

**Análisis de responsabilidad social a la empresa Fundiciones Universo a través de la
Norma ISO 26000 en el 2021**

Karen Stephany Marín

Angelica María Téllez Hernández

Franciss Mayeli Córdoba Bolaños

Jefferson Gutiérrez

Ricardo Antonio Garizabalo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Noviembre 2021

**Análisis de responsabilidad social a la empresa Fundiciones Universo a través de la
Norma ISO 26000 en el 2021**

Karen Stephany Marín

Angelica María Téllez Hernández

Franciss Mayeli Córdoba Bolaños

Jefferson Gutiérrez

Ricardo Antonio Garizabalo

Henry Hurtado

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Noviembre 2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	7
Abstract.....	8
Capítulo 1. Antecedentes	9
Introducción	9
Problema	9
Objetivos.....	10
Capítulo 2. Marcos Referenciales	11
Marco conceptual.....	11
Marco Teórico.....	14
Marco institucional	22
Marco Legal	24
Capítulo 3. Resultados	26
Diagnóstico	26
Matriz de Marco Lógico	34
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	40
Plan de Acción y de Seguimiento	40
Conclusiones.....	43
Referencias.....	45
Anexos	49

Lista de Tablas

Tabla 1. Stakeholders empresa Fundiciones Universo	34
Tabla 2. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica	40
Tabla 3. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social	41
Tabla 4. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental	41

Lista de Figuras

Figura 1. Estructura Organizacional Fundiciones Universo	23
Figura 2. Gráficos pregunta 1.....	27
Figura 3. Gráficos pregunta 2.....	28
Figura 4. Gráficos pregunta 3.....	29
Figura 5. Gráficos pregunta 4.....	30
Figura 6. Gráficos pregunta 5.....	30
Figura 7. Gráficos pregunta 6.....	31
Figura 8. Gráficos pregunta 7.....	32
Figura 9. Gráficos pregunta 8.....	32
Figura 10. Gráficos pregunta 9.....	33
Figura 11. Gráficos pregunta 10.....	34
Figura 12. Árbol de problemas para la empresa Fundiciones Universo	37
Figura 13. Árbol de Objetivos para la empresa Fundiciones Universo	38
Figura 14. Mapa Estratégico para la empresa Fundiciones Universo	39

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética..... 49

Anexo B. Formato de Recolección de Información..... 49

Resumen Analítico Especializado

Título	Análisis de responsabilidad social a la empresa Fundiciones Universo a través de la Norma ISO 26000 en el 2021
Autores	Karen Stephany Marín, Angelica María Téllez Hernández, Franciss Mayeli Córdoba Bolaños, Jefferson Gutiérrez, Ricardo Antonio Garizabalo
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Henry Hurtado
Año	2021
Palabras clave	Fundiciones Universo, Ética, Responsabilidad Social Empresarial, Sociedad.
Resumen	Este trabajo tiene como objetivo principal, analizar las materias fundamentales de la RSE en la empresa Fundiciones Universo, en donde se busca estipular metas enfocadas en el beneficio de la empresa.
Problema de investigación	Política del manejo de la información deficiente o no clara en la empresa Fundiciones Universo
Metodología	Investigación descriptiva por medio de encuesta y resultados gráficos
Principales resultados	Gestión de la información de manera incorrecta, sistema de análisis de la información no a la vanguardia.
Conclusiones	Se amplía la visión respecto de las ventajas y beneficios, que trae consigo la aplicación de la responsabilidad social empresarial - Norma ISO 26000, para las empresas y sus partes interesadas y tener en cuenta como plan de acción que le permitirán el mejoramiento del manejo de la información de manera que sea eficiente y clara y que fortalezca varios puntos débiles de la organización.

Resumen

En este momento estamos en una era en donde se le está dando mucha importancia a la huella que como empresa dejemos no solo en una comunidad, sino a nuestros clientes, proveedores, nuestro ambiente, ecosistemas y nuestros mismos colaboradores, de todo esto nace la Responsabilidad Social empresarial RSE que al enfocarse en todo lo anterior permite que las organizaciones que la implementan van encontrando un equilibrio en todos sus factores no solo monetarios, sino también de imagen.

Las organizaciones para lograr un buen desempeño en sus actividades deben tener muy presente todo lo concerniente a la RSE, ya que al implementarla de forma óptima permitirá alcanzar los objetivos trazados por la empresa que no solo con el marketing se podría realizar. Para implementar la RSE en Fundación Universo nos basamos en el correcto uso de la información, códigos de ética, para que desde el interior de nuestra compañía empecemos a marcar la diferencia para todos nuestros stakeholders internos y externos y no enfocarnos solo en aumentar las ganancias económicas, que también se tenga una ganancia en nuestra imagen.

Palabras Clave: Código de ética, responsabilidad social empresarial, stakeholders.

Abstract

We are in an era that is giving great importance to the print that we leave as a company not only in a community, to our customers, suppliers, our environment, ecosystems and our own employees, from this we have the Corporate Social Responsibility CSR that focus on all of the above and allows organizations that implement it to find a balance in all its factors not only monetary, but also the image.

To achieve a good performance in their activities, organizations must be very aware of everything related to CSR, since its optimal implementation will allow them to achieve the objectives set by the company, which could not be achieved with marketing alone. Implementing CSR in Fundiciones Universo we rely on the correct use of information, codes of ethics, so that from within our company we begin to make a difference for all our internal and external stakeholders and not only focus on increasing economic gains, but also have a gain in our image.

Keywords: code of ethics, corporate social responsibility, stakeholders.

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

En el mundo el manejo de la información correctamente se ha convertido en uno de los factores importantes de éxito de una compañía ya que esto inspirará confianza en la organización y ayuda a tener operaciones exitosas, sin embargo la tecnología ha abierto puertas para que esta sea de fácil divulgación debido a que no se concientiza ni informa a los usuarios del uso adecuado de la información, es por esto que en Fundiciones Universo esto se convertirá en un pilar importante para nuestra compañía, para crear confianza entre todos los stakeholders y dejar una huella en ellos.

Problema

Política del manejo de la información deficiente o no clara

Objetivos

Objetivo General

Implementar una política de manejo eficiente de la información por medio de la concientización a todos los colaboradores desde los accionistas, mostrando la importancia del correcto uso de la información y sus efectos.

Objetivos Específicos

Realizar encuesta que de razón de la principal problemática en responsabilidad social en la empresa Fundiciones Universo.

Verificar que impactos negativos tiene la problemática sobre la empresa Fundiciones Universo y sus diferentes áreas.

Generar estrategias de manera que los impactos negativos de la problemática se conviertan en positivos.

Verificar que los objetivos abarquen cada una de las diferentes materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial de la ISO 26000 en el mapa estratégico.

Elaborar un plan de acción y mejoramiento que mitigue el impacto de una política del manejo de la información deficiente o no clara.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco conceptual

A continuación, encontraremos los conceptos más importantes del desarrollo de este trabajo de Responsabilidad social empresarial de la empresa Fundiciones Universo.

Ética.

La ética es el conjunto de comportamientos y valores que permiten a una persona actuar en debida forma frente a las diferentes situaciones que requieren tener presente la justicia, responsabilidad, solidaridad, equidad entre otros. Es una configuración de un esquema que rige el actuar del ser humano.

Ética Empresarial.

Es la consideración de que como entes individuales también pertenecemos a una comunidad y que nuestras acciones empresariales puedan afectar negativa o positivamente dicha comunidad. Desde mi punto de vista la ética empresarial es un mecanismo que implementa son aquellos valores y principios con los que cuenta el personal de la empresa y pone en práctica tanto a nivel interno como nivel externo de la misma.

Pensamiento Estratégico.

Es la capacidad que se tiene de plantear dentro de diversos mecanismos el futuro de la empresa. Es aquel que se centra en la búsqueda de estrategias que permitan alcanzar las metas o los objetivos propuestos por la empresa, mediante el establecimiento de las acciones a seguir para su cumplimiento, así mismo, el seguimiento y análisis de resultados

Desarrollo Social.

