

## **Inmersión a la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Superorienté**

**S.A**

Leidy Yurany Buitrago Serrano

Luisa Fernanda Hernández Herrera

Astrid Liliana Pérez Tangarife

Vanessa Suárez Valencia

Joe Espinosa Marmolejo

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

Diciembre, 2021

**Inmersión a la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Superoriente**

**S.A**

Leidy Yurany Buitrago Serrano

Luisa Fernanda Hernández Herrera

Astrid Liliana Pérez Tangarife

Vanessa Suárez Valencia

Joe Espinosa Marmolejo

Silvana Victoria Tamayo

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

Diciembre, 2021

## Tabla de contenidos

Resumen.....	11
Palabras Clave.....	11
Abstract .....	12
Capítulo 1 Antecedentes .....	13
Introducción .....	13
Problema: .....	13
Objetivos .....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos .....	15
Capítulo 2 Marco Referencial.....	16
Marco Conceptual.....	16
Marco Teórico.....	18
Marco Institucional .....	25
Imagen 1 Organigrama .....	27
Marco Legal.....	28
Capítulo 3. Resultados .....	30
Diagnostico .....	30
Matriz de Marco Lógico .....	34

	4
Stakeholders.....	34
Árbol de Problemas .....	38
Árbol de Objetivos.....	40
Mapa Estratégico .....	42
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento .....	44
Plan de Acción y de Seguimiento .....	45
Conclusiones.....	49
Bibliografía .....	50
Anexos .....	53
Anexo A. Enlace al Código de Ética .....	53
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	53

### **Lista de Tablas**

Tabla 1. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i> .....	46
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i> .....	47
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i> .....	48

### **Lista de Figuras**

Figura 1. <i>Árbol de problemas para la empresa Superioriente S.A.</i> .....	39
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos para la empresa Superioriente S.A</i> .....	41
Figura 3. <i>Mapa Estratégico para la empresa Superioriente S.A.</i> .....	43

### **Lista de Anexos**

Anexo A. Enlace al Código de Ética .....	54
Anexo B. Formato de Recolección de Información .....	54

### **Lista de Imágenes**

Imagen 1 Organigrama .....	28
Imagen 2 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 1 y 2.....	54
Imagen 3 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 3 y 4.....	54
Imagen 4 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 5 y 6.....	55

Imagen 5 Diagnostico corporativo Empresa Superorient S.A respuestas 7 y 8..... 55

Imagen 6 Diagnostico corporativo Empresa Superorient S.A, respuestas 9 y 10... 56

Imagen 7 Diagnostico corporativo Empresa Superorient S.A respuestas 11 y 12.. 57

Imagen 8 Diagnostico corporativo Empresa Superorient,respuestas 13, 14 y 15... 57

## Resumen Analítico Especializado

---

<b>Título</b>	
<b>Autores</b>	Leidy Yurany Buitrago Serrano, Luisa Fernanda Hernández, Astrid Liliana Pérez Tangarife, Vanessa Suárez Valencia, Joe Espinosa Marmolejo
<b>Tipo de documento</b>	Trabajo de grado de Diplomado
<b>Asesor</b>	Silvana Victoria Tamayo
<b>Año</b>	2021
<b>Palabras clave</b>	Responsabilidad Social empresarial, Diagnostico, ISO 2600, Ética Empresarial, Estrategia.
<b>Resumen</b>	<p>Toda empresa desde su esencia debe realizar un análisis detallado y estratégico de sus procesos y actividades para alcanzar los objetivos de una forma integral, eficiente y tener claro cómo se da cada proceso tanto interno como externo de su dinámica comercial y como cada uno de ellos aporta al cumplimiento de las estrategias es fundamental en su desempeño y construcción del camino al éxito. Es por ello que se lleva a cabo un análisis de la empresa Superioriente S.A, el cual permite tener un panorama claro sobre cómo funciona la misma con la aplicación de una encuesta, la cual se trabaja teniendo en cuenta el concepto de RSE, los ítems de la ISO 2600 desde sus 7 materias fundamentales, lo que permite generar la identificación de las falencias y problemáticas existentes dentro de la compañía, dando pie para proyectar objetivos y estrategias de mejora continua, a su</p>

---

---

vez que permite dar un panorama claro de cómo con estas se puede ver un avance dentro del sector comercial al que pertenece y aprovechar todos los aspectos que brinda la aplicación de la RSE para formar una sincronía tanto con los Stakeholders como con su competencia y generar un progreso y cumplimiento de los objetivos corporativos.

**Problema de investigación**

Falta de comunicación y capacitación por parte de la empresa Superioriente S. A

**Metodología Principales resultados**

Encuesta Digital  
Se identifica que la empresa Superioriente S.A cuenta con una falencia en su comunicación interna y capacitación del personal, factores que son fundamentales para el funcionamiento idóneo de la compañía, puesto que de estos se deriva el crecimiento, innovación y eficiencia empresarial. Por ello se prioriza el análisis de estrategias y designar un programa de actividades con el fin de disminuir los efectos negativos que esta problemática puede acarrear para Superioriente S.A.

**Conclusiones**

La empresa Superioriente S.A dentro de actividad comercial y desarrollo de procesos, tiene una falencia que es de suma importancia, en cuanto al desarrollo de capacitación y comunicación interna, los cuales son factores determinantes en el crecimiento corporativo y que a largo plazo pueden acarrear consecuencias relevantes frente al crecimiento y desarrollo dentro

---

---

del medio comercial en el que se encuentra, puesto que estos infieren directamente sobre los procesos internos y el personal, de los cuales depende el servicio al cliente, es decir se ve expuesto su comportamiento dentro del entorno externo de la compañía. Es por ello que se plantea trabajar en el fortalecimiento y mejora de estos factores, puesto que serán claves para el continuo crecimiento y abrirán puertas a la compañía para obtener el logro de sus objetivos corporativos. Una vez superada las falencias que presenta Superioriente S.A, relacionadas con el desarrollo de capacitación y comunicación interna. La empresa debe encaminar de sus actividades, teniendo en cuenta la inclusión de la RSE dentro de dichas actividades, en pro de generar una cultura organizacional en pro de la RSE que lleve a trascender en todos los procesos y cumplimiento de metas a la empresa y quienes hacen parte de esta.

## **Referencias**

- Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. Recuperado <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo. Recuperado <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria. Libros Universidad
-

---

Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Recuperado <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>

Medina, M & Moreno, C (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú.  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.C521C2B8&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 [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2009000200005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005)

François Robichaud, febrero 2012, norma ISO 26000: Materias fundamentales para RSE | Borealis recuperado <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>

---

## Resumen

Toda empresa desde su esencia debe realizar un análisis detallado y estratégico de sus procesos y actividades para lograr sus objetivos de una forma integral, eficiente y tener claro cómo se da cada proceso tanto interno como externo de su dinámica comercial y como cada uno de ellos aporta al cumplimiento de las estrategias, es fundamental en su desempeño y construcción del camino al éxito. Es por ello que se lleva a cabo un análisis de la empresa Superioriente S.A, el cual permite tener un panorama claro sobre el funcionamiento y desempeño económico de la misma, este análisis se da con la aplicación de un encuesta digital, la cual se trabaja bajo el marco conceptual de RSE y la ISO 2600 desde sus 7 materias fundamentales, lo que permite generar la identificación de las falencias y problemáticas existentes dentro de la compañía, dando pie para proyectar objetivos y estrategias de mejora continua, a su vez que permite dar un panorama claro de cómo con estas se puede ver un avance dentro del sector comercial al que pertenece y aprovechar todos los aspectos que brinda la aplicación de la RSE para formar una sincronía tanto con los Stakeholders como con su competencia y generar un progreso y cumplimiento de los objetivos corporativos.

***Palabras Clave:*** Responsabilidad Social Empresarial, Diagnostico, ISO 2600, Ética Empresarial, Estrategia.

## Abstract

Every company from its essence must carry out a detailed and strategic analysis of its processes and activities to reach its objectives in a comprehensive, efficient manner and to be clear about how each internal and external process of its commercial dynamics takes place and as each of them provides That is why an analysis of the company Superioriente S. A, which allows to have a clear view on how the company works with the application of a survey which works under the conceptual framework of CSR and ISO 2600 from its 7 core subjects, which allows the generation of the identification of the identification of the shortcomings and problems within the company, giving rise to project objectives and strategies for continuous improvement, At the same time, it provides a clear view of how these can lead to progress within the commercial sector to which it belongs and take advantage of all the aspects provided by the application of CSR to form a synchrony with both Stakeholders and its competition and generate progress and fulfillment of corporate objectives.

