A.S le falta la implementación de un plan de sostenibilidad del medio ambiente, debe incentivar más a los empleados a cuidar el medio ambiente promoviendo el uso adecuado del papel administrativo y la reducción del uso de plásticos, hacer capacitaciones a los empleados para fomentar el buen uso de estos recursos en la compañía y así poder obtener mejores resultados en cuanto a estas variables.

Prácticas Justas de la Operación

Figura 14

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: ¿En qué medida la empresa cumple con sus políticas éticas y códigos de conducta?



Meta: 95% de las oportunidades de cumplimiento ético se manejen adecuadamente y sin incidentes éticos o violaciones.

Indicador: Cantidad de colaboradores que aplican las políticas éticas / Cantidad de colaboradores de la empresa

Resultado: 100%

Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con el resultado de la encuesta se evidencia que la empresa Visión Impresiones S.A.S si cumple con las políticas de ética y códigos de conducta, así mismo los colaboradores aplican estas políticas en un 100%

Asuntos de Consumidores

Figura 15

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿Qué tan satisfechos están los consumidores con nuestros productos/servicios?*



Meta: Alcanzar una satisfacción del cliente del 90% o más.

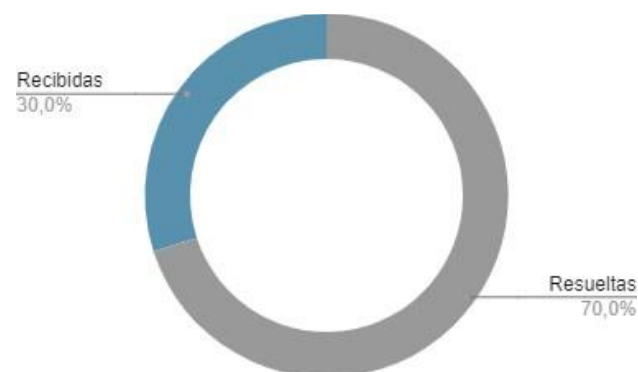
Indicador: Cantidad de clientes / Encuestas de satisfacción aplicadas

Resultado: 88%

Fuente. Autoría propia.

Figura 16

Gráfico circular asociado con los resultados de la pregunta: *¿Cuánto tiempo se tarda en responder a las consultas de los consumidores?*



Meta: Tiempo de respuesta a consultas (24 horas) 100%

Indicador: Consultas resueltas a tiempo / Consultas recibidas

Resultado: 70%

Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) indican que la empresa enfrenta un desafío en lo que respecta a la satisfacción de sus clientes. La meta establecida para

este indicador es alcanzar una satisfacción del cliente del 95% o más, pero los resultados muestran que la satisfacción se encuentra en un nivel bajo, es decir un 71% por tanto se debe implementar una estrategia que conlleve a alcanzar este indicador y en cuanto al tiempo de respuestas a consultas se refleja el rendimiento de la empresa en la eficacia y rapidez con la que responde a las preguntas y consultas de sus clientes.