Es la interacción que realiza la empresa con el entorno de manera que su resultado sea productos y/o servicios para el logro de sus objetivos. Es aquel que prioriza a las personas y

procura el bienestar de estas, de tal forma que se mitigue la pobreza, exposición a la violencia, exclusión, entre otros factores, y promueve el desarrollo económico que permita mejorar la calidad de vida de las personas y en general de comunidades

Desarrollo Sostenible.

Es la integración de las diferentes dinámicas sociales y ambientales a la gestión empresarial de manera que sistémicamente hagan cohesión. El desarrollo sostenible es aquel que permite satisfacer las necesidades en el presente, garantizando que las generaciones futuras tendrán las mismas oportunidades, esto mediante el cuidado del medio ambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social

Excelencia Empresarial.

Son el conjunto de elementos internos y externos que se usan y la manera en cómo se usan de manera que dan como resultado la consecución de los logros de la empresa. En concordancia con lo expuesto por Pigé B. (2012, 2011), el concepto de excelencia empresarial es relativa, toda vez que cada parte involucrada ve dicha excelencia desde perspectivas muy diversas, esto acorde a diversos factores, como puede ser el rol que desempeña, el cargo entre otros, por ejemplo, los accionistas tienen un concepto, los colaboradores otro, la comunidad otro y todos los puntos de vista son igualmente válidos

Grupos de Interés.

Son los individuos que afecta la empresa al generar sus objetivos. Son las personas u organizaciones relacionados con el funcionamiento de una empresa, estos grupos de interés son de índole interna: colaboradores, directivos, propietarios y externos: clientes, proveedores, acreedores, sociedad, gobierno, entre otros.

Sostenibilidad.

Es una integración entre lo ambiental social y económico de manera que no afecte negativamente al contrario su producto es de impacto positivo. La sostenibilidad es la toma de conciencia de la situación actual del planeta en términos medioambientales, sociales, humanos y económicos, que propende por la conservación de los recursos que no son inagotables y que establezca un equilibrio y preservación en el tiempo

Estrategia.

Son acciones que van encaminadas a la consecución de objetivos La estrategia es la planeación e implementación de las acciones que permiten el logro de los objetivos propuestos.

Gerencia Estratégica.

Es el manejo de y gestión de las acciones y herramientas que posee la empresa de manera oportuna, eficaz y eficiente para lograr con éxito los objetivos. La gerencia estratégica es aquella que propone, desarrolla, integra, prevé tácticas que permiten a la empresa sobrevivir y sobresalir en el mercado y el entorno en general.

Marco Teórico

La RSE tiene relevancia internacional, desde el Libro verde (2005) de la Unión Europea donde hay una definición interesante: “*Ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas, lo que impactará en la competitividad de la empresa.* (p. 13), el pacto mundial de las Naciones Unidas, donde resaltan la importancia de la RSE como componente fundamental, los inversionistas y clientes quieren tratar con compañías fiables que cuiden el medio ambiente que es responsabilidad de todos, que trabaje en beneficio de la comunidad y busque el beneficio de todas las partes involucradas y no solo de unos pocos.

La responsabilidad social empresarial va encaminada a la búsqueda de la humanización de las organizaciones en torno al ámbito económico, social y medio ambiental, a fin de mitigar el impacto negativo de sus actividades, en respuesta a las diferentes crisis (económica, social, ambiental) por las cuales está atravesando actualmente el mundo y que afecta la calidad de vida no solo de las generaciones vigentes, sino con riesgo de afectar las futuras, es por ello por lo que la RSE debería estar dentro de las prioridades de las empresas.

El sector empresarial es un factor importante de una sociedad, gracias a este se impulsa el desarrollo social, pero también puede ser un actor relevante en la destrucción del medio ambiente mediante el desarrollo de sus actividades, en la desigualdad social reinante gracias a la corrupción dentro de las mismas organizaciones o por influencias políticas.

La RSE nació en Estados Unidos, en los años 50 y 60, el RSE logra un interés en la población que inicia su vida empresarial y que fueron colaboradores con los regímenes políticos

y económicos. La sociedad observa el gran impacto que causa en las empresas, en los entornos y así mismo solicitan revisar los efectos del RSE.

Las contribuciones más notables a la definición del concepto de responsabilidad social se dieron a partir de la década de 1970 e incluyeron las obras de Archie Carroll, Davis, Eells y Walton, Johnson, Preston y Post, Sethi y Steiner. Es el año 1979 cuando Carroll define por primera vez las responsabilidades de la empresa como económicas, legales, éticas y filantrópicas, haciendo hincapié en la voluntariedad de la ética y la filantropía al situarlas a continuación de la legalidad. (Queta García, 2016)

En las décadas pasadas se vieron empresas de todas partes del mundo que lograron adaptar sus operaciones a un momento de compromiso con el medio ambiente y un compromiso con la sociedad.

En el presente el RSE según Antelo & Robaina (2015) sostienen que "la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general" (p.59).

La RSE según Pérez y Saénz "puede ser analizada desde diferentes perspectivas, económicas, sociales y políticas, a la vez que viene a englobar una serie de dimensiones que pueden ser entendidas bajo distintas acepciones conceptuales según el lugar y el tipo de economía considerado"(p.141)

Partiendo del concepto que se encuentra en la lectura sobre Freeman (1984), el cual relaciona los resultados económicos de la empresa a su interacción con los diversos agentes denominados stakeholders (propietarios-accionistas, clientes, proveedores, empleados, reguladores y agentes de opinión) así como también con el entorno social donde se ubica;

podemos indicar que nos encontramos totalmente de acuerdo con esta definición y los adyacentes que consigo traen. Ejemplo: cuando tienes una misión con tus empleados y su bienestar, encontraremos resultados muy valiosos como lo es la baja rotación de personal, el nivel de insatisfacción es bajo y la producción tiende a incrementarse y ser de mejor calidad, ya bien lo decía la teoría de las organizaciones de Mayo la cual ante la idea de que el trabajador aumenta sus expectativas para con la organización, habla de incentivos, recompensas y las relaciones sanas interhumanas también como su participación en la empresa, lo cual da como resultado una mejor integración a los fines de la empresa. Lo anterior, y unido a varias acciones y estrategias con los diversos entes (stakeholders) podremos decir que es allí donde la empresa tiene un plan de acción con la responsabilidad Social y ello ayuda a mitigar resultados negativos con respecto a prácticas insanas.

Pero para hablar de RSE es necesario hablar de ética empresarial, una empresa cuyos valores y principios están enfocados no solamente en satisfacer a sus propietarios o sus inversionistas, es decir que no todo se trate de beneficios económicos y financieros, es una empresa que puede ser más atractiva a inversionistas, clientes y comunidad en general. Los tiempos han cambiado y las empresas deben ajustarse a estos cambios exigidos por los mercados, la sociedad civil, el entorno y hasta los sectores políticos, siendo conscientes de que hacen parte integral de un sistema donde su comportamiento y actividades causan un impacto a las demás partes que integran el sistema.

Toda vez que la ética no es algo que sea de obligatoria aplicación impuesta por algún tipo de Ley, es algo voluntario querer devolverle a la sociedad algo de lo ganado, gratitud con el medio ambiente y la comunidad. Si bien es cierto la RSE no es un derecho adquirido de las partes interesadas, tampoco se puede tomar como caridad o un favor, ya que hay un beneficio

mutuo, la empresa obtiene: mejoramiento en la productividad, confianza, mejoramiento de la gestión, buena reputación, mayor aceptación por parte de la sociedad y mayor credibilidad entre otros. La empresa por su parte hace un esfuerzo por mantener y satisfacer las necesidades de aquellas partes involucradas de una forma u otra con las actividades que desarrolla.

La empresa requiere comprender que en cuanto más se comprometa con su entorno este puede prácticamente mejorar su estatus e ir ligado de un crecimiento económico siempre y cuando la empresa logre conseguir el equilibrio en cuanto a sus entes participantes directa e indirectamente. Aquí hablamos de una generación de valor no solo para la empresa sino también compartido para los diferentes stakeholders, en especial la comunidad y su desarrollo. Con el medio ambiente en el manejo de los recursos en producción, con respecto a lo social el factor salud, educación, bienestar, son necesarios no solo para el talento humano sino también para la comunidad en el entorno.