**Keywords:** Corporate social responsibility, Diagnosis, ISO 2600, Business ethics, Strategy

## Capítulo 1 Antecedentes

### Introducción

Dentro de los manejos administrativos se ve reflejado y como factor de gran importancia el análisis y comportamiento tanto interno como externo de la compañía, teniendo en cuenta que este dará pie para proceder con el planteamiento de las estrategias para mejorar y contribuir al crecimiento de la misma. Toda empresa debe tener claras sus debilidades y fortalezas para poder tomar medidas frente al comportamiento de la competencia dentro de su actividad económica, siendo de gran importancia conocer el deber de la empresa de ser socialmente responsable.

Con el fin de llevar a cabo un afianzamiento de conocimientos y teorías frente al uso e importancia de la RSE, se plantea en el presente trabajo el análisis e identificación del problema de una empresa real del sector comercial, en ella resaltaremos las falencias de la empresa para buscar una solución viable y lograr que la empresa sea más responsable socialmente teniendo en cuenta las bases de la norma ISO 2600.

#### **Problema:**

**Falta de comunicación y capacitación por parte de la empresa Superioriente S.A a sus colaboradores.**

Para la identificación del problema se lleva a cabo la aplicación de una encuesta realizada al área de recurso humano y gerencia de la empresa Superioriente S.A, por medio de la cual se permite identificar y analizar el estado de la aplicación de la RSE a nivel interno y determinar cómo problema principal de la compañía, la Falta de comunicación y capacitación por parte de la empresa Superioriente S.A a sus colaboradores, siendo estos dos

factores que inciden directamente sobre el desempeño de la compañía y pueden generar pérdidas de clientes y posición en el mercado , es por ello que se realiza un análisis de los Stakeholders , quienes a corto plazo pueden tener afectación por la problemática de la compañía , al igual que se entiende esta problemática como la desencadenante de muchos problemas a corto y largo plazo para la empresa.

## Objetivos

### Objetivo General:

Analizar el manejo de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel interno de la empresa Superioriente S.A y determinar a partir de ella la problemática a tratar.

### Objetivos Específicos:

- Identificar el problema central de la empresa con el uso de herramientas de diagnóstico.
- Determinar una solución al problema identificado, mediante la aplicación de la RSE.
- Implementar un código de ética en la compañía
- Desarrollar plan de acción frente a la problemática identificada para la empresa.

## Capítulo 2 Marco Referencial

### Marco Conceptual

Se definen los términos que inciden en la ética empresarial y de los cuales se desglosa o parte el buen direccionamiento de una organización y se entrelaza con el pensamiento estratégico y complemento de una gerencia estratégica para tener las bases y conocimiento acorde para abordar el tema de lo que necesita un gerente y su rol dentro de la empresa para llegar al éxito esperado, analizando factores internos y externos tomando las fortalezas y debilidades con el fin de mejorar a futuro.

**Ética:** La ética comprende los principios o conceptos por los que nos guiamos para la toma de decisiones y a través de estos principios podemos identificar o determinar si lo realizado puede ayudar o perjudicar tanto a quien tomó la decisión como a su entorno en general.

**Ética empresarial:** Dentro de una organización se presentan en el diario vivir un sin número de situaciones y hechos que conllevan a la toma de decisiones para mejorar o ayudar al crecimiento tanto corporativo como el de sus colaboradores, por lo tanto la ética empresarial posee un rol importante aportando y dando un orden a los principios, valores, normas y procedimientos con los que se debe guiar para la toma de una decisión siempre en pro del beneficio mutuo y los que a su vez serán considerados como acciones validas en las actividades de las personas, de esta forma busca generar la excelencia en la vivencia como objetivo personal y corporativo, por lo tanto la cultura organizacional juega un papel importante dentro de la ética, en donde los valores determinan el accionar de la persona frente a diversas situaciones, que pueden presentarse al interior de la empresa y que lleve a esta a una etapa de adaptabilidad e integración. (Schein, E. H. [1985 (2010)].)

***Pensamiento estratégico:*** Dentro de toda empresa el pensamiento estratégico juega un papel fundamental puesto que este permite a la compañía planear como va actuar frente a la competencia y le da las herramientas para planificar su crecimiento y posicionamiento en el mercado o sector comercial al que pertenece, generando las alternativas y dinámicas que se van a implementar con el fin de ser competitivos y obtener el logro de los objetivos corporativos

***Desarrollo social:*** promueve una vida con mejor calidad y garantías, tiene incidencia en la reducción de los índices de pobreza y desigualdad, este también busca generar un desarrollo humano permitiendo entornos en los que las personas puedan desarrollarse libremente enfocados en sus intereses y necesidades puntuales.

***Desarrollo sostenible:*** el desarrollo sostenible busca generar un balance entre el uso, cuidado y preservación de los recursos naturales a lo largo del tiempo es por ello que se busca generar desde las empresas una cultura orientada al consumo, sin dejar a un lado el aporte oportuno al cuidado y preservación de los recursos implementados para su actividad comercial, generando de este modo el balance esperado para la preservación en el largo plazo de los recursos, esto sin dejar de lado su objetivo corporativo que es obtener crecimiento dentro de sus ventas como posicionamiento en el mercado.

***Excelencia empresarial:*** dentro de la excelencia empresarial resaltan las acciones desarrolladas dentro de la organización con el fin de obtener la eficacia en la gestión de los resultados y va orientada en la búsqueda de la competitividad y mejora continua tanto dentro como fuera de la organización de este modo busca la mejora continua dentro de sus procesos internos y externos.

***Grupos de interés:*** De la Cruz & Fernández (2016), explicaron y definieron los grupos de interés o también llamados Stakeholders, en calidad de un grupo de personas

con objetivos e intereses comunes que pueden verse afectados de alguna u otra manera por la actividad comercial o bien por la consecuencia de la toma de decisiones.

**Sostenibilidad:** una empresa es sostenible cuando logra generar valor no solo económico sino social, ambiental y lo que lleva a la empresa a realizar o poner en practica la RSE, y para esto se debe tener claro que dependiendo de su actividad comercial o sector comercial al que pertenezcan esta puede tener variaciones esto dado a que el impacto en cada uno de estos puede ser diferentes, con la RSE se busca que las empresas exploten la función social mediante innovando y mejorando en el desarrollo de sus labores comerciales y empresariales.

**Estrategia:** Las estrategias son la definición o punto de partida para que la empresa entre en un análisis de cómo generar valor, definiendo los pasos a seguir para generar los impactos positivos que se esperan alcanzar en el mediano o largo plazo, dentro de estas se debe definir el que hacer y cómo se va hacer al igual que se definen los recursos y acciones que se van a implementar con el fin de lograr el objetivo.

**Gerencia estratégica:** Dentro de la gerencia estratégica se busca generar las directrices, finalidades y propósitos de la organización, orientado al logro de los objetivos desde un enfoque de los usos idóneos de los recursos corporativos llevando a la empresa a la eficiencia bajo estrategias que permitan maximizar la rentabilidad y utilidad de la empresa.

### **Marco Teórico:**

#### **Características, Elementos y Formas de gestionar estratégicamente la RSE.**

La responsabilidad social empresarial la podemos considerar como un tema relativamente nuevo dentro de las organizaciones, debido a que este tuvo un

posicionamiento o auge en la última década del pasado milenio, el cual fue incentivado principalmente por la globalización, el desarrollo y apoyo a la conciencia ecológica, el constante cambio en las exigencias o prioridades de los grupos de interés relacionados con la empresa y el desarrollo acelerado de la tecnología.

Podemos definir La RSE como una visión de negocio, en la que se busca generar la unión entre factores éticos, comunitarios y ambientales a través de la gestión por parte de la compañía, al igual que se contempla y hace parte de la Planeación Estratégica al involucrar a todos sus Stakeholders.

Como lo expresó Muñoz (Muñoz, 2021) la RSE cobró mayor importancia dentro de la economía y en el sector empresarial post covid 19 y Según Vallaeys (2015), la RSE está comprometida con el impacto que generan las diferentes acciones y decisiones dentro de una comunidad, influyendo de manera positiva o negativa no solo en las personas sino en su ambiente y su futuro. Por lo que podemos inducir que es una ventaja tanto para las empresas, como para la sociedad misma.

La Responsabilidad Social Empresarial, busca generar un balance entre la actividad comercial y su entorno, desde un ámbito más social, generando entre sí una alianza de beneficio mutuo, en la que se buscara sacar provecho del entorno en el que se encuentra la empresa sin causar perjuicio al mismo, por lo contrario, se buscara preservar y salvaguardarlo. En las empresas se tenía el concepto de que su responsabilidad principal era generar utilidades positivas para sus accionistas, sin mirar más allá de lo que la búsqueda de estas utilidades acarrearía a su entorno tanto interno como externo, y dejando de lado los impactos positivos o negativos que con las decisiones causaban tanto a su capital humano como a su entorno social. Es por ello que generar desde las organizaciones un sistema de RSE en donde se contemple no solamente las utilidades, si

no, que se unan las acciones que lleva a cabo la empresa dentro de la comunidad y contemplando la relación e interacción con su entorno comercial, le permitirá ser una empresa con calidad y posicionamiento en el mercado.