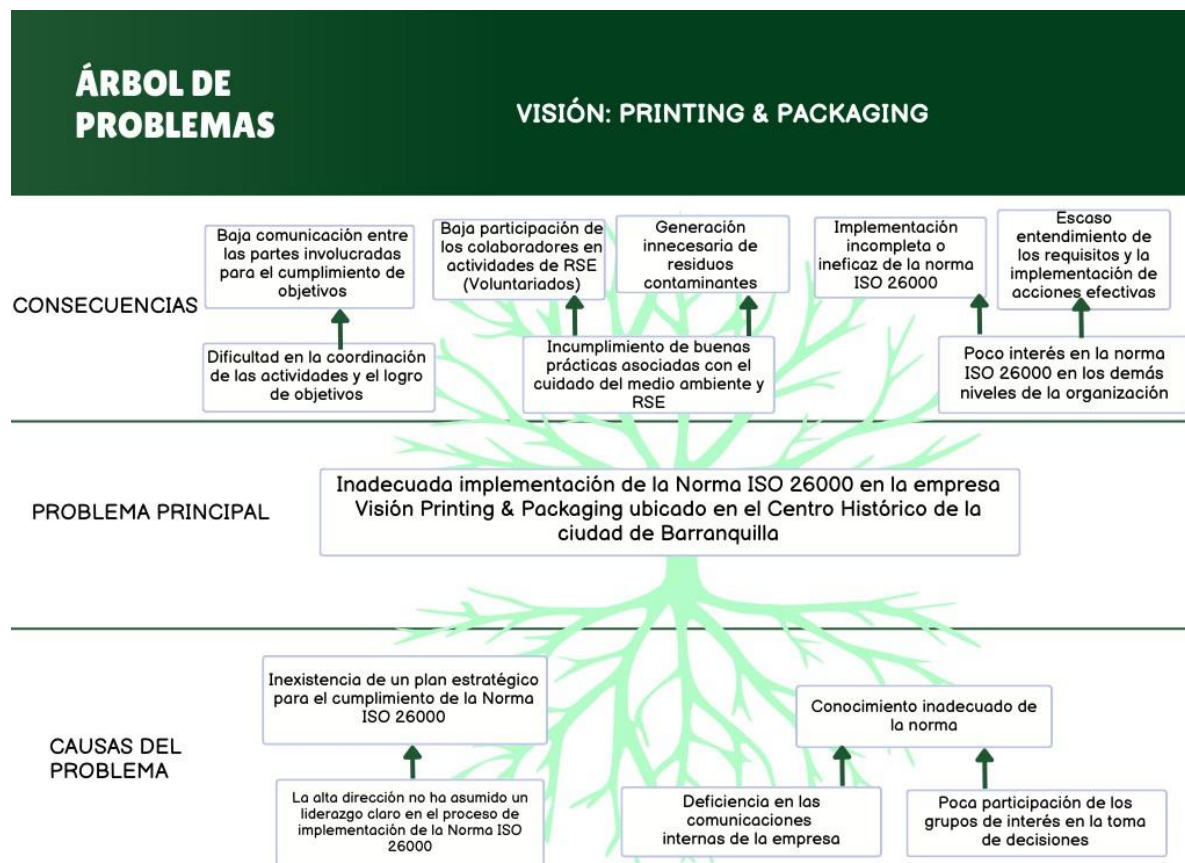
La meta comúnmente establecida es responder a estas consultas lo más rápido posible, es decir, dentro de las 24 horas siguientes, sin embargo, los resultados de la encuesta indican un tiempo de respuesta del 70%, es decir no se cumplió con la meta establecida.

Matriz de Marco Lógico

Árbol de Problemas

Figura 17

Gráfico de Árbol de Problemas de la empresa Visión Impresores S.A.S



Fuente. Autoría propia.