Aunque la ética no es exigencia o camisa de fuerza para cada miembro que la conforme debe ser parte de su actuar ya que ella regirá y colocará un norte y un límite para la consecución de los objetivos empresariales, porque no es de negarse que una empresa existe para la consecución e incremento de recursos (un fin capitalista) inicialmente de los propietarios pero también en una forma directa a su entorno social como la creación de empleos, manejo de los recursos naturales, el compromiso social, entre otros. Muchas empresas actualmente están apostando por el reconocimiento ante su compromiso empresarial lo que hace y llama la atención de un alto índice de público el cual llega a estar identificado con esas acciones y convertirse en sus fieles seguidores. Aunque lo anteriormente dicho no abarca todas las empresas y estamos de acuerdo, con que más que basados en la ética empresarial, las prácticas RSE deben ser tomadas más como estrategia para la consecución de sus objetivos, de esta manera y en fines prácticos es

más una acción estratégica implementada a sus sistemas de gestión que una acción con fines filantrópicos o altruistas (Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L., 2019). Dicho esto, “responsabilizándoles de las consecuencias y los impactos que se derivan de las relaciones con sus grupos de interés” (De Castro, 2005), Es así como consideramos se logra una mayor participación de las empresas con respecto a la RSE, ya que no debemos fiarnos en la ética o transparencia de sus propietarios, hacerlo por voluntad propia nos abriría una brecha muy grande con respecto a la moral y lo que es correcto y no, pero entraríamos en discusiones según cada opinión, experiencia y demás, por lo cual, estamos en total acuerdo con hacerlo “obligatorio” por los entes regidores del país, aunque la RSE atraerá un gran público que se identifique no es posible fiarse de la ética del propietario(s)

En la lectura Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil, hablan de 3 factores que afectan el desempeño y/o participación de prácticas en responsabilidad social de una empresa, los cuales son el tamaño, desempeño financiero y el riesgo. La lectura enfatiza un estudio realizado en Brasil y México el cual arrojó varias conclusiones.

- Con respecto al tamaño (se referencian autores como Chtourou, 2017; Charlo et al., 2013; Artiach et al., 2010; Fauzi et al., 2007)
- Para el desempeño financiero (basados en autores como Waddock y Graves, 1997; Stanwick y Stanwick, 1998)
- Y el riesgo (Lourenco y Castelo, 2013; Ziegler y Schroder, 2010, Charlo et al., 2013)

En México, el resultado fue que el tamaño si influye ya que el mayor número de empresas con prácticas en RSE son de mayor tamaño y mejor desempeño financiero, pero en Brasil arrojó

un mayor endeudamiento, y México se halló que las más endeudadas son las más comprometidas socialmente.

Según lo anterior y en nuestro concepto, el tamaño es un factor importante ya que las empresas mayormente visibles son las más propensas y están una línea delgada de afectar el concepto de los clientes y proveedores y son las más interesadas en implementar un mayor nivel de prácticas RSE. Aunque también somos partidarios de que las pequeñas empresas tienen una participación en las estadísticas ya que esto va más ligado a la ética empresarial y sus ideales, también, actualmente hay normas regulatorias que en línea con la ética incitan a que el pequeño empresario implemente prácticas RSE.

Con respecto al desempeño financiero y el riesgo aquí debemos realmente indicar que una empresa que cumpla con la teoría de holgura de recursos está más dispuesta a estas prácticas ya que una vez se suplen factores financieros y hay una estabilidad, se busca el proceder a apoyar lo social y medioambiental.

Con todo lo anterior, también es importante enfatizar que en la actualidad hay una creciente con el interés de participar en prácticas de RSE, pero también va ligado al tipo de empresa y como lo indicaba con anterioridad a la ética y/o estrategia que se tenga en cada empresa.

La gestión de responsabilidad social se ve muy marcada con respecto al estudio realizado en España a las cooperativas (Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L., 2019), donde aunque fue un grupo pequeño, los resultados arrojaron que su responsabilidad social es más alta y serían las pioneras en estas prácticas de acuerdo a su propia naturaleza, valores y filosofía, con sesgos y deficiencias de las prácticas RSE como estrategia empresarial debido a los costos de ejecución, lo que nos hace volver a mencionado con anterioridad de que las empresas más grandes y estables son las más tendientes a participar de RSE.

Basándonos en González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico; en el caso de las instituciones universitarias y su responsabilidad social es muy reciente y se basa en estudiantes, docentes, proveedores, administrativos y la comunidad donde las universidades son agentes que proporcionan egresados transformadores de su entorno, agentes investigadores y desarrolladores; por ello su compromiso debe ir de la mano con la construcción curricular y ética pero no solo de sus estudiantes sino también de los diversos stakeholders, midiendo la investigación y productividad científica en pos del desarrollo de su entorno y solución de problemas sociales generando en el trayecto relación con el sector productivo. Aquí lo llaman Responsabilidad Social Universitario ya que se trata de desarrollar seres humanos y no capitalismo. Especialmente en una universidad se puede indicar que este escenario es fundamental estructurar un plan de acción que se tenga en cuenta que la formación de estos seres humanos debe aportar a la sociedad positivamente, por medio de asesorías, creación de empresas, emprendimientos, generación de proyectos científicos, todo en pos de la transformación del entorno.

Por otro lado, el caso de Venezuela es muy inclusive ya que se nombra como gerenciar en tiempos de crisis. Es importante que la empresa se mantenga estable y productiva, pero en tiempos de crisis entendemos que se debe jugar con los diversos factores del macroentorno y las variables de incertidumbre que en el caso de Venezuela son múltiples y es casi que imposible realizar prospectiva estratégica uno de los fundadores de la disciplina, la define como “la ciencia que estudia el futuro para comprenderlo y poder influir en él” (Eslava, 2010, p. 5). La gestión aquí y es importante nombrar lo que indica Velásquez (2014) que este es el momento más importante para estar alerta a los cambios, reinventarse y mantener una actitud positiva que le permita a las empresas navegar con éxito las turbulentas aguas del entorno venezolano. Es aquí

donde las estrategias deben estar en constante cambio, pero muy al pendiente del recurso humano y su participación en la empresa. El buen líder puede escuchar a sus empleados y compartir responsabilidades, identificando oportunidades en las crisis. En un estado de crisis como Venezuela, es importante estar atento al pueblo y sus necesidades y problemas sociales, pero donde hay problemas de abastecimiento, poco acceso a créditos, no pago a proveedores, demanda baja, inflación, entre otros, es allí donde debe intervenir el gobierno y apoyar a las empresas ya que las pocas que quedan en Venezuela no tienen una estabilidad económica que les permita pararse e implementar RSE con los stakeholders.

Concluyendo, consideramos que la responsabilidad social debe ser una obligación para todas las empresas ya que de alguna manera deben retribuir a lo que toman del medio, y, además, siendo parte de una comunidad no se puede desconocer las falencias por lo menos del entorno, implementando prácticas para ayudar económico, social y medioambiental el entorno, pero hablamos de que como norma se debe tener ya que no se puede confiar en la ética o transparencia de los propietarios. Son muchas las maneras de liderar e implementar estrategias dependiendo de las necesidades del entorno, de la estabilidad y el tipo de empresa y del momento del macroentorno. También es importante tener claro que las empresas no son las totales responsables de lo que pasa a su alrededor ya que es el gobierno quien debe liderar procesos de mejora a la sociedad, pero si deben ser parte de la solución y devolver en la medida que van recibiendo del país, el medio y la situación en la que se encuentren. Además de que la responsabilidad social tomada como estrategia se puede llevar a obtener mejores resultados en ventas o servicios ya que los stakeholders se identificarán y seguirán la marca más por convicción que por necesidad.