A partir de la coyuntura generada en los últimos años alrededor de la responsabilidad social, nació la norma ISO 26000, la cual orienta y ayuda a diversas organizaciones (grandes, medianas, pequeñas). (ISO 26000, 2010, p.8).

Podemos definir Las principales características de la RSE como: que esta trata de una visión integral del negocio, en la que se crea valor económico siendo este el beneficio monetario y ambiental, desde los aportes que se generan para el planeta y social desde las oportunidades de mejora continua a las personas que hacen parte de la compañía. La RSE integra todos los procesos de negocio, lo que quiere decir que va en busca de generar el cumplimiento de intereses bilaterales teniendo en cuenta a todos los Stakeholders. Siendo socialmente responsable la compañía genera ganancias económicas que se pueden ver reflejadas a corto o largo plazo, al ayudar en la reducción de los costos en los procesos ayudando al mejoramiento continuo y crecimiento corporativo, La RSE se complementa de elementos que la conforman y definen aún más lo que es y la finalidad que tiene. Dentro de estos elementos podemos observar el compromiso de la empresa para garantizar que su función económica agregara valor a la sociedad en la que influye, la aplicación de la RSE es una Decisión Voluntaria, dado que esta no es regulada por la ley, a su vez las empresas responsables, deberán velar por el Beneficio para la sociedad y público de interés, bajo una conducta ética, desempeño, cuidado y preservación Ambiental, mediante una constante adaptabilidad al entorno o sector económico al que pertenece la compañía. Si bien la responsabilidad social económica no es una obligación para las organizaciones estas deberán tener presente que este es un factor determinante dentro de su gestión y planeación empresarial, puesto

que hoy en día los grupos de interés se enfocan más en la evaluación y análisis del desempeño empresarial en su entorno, condenando al fracaso a las compañías que minimizan la importancia de la RSE.

En resumen, las características de la RSE direccionan a generar actividades en pro del desarrollo humano, social, ambiental, sostenible y una mejor calidad de vida. Por otra parte, es preciso tener en cuenta elementos como; compromiso de las empresas, decisión voluntaria, beneficios para la sociedad, conducta ética, desempeño ambiental y adaptabilidad. (Añez, Hernández, Silvestri, Gómez, 2008)

La gestión de una RSE dentro de una empresa no es un tema que se toma a la ligera, puesto que este es considerado como parte de la dirección estratégica de las organizaciones por lo que debe ser desarrollarse en un plazo de tiempo prolongado.

Actualmente las grandes compañías han implementado diferentes estrategias en su modelo de negocio que permiten contribuir en pro del medio ambiente y la sociedad, “las estrategias de mayor uso son; beneficio social, educación, salud y terceros directamente relacionados con la actividad” (Aldana, 2017, p. 124). Además, han ido haciendo diferentes certificaciones que proporcionan a los consumidores conocimiento acerca de si “X” producto ha sido fabricado en buenas condiciones laborales, con salarios dignos, libre de explotación infantil, si son biológicos, etc. Estas estrategias y certificaciones surgen debido a que la sociedad se ha vuelto más crítica, según Córdoba Castrillón et al (2016) “hoy en día el consumidor no solo se preocupa por la calidad y el precio del producto, sino también por su impacto medioambiental o el respeto a principios éticos en la elaboración del mismo.” Existen un gran abanico de estrategias basadas en RSE que las organizaciones pueden implementar, sin embargo,

implementarlas dependerá de las particularidades de cada una, así como también de cuáles son los propósitos que quieren alcanzar.

Según Solano, dentro de la RSE se distinguen tres clases de categoría; denominadas por Bestratén y Pujol (2004), como categoría primaria, categoría secundaria y categoría terciaria. Las cuales se deben presentar de manera sucesiva, garantizando la implementación de un plan de acción eficaz.

Las primeras son el eje principal de la compañía, cuya importancia está es su factor inicial o bien, siendo el comienzo en todo el proceso. Esta se direccionada a ofrecer productos de buena calidad y a precio justo, ayudando a generar riqueza para la empresa y a su vez para la sociedad, respetar los derechos de sus colaboradores y promover su desarrollo, incentivar la sostenibilidad, crecimiento y cuidado del medio ambiente. Dar cumplimiento de las leyes y normatividades aplicables a la empresa y generar equidad al distribuir la riqueza generada por su desarrollo económico.

Dentro de las Responsabilidades Secundarias, se toma un enfoque con más obligatoriedad requiriendo de un esfuerzo mayor por parte de la organización y se puede dividir en dos partes la primera el compromiso hacia el trabajador y segundo el compromiso con la comunidad, esta división la realizan Bestratén y Pujol (2004).

#### **Compromiso con el Trabajador:**

- Desarrollar sus funciones laborales cumpliendo con los estándares de calidad.
- Promover la creatividad, desarrollo social y la creatividad dentro del equipo de trabajo.
- Proporcionar empleos que garanticen estabilidad.
- Brindar crecimiento tanto intelectual como profesional.

- Proporcionar ambientes seguros y sanos, así como protección en seguridad social.
- Suministrar la información pertinente.
- Distinguir el compromiso y los logros cumplidos.

#### **Compromiso con la Comunidad:**

- Brindar oportunidades de empleo.
- Cuidar y preservar el medio ambiente
- Cumplir con el correcto etiquetado de sus productos, donde resalte el compromiso social con la comunidad.
- Integrar a todas las personas sin importar sus capacidades.
- Retroalimentar a los proveedores para aportar a su mejoramiento y calidad.
- Promover estrategias de aprendizaje y formación.
- Cooperar con el aprendizaje de los jóvenes.

Con las responsabilidades secundarias expuestas podemos observar cómo la empresa debe adquirir un compromiso hacia el grupo de interés que la conforma, y como de estas se empieza a generar una RSE más sólida con una finalidad más definida y orientada a brindar soluciones a su entorno desde el mejoramiento continuo dentro de sus procesos y garantizando no solo su estabilidad comercial si no la estabilidad de quienes inciden tanto dentro como fuera de la compañía ayudando a generar ambiente laboral idóneo y de permanencia en el largo plazo.

Las responsabilidades terciarias, tienen un enfoque más dentro del entorno externo de las compañías y no están directamente ligadas con la actividad económica de la misma, con esta se buscará brindar ayuda a la comunidad en general en cuanto a desarrollo, promoción, prevención, cultura, arte, deporte, recreación, entre otros.

Con las tres responsabilidades que llevan a gestionar la RSE dentro de la organización podemos observar cómo estas se enfocan no solo en obtener resultados positivos a nivel económico, sino brindar un ambiente laboral satisfactorio para sus colaboradores garantizando la calidad y buena ejecución de sus procesos y a nivel externo busca generar un ambiente de colaboración mutua y ambientes sostenibles para sus consumidores y sociedad en general, lo que garantiza la permanencia y crecimiento organizacional. Con lo visto anteriormente se puede concluir y denotar la importancia que trae consigo la implementación y gestión de la RSE dentro de las compañías y podemos afirmar que si una empresa no genera dentro de su planeación estratégica la RSE no tendrá un futuro próspero o exitoso ya que será la misma comunidad quien se encargue de llevarla al cierre o culminación de su actividad comercial.

Finalmente, es claro cómo impacta de forma positiva las prácticas de RSE en la percepción de los clientes, en su comportamiento de compra, en su fidelidad y en el reconocimiento que prevalece por parte de ellos. Es decir que si existe una preferencia entre las organizaciones que si implementan estrategias basadas en RSE y que cuentan con una mayor difusión de las misma con respecto a las que no. Existen diversas estrategias enfocadas en RSE que las organizaciones pueden implementar para obtener mejores resultados, es verdad que algunas de estas estrategias planteados por los diferentes autores solo podrían permitírseles grandes compañías, no obstante, la importancia radica en el hecho de aportar diferentes estrategias adecuadas a cada empresa. Sin embargo, no se puede desconocer que gracias a que hoy se vive en un mundo cada vez más industrializado que implica avances tecnológicos, aumento en la comunicación, aumento en el nivel de formación de los clientes y sobre todo el aumento en el cumplimiento del deber con el medio ambiente; el sector empresarial también se ve beneficiado si manejan una correcta gestión desde la medida de sus posibilidades.

## Marco Institucional



### *Descripción de la empresa Superioriente S.A*

Empresa del oriente antioqueño ubicada en el municipio de Rionegro Antioquia, dedicada a la distribución de productos de la canasta familiar, con 33 años de experiencia en el mercado, esta fue fundada por comerciantes del municipio de Rionegro en septiembre del año 1988, Quienes iniciaron empaquetando arroz bajo la marca **Superoriente**.

La empresa al 2021, no solo comercializa productos de su marca propia, también distribuye, un portafolio de más de 2.000 referencias, de diversas casas comerciales como lo son: familia, Brinsa, corbeta, súper de alimentos, Nutresa, entre otras, llegando a 25 poblaciones del oriente cercano y lejano.