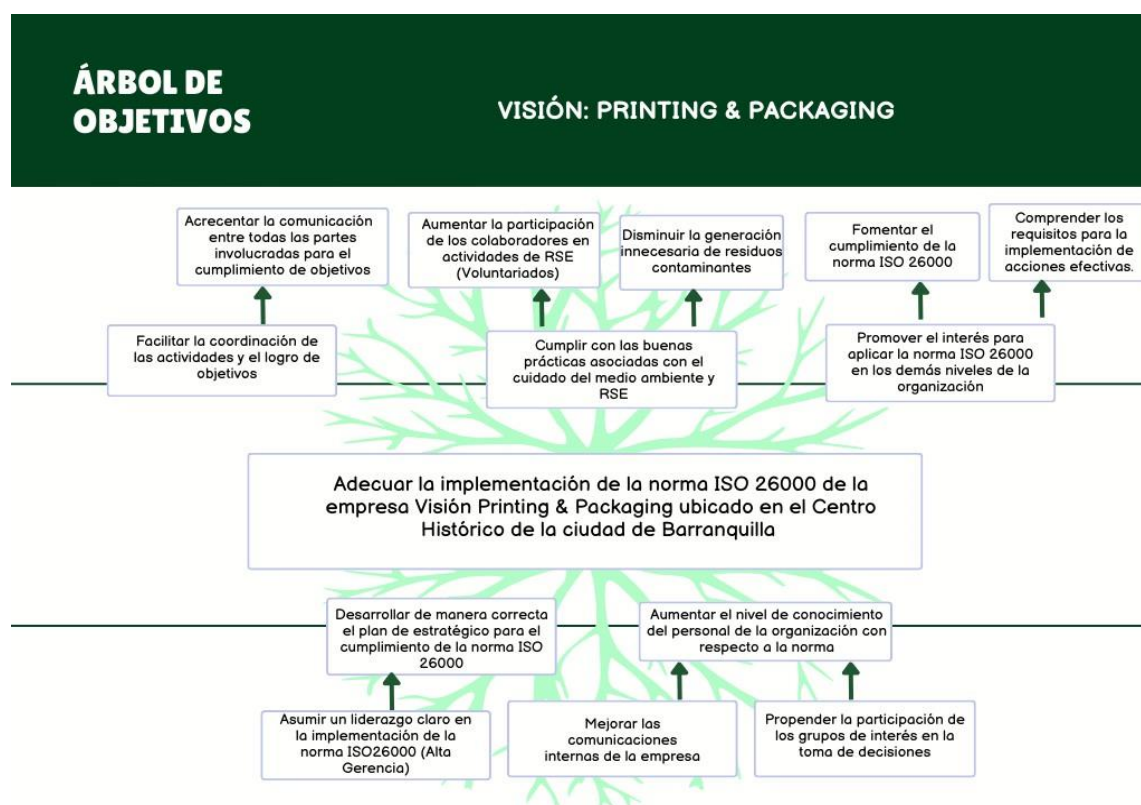
De acuerdo con los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta y teniendo en cuenta este árbol de problemas, podemos determinar que el principal problema de la compañía Visión Impresores S.A.S es la inadecuada forma de implementación con respecto a la Norma ISO 26000 puesto que claramente se evidencia que no cuentan con un plan estratégico adecuado que les ayude como guía para poder lograr el cumplimiento de esta norma, así mismo y en concordancia

con lo anterior no se evidencia un liderazgo por parte de los directivos de la compañía, a su vez también se evidencia muy poco interés de los colaboradores para con la norma, esto nos lleva a deducir que si no se cuenta con claridad en la aplicación del conocimiento de la norma, no se podrá cumplir con las buenas prácticas y la adecuada implementación de la Norma ISO 26000.

Árbol de Objetivos

Figura 18

Gráfico de Árbol de Objetivos de la empresa Visión Impresores S.A.S



Fuente. Autoría propia.

Se propone el anterior árbol de objetivos asociado con el problema presentado en la empresa Visión Impresores S.A.S referente a la inadecuada implementación de la norma ISO26000 con el fin de elaborar un mapa estratégico que conlleve al cumplimiento de cada uno

de estos, principalmente desarrollar de manera correcta, se busca obtener unos beneficios con la implementación de estas estrategias, en cuanto a la reputación de la empresa al transmitir a la sociedad su compromiso adquirido con el desarrollo social y sostenible, aportando en la gestión interna de la compañía que tengan la capacidad para motivar y promover el compromiso de los colaboradores para que se cumplan los objetivos trazados.

Mapa Estratégico

Figura 19

Gráfico de Mapa estratégico Visión Impresores S.A.S



Fuente. Autoría propia.

De acuerdo con el anterior mapa estratégico se tienen en cuenta las dimensiones económicas social y ambiental de la organización, toda vez que en las acciones a realizar para lograr la correcta implementación de la Norma ISO 26000 en la empresa Visión Impresores S.A.S están asociadas con cada una de ellas, principalmente en los recursos financieros que se

deben invertir para el cumplimiento de cada uno de uno de los objetivos propuestos, con el fin de buscar que la compañía sea un pilar en cuanto a promover la responsabilidad social.