Marco institucional

Descripción de la Empresa Fundiciones Universo

En 1934 el señor Teodoro Gaitán funda en la ciudad de Palmira (Valle) Talleres Gaitán Ltda., empresa dedicada a la reparación de piezas de ingenios azucareros, trapiches paneleros y maquinaria agrícola, en 1962 – inicia el proceso de producción de mazas para ingenios azucareros. Para 1969 inicia la era de exportaciones y en 1991 Talleres Gaitán adquiere una participación en fundiciones universo empresa dedicada a la fabricación de repuestos y equipos para la industria cementera, siderúrgica y minera.

Con esta fusión en 2008 se realizó la modernización de la planta con tecnología de punta en el proceso de fundición a fin de que el procedimiento sea más amigable con el medio ambiente.

A la fecha la empresa cuenta con patentes, certificaciones ISO y realiza importantes exportaciones.

Sector

La sociedad tiene por objeto la fundición de metales, fabricación, distribución y venta de estos, así como el diseño, fabricación y ejecución de montajes de equipos industriales

Ubicación

Calle 11A #32-85 Yumbo – Valle

Misión

Como organización proporcionar soluciones integrales y de confianza no solo a nuestros clientes sino a nuestra comunidad y generar confianza en los procesos industriales a nivel nacional e internacional y aportar a un mejoramiento de nuestro medio ambiente.

Visión

Como organización para el año 2030 crear una red de valor que interconecten otras organizaciones del sector a partir de nuestros socios, colaboradores y competencia y así hacer que la experiencia de nuestros clientes sea satisfactoria y más fácil para todos sus procesos industriales.

Valores

Ética

Respeto

Responsabilidad

Amabilidad

Transparencia

Estructura Organizacional

Figura 1. Estructura Organizacional Fundiciones Universo



Fuente: Elaboración propia

Marco Legal

En esta fase de la actividad, argumentamos el contenido de la norma ISO 26000, tomando como base las diferentes tendencias e infinidades del RSE, mencionando empresas y partes relacionadas las cuales están al tanto de la manera en que deben manejar el comportamiento responsable frente a los empleados y la comunidad, el ambiente social que se presenta día a día dependiendo del excelente manejo y desempeño de una empresa. (Correa, Juan G, 2007) separa en 3 etapas una correcta perspicacia de la conducta social empresarial, en donde en la primera etapa se resalta la forma coherente en que la empresa realiza los criterios sociales enfocados en el bien común.

Se menciona el aporte en el desarrollo sostenible, mencionando las ventajas de competir, el cómo beneficia la buena imagen y el cómo se mantiene a sus empleados, sus clientes, proveedores, entre otros accediendo a una ganancia y una productividad para las empresas u organizaciones, alcanzando una potencia empresarial en donde se es competitivo y social. La norma está enfocada en guiar a la responsabilidad social de las empresas, la idea base se enfoca en que las empresas deseen adquirir e implementar criterios de RSE en actividades cotidianas, siguiendo esto la empresa podrá cumplir con la aplicación y cumplimiento de la norma. (Ness, D; Golay;1997) destaca la necesidad de incorporar medidas preventivas y correctivas de resalta la importancia de incorporar un conjunto de medidas preventivas y correctivas de marcas ambientales en prácticas productivas y consumistas, estableciendo criterios y normas de actividades industriales, incorporando estructuras y funciones en donde se trabaja con dependencias encargadas de la dimensión ambiental y social.

La norma menciona otras tipologías significativas y responsabilidades con la comunidad y medio ambiente, en el que sobresale que no todas las empresas están en el deber de amparar la

norma y que no son para ciertas empresas si no que son para las diferentes organizaciones, sin concernir la trinchera de negocio que se tenga, formando equilibrio, posicionamiento en el mercado en el que se relacione, Acorde a la demostración de Guerra (2007), las empresas u organizaciones como entidades sociales intrínsecamente en el contexto democrata de libre mercado integral comprometen tramitar sus utilidades colectivas, mitigando las huellas de sus sistematizaciones en la sociedad y el medio ambiente.

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Según Sierra (2001:125), “El fin del diseño, como el de la investigación en general, es lograr la máxima validez posible, es decir, la correspondencia más ajustada de los resultados con la realidad”. A continuación, se presenta la metodología empleada en el desarrollo del trabajo

Como instrumento de diagnóstico el grupo se escogió la encuesta ya que es una técnica que permite "la administración de la encuesta mediante una entrevista personal, por separado a cada uno de los individuos seleccionados en la muestra" (Brunet, Pastor, Belzunegui, 2002:200) y así obtenemos y elaboramos datos de una forma eficaz.

Dicha encuesta fue aplicada a los 70 colaboradores de la compañía Fundiciones Universo, para conocer la percepción que ellos tienen frente a la misma y mejorar en su huella que deja en todos y cada uno, ya que esta es una empresa familiar que lleva más de 80 años en la industria que a pesar de su trayectoria y confianza que le tienen sus clientes y proveedores puede aportar más a su comunidad y al medio ambiente.

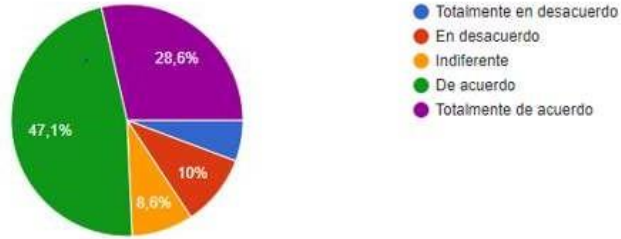
La encuesta está diseñada de acuerdo con las materias fundamentales de la ISO 26000. A continuación, se plasman los indicadores que se tuvieron en cuenta para dar muestra del cumplimiento de la Norma en la empresa.

A continuación, los resultados:

Figura 2. Gráficos pregunta 1

1. ¿Está clara la declaración de la misión de la empresa y te inspira a contribuir con tu mejor trabajo?

70 respuestas



Totalmente en desacuerdo	4
En desacuerdo	7
Indiferente	6
De acuerdo	33
Totalmente de acuerdo	20
Total	70

X_i	f_i	F_i	f_r	%	$x_i \cdot f_r(x_i)$
0	4	4	0,1	5,7%	0
1	7	11	0,1	10,0%	0,1
2	6	17	0,1	8,6%	0,2
3	33	50	0,5	47,1%	1,4
4	20	70	0,3	28,6%	1,1
70	70	100%	100%		2,83
					E(X)

MEDIA

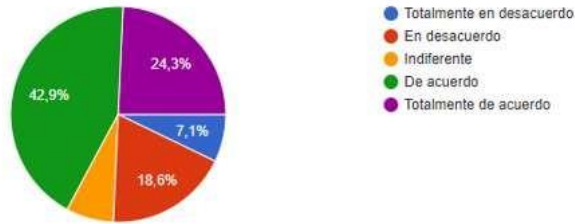
Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados encontramos que el 47,1% de la población encuestada opina que la misión es clara y le inspira a contribuir con el trabajo. Consideramos que este resultado es importante ya que la media se sitúa en dicha respuesta y nos indica que es la mitad del grupo quien opina de ese modo, el otro 50% se sitúa entre las respuestas 0,1,2 y 4. (Ver Ilustración 2)

Figura 3. Gráficos pregunta 2

2. ¿Está satisfecho con las oportunidades de crecimiento de tu carrera en esta empresa?

70 respuestas



Totalmente en desacuerdo	5
En desacuerdo	13
Indiferente	5
De acuerdo	30
Totalmente de acuerdo	17
Total	70

Xi	fi	Fi	fr	%	xi*fr(x1)
0	5	5	0,1	7,1%	0
1	13	18	0,2	18,6%	0,2
2	5	23	0,1	7,1%	0,1
3	30	53	0,4	42,9%	1,3
4	17	70	0,2	24,3%	1,0
70	70		100%	100%	2,59
					E(X)

MEDIA

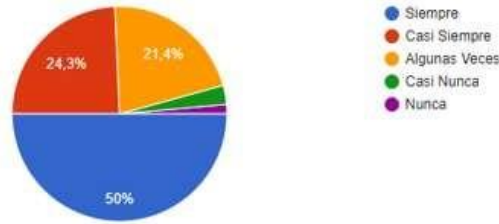
Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados encontramos que el 42,9% de la población encuestada opina que está satisfecho con los planes de crecimiento de su carrera. Consideramos que este resultado es importante ya que la media se sitúa en dicha respuesta y nos indica que es la mitad del grupo quien opina de ese modo, el otro 50% se sitúa entre las respuestas 0,1,2 y 4. (Ver ilustración 3)

Figura 4. Gráficos pregunta 3

3. ¿Los superiores tienen comunicación efectiva para informar cambios, procesos y demás?