**Sector:** terciario, el cual dentro de la economía está encargado de ofrecer y distribuir productos mas no de producirlos

**Ubicación:** Calle 44ª No 48ª – 091 Zona Industrial bodega N° 23, Rionegro Antioquia.

**Misión:** Brindar confianza, seguridad y eficiencia a los clientes de SUPERORIENTE S.A. a través de la distribución de los diferente productos y marcas propias, así como de prestigiosas empresas, todos ellos, reconocidos por su excelente calidad, con precios equitativos y en forma oportuna y continua, utilizando el recurso humano idóneo y la tecnología apropiada, reflejando la eficiencia, eficacia y buena atención de la empresa

**Visión:** En el mediano plazo, SUPERORIENTE S.A. pretende consolidarse como líder en distribución en el Oriente Antioqueño, y a largo plazo, SUPERORIENTE S.A. ambiciona en los

próximos 6 años posicionar las marcas propias en el Departamento de Antioquia como productos de alta calidad y primera opción para los consumidores

***Valores:***

La conjugación de la práctica cotidiana dentro de su actividad comercial y labor como empleador con una serie de valores tales como: la calidad humana, libertad de expresión, compromiso y el liderazgo, permite que la toma decisiones en SUPERORIENTE S.A. sea creíble y confiable, tanto a nivel interno como externo de la compañía.

Imagen 1 Organigrama

# ORGANIGRAMA

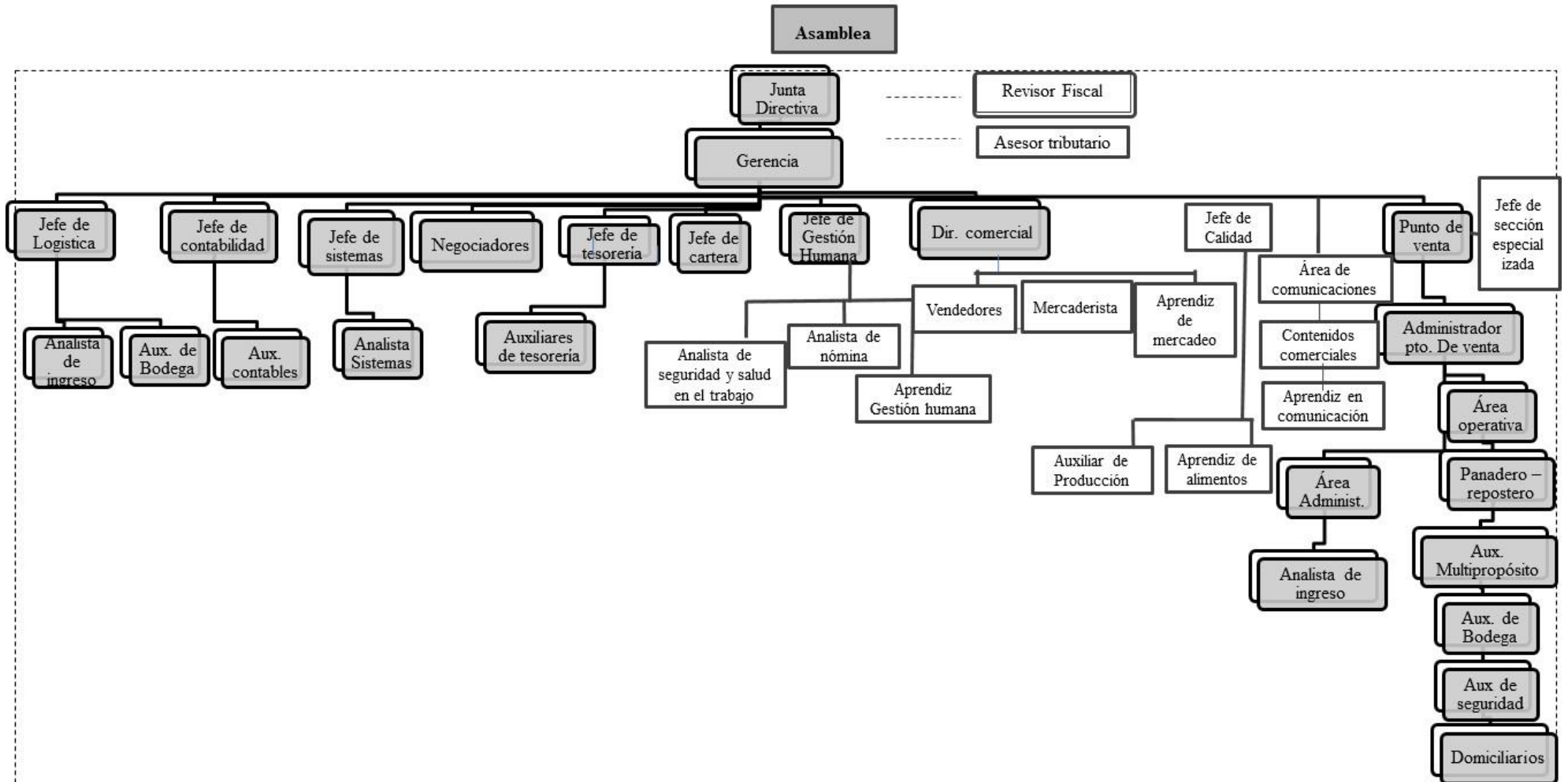


Imagen suministrada por Superioriente S.A

## Marco Legal

“La ISO 26000 es una Norma internacional desarrollada para ayudar a las organizaciones a evaluar y abordar sus responsabilidades sociales, la cual ofrece una guía en la RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de una manera socialmente responsable lo que la sociedad exige cada vez más. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación”. (Deiby Omar Aguilar Paz (S.F) pag.5)

“El principal objetivo de ISO 26000 es apoyar el desarrollo sostenible alentando a las organizaciones a practicar un comportamiento socialmente responsable. Por supuesto, lo que constituye un "comportamiento empresarial socialmente responsable" sigue siendo un tema de debate”. (François Robichaud 2012)

“ISO 26000 intenta establecer un término medio aceptable entre una legislación excesiva y una total libertad de regulación. En última instancia, el enfoque recomendado invita a las organizaciones a asumir la responsabilidad sin limitar su capacidad para operar. Este marco flexible puede resultar particularmente atractivo para las empresas que necesitan demostrar la responsabilidad de obtener una licencia social para operar, pero cuya misión puede no hacer hincapié en el desarrollo sostenible”. (François Robichaud 2012)

La norma “ISO 26000” destaca siete principios clave, los cuales consideran son las raíces del comportamiento socialmente responsable de toda compañía

1. Rendición de cuentas

2. Transparencia
3. Comportamiento ético
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas (grupos de interés)
5. Respeto al principio de legalidad
6. Respeto a la norma internacional de comportamiento
7. Respeto a los derechos humanos

Dentro de la norma “ISO 26000” también se resaltan 7 materias fundamentales

1. Gobernanza de la organización
2. Derechos humanos
3. Prácticas laborales
4. Medio ambiente
5. Prácticas justas de operación
6. Asuntos de consumidores
7. Participación activa y desarrollo de la comunidad

François Robichaud, febrero 2012, norma ISO 26000: Materias fundamentales para

RSE | Borealis recuperado de <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>

## Capítulo 3. Resultados

### Diagnostico

**Método:** se trabaja bajo una encuesta digital aplicada al área de recursos humanos y la gerencia de Superioriente S.A, para recolectar la información pertinente para profundizar en el funcionamiento y aplicación de RSE de la compañía, por lo que se da una Clasificación y Selección de preguntas para la aplicación del método basados en la ISO 2600 y sus 7 materias fundamentales.

### Gobernanza

1. ¿Cómo se da a conocer el reglamento y las normas empresariales a los empleados de Superioriente SA?
2. ¿Qué manejo o protocolo tiene Superioriente?, frente al incumplimiento del reglamento y normas institucionales?

### Derechos humanos

1. ¿Qué actividades realiza en pro de la motivación de sus colaboradores Superioriente?
2. . ¿Cómo se fomenta el amor propio y sentido de pertenencia por la compañía?
3. ¿Cuáles acciones desarrolla Superioriente SA, para fomentar la libertad de expresión y decisión en la empresa?

### Prácticas laborales.

1. ¿Cómo se fomenta y trabaja la comunicación interna de las áreas de Superioriente S.A?

2. ¿Con qué mecanismo de capacitación continúa cuenta Superioriente SA, para sus interesados?

### **Medio ambiente**

1. ¿Superioriente S.A hace la separación de los residuos adecuadamente?
2. ¿Superioriente S.A incentiva a clientes, proveedores y colaboradores al cuidado y preservación del medio ambiente?

### **Prácticas justas de operación**

1. ¿Cómo se establece el plan comercial para las alianzas que realiza Superioriente S.A?
2. ¿El manejo de las alianzas comerciales para Superioriente, está documentado y estructurado bajo un manual?