Tabla 2

Cuadro de Stakeholders Visión Impresores S.A.S

Stakeholders	Interés en la Implementación de la Norma ISO 26000	Influencia en la Implementación
Accionistas	Medio	Alto
Empleados	Alto	Medio
Clientes	Alto	Medio
Proveedores	Medio	Medio
Comunidad local	Medio	Bajo
Organizaciones externas	Medio	Bajo
Competencia	Bajo	Bajo

Nota. Tabla Stakeholders de la empresa Visión Impresores S.A.S y su interés e influencia en la implementación de la Norma ISO 26000. *Fuente.* Autoría propia.

Plan de Mejoramiento

Tabla 3

Plan de mejoramiento de la empresa Visión Impresores S.A.S

Dimensión	Objetivo	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y aumentar la competitividad	Desarrollar un plan detallado para la eficiencia operativa	2 meses	\$800.000 Presupuesto asignado para consultoría	Reducción de costos y mejora en la eficiencia
	Generar valor para accionistas y stakeholders	Identificar indicadores clave de desempeño económico	1 mes	\$600.000 Presupuesto asignado para tecnologías de medición	Incremento en el valor de acciones y satisfacción de Stakeholder
Social	Mejorar el bienestar de trabajadores y comunidades	Desarrollar un plan de bienestar laboral y comunitario	3 meses	\$300.000 Presupuesto asignado para campañas	Mejora en la satisfacción y bienestar de empleados
	Contribuir a una sociedad más justa e inclusiva	Fomentar la inclusión en programas y decisiones	4 meses	\$300.000 Presupuesto asignado para eventos mensuales	Participación incrementada en programas sociales
Ambiental	Proteger el medio ambiente y reducir la huella ambiental	Implementar medidas para reducir la huella ambiental	6 meses	\$1.500.000 Presupuesto asignado para tecnologías verdes	Disminución en la huella ambiental y mejora en prácticas sostenibles
	Luchar contra el cambio climático	Desarrollar estrategias para mitigar el cambio climático	5 meses	\$800.000 Presupuesto asignado para consultoría	Reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero

Nota. Plan de mejoramiento de la empresa Visión Impresores S.A.S en el cual se incluye el plan de mejoramiento asociado con las 3 dimensiones (social, ambiental y económica). *Fuente.*

Autoría propia

El plan de mejora propuesto para Visión Impresores S.A.S representa un compromiso integral con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). A través de estrategias creadas que

involucran la participación de cada uno de los grupos de interés en la toma de decisiones de la compañía, el fortalecimiento de los derechos laborales, el incremento en la contribución a comunidades locales, el reforzamiento de la gestión de garantías y el estímulo a la innovación en el desarrollo de los productos, con todos estos puntos antes mencionados la compañía busca no solo cumplir con estándares éticos y legales, sino también generar un impacto positivo y sostenible en cada uno de sus colaboradores, clientes y entorno.

Para ello, se cuenta con unos indicadores de seguimientos claros y precisos, con ellos se busca medir y evaluar continuamente el progreso de la compañía, asegurando así que Visión Impresores S.A.S se consolide como un referente en RSE, destacando su compromiso con la excelencia empresarial y la creación de valor compartido.

Con esto podemos saber que se debe mejorar y trabajar en base a ello, para que la compañía siempre este un paso en frente de la mejora continua en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial.

Conclusiones

Se concluye que los resultados de la encuesta aplicada a Visión Impresores S.A.S indican que la empresa presenta un buen desempeño en varias de las dimensiones incluidas dentro de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Sin embargo, debe trabajar para mejorar su desempeño en algunas dimensiones específicas para poder alcanzar su máximo potencial en esta materia tales como la Gobernanza y lo relacionado al conocimiento de la importancia de aplicar de manera correcta la Norma ISO 26000 dentro de la organización.

Se identifica que el principal problema radica en la inadecuada implementación de la Norma ISO 26000, atribuido a la falta de un plan estratégico, liderazgo y compromiso por parte de la alta dirección y los colaboradores. Para abordar esto, se propone un árbol de objetivos y un mapa estratégico, destacando la necesidad de desarrollo de un plan estratégico, fortalecimiento del liderazgo y motivación de los colaboradores.

La implementación de las estrategias aquí propuestas requiere de una inversión financiera, pero los beneficios que se obtendrán serán mucho mayores así:

La implementación de la Norma ISO 26000 permitirá a la empresa:

Mejorar su desempeño económico, social y ambiental.