70 respuestas



Nunca	1
Casi nunca	2
Algunas veces	15
Casi siempre	17
Siempre	35
Total	70

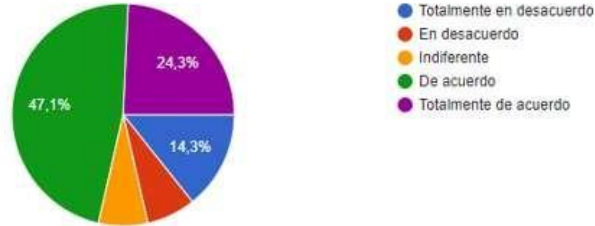
X_i	f_i	F_i	fr	%	$x_i \cdot fr(x_i)$
0	1	1	0,0	1,4%	0
1	2	3	0,0	2,9%	0,0
2	15	18	0,2	21,4%	0,4
3	17	35	0,2	24,3%	0,7
4	35	70	0,5	50,0%	2,0
	70	70	100%	100%	3,19
					E(X)

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la ilustración 4, 35 personas (24,3%) de las 70 encuestadas consideran que sus jefes y supervisores tienen una comunicación asertiva e informa a tiempo los objetivos y cambios que se realizan, sin embargo, las 22 personas entre casi nunca y algunas veces se debe considerar trabajar en su perspectiva frente a la comunicación porqué el porcentaje se puede convertir en un punto desfavorable.

Figura 5. Gráficos pregunta 4

4. ¿Crees que la empresa fomenta la inclusión y protege a los empleados de la discriminación y el acoso?
70 respuestas



Totalmente en desacuerdo	10
En desacuerdo	5
Indiferente	5
De acuerdo	33
Totalmente de acuerdo	17
Total	70

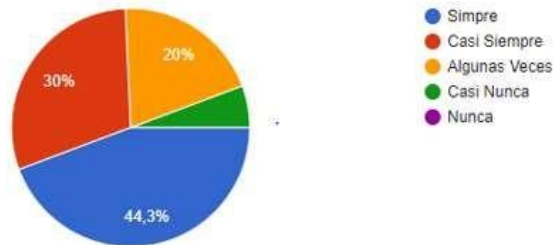
Xi	fi	Fi	fr	%	xi*fr(xi)
0	10	10	0,1	14,3%	0
1	5	15	0,1	7,1%	0,1
2	5	20	0,1	7,1%	0,1
3	33	53	0,5	47,1%	1,4
4	17	70	0,2	24,3%	1,0
70	70	100%	100%		2,60
					E(X)

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la ilustración 5, 33 (47,1%) personas de las 70 encuestadas consideran que la empresa fomenta la inclusión y protege a sus empleados del acoso y de la discriminación, sin embargo, se debe trabajar más en estos ítems para que este porcentaje aumente y llegue a un porcentaje mayor al 60%.

Figura 6. Gráficos pregunta 5

5. ¿Tiene la empresa mecanismos para emitir convocatorias a nivel externo?
70 respuestas



Nunca	0
Casi nunca	4
Algunas Veces	14
Casi Siempre	21
Siempre	31
Total	70

Xi	fi	Fi	fr	%	xi*fr(xi)
0	0	0	0,0	0,0%	0
1	4	4	0,1	5,7%	0,1
2	14	18	0,2	20,0%	0,4
3	21	39	0,3	30,0%	0,9
4	31	70	0,4	44,3%	1,8
70	70	100%	100%		3,13
					E(X)

Fuente: Elaboración Propia

La ilustración 6, nos afirma que el 44,3% (31) de los empleados se encuentran satisfechos con los mecanismos que tiene la empresa para emitir las convocatorias, el 30% (21) de los empleados responden que esta labor sucede casi siempre, (4 de los empleados) afirman que esta labor casi nunca sucede, la empresa cumple con la labor, pero se debe trabajar para cambiar las opiniones negativas de la compañía

Figura 7. Gráficos pregunta 6



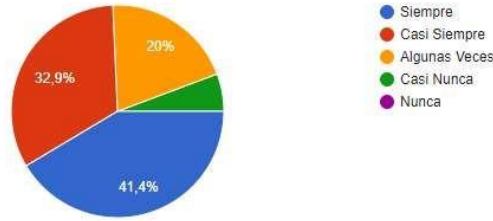
Fuente: Elaboración Propia

El 42,9% (30) de los empleados manifiestan que están de acuerdo con las políticas de manejo de residuos y reciclaje, pero la empresa también tiene 12 empleados, (el 17,1%) los cuales manifiestan estar en desacuerdo y ser indiferente con el tema. Es importante trabajar en este requisito. (Ver Ilustración 7)

Figura 8. Gráficos pregunta 7

7. ¿Los empleados utilizan los recursos de manera consiente y efectiva?

70 respuestas



Siempre	29
Casi siempre	23
Algunas veces	14
Casi nunca	4
Nunca	0
Total	70

X_i	f_i	F_i	fr	%	$x_i \cdot fr(x_i)$
0	29	29	0,4	41,4%	0
1	23	52	0,3	32,9%	0,3
2	14	66	0,2	20,0%	0,4
3	4	70	0,1	5,7%	0,2
4	0	70	0,0	0,0%	0,0
	70	70	100%	100%	0,90

MEDIA

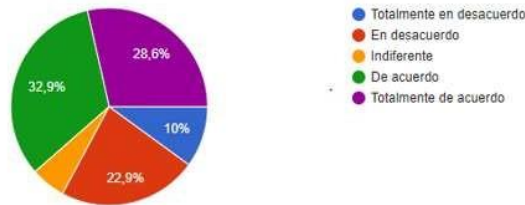
Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados encontrados, los colaboradores de la empresa son conscientes de la importancia de utilizar los recursos de manera efectiva y el porcentaje mínimo (5,7%) no tiene una conciencia del manejo de recursos. Por lo menos, más del 50% de los encuestados contribuye de manera efectiva y consiente a la empresa con el manejo de recursos. (Ver Ilustración 8)

Figura 9. Gráficos pregunta 8

8. ¿Considera usted que la empresa tiene una política clara de manejo de la información y es conocida por sus empleados?

70 respuestas



Totalmente en desacuerdo	7
En desacuerdo	16
Indiferente	4
De acuerdo	23
Totalmente de acuerdo	20
Total	70

X_i	f_i	F_i	fr	%	$x_i \cdot fr(x_i)$
0	7	7	0,1	10,0%	0
1	16	23	0,2	22,9%	0
2	4	27	0,1	5,7%	0
3	23	50	0,3	32,9%	1
4	20	70	0,3	28,6%	1
	70	70	100%	100%	2,4

MEDIA

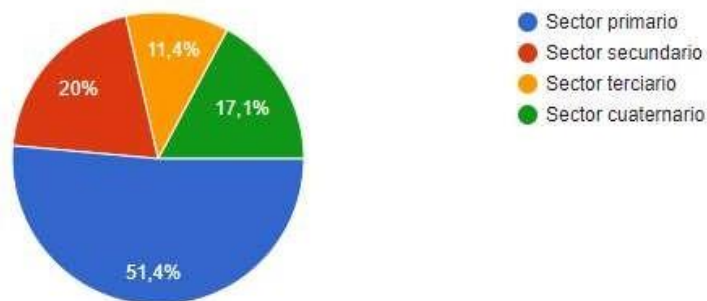
Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados arrojados en la pregunta 8 (ve Ilustración 9) aunque la mayoría de los encuestados manifiesta estar de acuerdo en que la empresa tiene una política clara y segura del manejo de la información, y es conocida por sus empleados. Esto nos indica que se deben implementar acciones de mejora a fin de lograr que el 100% de los colaboradores reconozcan y manejen las políticas de la empresa sobre el manejo de la información y contribuyan desde sus competencias al mejoramiento continuo de la organización.