### **Asuntos de consumidores**

1. ¿Qué mecanismos de garantía utiliza Superioriente S.A, como parte de la oferta de sus productos?
2. ¿Qué manejo se tiene por parte de Superioriente S.A, ante las PQRS, de los consumidores?

### **Participación activa y desarrollo de la comunidad**

1. ¿Qué acciones específicamente fomentan la generación de relaciones que construyen dentro de la comunidad?
2. ¿De qué manera la empresa aporta al desarrollo y mejoramiento de la comunidad?

### **Análisis del método aplicado a la empresa Superioriente S.A.**

Se lleva a cabo una encuesta tipo virtual, aplicada al área de gerencia y recursos humanos de la empresa Superioriente S.A en la que podemos identificar los manejos a nivel interno de la RSE de la compañía, lo cual nos permite tener un panorama más claro sobre la ejecución y manejo de los procesos de la misma, con esta identificamos que, dentro del manejo de la gobernanza se denota que se trabaja bajo lo exigido por la ley teniendo en cuenta que Existe un Reglamento Interno de Trabajo que se da a conocer a sus empleados mediante la publicación del mismo en cada una de las sedes de trabajo, siendo ésta la ruta de navegación a nivel normativo en cuanto a deberes, derechos, prohibiciones y obligaciones. Adicionalmente se realizan circulares, correos electrónicos y reuniones generales en las que se divulgan las normas empresariales. Si se llega a presentar un incumplimiento por parte del personal frente a las normas y el reglamento, Existe un marco normativo desde el Reglamento interno de trabajo que sustenta un debido proceso que es garante de respetar los derechos de los empleados, tiene una primera instancia que es Gestión Humana y una segunda instancia que es la Gerencia o en su defecto sería la Junta Directiva.

En pro de la motivación de los colaboradores Superioriente S.A da Cumplimiento de la normatividad en materia laboral, Convenios en cuanto Ahorro, Crédito, Auxilio Funerario, Seguro de vida, Incentivos económicos por logro de resultados y valoración e importancia de cada rol dentro de la compañía y con el fin de incentivar el amor propio y sentido de pertenencia por la empresa, se da un contratos a término INDEFINIDO, desde éste formalismo la empresa le expresa a sus colaboradores que brinda estabilidad y la permanencia depende del nivel de desempeño de sus funciones. A la empresa le interesa generar estabilidad y arraigo en sus colaboradores.

Con el fin de tener en cuenta la opinión y participación de los colaboradores, En la empresa se llevan a cabo Reuniones mensuales con el personal, Comités, directivos y el Comité de convivencia. En la comunicación interna de la compañía si bien no se tiene establecido un plan como tal, esta se le da manejo desde correos internos, los comités primarios y siempre se sugiere agotar el conducto regular para evitar errores en la comunicación. Dentro de la compañía no se cuenta con un plan de capacitación, Generalmente las capacitaciones son técnicas, es decir están enfocadas en herramientas para la ejecución de la labor. A la fecha hace falta intervenir procesos de formación.

En temas del medio ambiente Superioriente S.A no cuenta con una orientación y plan acorde para la separación y uso adecuado de los residuos, se cuenta con los contenedores, pero se evidencia que no se hace el correcto uso de los mismos, ni se cuenta con un plan para frente al tema ambiental.

Con respecto al manejo de las alianzas comerciales que tiene Superioriente S.A con sus proveedores estas van orientadas a la obtención de negociaciones de beneficio bilateral con finalidad de generar alianzas prosperas y duraderas en el largo plazo, sin embargo, este proceso no se encuentra documentado ni establecido bajo un manual. Con la finalidad de ser garantes y transparentes con las ofertas y precios que se le dan al consumidor final se trabaja con un sistema de vigilancia y supervisión de la información que se brinda con el fin de evitar inconvenientes futuros. En cuanto a las PQRS no se tiene un protocolo de seguimiento y control oportuno de las mismas.

Como aporte a la comunidad en general Superioriente S.A, Interviene en la solución de empleo formal y estable para los habitantes de la Región del Oriente, Entre empleos directos e indirectos se benefician alrededor de mil personas. (Cada empleado con su núcleo familiar).

Una vez se realiza el análisis de la encuesta aplicada dentro de la compañía podemos evidenciar como problemática principal la falta de comunicación y capacitación a nivel interno de su personal, siendo estos factores de gran incidencia dentro de los procesos, crecimiento y ejecución de la compañía.

### **Matriz de Marco Lógico**

Es un instrumento de ayuda en la gestión para conceptualizar, diseñar, estructurar, ejecutar y evaluar diferentes actividades y proyectos. El marco lógico tiene una particularidad y es que trabaja por objetivos, teniendo en cuenta las partes beneficiadas, asegurando la comunicación entre los intervinientes.

### **Stakeholders**



Para Superioriente S.A, los Stakeholders o grupos de interés internos, tiene gran importancia para el funcionamiento de la empresa ya que están directamente

relacionados con los negocios que esta realiza. Cada uno aporta significativamente a la empresa de la siguiente manera:

**Accionistas:** proporcionan el capital que necesita la empresa para su funcionamiento, además son quienes lideran las decisiones e influyen en el porvenir de la compañía.

**Gerencia:** se encarga de dirigir a equipos de trabajo y conduce a la empresa a la consecución de los objetivos planteados, haciendo frente a las diferentes problemáticas y estableciendo soluciones innovadoras, creativas y eficaces.

**Directivos:** pieza fundamental dentro de la empresa, ya que crean condiciones óptimas para que cada uno de los trabajadores pueda cumplir con sus actividades, así como también proporcionar un buen ambiente de trabajo. Influyen en las decisiones y aseguran tanto el rendimiento como el crecimiento y mejoramiento continuo. Por último, ser el conector entre las diferentes áreas.

**Empleados:** son parte fundamental, ya que son los encargados de llevar a la práctica todas las estrategias, directrices, actividades y procedimientos establecidos para el buen funcionamiento y éxito de la empresa. Es una de los activos más importantes con los que cuenta la empresa.

Por otra parte, los Stakeholders o grupos de interés externos tienen gran importancia y aportan a la empresa de la siguiente manera.

**Cliente:** Componente fundamental de la empresa, debido a que estos marcan un punto de acción, influyen en la toma de decisiones, son un factor clave de crecimiento y ganancias. También influyen en factores de mejoramiento e innovación dentro de la empresa, según la información que dan a esta en cuanto a la satisfacción.

**Proveedores:** a través de ellos la empresa obtiene las materias primas para realizar su producción y las diferentes actividades mercantiles que esta realiza. Influyen en la calidad de los productos y son un puente para nuevas oportunidades comerciales.

**Entidades financieras:** son importantes para la empresa ya que proporciona facilidades para la obtención de recursos y diferentes componentes de un portafolio, en pro de la consecución económica de los proyectos empresariales.

**Comunidad local:** es importante la aceptación de la comunidad en cuanto a la actividad comercial que realiza la empresa, teniendo en cuenta además los impactos que esta genera tanto positivos que generan crecimiento y desarrollo, como negativos que generan oportunidades de mejora.

**Organizaciones sociales:** son un apoyo para la empresa, dentro de la conciencia de ser socialmente responsables ya que fomentan la protección y defensa de los derechos de la comunidad y el desarrollo de actividades de promoción, prevención y desarrollo social.

**Sindicatos:** contribuyen a la administración, regulación, seguimiento y cumplimiento de las diferentes normas dentro de la empresa. También permite que los trabajadores tengan la posibilidad de determinar condiciones de trabajo justas y adecuadas, así como también poner en conocimiento las inconformidades existentes.

**Partidos políticos:** promueven la participación de los ciudadanos, así como también del sector comercial. Son un canal de comunicación entre el pueblo y los entes gubernamentales.

**Competidores:** es indispensable para la empresa conocer su entorno comercial, por lo tanto, los competidores representan una fuente de información para reconocer las

amenazas y debilidades que se tiene y así trabajar en el mejoramiento de las fortalezas y el aprovechamiento de las oportunidades.

**Distribuidores:** es un canal importante para que los productos de la empresa logren llegar al público al cual están dirigidos y a su vez generan un incremento significativo en las ventas.

***Árbol de Problemas:***

Técnica utilizada para determinar actividades, procedimientos, acciones, actitudes o decisiones que generan un problema, para lo cual se establecen objetivos y estrategias como medio de solución, para lo cual se utiliza una relación del tipo causa-efecto. (ver figura 1)

**Figura 1.**  
*Árbol de problemas para la empresa Superioriente S.A*

# Árbol de problema

**Efecto Final**

Dificultad y errores en los procesos internos y retroceso en el avance y crecimiento corporativo

**Efectos Indirectos**

Falta de compromiso del empleado frente al logro del objetivo corporativo.  
 (mal clima laboral)

Disminución en la productividad de la empresa.

Proporcionar una imagen poco agradable para los proveedores y clientes, falta de visión y fortaleza en el desarrollo

**Efectos Directos**

Disminución en las ventas y eficiencia de la empresa.