Aumentar su competitividad.

Mejorar su reputación.

Atraer y retener a clientes y colaboradores.

Para garantizar el éxito de la implementación de la Norma ISO 26000, es importante que la empresa cuente con el compromiso de la alta dirección y de todos los colaboradores, así mismo la empresa debe crear una cultura de RSE en la que todos los empleados se sientan

responsables de contribuir al cumplimiento de los objetivos de la empresa en materia de RSE.

La implementación de la norma ISO 26000 no sólo refleja el rol de responsabilidad social empresarial (RSE) de Visión Impresores S.A.S., sino que también trae beneficios tangibles y contribuye al desarrollo sostenible de la empresa en el largo plazo. Al utilizar este estándar, las empresas pueden prevenir riesgos y mitigar el impacto ambiental de sus operaciones, promoviendo así prácticas comerciales éticas y sostenibles.

Además, el uso de la norma ISO 26000 proporciona ciertos beneficios, como la reducción de costes y una mayor eficiencia de los procesos productivos. El cumplimiento de la normativa medioambiental no sólo reduce los riesgos legales, sino que también refleja el compromiso de una empresa con la protección del medio ambiente.

Cabe destacar que la implementación de la norma ISO 26000 no es un proceso aislado, sino un proceso continuo que requiere un compromiso constante por parte de las empresas. Este rol se refleja no sólo en el mantenimiento de estándares, sino también en la construcción de una cultura organizacional que incluya la responsabilidad social y el respeto al ambiente de trabajo. En definitiva, este enfoque global no sólo fortalecerá la posición de Visión Impresores S.A.S en responsabilidad social corporativa, sino que también ayudará a crear valor compartido y a tener un impacto positivo a largo plazo en la sociedad y el medio ambiente.

El plan de acción y seguimiento propuesto refleja un compromiso integral con la RSE es específico, medible, alcanzable, relevante y oportuno, lo que garantiza su efectividad, incluyendo estrategias específicas, un cronograma realista y un presupuesto asignado. Este plan tiene el potencial de generar un impacto positivo sobre Visión Impresores S.A.S, dando como resultado un desempeño que se caracterice por ser sostenible tanto dentro como fuera de la empresa, con esto se espera que la empresa apunte no solo cumplir con estándares éticos y legales, sino también generar un impacto positivo sostenible en sus colaboradores, clientes y entorno.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es de vital importancia para las empresas en el mundo contemporáneo. No se trata simplemente de una consideración ética, sino de un imperativo estratégico que abarca aspectos económicos, sociales y ambientales. La adopción de prácticas socialmente responsables no solo construye una reputación sólida y fomenta la confianza, sino que también posiciona a las empresas para el éxito a largo plazo, la metodología aplicada en esta investigación ayudo a identificar los puntos críticos de la empresa Visión Impresores S.A.S y las necesidades más relevantes de los clientes internos, haciendo más fácil la revisión de las falencias para dar soluciones concretas que permitan la eficiencia administrativa de la empresa.

Cabe resaltar que la responsabilidad social empresarial (RSE) nos lleva siempre a la mejora continua, medida que le permite a la empresa generar un valor agregado para todos sus colaboradores y objetivos trazados, con ello busca ser siempre competitiva y sustentable.

Referencias Bibliográficas

- CPRAC. (2010). Producción más limpia ¿Qué es?
<http://www.cprac.org/es/sostenible/produccion/mas-limpia>
- Figuerola, A. A. B., Parada, C. J. B., & Márquez, A. F. M. (2016). Producción Más Limpia: una revisión de aspectos generales. *I3+*, 3(2), 66-85.
- Fronzel, M., Horbach, J., & Rennings, K. (2007). End-of-pipe or cleaner production? An empirical comparison of environmental innovation decisions across OECD countries. *Business strategy and the environment*, 16(8), 571-584.
- Ministerio de Ambiente, V. (2010). Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Bogotá, DC *https://www.uniagraria.edu.co/images/union_universitaria/Politica_Nacional_1_Produccion_Consumo_Sostenible.pdf*.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Argentina (2018). Estrategia Nacional de Consumo y Producción Sostenibles. Buenos Aires, Argentina.
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/encps_1.pdf
- Porter, M. E., & Strategy, C. (1980). Techniques for analyzing industries and competitors. *Competitive Strategy*. New York: Free.
- Rovira, S., Patiño, A., & Schaper, M. (2017). *Ecoinnovación y producción verde: una revisión sobre las políticas de América Latina y el Caribe*.
- Visión Impresores. (s/f). Visión Impresores. *<https://visionimpresores.co>*

Apéndices

Apéndice A

Formato de Recolección de Información: Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial en Visión Impresores S.A.S.

Somos estudiantes de Administración de empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, realizando una encuesta como parte de nuestra opción de grado asociada con el Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial.

El objetivo es conocer más acerca de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la empresa Visión Impresores S.A.S.

1. ¿Cuántos comités directivos sobre la RSE de la empresa se realizaron durante el último año fiscal

- a. Entre 1 y 3
- b. Entre 4 y 6
- c. Entre 7 y 9
- d. Entre 9 y 12

2. ¿Los grupos de interés participan en la toma de decisiones de la empresa?

- a. Si
- b. No

3. ¿Conoce el código de ética de la empresa?

- a. Si
- b. No

4. ¿Cuál fue el porcentaje de satisfacción asociado con el cumplimiento de los derechos de los colaboradores? (Encuesta de clima laboral año anterior)

5. ¿La organización promueve condiciones de trabajo seguras y saludables para sus empleados?

Si la respuesta es Si, explique con palabras como se promueven esas condiciones

- a. Si
- b. No

6. ¿Se evidencia participación de los colaboradores en los programas de desarrollo profesional?

- a. Si
- b. No

7. ¿La empresa mide constantemente la satisfacción laboral entre sus empleados? Si la respuesta es Si, explique con palabras como se miden

- a. Si
- b. No

8. ¿La organización contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales? Si la respuesta es Si, explique con palabras como contribuyen con ese desarrollo sostenible

- a. Si
- b. No

9. ¿Se promueve la participación de los empleados en actividades de responsabilidad social?

- a. Si
- b. No

10. ¿Cuál fue el resultado de la generación de plástico por kilo de un solo uso en la empresa Visión Impresores S.A.S?

11. ¿Cuál fue el resultado de la cantidad de papel administrativo impreso por kilo en la empresa Visión Impresores S.A.S?

12. ¿En qué medida la empresa cumple con sus políticas éticas y códigos de conducta?

13. ¿Qué tan satisfechos están los consumidores con sus productos/servicios?

14. ¿Cuánto tiempo se tarda en responder a las consultas de los consumidores?

- a. Entre 1 y 8 horas
- b. Entre 9 y 12 horas
- c. Entre 13 y 18 horas
- d. Entre 19 y 24 horas
- e. Mayor a 24 horas

La encuesta implementada en Visión Impresores S.A.S. ha sido crucial para evaluar aspectos fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y las prácticas éticas de la empresa. Las respuestas recopiladas ofrecerán insights valiosos para el desarrollo de estrategias que mejoren la participación de los grupos de interés, el cumplimiento de los códigos de ética y las iniciativas de sostenibilidad. Este esfuerzo refleja el compromiso de los estudiantes de Administración de Empresas de la UNAD con la aplicación práctica y el análisis crítico en el campo de la gerencia estratégica y la responsabilidad social.

Al realizar la encuesta Se logra identificar que el principal problema radica en la inadecuada implementación de la Norma ISO 26000, atribuido a la falta de un plan estratégico, liderazgo y compromiso por parte de la alta dirección y los colaboradores. Para abordar esto, se propone un árbol de objetivos y un mapa estratégico, destacando la necesidad de desarrollo de un plan estratégico, para fortalecer el liderazgo y la motivación de los colaboradores, trayendo consigo los resultados esperados para la compañía y a su para cada uno de los colaboradores.

¡Muchas gracias por su colaboración!