Figura 10. Gráficos pregunta 9

9. ¿Con que tipos de empresas se tiene convenio para cooperación mutua?

70 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

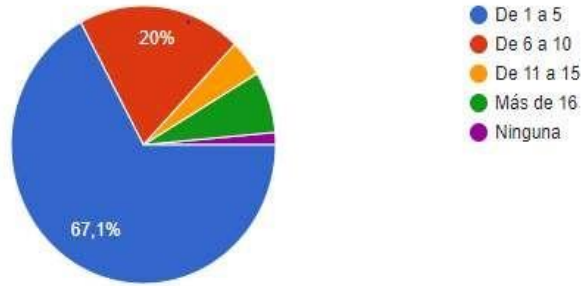
Según la ilustración No. 10, el 51,4% los encuestados relacionan la empresa con el sector primario, ya que este incluye todas las actividades económicas dedicadas a la explotación de recursos naturales, obteniendo a cambio materias primas. Estas se destinan al consumo humano directo o a su transformación por parte del sector secundario.

La ingeniería abarca muchos sectores, hay que recalcar la importancia que tiene cada una de ellas para esta empresa, por eso los encuestados se dividieron en diferentes grupos con resultados muy relevantes en cada uno de los sectores.

Figura 11. Gráficos pregunta 10

10. ¿Cuántos convenios tiene la empresa con empresas externas para cooperación mutua?

70 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados que arroja la encuesta es que el 67,1% tiene convenio entre 1 a 5 empresas externas, la empresa arroja un resultado muy satisfactorio donde se visiona cada año a conquistar más y más este mercado, se espera que con el pasar de los años se sigan sumando y conquistando más empresas, se logrará ya que es una empresa de confianza, con un mercado y productos garantizado. (Ver Ilustración 11)

Matriz de Marco Lógico

La identificación de problemas permite a la organización tomar las respectivas medidas preventivas y correctivas que minimicen los riesgos, y con la realización del ejercicio completo iniciando con el árbol de problemas, seguido del árbol de objetivos mediante el cual la organización puede fijar sus objetivos y finalmente el mapa de estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos en las dimensiones económica, social y ambiental. Lo anterior nos permite crear unas estrategias en el plan de acción para mejoramiento de las debilidades encontradas.

Stakeholders

Tabla 1. Stakeholders empresa Fundiciones Universo

Internos		Externos	
Directivos	Son los principales en el proceso del manejo de la información debido a que cualquier mal	Clientes	Ellos no solo desean recibir un buen producto por parte de la compañía, sino que la información que nos suministra, como números de

<p>Colaboradores</p> <p>manejo no solo puede afectar las finanzas sino también la imagen corporativa y también un correcto uso de las herramientas informativas permitirán que los colaboradores entiendan cuales son los objetivos para alcanzar. Son claves y están en el centro de todos los procesos que se realicen y gestionan el conocimiento, estos se les ha de motivar de distintas maneras para que comprendan la importancia del manejo adecuado de la información y de las herramientas de estas.</p>	<p>Proveedores</p> <p>cuentas, información financiera tenga un correcto manejo.</p> <p>Son parte esencial para la obtención de materia prima, sin embargo, nos confían información vital para hacer los procesos de compra y venta y que estos sean eficaces y eficientes.</p>
	<p>Entidades financieras</p> <p>Son importantes para el manejo financiero, para la obtención de dinero y manejo de este, así como nosotros esperamos un buen manejo de la información, las entidades buscan que se tenga una seguridad (software y hardware) adicional para la protección de los datos.</p>
	<p>Competencia</p> <p>Tener un correcto manejo de la información ayuda a mantener al margen a la competencia respecto a las fórmulas que se usan para la creación de nuestras piezas.</p> <p>Gobierno</p> <p>El manejo de la información frente a un ente gubernamental es</p>

	Comunidad local	fundamental para tener agilidad en varios procesos entre esos la exportación de nuestras piezas. El manejo de la información con la comunidad debe ser clara y a la vez concisa para que puedan entender la importancia de la organización dentro de la comunidad.
	Medios sociales	El manejo de la información con los medios debe ser lo más transparente posible para que se refleje una excelente imagen, ya que no solo son nuestros productos también ellos son la ventana al mercado.

Fuente: Elaboración Propia

Árbol del Problema

El árbol de problemas es una técnica donde se presenta el problema central sus causas (en la parte de abajo) y efectos (en la parte de arriba), a continuación, el árbol de problemas para Fundiciones Universo (Ver ilustración 12)