Perdida de negocios de valor monetario y alianzas comerciales importantes en el largo plazo de la empresa. Falta de crecimiento interno

**Problema Central**

Falta de comunicación y capacitación en la empresa Superioriente S.A

**Causas Directas**

Falta de direccionamiento y alianzas para el plan de capacitación continua.

La comunicación entre las áreas se ve afectada por falta de lineamientos y normas de comunicación organizacional (Plan de Comunicación)

Trabajo en equipo sectorizado mas no global. Falta de orientación y capacitación asertiva

**Causas Indirectas**

Jerarquía muy marcada

Colaboradores desmotivados

Falta de liderazgo

Objetivos confusos y falta de orientación

El sector comercial al que pertenece la empresa

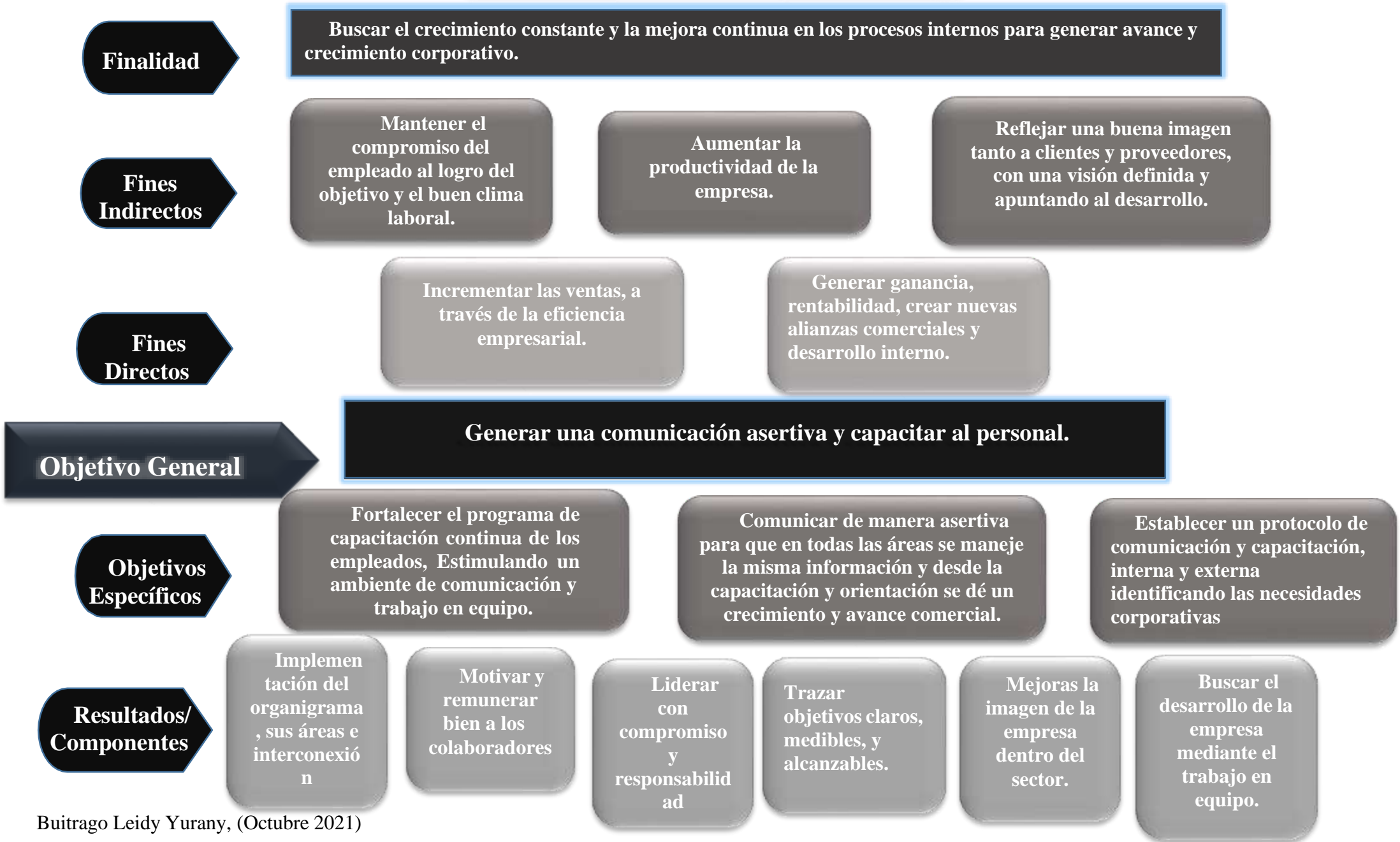
Trabajo individualista y busca de un beneficio o privilegio individual.

***Árbol de Objetivos:***

Este se plantea una vez realizada la identificación del problema y sus causas principales, en este se plasman los medios y alternativas para dar solución a la problemática de este modo se convierten las causas efectos del problema en medios y fines. (Ver figura 2)

**Figura 2.**  
*Árbol de Objetivos para la empresa Superioriente S.A*

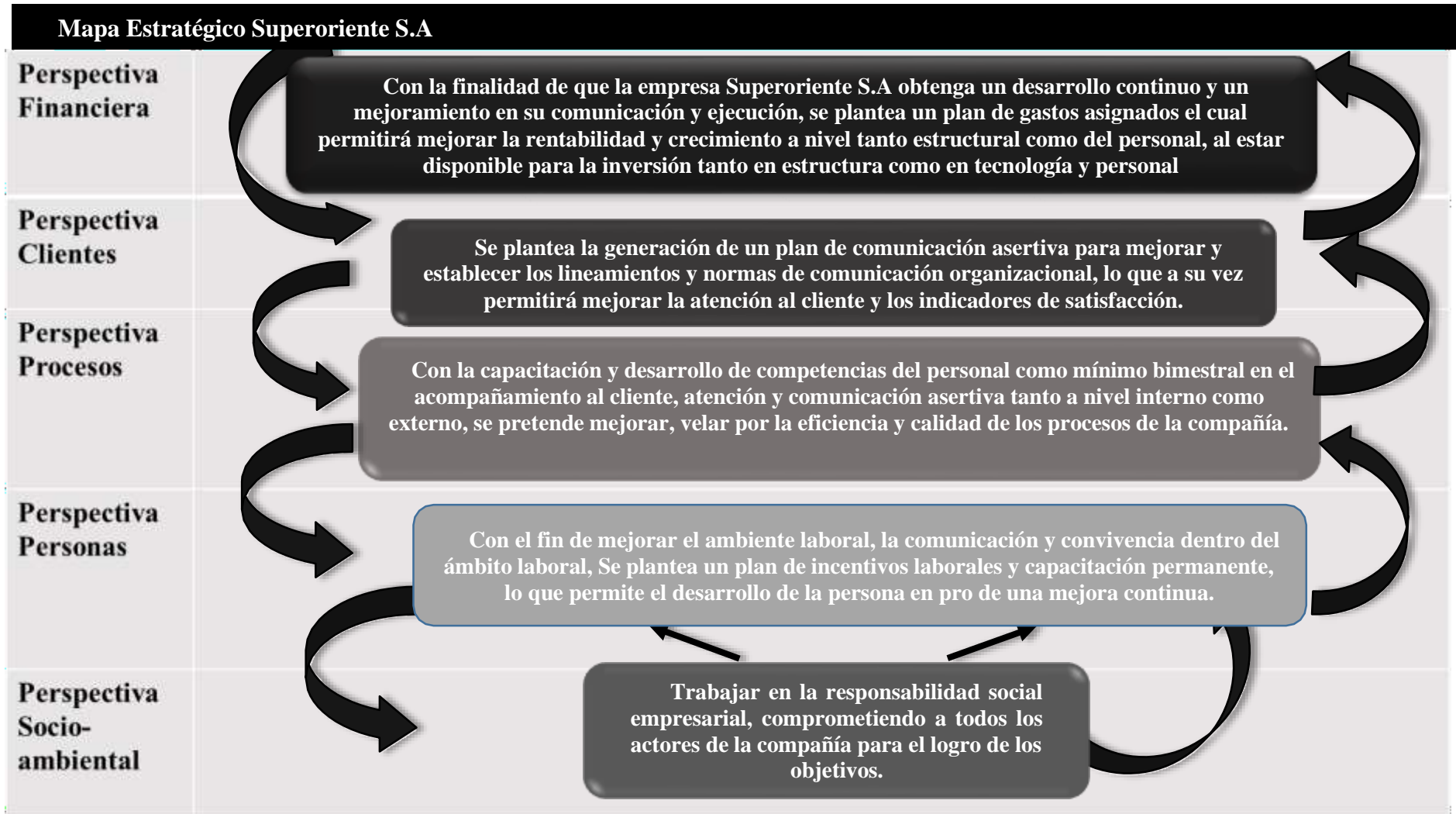
# Árbol de Objetivos



***Mapa Estratégico:***

Se realiza el mapa estratégico, lo expuesto en ISO 2600, con el fin de plasmar de forma coherente las estrategias a implementar partiendo de la problemática identificada y el árbol de objetivos planteado anteriormente, dejando plasmado mediante una representación visual el proceso a seguir para dar inicio con la solución del problema implementando estrategias acordes a la empresa. (Ver figura 3)

**Figura 3.**  
*Mapa estratégico para la empresa Superioriente S.A*



#### **Capítulo 4. Plan de Mejoramiento**

Con el fin de identificar el manejo de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel interno de la compañía Superioriente S.A y realizar un plan de mejora, se toma como base el desarrollo de una encuesta basada en las 7 materias fundamentales de RSE la cual se lleva a cabo de forma virtual, para el área de recursos humanos y Gerencia de la compañía, una vez se ejecuta y analiza la información suministrada por las áreas, se procede con la identificación y hallazgo de la problemática central de la compañía a nivel del manejo de la RSE, encontrando como problema principal la Falta de comunicación y capacitación por parte de la empresa Superioriente S.A a sus colaboradores, factores que inciden directamente sobre el desarrollo y ejecución de los procesos de la compañía, afectando no solo el bienestar de sus empleados si no también el desarrollo y cumplimiento de las estrategias que van en pro de la mejora continua.

Con el fin de generar una comunicación asertiva y capacitar al personal de forma tal que se dé una mejora a nivel interno y externo de la compañía, se plantea el desarrollo de indicadores y seguimiento, bajo las dimensiones de la sostenibilidad, teniendo en cuenta la económica, social y ambiental, las cuales permitirán Generar ganancia, crear nuevas alianzas comerciales y el desarrollo interno, al igual que mantener al personal motivado y orientado al logro y desarrollo de sus habilidades y potencializar sus capacidades para el aporte desde su gestión al objetivo y estrategias corporativas, lo cual a largo plazo permitirá a nivel interno mejorar sus procesos, calidad y posicionamiento a nivel comercial.

## **Plan de Acción y de Seguimiento**

Los planes de acción y seguimiento tienen como finalidad monitorear constantemente el avance y cumplimiento en las estrategias planteadas, velando por los tiempos establecidos e identificar los ajustes necesarios para dar cumplimiento al acuerdo planteado, es por ello que para la empresa Superorient S.A se plantean unos indicadores de seguimiento a través de las dimensiones de la sostenibilidad, con un acuerdo de monitoreo y control por parte de los implicados, desde lo económico, social y ambiental, se pretende mejorar a nivel interno el desarrollo y capacitación del personal al igual que fomentar y ejecutar una comunicación a nivel interno de la compañía idónea para el funcionamiento y conexión de los procesos, lo que permitirá mejorar no solo la eficiencia de ellos, si no, también contribuir de manera positiva en el desarrollo del capital humano de la empresa el cual es parte fundamental en la ejecución de las estrategias que permiten el avance y desarrollo continuo de la compañía.

A continuación, se describen el plan de acción para cada una de las dimensiones teniendo en cuenta su enfoque y tiempos para el cumplimiento y ejecución del mismo.

**La dimensión económica** es una de las 4 dimensiones de la sostenibilidad, este se considera como el punto de partida para determinar el desempeño de la organización. Y determina el impacto en cuanto a la situación económica de los grupos de interés al igual que en los sistemas económicos de su localidad.

Como se evidencia a nivel interno de la compañía se da un análisis y planteamiento de la dimensión económica de la empresa Superioriente S.A (Ver Tabla 1)

**Tabla 1.**  
*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Asegurar el cumplimiento del presupuesto de la empresa Superioriente S.A, a través de la revisión mensual de la meta establecida.	Establecer un Plan de gastos asignados mensual, para la inversión tanto en estructura como en tecnología y personal todo enfocado al mejoramiento y crecimiento tanto corporativo como social.	15 días	2764571k	= <u>presupuesto ejecutado/presupuesto asignado *100</u>

*Nota. Para la dimensión económica de la compañía se plantea un plan de gastos asignados con el fin de obtener una toma de decisiones más oportuna a la hora de realizar inversión no solo a nivel de mejoramiento en estructura y equipo sino también en el componente social y de los colaboradores, lo que permitirá obtener un aporte al desarrollo de la economía de la región al poder crecer como compañía y generar más empleo en diferentes áreas de la misma.*

*Fuente: Elaboración propia*

La dimensión de la **sostenibilidad social** va orientada al fortalecimiento de las comunidades, disminución del nivel de escasez y además a la promoción de la igualdad social, promoviendo la justicia y la equidad. (Ver **Tabla 2**)

**Tabla 2.**

*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar en un 100% para el año 2022, la realización de las capacitaciones en la empresa Superioriente S.A, dando cumplimiento a través de evidencias e informes</li> <li>Garantizar la ejecución de reuniones para establecer el seguimiento y dar control a la ejecución y manejo de la comunicación y capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación al personal en el acompañamiento al cliente, atención y comunicación asertiva al igual que en pro de su desarrollo.</li> <li>Establecer reuniones periódicas de seguimiento y control.</li> </ul>	90 días	1382000k	<ul style="list-style-type: none"> <li>= <b>Capacitaciones ejecutadas/ Capacitaciones planeadas_*</b> <b>100</b></li> <li><b>Reuniones ejecutadas/ Capacitaciones planeadas_*</b> <b>100</b></li> </ul>

*Nota. Para complementar y asegurar la dimensión social dentro de la empresa Superioriente S.A se plantea la realización de capacitaciones al personal en pro del desarrollo personal y profesional orientado al mejoramiento y aporte a la sociedad, enfocados en los valores éticos y morales de la persona.*

*Fuente: Elaboración propia*

La **dimensión ambiental** por su parte pretende generar una eficiencia a nivel interno de la compañía haciendo un aprovechamiento de los recursos produciendo más con menos recursos y baja contaminación ambiental. (Ver **Tabla 3**)

**Tabla 3.**

*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Ambiental</b>	Asegurar el aprovechamiento y uso acorde de los desechos producidos a nivel interno de la compañía, al igual que generar conciencia medioambiental al personal.	Capacitar, Implementar y garantizar dentro de la empresa Superioriente S.A, un manejo acorde de los residuos y aprovechamientos de los mismos, esto mediante orientación, capacitación y puntos para la correcta separación de los mismos.	<b>90 días</b>	1.000.000	<b>1. = Capacitaciones medioambientales ejecutadas/ Capacitaciones medioambientales planeadas * 100</b> <b>2. = puntos de separación año 2020/puntos de separación y orientación año 2021*100</b>

*Nota. Dentro de la empresa Superioriente S.A con respecto al tema ambiental y teniendo en cuenta que esta dimensión abarca la parte de conciencia y uso adecuado de los recursos, se plantea la generación de un ambiente interno con conciencia ambiental y aprovechamiento para la mejora ambiental y desarrollo sostenible.*

*Fuente: Elaboración propia*

### **Conclusiones.**

La empresa Superioriente S.A dentro de actividad comercial y desarrollo de procesos, tiene una falencia que es de suma importancia, en cuanto al desarrollo de capacitación y comunicación interna, los cuales son factores determinantes en el crecimiento corporativo y que a largo plazo pueden acarrear consecuencias relevantes frente al crecimiento y desarrollo dentro del medio comercial en el que se encuentra, puesto que estos infieren directamente sobre los procesos internos y el personal, de los cuales depende el servicio al cliente es decir se ve expuesto su comportamiento dentro del entorno externo de la compañía. Es por ello que se plantea trabajar en el fortalecimiento y mejora de estos factores puesto que serán claves para el continuo crecimiento y abrirán puertas a la compañía obtener el logro de sus objetivos corporativos.

Una vez superada las falencias que presenta Superioriente S.A, relacionadas con el desarrollo de capacitación y comunicación interna. La empresa debe encaminar sus actividades teniendo en cuenta la inclusión de la RSE dentro de dichas actividades, en pro de generar una cultura organizacional en pro de la RSE que lleve a trascender en todos los procesos y cumplimiento de metas a la empresa y quienes hacen parte de esta.

## Bibliografía

- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- De la Cruz, C y 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.
- Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. Recuperado <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.
- François Robichaud, febrero 2012, norma ISO 26000: Materias fundamentales para RSE | Borealis recuperado de <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>
- 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.
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, 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.
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.
- González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo. Recuperado <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria. *Libros Universidad*

- Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Recuperado  
<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.
- Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Medina, M y Moreno, C (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A. Recuperado de  
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Medina, M & Moreno, C (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A. Recuperado  
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017 : estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú.  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.C521C2B8&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](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005)
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- Norma ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.
- Ortegón, G., Castrillón, O y Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2), 328-343.
- 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.

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.