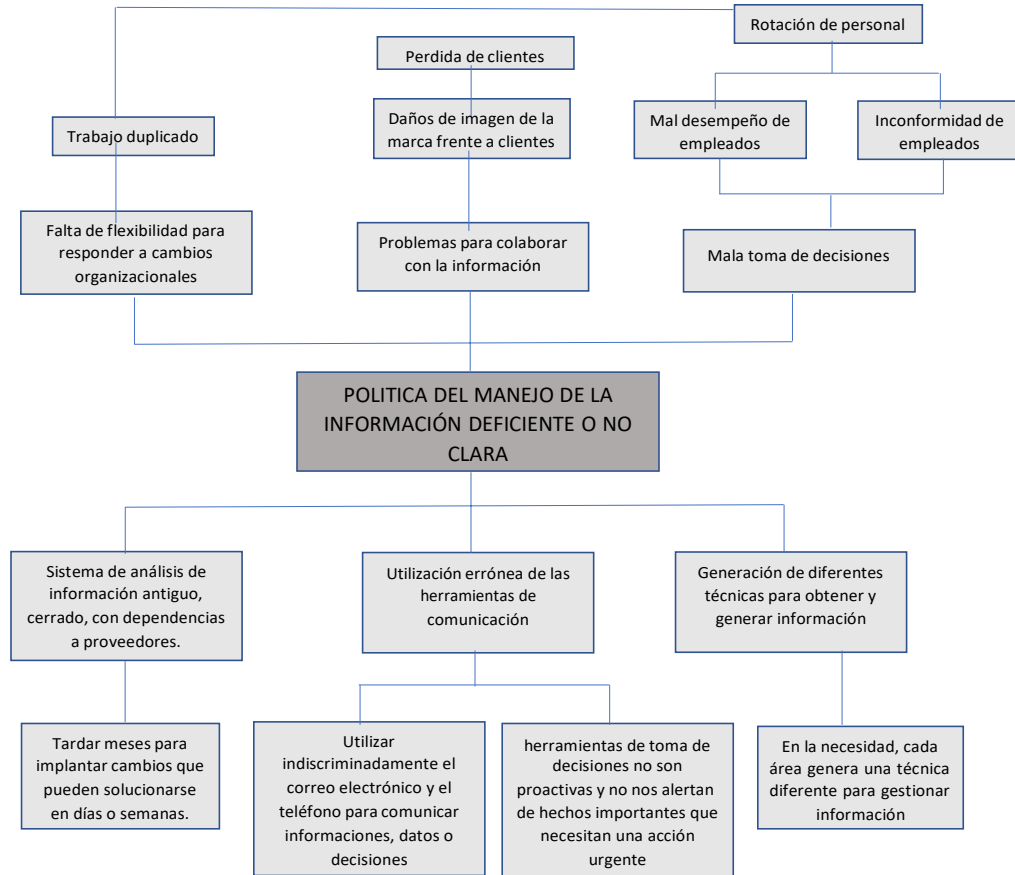


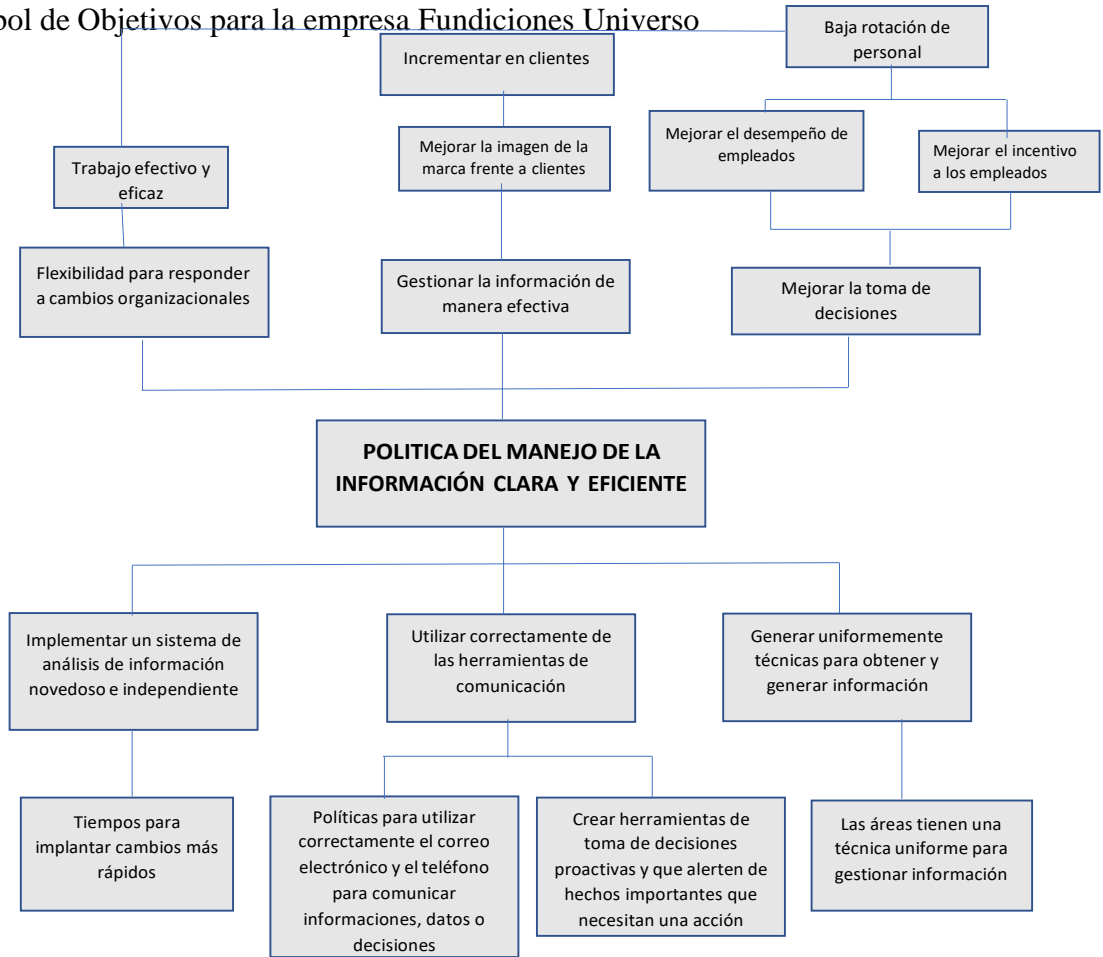
Figura 12. Árbol de problemas para la empresa Fundiciones Universo

Fuente. Elaboración propia

Árbol de Objetivos

El árbol de problemas gestionado por nuestro grupo nos indica que la principal problemática tratada la cual es una política de información deficiente o no clara tiene como causa un sistema de información obsoleto, un uso inadecuado de los medios de comunicación y generación de informes no uniforme. También se observa los efectos que son tardanza en la generación de la información, mal desempeño de empleados, rotación de personal y mal toma de decisiones entre otros. Nuestro árbol de objetivos se construyó basados en los económicos como trabajo efectivo y eficaz (productividad), sociales el cual es bajar la rotación de personal y el ambiental el cual es mejorar los canales de comunicaciones (Ver Ilustración 13).

Figura 13. Árbol de Objetivos para la empresa Fundiciones Universo

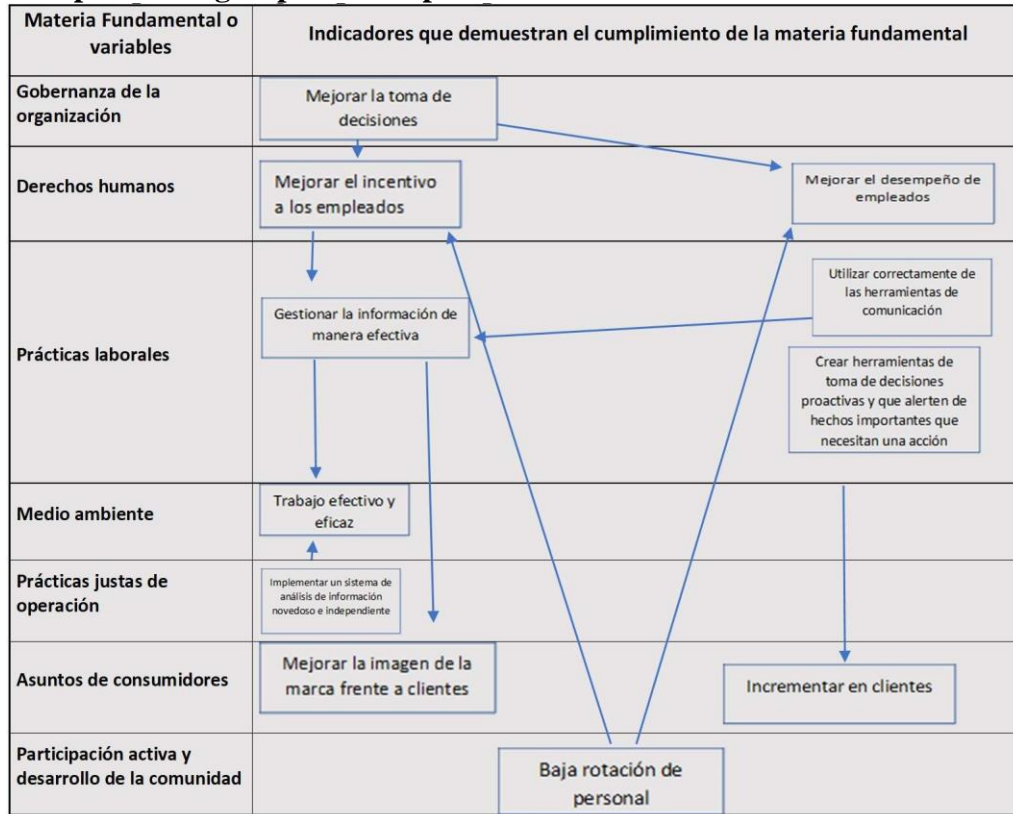


Fuente. Elaboración propia

Mapa Estratégico

A continuación, se presenta el mapa estratégico resultado del árbol de objetivos y donde podemos observar que cada uno complementa al otro y es respuesta al otro. Son los indicadores que demuestran el cumplimiento de las 7 materias fundamentales, (Ver ilustración 14)

Figura 14. Mapa Estratégico para la empresa Fundiciones Universo



Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Plan de Acción y de Seguimiento

El plan de acción y seguimiento para la empresa Fundiciones Universo tiene como público objetivo los empleados y sus clientes donde basados en las dimensiones económicas, sociales y ambientales el mejoramiento de los sistemas de información, los canales de información y bajar la rotación de personal son los principales a trabajar.

A continuación, la tabla 2 muestra como el principal objetivo es aumentar la productividad y sustentarla, lo anterior se realizar mediante estrategias como incrementar la flexibilización de los empleados, el aumento de clientes y la mejora de los sistemas de la información de la empresa.

Tabla 2. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Obtener productividad y asegurar su sustentabilidad en el futuro	Por medio de la implementación de un sistema de análisis de la información los empleados generan cambios en tiempos más rápidos	3 meses	\$60.000.000	El 100% de los empleados se les instala el nuevo software
		Mediante la flexibilidad de los empleados se responde a los cambios organizacionales	2 meses	\$0	El 100% de la empresa usa efectivamente el nuevo sistema de gestión de la información
		Se mejora la imagen de la marca frente a los clientes, mediante la correcta gestión de la información	6 meses	\$0	Incremento en ventas Ampliación del público atendido

Nota. Incrementa la productividad de manera sustentable

Fuente: Elaboración propia

Acorde a la tabla 3, se muestra el principal objetivo el cual es bajar la rotación de personal y tiene como estrategia inicial la evaluación de desempeño donde se conozca el plan de mejora del personal.