## Anexos

### Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor-storage.reedsy.com/books/618d92081ae37e57cea880de/exports/success/93fd7a61-da2a-4245-bcae-ce1392f5446d/202111262206-codigo-de-etica-superoriente-sa.zip>

### Anexo B. Formato de Recolección de Información

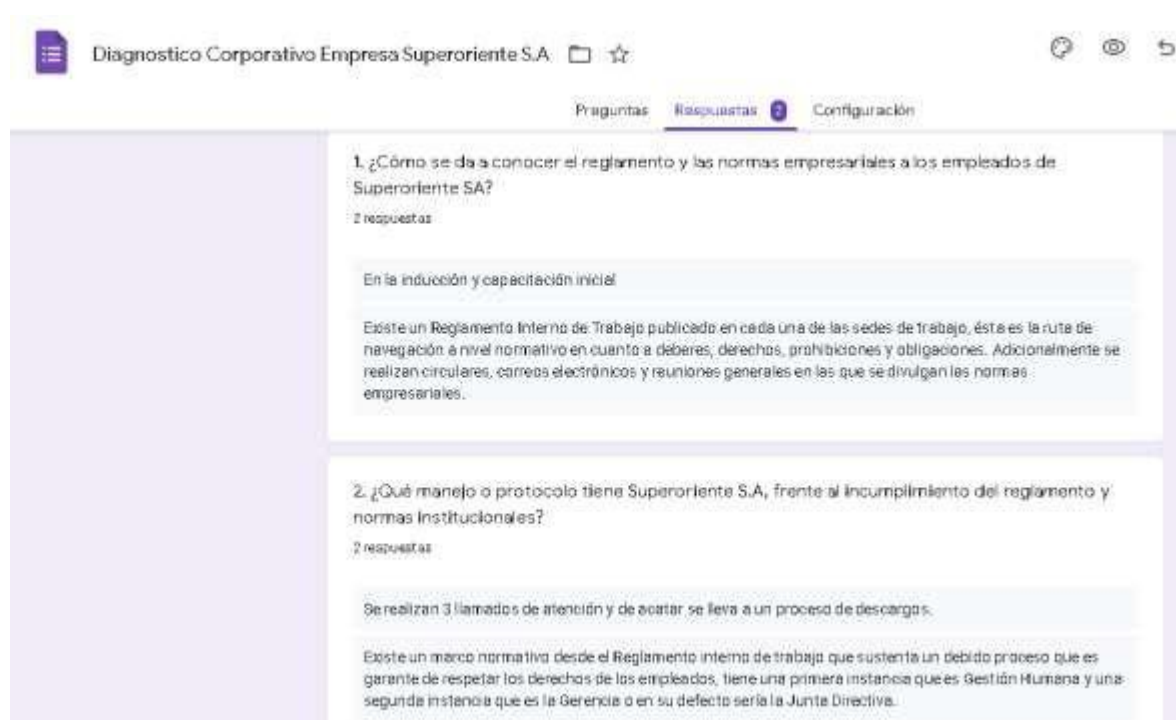
#### Aplicación del método.

Enlace del cuestionario compartido con gerencia y recursos humanos:

<https://forms.gle/zJXrLy9q2gqswUiYA>

#### Evidencia del cuestionario aplicado:

#### Imagen 2 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 1 y 2



#### Imagen 3 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 3 y 4

3. ¿Qué actividades realiza en pro de la motivación de sus colaboradores Superioriente SA?

2 respuestas

Se dan incentivos  
Celebraciones de días especiales  
Valoración del trabajo

Cumplimiento de la normatividad en materia laboral, Convenios en cuanto Ahorro, Crédito, Auxilio Funerario, Seguro de vida, Incentivos económicos por logro de resultados.

4. ¿Cómo se fomenta el amor propio y sentido de pertenencia por la compañía?

2 respuestas

Valorando el trabajo de cada uno de los colaboradores, haciéndolos sentir importantes y que aportan al desarrollo y crecimiento de la misma.

A través de la celebración de contratos a término INDEFINIDO, desde éste formalismo la empresa le expresa a sus colaboradores que brinda estabilidad y la permanencia depende del nivel de desempeño de sus funciones. A la empresa le interesa generar estabilidad y arraigo en sus colaboradores.

#### **Imagen 4 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 5 y 6**

5. ¿Cuáles acciones desarrolla Superioriente SA, para el fomento de la libertad de expresión y decisión en la empresa?

2 respuestas

Se realizan comités de participación para la toma de decisiones

Reuniones mensuales con el personal  
Comités directivos  
Comité de convivencia

6. ¿Cómo se fomenta y trabaja la comunicación interna de las áreas de Superioriente S.A?

2 respuestas

No se tiene establecido un protocolo para la comunicación interna

Correos electrónicos  
Comités primarios  
Se sugiere siempre agotar el conducto regular para evitar errores en la comunicación.

#### **Imagen 5 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A respuestas 7 y 8**

7. ¿Con qué mecanismo de capacitación continua cuenta Superioriente SA, para sus interesados?

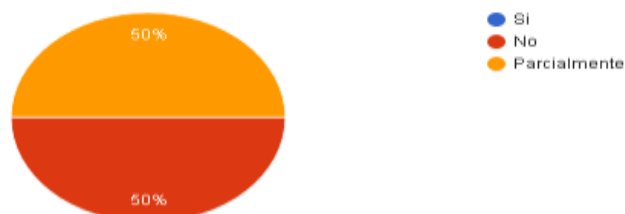
2 respuestas

No se tiene un plan de capacitación

Generalmente las capacitaciones son técnicas, es decir están enfocadas en herramientas para la ejecución de la labor. A la fecha hace falta intervenir procesos de formación.

8. ¿Superioriente S.A hace la separación de los residuos adecuadamente?

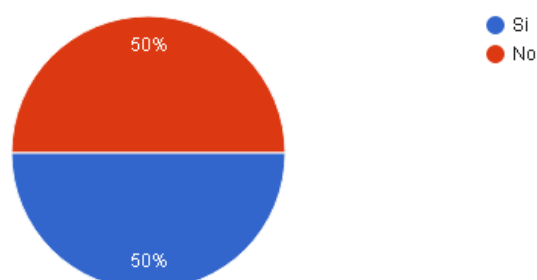
2 respuestas



### Imagen 6 Diagnostico corporativo Empresa Superioriente S.A, respuestas 9 y 10

9. ¿Superioriente S.A incentiva a clientes, proveedores y colaboradores al cuidado y preservación del medio ambiente?

2 respuestas



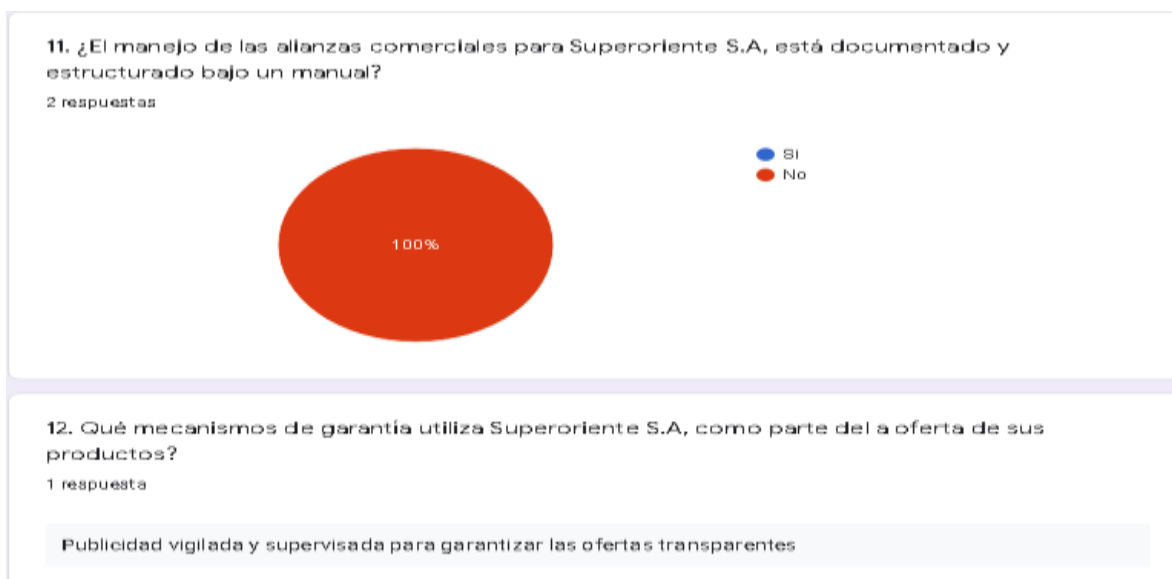
10. ¿Cómo se establece el plan comercial para las alianzas que realiza Superioriente S.A?

2 respuestas

Una negociación de beneficio bilateral

A través de planeaciones que se efectúan al principio del año.

### Imagen 7 Diagnostico corporativo Empresa Superoriente S.A respuestas 11 y 12



### Imagen 8 Diagnostico corporativo Empresa Superoriente S.A respuestas 13, 14 y 15