Tabla 3. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	Bajar la rotación de personal	Por medio de área de RR HH y los jefes de área realizar evaluaciones de desempeño que identifique las habilidades de cada uno de los colaboradores y así mismo identificar las debilidades y trabajarlas en conjunto	3 meses	\$5.000.000	Inicialmente que el 75% de los colaboradores tengan su evaluación de desempeño realizada

Nota. Bajar la rotación de personal es el objetivo de la dimensión social

Fuente: Elaboración propia

Y por último la tabla 4 muestra como nuestro objetivo de mejorar los canales de comunicación y el manejo correcto de ellos podrá generarse estrategias de comunicación efectiva.

Tabla 4. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Mejorar los canales de comunicación y calidad de la información con las partes interesadas que mitigue el impacto negativo al ambiente, producto de las	Se gestiona la información de manera efectiva mediante correos electrónicos, teléfonos y medios de comunicación a nivel	3 meses	\$0	El 100% de los correos son de carácter profesional El 100% de las notificaciones se harán por medio de correo electrónico El 100% de otros medios de comunicación son para uso

actividades de la empresa	interno y externo	informativo del empleado, empleador y comunidad.
---------------------------	-------------------	--

Nota. Mejorar la comunicación

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Se implementó una encuesta donde se pudo observar varios aspectos, gracias a esta se identificó la problemática principal en responsabilidad social de la empresa Fundiciones Universo, esta es “La Política del manejo de la información deficiente o no clara”, considerando el detalle de todos los perjuicios que la abarcan nos apropiamos del tema para finalmente crear varias estrategias e ir trabajando en ella, ponerlas en prácticas y mejorar.

Encontramos impactos negativos sobre la empresa como ralentización al momento de implementar cambios o al momento de generarse información se presenta de manera individual y no hay políticas claras para que no se generen reprocesos y sea tiempo ineficaz, esto provoca que los empleados no tengan el mejor ánimo y no se sientan motivados al proceso llevado lo que finalmente da una toma de decisiones un poco ajustada al momento y rotación de personal

Como organización es de vital importancia que se implemente la confidencialidad en nuestros procesos y categorizar quien es la persona encargada que manejará es información para evitar trabajo duplicado y mala toma de decisiones, así como también cuidar el respectivo acceso de manera ágil y segura para que pueda usarse sin problemas

Es importante ampliar la visión respecto de las ventajas y beneficios, que trae consigo la aplicación de la responsabilidad social empresarial - Norma ISO 26000, para las empresas y sus partes interesadas. Consideramos que las estrategias creadas se generan por cada una de las 7 materias fundamentales como lo son Gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, practicas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa de la comunidad y a su vez son reciprocas hacia otras.

Y, para terminar, hemos planteado unos puntos importantes para tener en cuenta como plan de acción que le permitirán el mejoramiento del manejo de la información de manera que

sea eficiente y clara y que fortalezca varios puntos débiles de la organización. Lo anterior, mejorara los servicios ofrecidos y el clima organizacional, se proponen. Medio como carteleras, correo electrónico, memorandos, circulares, intranet, sistema de gestión documental, sistema de análisis de información que le permita mejorar la marca y conseguir lo mejor de sus empleados.

Referencias

- Alcívar, R. (2015). Modelo de gestión para el despliegue de estrategias organizacionales para empresas de clase mundial. Estudio de caso Nestlé Purina Pet Care Company (NPPC). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F9389503&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Álvarez Castañón. Lorena. 10 escuelas de Pensamiento Estratégico según Mintzberg. Tomado de: <https://managersmagazine.com/index.php/2011/02/10-escuelas-de-pensamiento-estrategico-henry-mintzberg/>
- Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Brunet, I., Pastor, I., Belzunegui, A. (2002). *Técnicas d'investigació social. Fonaments epistemologics y metodologics*. Barcelona
- Castañón. Lorena. 10 escuelas de Pensamiento Estratégico según Mintzberg. Tomado de: <https://managersmagazine.com/index.php/2011/02/10-escuelas-de-pensamiento-estrategico-henry-mintzberg/>
- Cortina A., (2014) *Ética y responsabilidad social de las empresas en un mundo globalizado*. Archivo de video. Recuperado <https://youtu.be/k18qLTm-2Sk>
- Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. *Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE)*, 13(4), 18–32. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114010442&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Eslava, E., (2010). ¿Qué es prospectiva? Recuperado de <http://www.degerencia.com/articulo/que-es-prospectiva>
- Fundiciones universo ingeniería y manufactura. Tomado de <https://fundicionesuniverso.com/nuestra-historia/>
- Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140905579&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- González, Y (2020). Relación de las empresas de excelencia con la responsabilidad social empresarial [Formato video]. Recuperado de <https://campus108.unad.edu.co/ecacen49/mod/hvp/view.php?id=2121>
- González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3137>

- Historia y biografía (2018). Elton Mayo. Recuperado de: <https://historia-biografia.com/elton-mayo/> Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15–29. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005
- Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. CIRIEC - España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=140495890&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Román Muñoz Olga (2010) El pensamiento estratégico Una integración de los sentidos con la razón. Tomado de: <http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/5102/1/562-1429-1-PB.pdf>

Sierra, R. (2001). Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios. Madrid: Paraninfo.

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

https://www.canva.com/design/DAEwmjENEig/jbtY4HEqrhjFJV6B7MFigg/view?utm_content=DAEwmjENEig&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Anexo B. Formato de Recolección de Información

20/11/21 12:24

Encuesta cumplimiento Norma ISO 26000 aplicada al personal de la Empresa Fundiciones Universo

Encuesta cumplimiento Norma ISO 26000 aplicada al personal de la Empresa Fundiciones Universo

Por favor Responda las preguntas con toda Sinceridad

1. ¿Está clara la declaración de la misión de la empresa y te inspira a contribuir con tu mejor trabajo?

Mark only one oval.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. ¿Está satisfecho con las oportunidades de crecimiento de tu carrera en esta empresa?

Mark only one oval.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

20/11/21 12:24

Encuesta cumplimiento Norma ISO 25000 aplicada al personal de la Empresa Fundaciones Universis

3. ¿Los superiores tienen comunicación efectiva para informar cambios, procesos y demás?

Mark only one oval.

- Siempre
 Casi Siempre
 Algunas Veces
 Casi Nunca
 Nunca

4. ¿Crees que la empresa fomenta la inclusión y protege a los empleados de la discriminación y el acoso?

Mark only one oval.

- Totalmente en desacuerdo
 En desacuerdo
 Indiferente
 De acuerdo
 Totalmente de acuerdo

5. ¿Tiene la empresa mecanismos para emitir convocatorias a nivel externo?

Mark only one oval.

- Siempre
 Casi Siempre
 Algunas Veces
 Casi Nunca
 Nunca

6. ¿La empresa cuenta con políticas visibles de manejo de residuos y reciclaje de la empresa?

Mark only one oval.

- Totalmente en desacuerdo.
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

7. ¿Los empleados utilizan los recursos de manera consiente y efectiva?

Mark only one oval.

- Siempre
- Casi Siempre
- Algunas Veces
- Casi Nunca
- Nunca.

8. ¿Considera usted que la empresa tiene una política clara de manejo de la información y es conocida por sus empleados?

Mark only one oval.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2011/21 12:24

Encuesta cumplimiento Norma ISO 28000 aplicada al personal de la Empresa Fundaciones Universitarias

9. ¿Con que tipos de empresas se tiene convenio para cooperación mutua?

Mark only one oval.

- Sector primario
- Sector secundario
- Sector terciario
- Sector cuaternario

10. ¿Cuántos convenios tiene la empresa con empresas externas para cooperación mutua?

Mark only one oval.

- De 1 a 5
- De 6 a 10
- De 11 a 15
- Más de 16
- Ninguna

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms