

**Propuesta de fortalecimiento de la responsabilidad social empresarial en Internacional de  
Eléctricos SAS mediante la implementación de la Norma ISO 26000**

José Luis Velásquez López

Marcela Bermeo Suarez

Néstor Mauricio Morales Sanabria

Francy Milena Bohórquez Colmenares

Asesor

Dr. Andrés Iván Toledo Bernal

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

2025

## **Agradecimientos**

Agradecemos, en primer lugar, a Dios por su bendición y fortaleza, que nos permitieron superar cada desafío a lo largo de este proceso. A nuestras familias, quienes nos brindaron su apoyo incondicional en todo momento, ya sea con su presencia física o emocional, especialmente a nuestras madres, padres, esposas, esposos, hermanas, hermanos e hijos, quienes nos alentaron constantemente a continuar. Expresamos nuestro agradecimiento a la respetada Universidad Nacional Abierta y a Distancia, al Dr. Andrés Iván Toledo Bernal y a todos los tutores de esta institución, quienes nos guiaron y proporcionaron los conocimientos necesarios para nuestro crecimiento académico y profesional. Asimismo, agradecemos a Internacional de Eléctricos SAS por ser objeto de estudio en nuestra investigación. Finalmente, extendemos nuestro reconocimiento a nuestros compañeros y amigos, cuya colaboración y contribución fueron esenciales para llevar este proyecto a buen término. Sin su apoyo, esta tesis no habría sido posible.

## Resumen

El estudio de investigación, denominado Fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en Internacional de Eléctricos S.A.S. mediante la Implementación de la Norma ISO 26000, tiene como objetivo diseñar estrategias de mejora continua fundamentadas en los siete fundamentos de la norma ISO 26000. Para ello, se emplearon métodos cuantitativos y técnicas de análisis estadístico descriptivo, mediante herramientas como encuestas dirigidas a Stakeholders de la empresa. Estas encuestas permitieron evaluar, dentro de un marco lógico, desempeño de la empresa con los estándares de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El diagnóstico incluyó una evaluación de la implementación de la norma ISO 26000 en áreas clave como sostenibilidad ambiental, desarrollo profesional, participación comunitaria y ética empresarial. A partir de los datos recopilados, se identificaron las principales áreas de mejora utilizando herramientas como el árbol de problemas y el árbol de objetivos. Esto permitió proponer estrategias para fortalecer aspectos como el desarrollo ambiental, comunitario y empresarial. Finalmente, se diseñó un plan de acción que integra un enfoque estratégico para la gestión de la RSE, con el fin de mejorar la competitividad, fortalecer la reputación de la empresa y contribuir al progreso sostenible.

**Palabras Clave:** ISO 26000, responsabilidad social empresarial, plan estratégico, sostenibilidad, Internacional de Eléctricos S.A.S.

### **Abstract**

The research study, titled Strengthening Corporate Social Responsibility at Internacional de Eléctricos S.A.S. through the Implementation of ISO 26000, aims to design continuous improvement strategies based on the seven core principles of the ISO 26000 standard. To achieve this, quantitative methods and descriptive statistical analysis techniques were employed, utilizing tools such as surveys directed at the company's stakeholders. These surveys enabled the evaluation, within a logical framework, of the company's performance against the standards of the Sustainable Development Goals (SDGs). The diagnosis included an assessment of the implementation of ISO 26000 in key areas such as environmental sustainability, professional development, community engagement, and business ethics. Based on the collected data, the main areas for improvement were identified using tools like the problem tree and the objectives tree. This facilitated the proposal of strategies to strengthen aspects such as environmental, community, and corporate development. Finally, an action plan was designed, integrating a strategic approach to CSR management to improve competitiveness, enhance the company's reputation, and contribute to sustainable progress.

**Keywords:** ISO 26000, corporate social responsibility, strategic plan, sustainability, Internacional de Eléctricos S.A.S.

## Tabla de Contenido

|  |    |
|--|----|
| Introducción .....   | 11 |
| Objetivos .....  | 12 |
| Objetivo General .....   | 12 |
| Objetivos Específicos.....   | 12 |
| Conceptualización.....   | 13 |
| Componentes, características y enfoques para gestionar estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)..... | 13 |
| Industria Limpia y Consumo Responsable: Un Enfoque de Gestión Sostenible.....  | 18 |
| Aplicación .....   | 24 |
| Criterios De Selección De La Empresa.....  | 24 |
| Criterios de Selección del Investigador .....  | 25 |
| Marco Institucional .....  | 26 |
| Metodología .....  | 29 |
| Diseño Metodológico.....   | 29 |
| Población y Muestra .....  | 29 |
| Instrumentos Utilizados.....   | 31 |
| Técnicas de Análisis .....   | 31 |
| Diagnostico.....   | 32 |
| Instrumento de diagnóstico aplicado y resultados obtenidos.....  | 32 |
| Análisis general de la encuesta aplicada.....  | 40 |

|  |    |
|--|----|
| Matriz Marco Lógico.....               | 42 |
| Diagrama de Ishikawa .....             | 42 |
| Diagrama de Árbol de Problemas .....   | 43 |
| Diagrama de Árbol de Objetivos.....    | 45 |
| Matriz Priorización de Objetivos ..... | 46 |
| Matriz de Stakeholders.....            | 47 |
| Mapa estratégico .....                 | 48 |
| Matriz de Marco Lógico.....            | 48 |
| Cuadro Score Card.....                 | 50 |
| Plan de Mejoramiento .....             | 53 |
| Plan de Acción .....                   | 53 |
| Conclusiones .....                     | 61 |
| Referencias .....                      | 62 |
| Apéndice .....                         | 67 |

## Lista de Tablas

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1</b> <i>Criterios de selección de la empresa Internacional de eléctricos SAS</i> .....  | 24 |
| <b>Tabla 2</b> <i>Cálculo de porcentajes de cumplimiento de los ejes temáticos de la norma ISO 26000 en Internacional de Eléctricos S.A.S</i> ..... | 38 |
| <b>Tabla 3</b> <i>Cuadro Plan de Acción propuesto para I.E S.A.S</i> .....  | 54 |

## Lista de Figuras

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1</b> <i>Infografía Gobierno Corporativo (Página 1)</i> .....   | 16 |
| <b>Figura 2</b> <i>Infografía Gobierno Corporativo (Página 2)</i> .....   | 17 |
| <b>Figura 3</b> <i>Logo de la empresa I.E S.A.S</i> .....   | 26 |
| <b>Figura 4</b> <i>Organigrama diseñado para Internacional de Eléctricos S.A.S</i> .....  | 28 |
| <b>Figura 5</b> <i>Pregunta inicial de caracterización de la encuesta de investigación, junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i> .....                      | 32 |
| <b>Figura 6</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Derechos Humanos junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i> .....                     | 33 |
| <b>Figura 7</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Índice de Prácticas Laborales, y el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i>                     | 33 |
| <b>Figura 8</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Prácticas justas de operación y el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i>                      | 34 |
| <b>Figura 9</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Índice de Gobernabilidad y el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i> ...                       | 35 |
| <b>Figura 10</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Medio ambiente, junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i> ...                       | 35 |
| <b>Figura 11</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Asunto de consumidores, junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i> .....             | 36 |
| <b>Figura 12</b> <i>Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Participación y desarrollo de la comunidad, y su porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas</i> ..... | 36 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 13</b> <i>Diagrama de Ishikawa diseñado para la empresa I.E S.A.S.....</i>                                | 43 |
| <b>Figura 14</b> <i>Diagrama de Árbol de Problemas diseñado para la empresa I.E S.A.S.....</i>                      | 44 |
| <b>Figura 15</b> <i>Diagrama de Árbol de Objetivos diseñado para la empresa I.E S.A.S.....</i>                      | 45 |
| <b>Figura 16</b> <i>Matriz de Priorización de Objetivos diseñada para la empresa I.E S.A.S.....</i>                 | 46 |
| <b>Figura 17</b> <i>Matriz de Stakeholders diseñada para la empresa I.E S.A.S.....</i>                              | 47 |
| <b>Figura 18</b> <i>Matriz de Marco Lógico diseñada y propuesta para la empresa.....</i>                            | 49 |
| <b>Figura 19</b> <i>Cuadro Score Card diseñado y propuesto para la empresa Internacional de Eléctricos SAS.....</i> | 51 |

## Lista de Apéndices

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Apéndice A Ejemplo del procedimiento de cálculo para promediar los indicadores de cada materia y determinar el porcentaje de cumplimiento de la norma ISO 26000 en la empresa I.E. SAS, basado en los resultados obtenidos en la encuesta realizada en la sucursal objeto de estudio.....</i> | <i>67</i> |
|--|-----------|

## **Introducción**

La Responsabilidad Social Empresarial es una pieza fundamental para aquellas empresas que quieren competir en el mercado global, no solo desde una perspectiva económica, sino también como agentes de cambio social. La ejecución de programas que fomenten el desarrollo económico, educativo y social permite a las compañías generar un impacto positivo en sus comunidades, fortaleciendo así su relación con los stakeholders.

La RSE va más allá de las metas tradicionales del negocio, incorporándose a la visión empresarial con un enfoque en valores éticos, sostenibilidad y cuidado ambiental. Este enfoque integral no solo contribuye al cumplimiento de los objetivos estratégicos, sino que también fomenta un clima organizacional óptimo, alineado con las expectativas de la sociedad y los estándares internacionales.

En este contexto, y tomando como referencia la norma ISO 26000, este proyecto evaluará el porcentaje de cumplimiento y desempeño de la empresa en estudio, Internacional de Eléctricos S.A.S., en relación con cada uno de los criterios y materias establecidos en la norma.

Además de proponer un plan estratégico que le permita alcanzar sus metas de RSE. Este plan incluye objetivos alineados con la visión corporativa, estrategias específicas, indicadores de desempeño y plazos claros. Asimismo, se resalta la importancia de integrar un código de ética en las actividades diarias, como base para mejorar la gestión de RSE y garantizar un impacto sostenible y positivo en la comunidad y el entorno empresarial.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar e implementar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial para la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A.S en Bucaramanga, basándonos en el análisis del cumplimiento de la norma ISO 26000, con el fin de fortalecer sus prácticas de RSE, identificar y resolver problemas existentes, y garantizar un desarrollo sostenible efectivo, así como el progreso comunitario, laboral, profesional y medioambiental.

### **Objetivos Específicos**

Examinar los elementos teóricos sobre la responsabilidad social empresarial y su relación con la gerencia estratégica corporativa.

Identificar el porcentaje de cumplimiento de la norma ISO 26000 en la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A.S, ubicada en la Carrera 17 # 45-149, Bucaramanga.

Identificar los principales problemas en el cumplimiento de la norma ISO 26000 en la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A.S, ubicada en la Carrera 17 # 45-149, Bucaramanga, aplicando el marco lógico para diagnosticar la situación y proponer soluciones.

Formular una propuesta para fortalecer el cumplimiento de la norma ISO 26000 mediante un plan de acción y seguimiento para la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A.S, ubicada en la Carrera 17 # 45-149, Bucaramanga.

## **Conceptualización**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSE) es una orientación estratégica que adopta las operaciones comerciales con el bienestar social y ambiental, mientras que el pensamiento estratégico se posiciona como la herramienta clave para alinear los objetivos organizacionales con estos desafíos globales.

Este capítulo aborda tres secciones claves: una reseña histórica y conceptual sobre la RSE, una infografía detallada sobre el gobierno corporativo como base de la sostenibilidad organizacional, y un ensayo titulado Industria Limpia y Consumo Responsable: Un Enfoque de Gestión Sostenible. Este último se centra en las bases necesarias en la elaboración del plan estratégico de RSE aplicado a una empresa internacional del sector eléctrico, destacando cómo estas prácticas ayudan a promover y generar beneficios tanto económicos, ambientales y comunitario y corporativo.

Además, esta sección invita a reflexionar sobre las responsabilidades éticas y estratégicas de las empresas en un entorno cada vez más interconectado y consciente de su impacto global.

### **Componentes, Características y Enfoques para Gestionar Estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha consolidado como un enfoque fundamental en el gobierno corporativo actual, permitiendo a las organizaciones integrar soluciones para las comunidades y el medio ambiente en la ejecución de sus operaciones de manera trascendental. Este concepto refleja un compromiso voluntario con el bienestar de las comunidades y el bienestar ambiental, más allá de lo legal, mediante la promoción de las empresas y recordándoles su papel como agentes de cambio positivo.

La Escuela de Organización Industrial (2013) señala cuatro características principales. Una de estas características fundamentales de la RSE es su naturaleza voluntaria, que surge del interés genuino de las empresas por contribuir al progreso social y ambiental, mostrando una postura proactiva en la generación de valor compartido. Además, menciona que la RSE se caracteriza por su integración transversal en todos los procesos de negocio. Esto implica equilibrar los beneficios y perspectivas de todos los stakeholders de interés, asegurando que las decisiones corporativas reflejen una visión holística y sostenible. La adaptabilidad es, asimismo, otro rasgo distintivo de la RSE, ya que cada organización la implementa de manera única, en función de su tamaño, sector y cultura organizacional. Este enfoque flexible permite que las empresas diseñen estrategias personalizadas que respondan a las necesidades específicas de cada stakeholder. Por último, la RSE se caracteriza por su enfoque a largo plazo, buscando no solo resultados inmediatos, sino también beneficios económicos y sociales sostenibles que optimicen procesos y mejoren la reputación corporativa.

Además, la gestión estratégica de la RSE requiere enfoques bien definidos que potencien su eficacia y sostenibilidad. Como señala Protección de Datos (s.f.), el primer paso más importante es desarrollar un plan estratégico que proporcione objetivos claros y pasos específicos para implementarlos. Con este plan, debe haber transparencia y comunicación abierta que ayude a las partes interesadas a generar confianza y mejorar las relaciones comerciales. Además, la evaluación continua de las acciones de RSE resulta imprescindible, ya que facilita la medición del impacto social y ambiental, permitiendo realizar ajustes oportunos para mejorar las estrategias adoptadas.

Entre los elementos clave de la RSE, Protección de Datos (s.f.) destaca dos elementos clave. Uno de estos es el compromiso empresarial, que ocupa un lugar preponderante. Este

compromiso se complementa con la adopción de una conducta ética que trasciende las expectativas tradicionales, promoviendo prácticas que beneficien tanto a la organización como a sus grupos de interés. El otro elemento es la gestión ambiental efectiva, que es clave para la unificación de la responsabilidad social en las empresas, lo que resulta indispensable en la implementación de prácticas sostenibles para minimizar el impacto ambiental. Asimismo, la Escuela de Organización Industrial (2013) señala que el beneficio para la comunidad es otro elemento central, ya que las acciones corporativas deben generar impactos positivos en los clientes, empleados y comunidades locales, contribuyendo al desarrollo social.

Además, en la siguiente la Figura 1 y Figura 2 se ilustra los principios fundamentales y las estructuras clave que conforman un gobierno corporativo eficiente, mediante la incorporación efectiva en la gestión estratégica de la RSE en las corporaciones, ya que permite a las organizaciones fortalecer su reputación corporativa, fomentar la fidelidad de los clientes, optimizar sus procesos operativos y obtener beneficios económicos y empresariales.

Figura 1

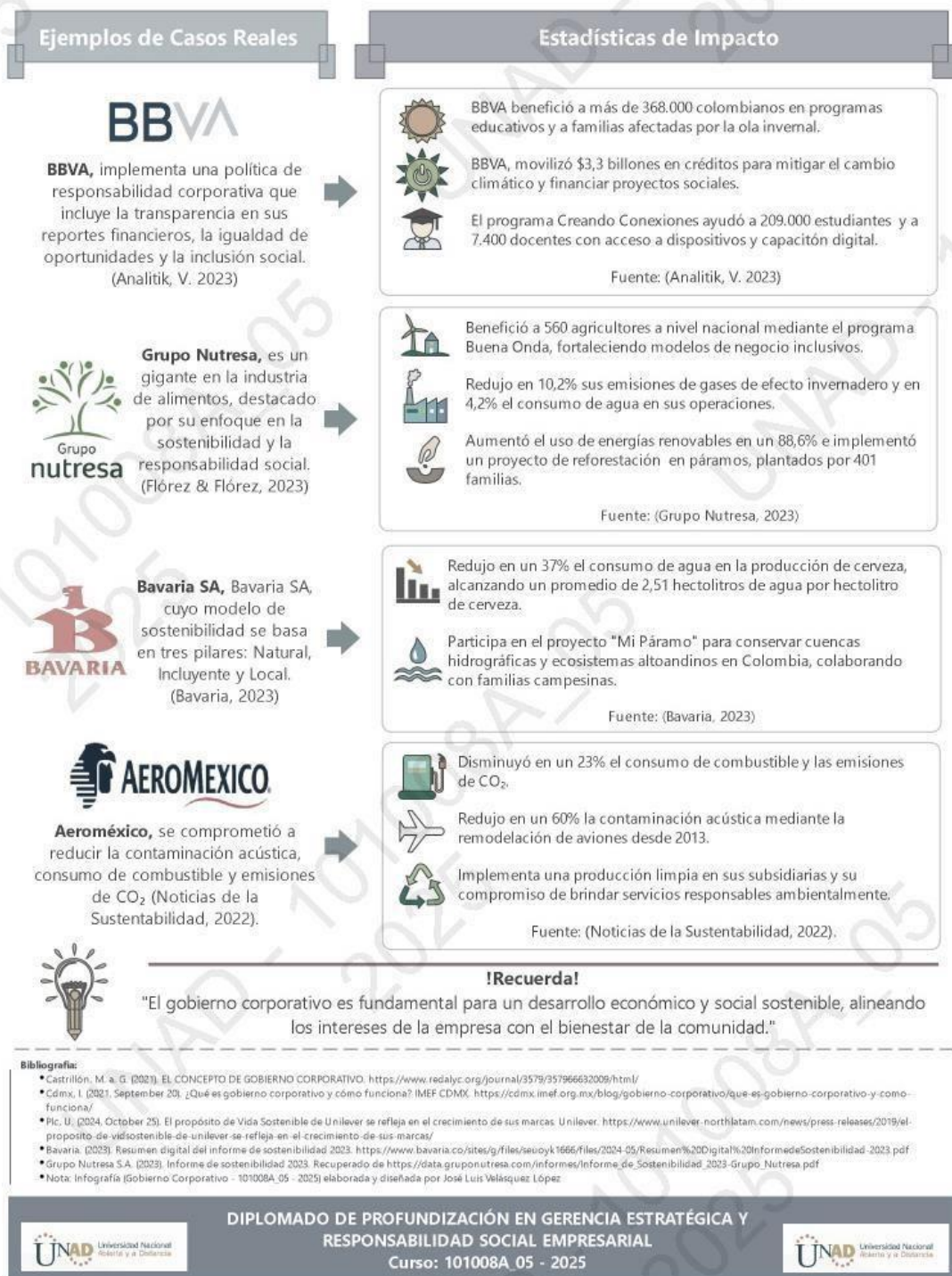
Infografía Gobierno Corporativo (Página 1).



Fuente. Desarrollo y diseño propio.

Figura 2

## Infografía Gobierno Corporativo (Página 2).



Fuente. Desarrollo y diseño propio.

### **Industria Limpia y Consumo Responsable: Un Enfoque de Gestión Sostenible.**

El notable crecimiento económico actual ha intensificado los daños al medio ambiente, haciendo más evidentes las consecuencias derivadas de estos. En este contexto, la producción limpia es la clave para un consumo sostenible, la cual está bien establecida como estrategia de gestión organizacional, dado que las empresas están revaluando sus métodos de producción y consumo en respuesta a la continua preocupación por el consumo responsable y la disminución del impacto negativo en los ecosistemas.

El concepto de producción limpia y consumo sostenible tiene sus raíces en el movimiento ambientalista de los años 1960 y 1970, cuando las preocupaciones sobre la contaminación, el consumo desmedido de recursos y el impacto del estilo de vida de las personas comenzaron a generar una preocupación generalizada por el aumento indiscriminado del nivel de contaminación y la afectación del medio ambiente por parte de las personas e industrias. Tal como sostiene Brundtland (1987), para salvar el medio ambiente y fomentar hábitos sostenibles, activistas, científicos y legisladores empezaron a abogar por leyes más estrictas durante este periodo. Como resultado, surge el desarrollo sostenible, así como la conciencia ambiental a favor del consumo responsable de los recursos naturales, respetando la sostenibilidad de las generaciones venideras.

En el contexto de la gestión organizativa, la fabricación más limpia y el consumo sostenible son ejemplos de estrategias creativas que apoyan la disminución de residuos, el uso y consumo responsable de los recursos renovables o no renovables. Además, la necesidad de reducir el impacto ambiental negativo por parte de las empresas, adaptarse a las crecientes demandas de los consumidores y cumplir con la legislación ambiental fueron las principales razones detrás de estas prácticas.

Es por esto que, en la actualidad, ha tomado gran importancia que las empresas implementen mecanismos que contribuyan al cuidado del medio ambiente, así como también al bienestar de los integrantes que forman parte de su organización.

Una de las características fundamentales de la producción limpia es la correcta gestión de los residuos o desechos generados, aspectos que no solo permiten disminuir la huella ecológica de las empresas, sino también reducir costos operativos, generando una ventaja competitiva.

Según Klassen y McLaughlin (2019), adoptar prácticas de producción limpia impulsa a las organizaciones a gestionar de manera eficiente los recursos, disminuir el desperdicio y priorizar el abastecimiento sostenible. Esto incluye la identificación de recursos o materias primas que permitan un ciclo renovable sin alterar los ecosistemas, la reducción de consumos energéticos y el uso de procesos que minimicen la generación de desechos.

Por su parte, el consumo sostenible se caracteriza por el enfoque en la capacitación y sensibilización de los consumidores, promoviendo un cambio de comportamiento hacia opciones de compra responsables y respetuosas con el medio ambiente. McDonough y Braungart (2002) destacan la importancia de informar a los consumidores sobre las implicaciones ambientales de sus elecciones, alentando así la demanda de productos con atributos sostenibles. Esta estrategia se complementa con el marketing verde, como lo sugieren Kotler y Keller (2012), que no solo destaca los beneficios ambientales de los productos, sino que también inspira a los consumidores a adoptar una cultura de consumo consciente, impulsando así un ciclo de sostenibilidad.

Además, la visión del triple resultado, propuesta por Elkington (2016), es una característica central de la sostenibilidad en la gestión organizacional. Este enfoque anima a las empresas a ampliar su perspectiva más allá de lo económico y a vincularse con el fortalecimiento del impacto social y ambiental.

Para gestionar efectivamente la producción limpia y el consumo sostenible, diversas metodologías y modelos han sido propuestos en el ámbito de la sostenibilidad empresarial.

Robèrt (2002) menciona que uno de los modelos más destacados es el Marco Natural Step, desarrollado por Karl Henrik Robèrt, que proporciona un enfoque sistemático para que las organizaciones logren la sostenibilidad identificando y abordando problemas ambientales en sus operaciones. Este marco guía a las empresas en la integración de criterios sostenibles en sus estrategias organizacionales, ayudándolas a tomar decisiones que minimicen los impactos negativos y fomenten prácticas regenerativas que contribuyan a la restauración del medio ambiente. Además, uno de los enfoques más comunes en la gestión organizacional sostenible es el uso de estándares y certificaciones ambientales, como la Norma ISO 26000 o la ISO 14001. Estos estándares son una herramienta efectiva para garantizar el cumplimiento de prácticas sostenibles y mejorar la reputación de las Industrias y empresas en métodos medioambientales. Según Sullivan y Gouldson (2012), estas certificaciones se han convertido en un estándar en la gestión organizacional contemporánea. No solo facilitan a las empresas el cumplimiento de estándares internacionales, sino que también representan una ventaja competitiva al evidenciar su compromiso con la sostenibilidad.

El modelo de Economía Circular es otro enfoque promovido por la Fundación Ellen MacArthur (2013), que propone un sistema de circuito cerrado donde los recursos se reutilizan, reciclan y restauran, en lugar de ser desechados. Este enfoque representa una nueva forma de ver la producción, tanto en los procesos de fabricación como en el propio producto o servicio, enfatizando la durabilidad y la capacidad de reintegrar materiales a la cadena de producción. La economía circular posibilita a las organizaciones minimizar los residuos y mitigar el impacto

ambiental, al tiempo que optimiza la eficiencia y la rentabilidad operativa. De este modo, la gestión organizacional se posiciona como un factor determinante para alcanzar la sostenibilidad en un contexto caracterizado por la escasez de recursos.

Otro enfoque indispensable en la gestión organizacional es el que propone los autores Porter y Kramer (2006), donde afirma que la Responsabilidad Social Empresarial no debe ser un deber ético, sino más bien una fuente de oportunidades, innovaciones y ventajas competitivas, destacando la relevancia de prácticas alineadas con los principios de responsabilidad y compromiso social en un contexto globalizado.

Además, el enfoque de producción limpia es respaldado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (ONU Medio Ambiente, s.f) centrándose en reducir los residuos y optimizar los recursos. Este marco establece lineamientos claros para que las organizaciones adopten tecnologías limpias y optimicen sus procesos productivos, reduciendo así su huella ecológica y, al mismo tiempo, logrando ahorros en costos operativos.

En este sentido, Harris y Crane (2002) señalan que la implementación de estas prácticas permitirá a las empresas cumplir con la normatividad ambiental vigente y atender la creciente demanda de bienes y servicios considerados y promocionados como sostenibles, fortaleciendo su competitividad en un mercado progresivamente más exigente.

A continuación, se analizan cuatro casos emblemáticos que ejemplifican cómo la gerencia estratégica puede potenciar estos beneficios. Según Analitik (2023), se destacan los esfuerzos realizados por la empresa BBVA, pues menciona que ha adoptado una política de responsabilidad corporativa que prioriza la transparencia en los reportes financieros, fomentando la igualdad y las oportunidades, con énfasis en la inclusión social. En 2021, el banco destinó €100 millones a proyectos enfocados en educación, vivienda y empleo para comunidades

vulnerables. Estas prácticas de gobierno corporativo han contribuido a disminuir los niveles de riesgo y a incrementar la confianza de los clientes, resultando en un aumento aproximado del 5% anual en los depósitos. Además, las iniciativas de inclusión financiera han ayudado a alrededor de 2 millones de personas en América Latina, ampliando a las comunidades vulnerables el acceso a servicios de crédito

Otro caso ejemplar es el que Flórez y Flórez (2023) mencionan en su artículo. Grupo Nutresa, la cual se distingue en la industria de alimentos por su enfoque en sostenibilidad y responsabilidad social, lo que se evidencia en programas de abastecimiento responsable que integran la agricultura sostenible, lo que a su vez benefician a las comunidades locales más vulnerables, alineados con su lema "Amor por la vida". Además, Calle (2024) menciona que, en colaboración con la Universidad EAN, lanzaron el programa Buena Onda, que esta misma empresa fortalece organizaciones comunitarias mediante modelos inclusivos y sostenibles, beneficiando a 560 agricultores en diversas regiones de Colombia. Asimismo, la misma empresa, Grupo Nutresa (2023), en su Informe de Sostenibilidad, menciona que han promovido la descarbonización de sus cadenas productivas mediante sistemas agroforestales y prácticas regenerativas. Se destaca la plantación de un millón de árboles nativos en paisajes de turberas, realizada por 401 familias, reduciendo su consumo de agua en un 4,2%, el descenso de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 10,2%, y el uso de energías renovables en un 88,6%.

Bavaria S.A. (2023) destaca que se distingue por su modelo de sostenibilidad basado en los pilares Natural, Incluyente y Local, sobresaliendo en el pilar Natural por su compromiso con la reducción del consumo de agua en sus procesos. En 2023, se alcanzó un dispendio medio de 2,51 hL de agua por hectolitro de bebida o cerveza, lo que supone una reducción del 37% desde

que se implementó el objetivo global de 2,5 hL de agua por hL de cerveza. Además, la empresa menciona que participa en el proyecto "Mi Páramo", una iniciativa público-privada y comunitaria para proteger cuencas hidrográficas en ecosistemas altoandinos mediante acuerdos de conservación con familias campesinas. Este proyecto aborda la conservación de páramos y bosques altoandinos, la restauración de ecosistemas degradados y el apoyo a la producción sostenible mediante prácticas regenerativas.

Asimismo, el Editorial (2022) destaca los logros de las aerolíneas Aeroméxico y Aeroméxico Connect, señalando que, desde 2013, ha asumido un compromiso con el medio ambiente, implementando medidas para disminuir en un 60% la contaminación acústica y en un 23% el uso de combustible y las emisiones de dióxido de carbono asociadas, mediante su proyecto de remodelación de aviones con diseños innovadores. En línea con una estrategia de producción limpia y responsabilidad ambiental, la compañía ofrece servicios globales que involucran prácticas corporativas responsables y la participación de colaboradores dedicados al desarrollo sostenible en la industria. Estos logros refuerzan su responsabilidad con el medio ambiente y su enfoque socialmente responsable. En este sentido, el desarrollo sostenible impulsa los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales tienen como fin fortalecer y estimular el desarrollo económico y social, fortaleciendo y estimulando aspectos clave, como la preservación del medio ambiente y el enfrentamiento al desempleo, la erradicación de la pobreza y la falta de oportunidades de educación. Es por ello que la producción limpia y el consumo responsable son indispensables en la gestión organizacional moderna, cuyo objetivo es minimizar el impacto ambiental y promover una economía regenerativa.

## Aplicación

Este capítulo se centrará en analizar en detalle la estructura organizacional de la empresa que es el foco de este estudio, Internacional de Eléctricos S.A.S, específicamente la sucursal ubicada en la Carrera 17 # 45-149 de la ciudad de Bucaramanga. La investigación abordará la implementación de la norma ISO 26000, que establece directrices sobre responsabilidad social empresarial (RSE).

Esto permitirá obtener una perspectiva integral sobre los retos y oportunidades en materia de sostenibilidad y responsabilidad que enfrenta la empresa, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

### Criterios de Selección de la Empresa

Como podemos observar en la Tabla 1, la elección de la empresa objeto de la tesis se lleva a cabo de manera conjunta con el equipo de trabajo y mediante criterios de selección estratégicos, con el fin de realizar un análisis fundamentado y pertinente sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) mediante la norma ISO 26000.

**Tabla 1**

*Criterios de selección de la empresa Internacional de eléctricos S.A.S*

| Empresa                         | Posibilidad de acceso (1-5) | Direccionamiento estratégico (1-5) | Facilidad de evaluación ISO 26000 (1-5) | Puntaje Total |
|---------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|---|---------------|
| Internacional de eléctricos SAS | 5                           | 5                                  | 4                                       | 14            |

*Nota.* En esta tabla se presentan los criterios detallados que fundamentaron la selección de la empresa para este estudio con puntaje de 1 a 5, siendo 5 el puntaje más alto.

En este caso, la empresa I.E. S.A.S. destaca en varios aspectos clave, lo que nos

permitirá evaluar la gestión de RSE con fundamento en la ISO 26000. Por ejemplo:

La empresa obtuvo una calificación de 5 por la facilidad de acceso a su información institucional y la aplicabilidad de los instrumentos de recolección de información, lo que permite realizar una evaluación efectiva y representativa de sus operaciones.

La empresa obtuvo una calificación de 5 puntos en su dirección estratégica, la cual está claramente alineada con principios de innovación y responsabilidad social y ambiental. La misión de "conectar e iluminar vidas" y la visión de liderar el mercado eléctrico de Colombia reflejan su enfoque hacia la excelencia y la sostenibilidad.

En este aspecto, la empresa recibió una calificación de 4 puntos, ya que cuenta con una estructura eficiente que facilita la implementación de buenas prácticas y políticas de sostenibilidad en todas sus áreas, respaldando su preparación para alinearse a la norma ISO 26000. Además, tiene un marco institucional sólido y valores enfocados en la sostenibilidad, lo que le permite abordar con eficacia dicha norma.

### **Criterios de Selección del Investigador**

Trayectoria profesional: Marcela Bermeo cuenta con tres años de experiencia como ejecutiva comercial en Internacional de Eléctricos, con un conocimiento detallado de la empresa y sus operaciones internas.

Dominio de procesos operativos clave: En su calidad de colaboradora, Marcela Bermeo tiene la capacidad para evaluar la transparencia en negociaciones, la gestión ética de contrataciones y la solidez de las relaciones comerciales. Perspectiva integral de la experiencia del consumidor: Desde su rol comercial y como cliente de los productos de la empresa, Marcela Bermeo puede realizar un análisis de productos, efectividad del servicio al cliente y prácticas de protección de datos implementadas por la empresa.

Acceso a información relevante para la investigación: Gracias a su posición dentro de la organización, Marcela Bermeo tiene acceso tanto a información pública como a datos internos de la empresa, garantizando precisión y veracidad en la evaluación de políticas y prácticas corporativas.

### **Marco Institucional**

Internacional de Eléctricos S.A.S. es una compañía que ha tenido un impacto considerable en los sectores eléctrico y de telecomunicaciones en Colombia. La empresa fue fundada en 1996 por Mauricio Lozano Marín y Hugo Jiménez en Ibagué y ha mantenido un crecimiento constante debido a la excelencia de sus productos y la atención al cliente que ofrece.

### **Figura 3**

*Logo de la empresa I.E S.A.S.*



*Fuente. Página Oficial de I.E SAS*

### ***Razón Social***

Internacional De Eléctricos SAS

### ***Forma jurídica***

Sociedad por acciones simplificada

### ***Sector***

Terciario. Comercio al por menor en empresas especializadas y ferreterías; productos como pinturas, cristalería, materiales eléctricos de baja, media y alta tensión, electrónica, equipos

y herramientas especiales; así como la construcción de proyectos eléctricos y de telecomunicaciones.

### ***Ubicación***

Su sede principal se localiza en el departamento de Tolima, en la localidad Ibagué.

Además, según la misma página oficial de la empresa IE Grupo (s. f.) menciona que cuentan con 13 sucursales en Colombia y 1 en Panamá.

### ***Misión***

La empresa se ha enfocado en: Conectar e iluminar vidas.

### ***Visión***

La empresa tiene como meta: Ser la mejor opción para conectar e iluminar vidas, generando valor e innovación con felicidad empresarial y aportando en la construcción de un mundo verde.

### ***Valores***

Los valores corporativos que identifican y fundamentan la empresa son: Compromiso con los clientes

Responsabilidad social y ambiental Innovación

Obediencia a la legalidad Honestidad

Respeto

Objetivos estratégicos

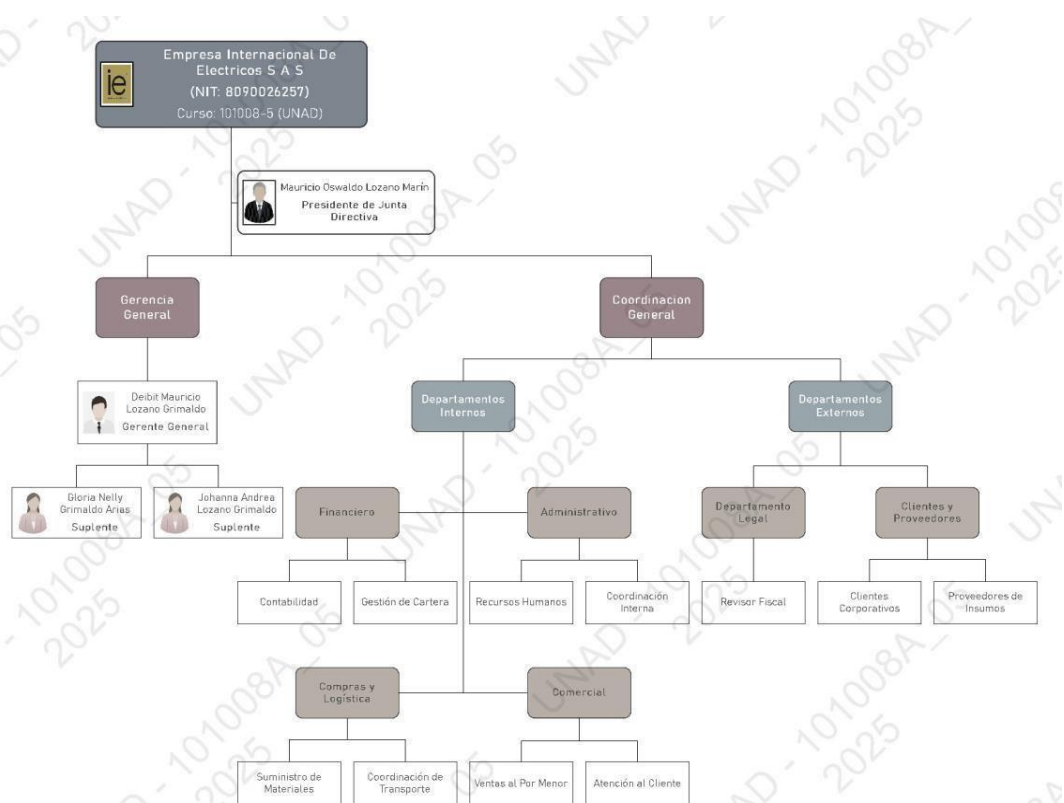
## Estructura organizacional

La empresa Internacional de Eléctricos S.A.S. dispone de un organigrama sólido. Este se basa en un líder estratégico (presidente de la Junta Directiva), apoyado por un comité de expertos, seguido del área de coordinación general (departamentos internos y externos), cada uno de los cuales supervisa sus respectivos grupos de trabajo. Esto permite una clara división de funciones y responsabilidades para un trabajo eficiente.

Como podemos observar en la siguiente Figura 4, se ilustra de manera jerárquica lo anteriormente mencionado.

### Figura 4

Organigrama diseñado para Internacional de Eléctricos S.A.S.



#### Bibliografía:

- Elaboración propia, con información tomada de Internacional De Eléctricos S.A.S.
- Nota: Organigrama (Internacional De Eléctricos S.A.S. 101008-5, 2025 UNAD) elaborada y diseñada por: José Luis Velásquez López

Fuente. Diseño y elaboración propia

## **Metodología**

De acuerdo con Pardinás (1991), la encuesta es un conjunto de preguntas diseñado para recopilar datos con fines investigativos. Por lo tanto, para esta investigación, el principal instrumento de recolección fue un cuestionario diseñado para evaluar el cumplimiento de la norma ISO 26000 en diferentes áreas clave: Gobernanza empresarial, derechos humanos, condiciones de trabajo, sostenibilidad ambiental, prácticas comerciales justas, intereses de los consumidores, y el compromiso con la participación y desarrollo comunitario, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

### **Diseño Metodológico**

#### ***Tipo de Diseño***

El estudio empleó un enfoque cuantitativo, ya que se utilizó una encuesta como instrumento principal para recolectar datos. Esto está alineado con los diseños cuantitativos descritos por Creswell y Creswell (2018), específicamente el diseño de encuesta. Este tipo de diseño permite recopilar datos estructurados, que pueden ser analizados estadísticamente.

### **Población y Muestra**

#### ***Población***

En cuanto a las poblaciones objeto de estudio, se incluyó a todos los stakeholders de la empresa que desearon participar, tales como colaboradores internos, socios estratégicos y partes interesadas clave, lo que permitió garantizar una visión general y representativa de las prácticas de la organización.

#### ***Muestra***

Dado que la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A.S, ubicada en la Carrera 17 # 45-149, Bucaramanga, debido a su tamaño, facilita la identificación y el estudio, la

investigación se realizará con base en una población finita. Según Tamayo y Tamayo, la muestra se define como "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población, universo o colectivo, partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (Tamayo & Tamayo, n.d., p. 176).

Además, con el fin de determinar la muestra de la investigación, se utilizarán métodos estadísticos, como el muestreo probabilístico aleatorio simple, complementados con fórmulas específicas para poblaciones finitas.

Para esta investigación, se definieron los siguientes parámetros: el margen de error será del 0.09 y el nivel de confianza del 0.95, con una probabilidad de ocurrencia del 0.90 y una de no ocurrencia del 0.10, como se muestra en la fórmula a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * S^2 * N}{(Z^2 * S^2) + (E^2 * (N - 1))}$$

Donde:

N = Número total de elementos en la población (56)

n = Tamaño requerido de la muestra

Z = Nivel de confianza (0.95)

S = Desviación estándar de la población (0.5)

E = Margen de error aceptable (0.09)

Calculamos:

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 56}{1.43.8416 * 0.25 + 0.0081 * 55}$$

$$n = \frac{53.74}{1.40} = 38.3$$

Por lo anterior se investigarán un mínimo de treinta y ocho (39) stakeholders entre ellos (Colaboradores, proveedor, directivos, clientes).

### **Instrumentos Utilizados**

Para la evaluación, se empleó el uso de la herramienta encuesta, utilizando la plataforma online de Formularios de Google, que detalla un total de 15 preguntas específicas con indicadores clave vinculados a cada materia de la Norma ISO 26000 y los ODS, lo que permitió recolectar información precisa mediante el instrumento encuesta. Las preguntas fueron estructuradas en forma de indicadores clave, con opciones de respuesta escalonadas, para facilitar el cálculo y el análisis estadístico (por ejemplo: completamente de acuerdo, parcialmente de acuerdo, en desacuerdo, no lo sé).

### **Técnicas de Análisis**

Se emplearon técnicas de análisis estadístico descriptivo, como el cálculo de porcentajes y promedios ponderados, para evaluar el desempeño en diferentes indicadores (por ejemplo: Índice de Derechos Humanos, Índice de Medio Ambiente). Además, los datos recolectados se interpretaron basándonos en los niveles de cumplimiento establecidos por la norma ISO 26000 (por ejemplo: "Crítico", "Deficiente", "Sobresaliente"), lo que permitió clasificar los resultados y detectar áreas de mejora.

## Diagnostico

### Instrumento de Diagnóstico Aplicado y Resultados Obtenidos

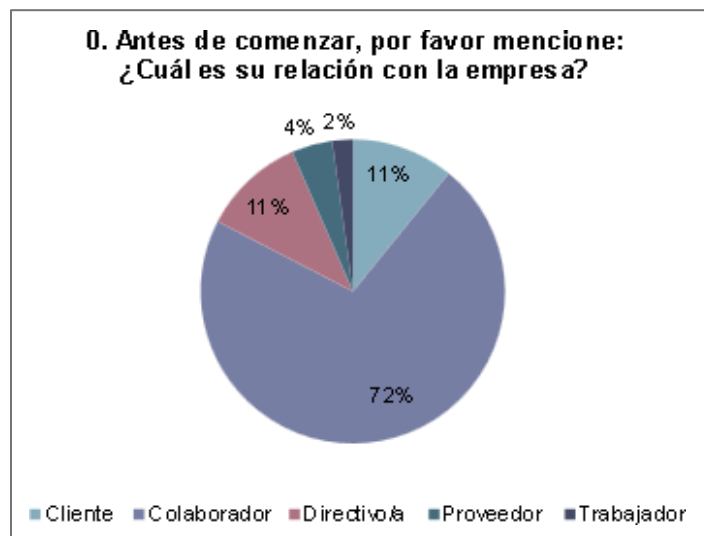
En esta sección, se presentan las preguntas realizadas mediante el uso de la plataforma online de Formularios de Google, detalladas según su categoría o tema de la norma ISO 26000, acompañadas de sus respectivas opciones de respuesta y los porcentajes y/o resultados logrados de cada una de las opciones de respuesta propuestas.

#### *Preguntas de Caracterización*

Esta pregunta se formuló para conocer a la población objeto de investigación de la empresa y realizar un análisis más específico de las necesidades de los stakeholders.

#### **Figura 5**

*Pregunta inicial de caracterización de la encuesta de investigación, junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*



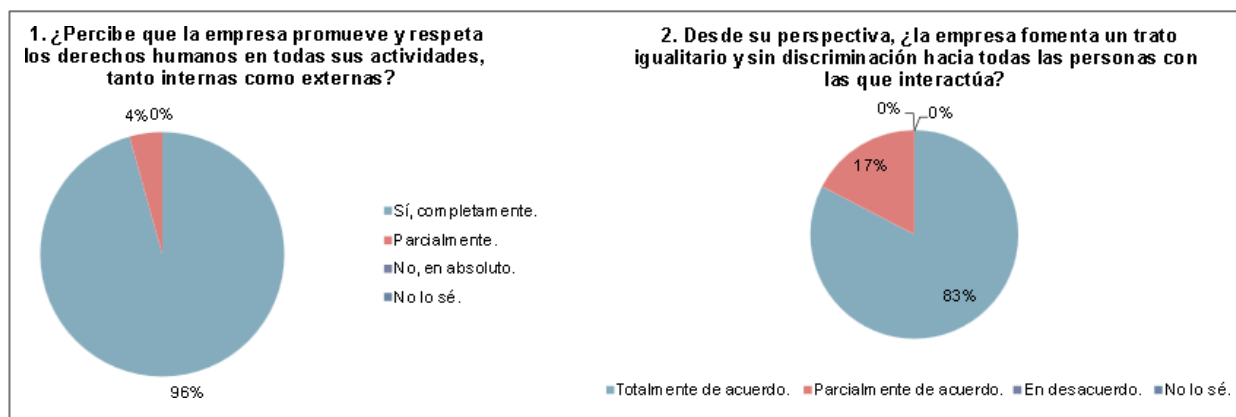
*Fuente.* Diseño y elaboración propia

#### ***Preguntas Sobre la Norma ISO 26000.***

**Índice de Derechos Humanos (IDH).** Este índice destaca la importancia de garantizar y respetar los derechos inherentes de los stakeholders que intervienen con la empresa.

**Figura 6**

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Derechos Humanos junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*

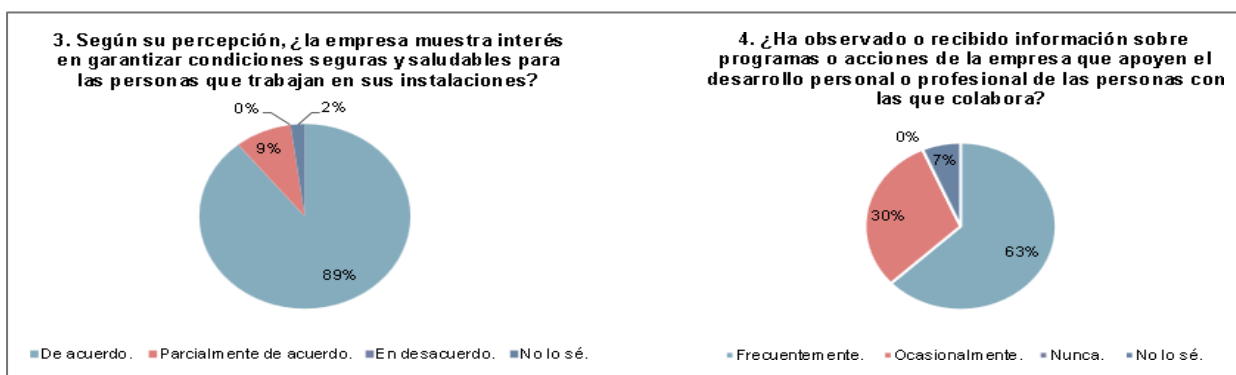


*Fuente.* Diseño y elaboración propia

**Índice de Prácticas Laborales (IPL).** Las prácticas laborales están directamente relacionadas con un entorno y ambiente laboral idóneo, y el desarrollo profesional de los empleados.

**Figura 7**

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Índice de Prácticas Laborales, y el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*

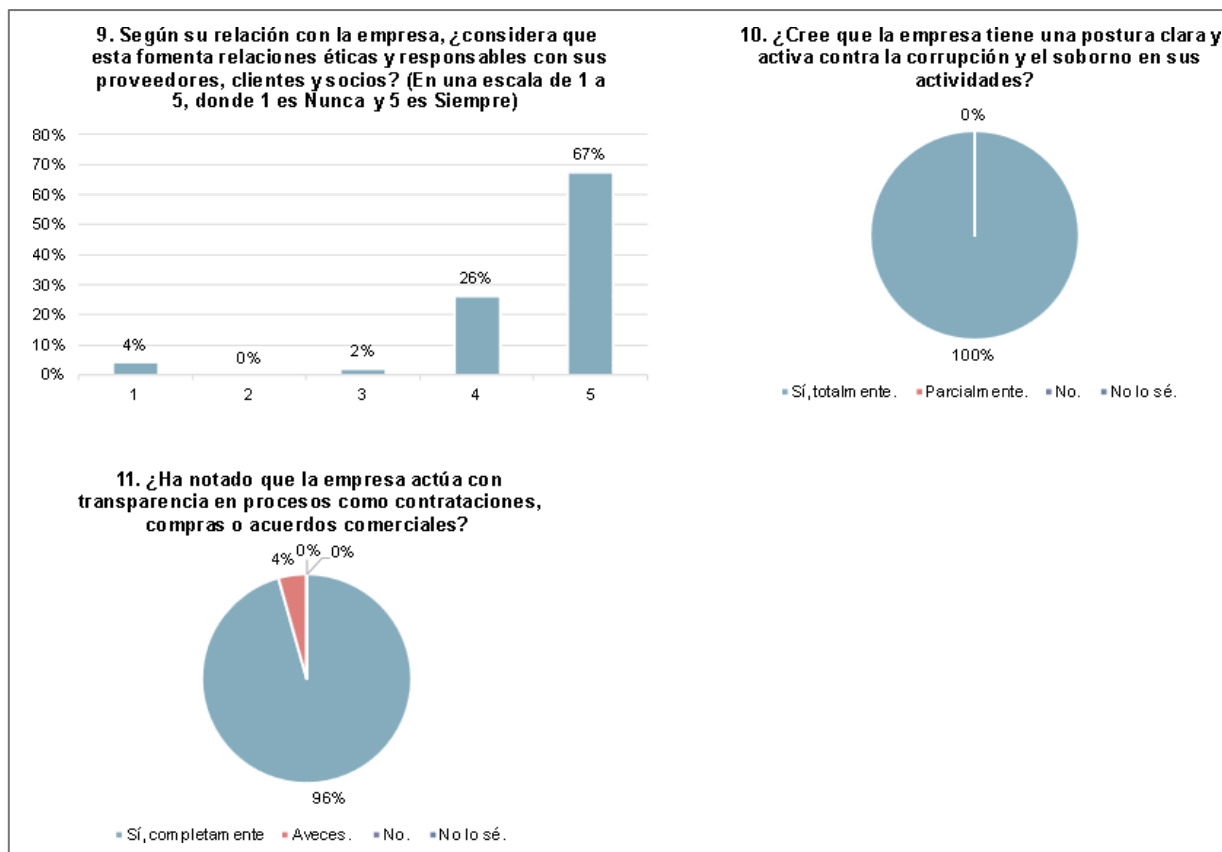


*Fuente.* Diseño y elaboración propia

**Índice de Prácticas justas de operación (IPJ).** Este índice destaca el compromiso con la integridad, legalidad y rechazo contra la corrupción en las relaciones comerciales y administrativas.

### Figura 8

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Prácticas justas de operación y el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*

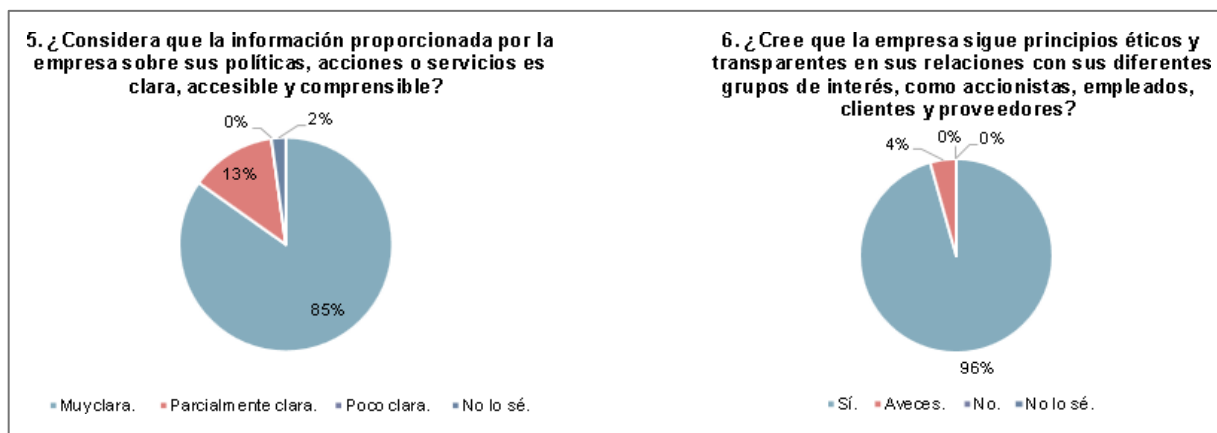


*Fuente.* Diseño y elaboración propia

**Índice de Gobernabilidad (IG).** La gobernanza es un aspecto clave dentro de la ISO 26000, y la norma establece que la información transparente y ética es fundamental para una gestión responsable.

**Figura 9**

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Índice de Gobernabilidad y el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*

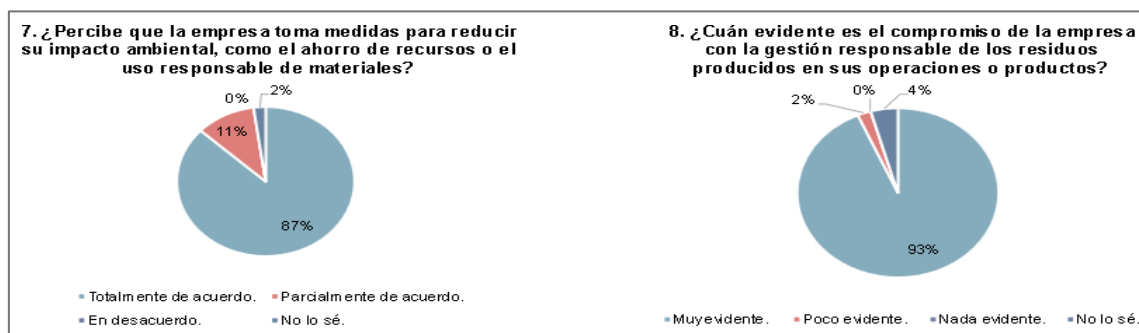


*Fuente. Diseño y elaboración propia*

**Índice de Medio ambiente (IMA).** Este índice enfatiza la necesidad de integrar operaciones sostenibles que reduzcan el impacto ambiental, promoviendo un desarrollo sostenible.

**Figura 10**

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Medio ambiente, junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*

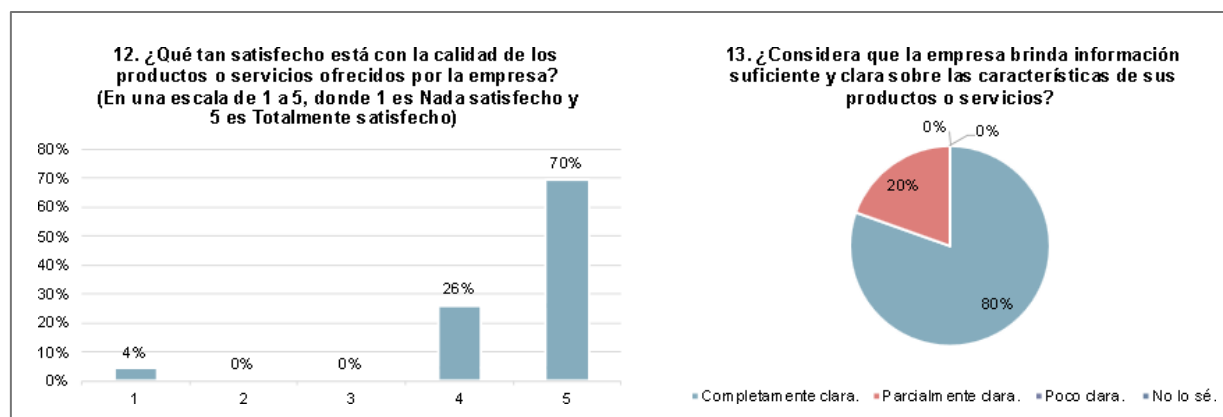


*Fuente. Diseño y elaboración propia*

**Índice de Asunto de consumidores (IAC).** Los derechos y la satisfacción de los consumidores son centrales en la ISO 26000, con un enfoque en garantizar productos y servicios seguros, información clara y la protección contra prácticas engañosas.

### Figura 11

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Asunto de consumidores, junto con el porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*

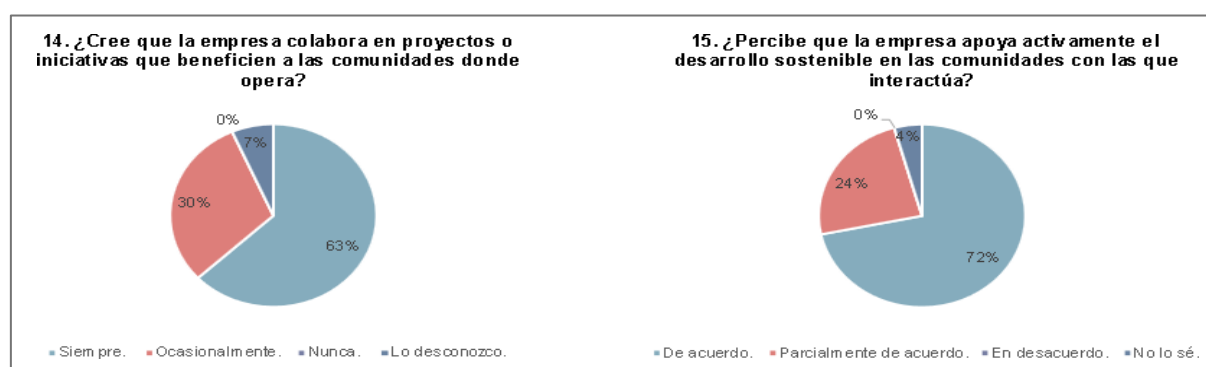


*Fuente.* Diseño y elaboración propia

**Índice de Participación y desarrollo de la comunidad (IDC).** Este índice implica contribuir al bienestar social y local, incentivando iniciativas de desarrollo comunitario y ofreciendo alternativas y oportunidades que mejoren las situaciones de las comunidades o stakeholders que intervienen con la empresa.

## Figura 12

*Preguntas de evaluación planteadas para el Índice de Participación y desarrollo de la comunidad, y su porcentaje de elección correspondiente a cada una de las opciones de respuesta propuestas.*



*Fuente.* Diseño y elaboración propia

### ***Análisis General de la Encuesta Aplicada***

En la siguiente Tabla 2 muestra el cálculo del porcentaje de cumplimiento de las materias de la norma ISO 26000 en Internacional de Eléctricos S.A.S., basado en los resultados de la encuesta aplicada en la empresa I.E SAS. Para cada materia de la norma se diseñaron indicadores específicos y se estableció una técnica de medición o ponderación, con las categorías: Crítico (0-20%), Deficiente (21-40%), Moderado (41-60%), Satisfactorio (61-80%) y Sobresaliente (81-100%). El cálculo del cumplimiento se realizó mediante la fórmula expuesta en la misma tabla, con base en los cálculos detallados en el Apéndice A de este documento. El resultado obtenido se compara con las categorías de ponderación para clasificar el desempeño de cada materia evaluada. Este análisis permite identificar el nivel de cumplimiento en cada aspecto de la norma, destacando áreas con desempeño sobresaliente y señalando oportunidades de mejora en aquellas clasificadas como críticas o deficientes. Además, facilita el diseño de estrategias de mejora continua para las materias evaluadas como satisfactorias o sobresalientes.

**Tabla 2**

*Cálculo de porcentajes de cumplimiento de los ejes temáticos de la norma ISO 26000 en Internacional de Eléctricos S.A.S.*

| Materia Fundamental | Indicador                           | Ponderación            | Fórmula  | % Total |
|---------------------|-------------------------------------|------------------------|--|---------|
| Derechos Humanos    | Índice de Derechos Humanos (IDH)    | Crítico: 0-20%         | $IDH = \left(\frac{P1 + P2}{10}\right) \times 100$             | 95.8%   |
|                     |                                     | Deficiente: 21-40%     |  |         |
|                     |                                     | Moderado: 41-60%       |  |         |
|                     |                                     | Satisfactorio: 61-80%  |  |         |
|                     |                                     | Sobresaliente: 81-100% |  |         |
| Prácticas laborales | Índice de Prácticas Laborales (IPL) | Crítico: 0-20%         | $IPL = \left(\frac{P3 + P4}{10}\right) \times 100$             | 87.8%   |
|                     |                                     | Deficiente: 21-40%     |  |         |
|                     |                                     | Moderado: 41-60%       |  |         |
|                     |                                     | Satisfactorio: 61-80%  |  |         |
|                     |                                     | Sobresaliente: 81-100% |  |         |
| Gobernabilidad      | Índice de Gobernabilidad (IG)       | Crítico: 0-20%         | $IG = \left(\frac{P5 + P6}{10}\right) \times 100$              | 95.4%   |
|                     |                                     | Deficiente: 21-40%     |  |         |
|                     |                                     | Moderado: 41-60%       |  |         |
|                     |                                     | Satisfactorio: 61-80%  |  |         |
|                     |                                     | Sobresaliente: 81-100% |  |         |
|                     |                                     |                        | $IG = \left(\frac{4.63 + 4.91}{10}\right) \times 100 = 95.4\%$ |         |

|  |   |                        |  |       |
|--|---|------------------------|--|-------|
| Medio ambiente                             | Índice de Medio Ambiente (IMA)                              | Crítico: 0-20%         | $IMA = \left( \frac{P7 + P8}{10} \right) x 100$        | 94.2% |
|  |   | Deficiente: 21-40%     |  |       |
|  |   | Moderado: 41-60%       |  |       |
|  |   | Satisfactorio: 61-80%  |  |       |
|  |   | Sobresaliente: 81-100% |  |       |
| Prácticas justas de operación              | Índice de Prácticas justas de operación (IPJ)               | Crítico: 0-20%         | $IPJ = \left( \frac{P9 + P10 + P11}{15} \right) x 100$ | 96.2% |
|  |   | Deficiente: 21-40%     |  |       |
|  |   | Moderado: 41-60%       |  |       |
|  |   | Satisfactorio: 61-80%  |  |       |
|  |   | Sobresaliente: 81-100% |  |       |
| Asunto de consumidores                     | Índice de Asunto de consumidores (IAC)                      | Crítico: 0-20%         | $IAC = \left( \frac{P12 + P13}{10} \right) x 100$      | 91.8% |
|  |   | Deficiente: 21-40%     |  |       |
|  |   | Moderado: 41-60%       |  |       |
|  |   | Satisfactorio: 61-80%  |  |       |
|  |   | Sobresaliente: 81-100% |  |       |
| Participación y desarrollo de la comunidad | Índice de Participación y desarrollo de la comunidad (IPDC) | Crítico: 0-20%         | $IPDC = \left( \frac{P14 + P15}{10} \right) x 100$     | 83.6% |
|  |   | Deficiente: 21-40%     |  |       |
|  |   | Moderado: 41-60%       |  |       |
|  |   | Satisfactorio: 61-80%  |  |       |
|  |   | Sobresaliente: 81-100% |  |       |

*Nota.* Esta tabla muestra los ejes temáticos de la norma ISO 26000, sus índices, los niveles de ponderación, la fórmula utilizada, y el porcentaje de cumplimiento calculado. *Fuente.* Diseño y elaboración propia.

## **Análisis General de la Encuesta Aplicada**

**Índice de Derechos Humanos (IDH).** El IDH para la empresa I.E. S.A.S. alcanzó un 95.8%, reflejando un compromiso destacado con el avance de los derechos humanos y el trato igualitario. Este alto nivel de cumplimiento demuestra la implementación de políticas claras y efectivas, las cuales fortalecen la confianza de los stakeholders, lo que a su vez incrementa su capacidad competitiva y la posiciona como líder en el mercado en aspectos clave como la ética y la responsabilidad social.

**Índice de Prácticas Laborales (IPL).** La empresa I.E. S.A.S. obtuvo un 87.8% en el Índice de Prácticas Laborales (IPL), debido a su responsabilidad en materia de seguridad y bienestar laboral, la cual está respaldada por la implementación de su Política Integral de HSEQ. No obstante, en este índice obtiene el segundo porcentaje de cumplimiento más bajo de la norma ISO 26000. Es importante destacar que la empresa puede fortalecer su desempeño en desarrollo profesional (puntaje de 4.06) mediante la ampliación de las oportunidades de capacitación y una comunicación interna asertiva.

**Índice de Gobernabilidad (IG).** I.E. S.A.S. alcanzó un 95.4% en el Índice de Gobernabilidad (IG), destacándose en ética y transparencia con un puntaje de 4.9, gracias a que dispone de políticas clave. Además, estas políticas fortalecen su reputación corporativa y aseguran la confianza de sus stakeholders. Además, la empresa obtuvo un 4.6 en claridad de información, demostrando su esfuerzo por comunicar sus políticas de manera clara, accesible y comprensible.

**Índice de Preguntas sobre Medio Ambiente (IMA).** Internacional de Eléctricos S.A.S. alcanzó un 94.2% en el Índice sobre Medio Ambiente (IMA), destacándose por su sólido compromiso con la sostenibilidad, gracias a la implementación de su Política Integral HSEQ, que

resalta los factores ambientales. Además, teniendo en cuenta que obtuvo un porcentaje ligeramente inferior al 95%, sería beneficioso evaluar si los proveedores cumplen con criterios ambientales. Asimismo, se recomendaría una comunicación proactiva de logros ambientales y capacitaciones continuas del personal, lo que permitirá una mejora continua en sus prácticas sostenibles.

**Índice de Preguntas sobre Prácticas Justas de Operación (IPJ).** En este índice, la empresa I.E. S.A.S. obtuvo un 96.2% de cumplimiento, alcanzando la calificación de Sobresaliente. Se destacó por su postura firme contra la corrupción (puntaje de 5/5) y por su alta transparencia en procesos como contrataciones y acuerdos comerciales (4.91/5), gracias a políticas claras y la ética empresarial. Aunque las relaciones éticas con proveedores, clientes y socios son positivas (4.52/5), existe un área de oportunidad para mejorar.

**Índice de Preguntas Sobre Asunto de Consumidores (IAC).** Internacional de Eléctricos S.A.S. obtuvo un 91.8% en el Índice de Asuntos de Consumidores (IAC), logrando la calificación de 'Sobresaliente'. Esto se debe a que dispone de políticas clave, como la Política de Devolución y Cambio. La empresa destaca por la alta satisfacción con la calidad de sus productos o servicios (4.5) y por su capacidad para ofrecer información clara y suficiente sobre los mismos (4.6). No obstante, I.E. S.A.S. tiene la oportunidad de perfeccionar la calidad de sus productos o servicios.

**Índice de Participación y Desarrollo de la Comunidad (IDC).** A pesar de que la empresa obtuvo una calificación 'Sobresaliente', con un 83.6% de cumplimiento, este es el valor más bajo en comparación con otros índices, lo que indica la necesidad de optimización. Para mejorar el compromiso comunitario, es indispensable desarrollar iniciativas más visibles y diversificar los proyectos de desarrollo sostenible elevaría la calificación y maximizaría el impacto positivo en la comunidad, alineándose con los estándares globales de responsabilidad social.

### **Matriz Marco Lógico**

En esta sección se aborda el análisis detallado mediante un conjunto de herramientas analíticas que no solo proporcionan una visualización clara y precisa del contexto actual de la empresa I.E. S.A.S. frente a los estándares establecidos por la norma ISO 26000, sino que también reconocen áreas clave y oportunidades estratégicas para la mejora.

Asimismo, proporciona una base robusta que fundamenta el diseño e implementación de un plan estratégico. Estas mejoras son esenciales, ya que buscan reforzar la responsabilidad social corporativa de la compañía. En esta investigación, la matriz del marco lógico sirve como una guía integral que prioriza acciones concretas, permitiendo un enfoque más efectivo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y promoviendo la integración de prácticas sostenibles en todos los procesos y áreas operativas de I.E. S.A.S.

### **Diagrama de Ishikawa**

Este diagrama permite organizar y representar las posibles causas subyacentes de un problema principal. De acuerdo con Flor Alba Rincón (2012), esta herramienta promueve la caracterización de los factores que inciden en un problema al presentar las causas de manera estructurada y gráfica.

A continuación, como observamos, en la Figura 13, presenta el problema central identificado en la empresa I.E S.A.S.

**Figura 13**

*Diagrama de Ishikawa diseñado para la empresa I.E S.A.S.*



*Fuente.* Diseño y elaboración propia

Mediante este diagrama, es posible evidenciar que las principales causas del débil impacto en Internacional de Eléctricos S.A.S. se relacionan con aspectos como la limitada participación comunitaria, la falta de programas de desarrollo profesional estructurados y la ausencia de políticas ambientales claras, lo que ha resultado en un cumplimiento parcial de los estándares de la norma ISO 26000.

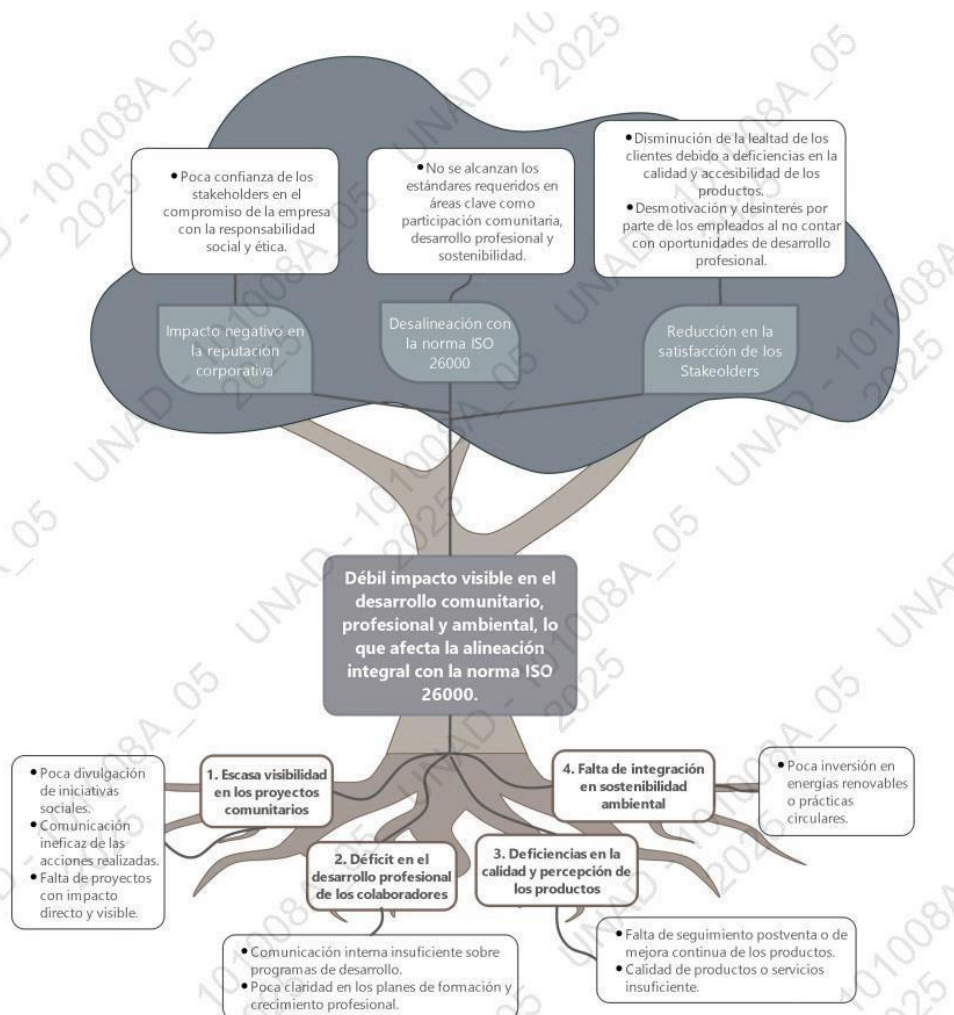
### **Diagrama de Árbol de Problemas**

Este diagrama permite la organización y estructuración de las causas y efectos relacionados con un problema raíz o central, facilitando así la visualización de su interrelación.

Como se ilustra en la Figura 14, se identificaron los problemas y efectos específicos observados en Internacional de Eléctricos S.A.S.

**Figura 14**

*Diagrama de Árbol de Problemas diseñado para la empresa I.E S.A.S.*



Nota: Árbol de Problemas (Internacional De Electricos S A S. 101008-5\_2025 UNAD) elaborada y diseñada por: José Luis Velásquez López

*Fuente.* Diseño y elaboración propia

El diagrama anterior nos permite evaluar que el débil impacto en el desarrollo comunitario, profesional y ambiental tiene múltiples causas interrelacionadas, que van desde la falta de programas estructurados hasta la limitada asignación de recursos. Los efectos identificados incluyen una reducida visibilidad de la empresa en la sociedad, especialmente en la comunidad local, además de un limitado desarrollo del personal, lo que impacta directamente en la efectividad de la ejecución de la norma ISO 26000.

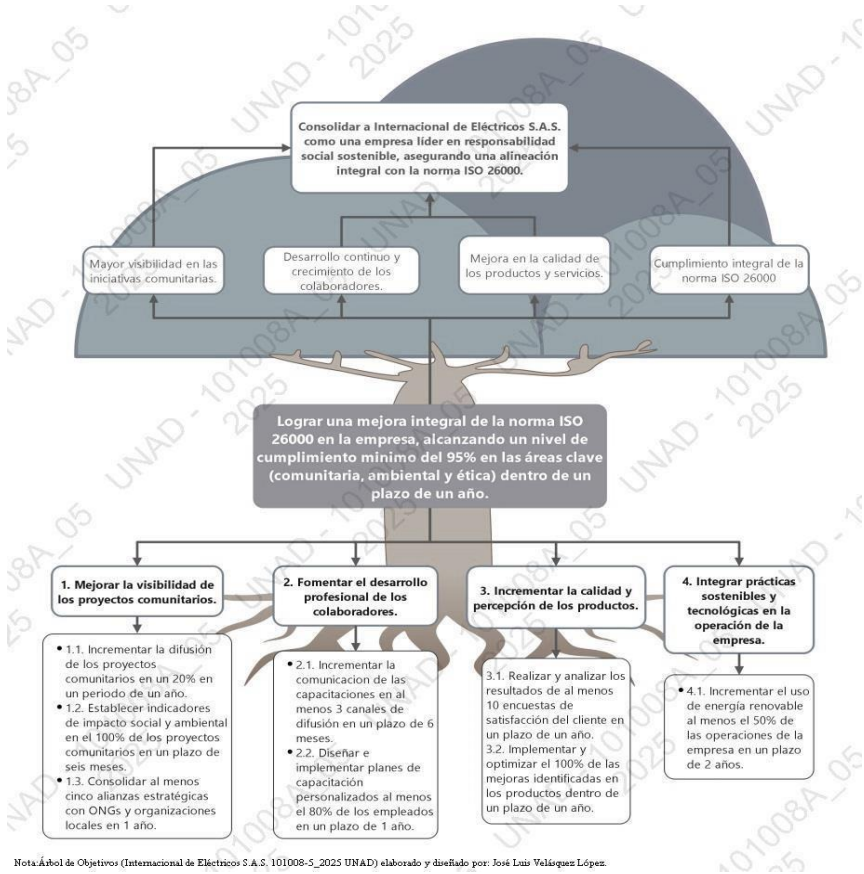
## Diagrama de Árbol de Objetivos

De acuerdo con Vinculación con el Medio UNAB (2024), esta metodología se basa en una estructura jerárquica que organiza medios y fines, transformando los problemas en soluciones y estableciendo conexiones claras entre los objetivos específicos, intermedios y principales.

En el caso de Internacional de Eléctricos S.A.S., a continuación, en la Figura 15 se evidencia el árbol de objetivos que transforma e ilustra los problemas en resultados estratégicos que orienten las acciones necesarias para lograr los resultados esperados.

**Figura 15**

*Diagrama de Árbol de Objetivos diseñado para la empresa I.E S.A.S.*



*Fuente.* Diseño y elaboración propia

El análisis evidencia cómo los objetivos específicos, como fortalecer la participación comunitaria y optimizar los procesos internos, contribuyen directamente al objetivo principal: fortalecer el impacto de la empresa en el desarrollo sostenible y social. Esta herramienta facilitó la identificación de medidas clave que promueven el cumplimiento de los parámetros de la responsabilidad social, mejorando la competencia y sostenibilidad organizacional.

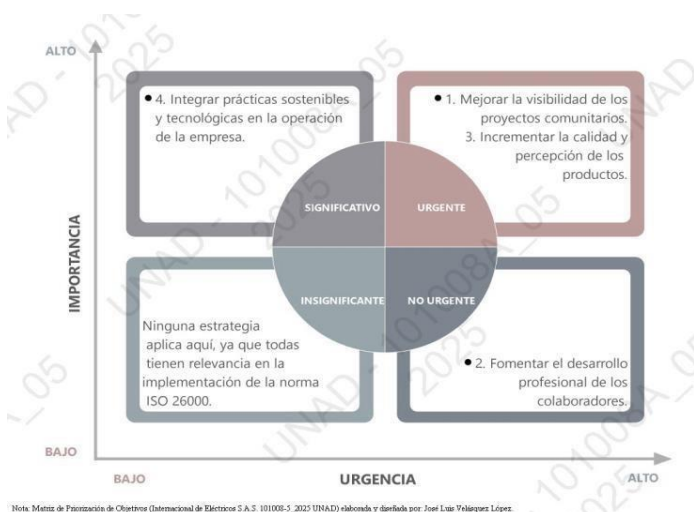
### Matriz Priorización de Objetivos

Hardaker y Ward (1986) sostienen que el Diagrama de Priorización de Objetivos se enfoca en determinar los Factores Críticos de Éxito (FCE) y las actividades clave para cada proceso, facilitando que las organizaciones dirijan sus esfuerzos hacia los aspectos más significativos para lograr sus metas.

A continuación, en la Figura 16, se expone la Matriz de Priorización de Objetivos desarrollada para la empresa Internacional de Eléctricos, que clasifica las metas identificadas según su relevancia e impacto esperado.

### Figura 16

*Matriz de Priorización de Objetivos diseñada para la empresa I.E S.A.S.*



*Fuente.* Diseño y elaboración propia

El análisis de la anterior matriz muestra que las acciones relacionadas con la difusión de proyectos comunitarios y la innovación y calidad de los productos son prioritarias, debido a su alta incidencia en la mejora de la percepción de la empresa y su alineación con los principios de sostenibilidad. Por otro lado, se identificaron objetivos secundarios que, aunque importantes, requieren de recursos y tiempo adicionales para su implementación.

### Matriz de Stakeholders

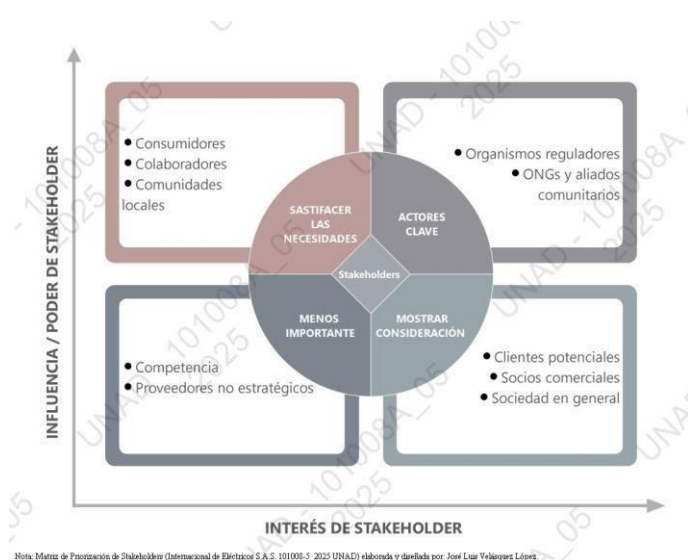
Freeman (1984) menciona que los stakeholders o grupos de interés son "cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa".

Este enfoque ofrece una visión integral para gestionar las relaciones con los actores fundamentales, lo cual fortalece su involucramiento y asegura que sus intereses sean tomados en cuenta dentro de los procesos organizacionales.

A continuación, en la Figura 17, se muestra la Matriz de Stakeholders para Internacional de Eléctricos S.A.S., donde se organizan los grupos para atender sus necesidades.

### Figura 17

*Matriz de Stakeholders diseñada para la empresa I.E S.A.S.*



*Fuente.* Diseño y elaboración propia

## Mapa Estratégico

### Matriz de Marco Lógico

La Matriz de Marco Lógico (MML) es una herramienta esencial en la gestión de estrategias, que facilita la conceptualización, el diseño y la evaluación de proyectos de investigación, promoviendo la intervención y comunicación entre las partes interesadas. Según Ortegón (2005), la MML se desarrolló para abordar problemas comunes en proyectos, como la falta de precisión, los múltiples objetivos, la ejecución ineficaz y la ausencia de evaluaciones objetivas. Su enfoque está orientado hacia los objetivos y los grupos beneficiarios, asegurando coherencia entre los problemas identificados y las acciones propuestas.

A continuación, observamos en la Figura 18 la MML propuesta para la empresa. Esta MML se implementó para estructurar acciones claras y medibles que respondieran a las problemáticas detectadas en el análisis organizacional, como el débil impacto en el desarrollo comunitario, profesional y ambiental. Esto permitió establecer objetivos específicos, actividades, indicadores y medios de verificación, garantizando un seguimiento efectivo de los avances y/o cumplimiento de la norma ISO 26000.

Figura 18

Matriz de Marco Lógico diseñada y propuesta para la empresa I.E SAS.

| Nivel                   | Objetivo   | Indicador  | Medios de Verificación  | Supuestos o Riesgos  |
|-------------------------|--|--|---|--|
| Fin (Impacto)           | Consolidar a Internacional de Eléctricos S.A.S. como una empresa líder en responsabilidad social sostenible, asegurando una alineación integral con la norma ISO 26000.                              | Posicionamiento en rankings nacionales e internacionales de sostenibilidad y responsabilidad social.                       | * Publicaciones de rankings como las 1,000 empresas más responsables del país.<br>* Reconocimientos y certificaciones externas.       | * Aparición de competidores con estándares más avanzados.<br>* Incremento en las exigencias regulatorias o normativas globales.                              |
|                         |  | Cumplimiento del 95-100% de los principios establecidos en la norma ISO 26000.   | * Informes de auditorías de cumplimiento normativo.<br>* Certificaciones de auditorías internas y externas en responsabilidad social. | * Falta de recursos financieros o humanos.<br>* Desafíos en la implementación integral de los principios.  |
| Propósito (Resultado)   | Lograr una mejora integral de la norma ISO 26000 en la empresa, alcanzando un nivel de cumplimiento mínimo del 95% en las áreas clave (comunitaria, ambiental y ética) dentro de un plazo de un año. | Porcentaje de cumplimiento de los principios de la norma ISO 26000 en las áreas de impacto comunitario, ambiental y ético. | * Auditorías de cumplimiento normativo.<br>* Encuestas de percepción de stakeholders.   | * Cambios regulatorios más exigentes en la ISO 26000.<br>* Falta de recursos para implementar mejoras integrales y sostenibles.                              |
| Componentes (Productos) | 1. Mejorar la visibilidad de los proyectos comunitarios.   | Porcentaje de stakeholders que reconocen los proyectos comunitarios.   | * Encuestas a stakeholders.<br>* Informes de impacto social.<br>* Publicaciones en medios internos y externos.                        | * Participación insuficiente de los stakeholders.<br>* Dificultad para medir el impacto a corto plazo.   |
|                         | 2. Fomentar el desarrollo profesional de los colaboradores.  | Porcentaje de empleados satisfechos con las oportunidades de desarrollo profesional.                                       | * Encuestas de satisfacción de empleados.<br>* Registros de asistencia a capacitaciones.  | * Resistencia de empleados a participar en programas.<br>* Falta de recursos para implementar programas de alta calidad.                                     |
|                         | 3. Integrar prácticas sostenibles y tecnológicas en la operación de la empresa.  | Porcentaje de operaciones que utilizan tecnologías verdes o energías renovables.   | * Informes operativos.<br>* Certificaciones ambientales.<br>* Auditorías de sostenibilidad.   | * Costos iniciales elevados.<br>* Falta de proveedores locales que ofrezcan tecnologías sostenibles.   |
|                         | 4. Incrementar la calidad y percepción de los productos.   | Índice de satisfacción del cliente (NPS).  | * Encuestas e informe de satisfacción del cliente.<br>* Análisis de retroalimentación.  | * Expectativas cambiantes de los clientes.<br>* Falta de recursos para mejorar productos rápidamente.  |
| Actividades             | 1.1: Aumentar la difusión de proyectos comunitarios.   | Número de proyectos comunitarios desarrollados y promocionados.  | * Informes de impacto social. (reportes, videos, testimonios).  | * Disponibilidad de recursos financieros y humanos.<br>* Participación activa de las comunidades locales.  |
|                         | 1.2: Establecer indicadores claros de impacto social y ambiental de los proyectos comunitarios.  | Porcentaje de proyectos con indicadores sociales y ambientales definidos.  | * Registros de indicadores definidos.   | * Falta de claridad o dificultad para medir el impacto en algunos proyectos.<br>* Escasa colaboración de las comunidades para obtener datos.                 |
|                         | 1.3: Desarrollar alianzas estratégicas con ONGs y organizaciones locales.  | Número de alianzas estratégicas establecidas con ONGs y organizaciones locales.  | * Acuerdos firmados con ONGs.<br>* Evidencia de proyectos colaborativos.  | * Disponibilidad y disposición de ONGs para participar.<br>* Intereses alineados entre la empresa y las organizaciones colaboradoras.                        |
|                         | 2.1: Mejorar la comunicación interna sobre las capacitaciones.   | Número de campañas internas de comunicación realizadas al año.   | * Informes de comunicación interna.<br>* Encuestas de satisfacción sobre las campañas.  | * Falta de interés o participación de los empleados.<br>* Eficiencia de los canales de comunicación interna.   |
|                         | 2.2: Establecer planes de capacitación personalizados.   | Porcentaje de empleados con planes de desarrollo profesional documentados.   | * Encuestas de satisfacción de empleados sobre oportunidades de desarrollo.   | * Falta de recursos o tiempo para ejecutar los planes.<br>* Baja participación o interés de los empleados en los programas de desarrollo.                    |
|                         | 3.1: Establecer mecanismos de retroalimentación con los consumidores.  | Número de encuestas de satisfacción realizadas y analizadas anualmente.  | * Informes de resultados de encuestas.<br>* Recomendaciones implementadas en base a la retroalimentación.                             | * Baja participación de los consumidores en las encuestas.<br>* Recursos insuficientes para analizar y actuar sobre la retroalimentación.                    |
|                         | 3.2: Mejorar la calidad de los productos.  | Número de mejoras implementadas en productos basadas en retroalimentación.   | * Encuestas de satisfacción del consumidor.<br>* Registros de ajustes y mejoras implementadas en productos.                           | * Falta de participación de los consumidores en las encuestas.<br>* Tiempo necesario para implementar mejoras de productos a partir de la retroalimentación. |
|                         | 4.1: Adoptar energías renovables y tecnologías verdes.   | Porcentaje de energía renovable utilizada en las operaciones.  | * Informes de implementación de tecnologías verdes.   | * Costos iniciales elevados de adopción.<br>* Falta de disponibilidad de proveedores locales de tecnologías verdes.  |

Nota: Matriz Marco Lógico (Internacional De Eléctricos S A S. 101008-5\_2023 UNAD) elaborada y diseñada por: José Luis Velásquez López

Nota. Esta grafica presenta las actividades, indicadores y medios de verificación, que permiten evaluar el direccionamiento de las actividades hasta alcanzar el impacto u objetivos propuestos para la empresa. Fuente. Diseño y elaboración propia.

El análisis muestra que se han definido intervenciones precisas, como el fortalecimiento de programas de desarrollo profesional, la difusión de proyectos comunitarios y la implementación de estrategias ambientales claras, todas ellas con indicadores y criterios de verificación que garantizan un monitoreo riguroso. Esta matriz permite a Internacional de Eléctricos S.A.S. avanzar de manera ordenada y eficiente, logrando así un alineamiento integral con los elementos de la norma ISO 26000.

### **Cuadro Score Card**

El cuadro de mando es una herramienta estratégica para medir, supervisar y evaluar el rendimiento empresarial desde una variedad de perspectivas clave. De acuerdo con Kaplan y Norton (1996), esta herramienta, también conocida como Cuadro de Mando Integral (CMI), permite alinear las acciones y objetivos de una empresa con su visión y estrategia. Para lograrlo, estos objetivos se dividen en cuatro áreas importantes: Desempeño financiero, Conocimiento del cliente, Procesos internos, Aprendizaje y crecimiento. Lo anterior facilita la evaluación y seguimiento minucioso del cumplimiento de los lineamientos y objetivos estratégicos a través de indicadores concretos y claros, orientando al equipo investigador en la toma de decisiones y la optimización continua.

Como podemos observar a continuación, en la Figura 19 se muestra la tabla de puntuación propuesta para I.E. S.A.S., que presenta las principales vistas de valoración y las métricas seleccionadas. La herramienta incorpora indicadores específicos para evaluar el progreso del cumplimiento de la norma ISO 26000 en aspectos clave previamente identificados (comunidad, ocupación y medio ambiente), así como para mejorar la eficacia y optimización de las actividades operacionales y productoras de la organización o empresa I.E. S.A.S., además de dar a conocer efectivamente los productos y servicios ofertados.

**Figura 19**

*Cuadro Score Card diseñado y propuesto para la empresa Internacional de Eléctricos SAS.*

|   |   |   |  |   |  |
|---|---|---|--|---|--|
| Visión  | Conectar e iluminar vidas.  |   |  |   |  |
| Misión  | Ser la mejor opción para conectar e iluminar vidas, generando valor e innovación con felicidad empresarial y aportando en la construcción de un mundo verde.  |   |  |   |  |
| Temas centrales                                 | ^ Visibilidad proyectos ^ Desarrollo profesional ^ Calidad productos ^ Sostenibilidad   |   |  |   |  |
| Resultados estratégicos                         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mayor visibilidad en las iniciativas comunitarias.</li> <li>2. Desarrollo continuo y crecimiento de los colaboradores.</li> <li>3. Mejora en la calidad de los productos y servicios.</li> <li>4. Cumplimiento integral de la norma ISO 26000.</li> </ol> |   |  |   |  |
|   | <b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>   |   | <b>Indicadores clave de rendimiento (KPI)</b>  | <b>OBJETIVOS</b>  | <b>INICIATIVAS</b>   |
| <b>PERSPECTIVAS FINANCIERAS</b>                 | 4.1: Adoptar energías renovables y tecnologías verdes.  |   | % de reducción de costos operativos por energías renovables y tecnologías verdes.[]  | Reducir costos operativos con la adopción de energías renovables.[]   | Implementar tecnologías verdes y energías renovables en las operaciones de la empresa.   |
| <b>PERSPECTIVA DEL CLIENTE</b>                  | 1.1: Aumentar la difusión de proyectos comunitarios.  | 1.3: Desarrollar alianzas estratégicas con ONGs y organizaciones locales. | % de stakeholders que reconocen los proyectos comunitarios.<br>Número de alianzas estratégicas establecidas con ONGs y organizaciones locales. | Aumentar la visibilidad de los proyectos comunitarios.<br>Establecer al menos 3 alianzas con ONGs y organizaciones locales. | Desarrollar campañas de comunicación para promover los proyectos comunitarios.<br>Identificar y colaborar con ONGs y organizaciones locales para ampliar el alcance de los proyectos.                    |
|   |   | 3.1: Establecer mecanismos de retroalimentación con los consumidores.     | Número de encuestas de satisfacción realizadas anualmente.<br>Número de mejoras retroalimentación implementadas en productos.                  | Obtener retroalimentación continua de los consumidores.<br>Implementar mejoras continuas en los productos.                  | Crear y distribuir encuestas de satisfacción del cliente de manera regular.<br>Establecer un sistema para analizar y aplicar la retroalimentación de los consumidores a la mejora continua de productos. |
| <b>PERSPECTIVA DE LOS PROCESOS INTERNOS</b>     | 1.2: Establecer indicadores claros de impacto social y ambiental de los proyectos comunitarios.   |   | % de proyectos con indicadores sociales y ambientales establecidos.  | Establecer indicadores claros de impacto para todos los proyectos.  | Desarrollar indicadores de impacto social y ambiental específicos para cada proyecto.  |
| <b>PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b> | 2.1: Implementar programas de capacitación continua y desarrollo de habilidades.  |   | Número de campañas de capacitación internas realizadas.  | Mejorar la comunicación interna sobre las oportunidades de desarrollo.  | Establecer un sistema de comunicación interna.   |
|   | 2.2: Establecer planes de capacitación personalizados.  |   | % de empleados con planes de desarrollo profesional documentados.  | Implementar planes personalizados para cada empleado.   | Crear planes de desarrollo profesional personalizados para los empleados.  |

Nota: Cuadro Score Card (Internacional De Electricos S.A.S. 101008-5\_2025 UNAD) elaborada y diseñada por: José Luis Velásquez López

*Nota.* Esta matriz Cuadro Scorecard presenta los indicadores clave de desempeño (KPI) diseñados y propuestos para la empresa Internacional de Eléctricos SAS. *Fuente.* Diseño y elaboración propia.

El análisis del Cuadro Scorecard diseñado y propuesto para a la empresa, refleja un enfoque integral hacia la gestión estratégica de Internacional De Eléctricos S.A.S, evidenciando un compromiso claro con la sostenibilidad y la responsabilidad social. los indicadores estratégicos diseñados no solo están alineados con la visión y los objetivos de la empresa, sino que también consideran aspectos clave como el fortalecimiento de la comunicación interna y externa, la mejora de la calidad en las relaciones con stakeholders, y la implementación de prácticas ambientales sostenibles.

Dentro de las acciones destacadas se encuentran la difusión proactiva de proyectos comunitarios, lo que incrementa la percepción positiva de la empresa en su entorno social; la ejecución de programas de formación continua, enfocados en el desarrollo del talento humano y la sensibilización hacia prácticas responsables; y la implementación de políticas ambientales claras, que contribuyen a minimizar el impacto ecológico de sus operaciones.

Estos indicadores no solo miden el impacto y la efectividad de las acciones implementadas, sino que también contribuyen a la creación de un sistema de retroalimentación continua, asegurando la adaptación estratégica necesaria para mantener el cumplimiento de estándares internacionales como la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este sentido, el cuadro de mando se está convirtiendo en una herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas basadas en datos objetivos y análisis cuidadoso de resultados, contribuyendo a la mejora continua y al logro de metas a corto, mediano y largo plazo.

## **Plan de Mejoramiento**

En esta sección se presenta el desarrollo integral del Plan de Mejoramiento, una guía estructurada que orienta las acciones estratégicas necesarias para cerrar las brechas identificadas en el análisis previo, que además detalla los objetivos estratégicos de cada elemento de la norma a optimizar, las iniciativas o estrategias, los responsables, prioridad de objetivo y plazos necesarios para alcanzar los objetivos planteados.

### **Plan de Acción**

Esta herramienta estratégica fue diseñada para traducir los objetivos de responsabilidad social empresarial (RSE) y sostenibilidad en actividades concretas y medibles, alineadas con los parámetros y criterios de la norma ISO 26000 y el desarrollo sostenible.

Estos planes de acción no solo sirven como un marco operativo, sino también como una herramienta de comunicación que asegura la alineación entre los objetivos estratégicos y las expectativas de los stakeholders, fortaleciendo la reputación de la empresa, posicionándola como un referente de responsabilidad social y sostenibilidad, al tiempo que crea valor compartido para la comunidad, los empleados, otros grupos de interés y el medio ambiente a largo plazo.

A continuación, observamos en la Tabla 3 el plan de acción y seguimiento propuesta para la empresa. El propósito de este plan es establecer una hoja de ruta estructurada que permita implementar iniciativas en las áreas clave de la empresa: participación comunitaria, prácticas laborales, asuntos de consumidores y medio ambiente. Cada objetivo estratégico está respaldado por estrategias, actividades detalladas y cronogramas definidos, lo que permite el seguimiento y la valoración del progreso del proyecto en cada una de sus etapas.

**Tabla 3***Cuadro Plan de Acción propuesto para I.E S.A.S*

| Tema de la norma ISO 26000                        | Objetivo estratégico                                    | Estrategias   | Actividades  | Fecha inicio | Fecha fin | Indicador   | Asignada a | Prioridad |
|---|---|---|--|--------------|-----------|---|------------|-----------|
| Participación activa y desarrollo de la comunidad | 1. Mejorar la Visibilidad de los proyectos comunitarios | 1. Desarrollar campañas de comunicación para promover los proyectos comunitarios. | <p>Mes 1-6: Planificación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Identificar los proyectos comunitarios a promocionar.</li> <li>* Diseñar un plan de comunicación para los stakeholders</li> <li>* Crear materiales promocionales Digitales.</li> <li>* Contratar personal o agencias externas para apoyar la comunicación.</li> </ul> <p>Mes 7-9: Ejecución</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Lanzar campañas en redes sociales y redes sociales de la Empresa.</li> <li>* Organizar eventos locales y webinars para destacar los logros de los proyectos.</li> <li>* Publicar informes intermedios con avances.</li> </ul> <p>Mes 10-12: Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar encuestas para medir el reconocimiento de los stakeholders.</li> <li>* Evaluar el alcance y efectividad de las campañas a través de encuestas.</li> <li>* Generación de Informe Final.</li> </ul> | 1/2/2025     | 31/1/2026 | Número de proyectos comunitarios desarrollados y promocionados. | José V. L  | URGENTE   |

|   |  |          |           |  |           |         |
|---|--|----------|-----------|--|-----------|---------|
| 2. Desarrollar indicadores de impacto social y ambiental para cada proyecto.                          | <p>Mes 1-2: Definir Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Identificar las métricas relevantes para medir impacto social y ambiental.</li> <li>* Alinear los indicadores con base en la Norma ISO 26000.</li> </ul> <p>Mes 3-4: Validación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Revisar y validar los indicadores definidos previamente con las partes interesadas (Stakeholders).</li> </ul> <p>Mes 5-6: Implementación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Aplicar los indicadores a cada proyecto comunitario activo.</li> <li>* Capacitar al personal encargado del registro y seguimiento de los indicadores.</li> <li>* Elaborar un Informe final de los alcances logrados</li> </ul> | 1/2/2025 | 31/7/2025 | Porcentaje de proyectos con indicadores sociales y ambientales definidos.      | José V. L | URGENTE |
| 3. Identificar y Colaborar con ONG y organizaciones locales para ampliar el alcance de los proyectos. | <p>Mes 1-4: Caracterización y Mapeo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Identificar ONG y organizaciones locales con objetivos alineados a los proyectos de la empresa.</li> <li>* Realizar una base de datos de dichas ONG y organizaciones Locales (Nombre, Razón social, Localización, Gerente...)</li> </ul> <p>Mes 5-8: Acuerdo entre partes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Programar y ejecutar reuniones con los representantes de dichas ONG y organizaciones locales.</li> <li>* Definir y formalizar acuerdos mediante contratos o convenios de colaboración.</li> </ul>  | 1/2/2025 | 31/1/2026 | Número de alianzas estratégicas establecidas con ONG y organizaciones locales. | José V. L | URGENTE |

|                     |   |  |  |          |          |  |                    |            |
|---------------------|---|--|--|----------|----------|--|--------------------|------------|
|                     |   |  | <p>* Formalizar acuerdos mediante contratos o convenios de colaboración.</p> <p>Mes 9-12: Implementación</p> <p>* Realizar actividades conjuntas con las organizaciones aliadas (eventos, capacitaciones, iniciativas comunitarias).</p> <p>* Elaborar un Informe final de los alcances logrados.</p>  |          |          |  |                    |            |
| Prácticas laborales | 2. Fomentar el desarrollo profesional de los colaboradores. | 1. Fomentar el desarrollo integral de los empleados en los ámbitos profesional y personal, mediante prácticas laborales que fomenten el desarrollo de habilidades, competencias y conocimientos. | <p>Mes 1 al 2: Plan de Desarrollo Individual (PDI)</p> <p>* Crear un plan personalizado para cada colaborador, identificando sus fortalezas, debilidades, objetivos y necesidades de desarrollo.</p> <p>* Asigna un mentor experimentado para guiar y apoyar a cada colaborador en su crecimiento profesional.</p> <p>Mes 3 al 5: Formación y Aplicación de Conocimientos</p> <p>* Ofrecer cursos, talleres y programas de formación para desarrollar habilidades y conocimientos específicos.</p> <p>Mes 6 al 8: Seguimiento y Evaluación</p> <p>* Proporciona retroalimentación regular y evalúa el progreso de cada colaborador para ajustar el plan de desarrollo.</p> <p>Mes 9 al 12: Reconocimiento y Oportunidades de Crecimiento</p> | 1/2/2025 | 1/2/2026 | Porcentaje de empleados satisfechos con su crecimiento profesional | Francy M Bohórquez | NO URGENTE |



|                         |  |  |  |          |          |   |                |         |
|-------------------------|--|--|--|----------|----------|---|----------------|---------|
| Asuntos de consumidores | 3. Incrementar la Calidad y percepción de los productos. | 1. Establecer mecanismos de retroalimentación con los consumidores | <p>* Reconocer y recompensar los logros y contribuciones de los stakeholders para motivarlos y consolidar su desarrollo profesional dentro de la organización.</p> <p>Mes 1 y 2 Diseño de encuestas:<br/>* Diseñar encuestas específicas para diferentes líneas de productos, incluyendo preguntas sobre calidad, servicio y sugerencias de mejora.</p> <p>Mes 3 al 6 Implementación de sistema:<br/>* Implementar un sistema automatizado de envío de encuestas postventa a través de correo electrónico.</p> <p>Mes 7 Establecer canal de comunicación:<br/>* Establecer un canal de comunicación directa mediante una línea telefónica dedicada para retroalimentación.</p> <p>Mes 8 y 9 Implementar formulario web:<br/>* Crear un formulario en línea permanente en el sitio web para recoger opiniones y sugerencias.</p> <p>Mes 3, 6, 9 y 12 Entrevista a clientes clave:<br/>* Realizar entrevistas trimestrales con clientes clave para obtener retroalimentación detallada</p> | 1/2/2025 | 1/2/2026 | Número de encuestas de satisfacción realizadas anualmente | Néstor Morales | URGENTE |
|                         |  | 2. Optimizar la excelencia de los productos.                       | <p>Mes 1 al 4: Implementar un Sistema de Gestión de Calidad<br/>* Establecer un sistema para examinar y aplicar la retroalimentación de los</p>  | 1/2/2025 | 1/2/2026 | Número de mejoras implementadas en los productos          | Néstor Morales | URGENTE |

consumidores en pro de la mejora continua de los productos.

Mes 5 al 6: Establecer Comité de Mejora Continua e Iniciar Programa de Capacitación

\* Establecer un comité de mejora continua.

Una vez conformado, este se reunirá mensualmente para evaluar resultados.

\* Implementar un programa de capacitación.

Una vez listo, las capacitaciones se llevarán a cabo de forma trimestral para el personal, sobre estándares de calidad y mejores prácticas.

Mes 7 al 10: Desarrollar un Protocolo o de auditoría de Pruebas de Calidad.

\* Desarrollar un protocolo de pruebas de calidad. Este debe ser de rigor para cada producto.

Mes 8 al 12: Crear un Sistema de Trazabilidad

\* Crear un sistema de trazabilidad, cuyo propósito será el seguimiento del producto desde su fabricación hasta su entrega.

|                |   |  |   |          |          |   |                |         |
|----------------|---|--|---|----------|----------|---|----------------|---------|
| Medio Ambiente | 4. Implementar prácticas sostenibles y tecnológicas en las operaciones empresariales. | 1. Aumentar el uso de energía renovable en al menos el 50% de las operaciones realizadas por la empresa. | Mes 1-6: Identificación<br>Realizar una auditoría energética en cada una de las sucursales para identificar las áreas de mayor consumo y las posibles ineficiencias de consumo en las diferentes áreas de la empresa.<br>Mes 7-12: Plan de Acción | 2/1/2025 | 2/1/2027 | Porcentaje de consumo de energía renovable utilizada en las operaciones | Marcela Bermeo | URGENTE |
|----------------|---|--|---|----------|----------|---|----------------|---------|

Iniciar la implementación de sistemas fotovoltaicos en las diferentes sucursales de manera paulatina como estrategia clave para el ahorro de consumo energético y la generación de energía limpia en su día a día. Fomentar en el equipo de trabajo una cultura de ahorro energético para darles a conocer la importancia de desarrollar prácticas sostenibles en sus actividades diarias.

Mes 13-18: Verificación

Realizar auditorías para la verificación del mejoramiento del consumo energético y la validación de las buenas prácticas desarrolladas por el personal de la organización en cada una de las actividades desempeñadas.

Mes 19-24: Resultados

Durante los últimos seis meses, presentar el informe de resultados a la junta directiva y al personal de cada una de las sucursales.

---

*Nota.* Este cuadro resume los objetivos estratégicos de cada elemento de la norma a optimizar, junto con las iniciativas, responsables, prioridades y plazos establecidos, garantizando una gestión eficiente y alineada con la Norma ISO 26000 y los ODS de la empresa Internacional de Eléctricos SAS. *Fuente.* Diseño y elaboración propia.

## Conclusiones

El análisis de los fundamentos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) permitió conocer una conexión directa entre la gestión estratégica y la aplicación eficiente de las prácticas de RSE. Este vínculo demuestra que la integración de la RSE en los planes estratégicos de la empresa no solo fortalece su sostenibilidad y reputación, sino que, además, favorece la creación de valor útil para los stakeholders y el entorno en el que opera. El diagnóstico realizado en la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A.S en Bucaramanga evidenció un nivel parcial de desempeño de la norma ISO 26000 en sus prácticas de RSE. Si bien la empresa ha implementado iniciativas relevantes en áreas como impacto comunitario, sostenibilidad ambiental y relaciones éticas, se identificaron brechas en la medición de impacto, la comunicación con stakeholders y la alineación integral de sus operaciones con los principios de la norma.

Mediante la aplicación del marco lógico, se han identificado y reconocido los principales problemas que afectan la adherencia de los requisitos de la norma ISO 26000., incluida la falta de indicadores claros de los efectos sociales y medioambientales, la visibilidad limitada de los proyectos comunitarios y la ausencia de un sistema estructurado para el monitoreo y seguimiento de las iniciativas de RSE. Estos problemas han generado desafíos en la consolidación de relaciones éticas y sostenibles con proveedores, comunidades y otros stakeholders clave. El plan estratégico de RSE desarrollado para la sucursal de Internacional de Eléctricos S.A. en Bucaramanga propone un enfoque integral, direccionado y fundamentado en la norma ISO 26000. Este plan incluye objetivos claros, estrategias concretas y actividades detalladas que fortalecen áreas clave como la visibilidad de los proyectos comunitarios, el desarrollo profesional de los trabajadores y socios, la gestión de relaciones éticas con los stakeholders e implementación de prácticas sostenibles.

### Referencias Bibliográficas

- Alba Rincón, F. (2012). *El diagnóstico empresarial como herramienta de gestión gerencial*. Aglala, 3(1), 103–120. <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/887>
- Analitik, V. (2023, abril 24). *El compromiso social y ambiental de BBVA en Colombia*. Valora Analitik. <https://www.valoraanalitik.com>
- Bavaria. (2023). *Resumen digital del informe de sostenibilidad 2023*. Bavaria. <https://www.bavaria.co/sites/g/files/seuoyk1666/files/2024-05/Resumen%20Digital%20InformedeSostenibilidad-2023.pdf>
- Brundtland, G. H. (1987). *Our common future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford University Press.
- Calle, A. (2024, octubre 8). *Nuestro programa Buena Onda fue reconocido por Colsubsidio Xposable - Nutresa*. Nutresa. <https://gruponutresa.com/nuestro-programa-buena-onda-fue-reconocido-por-colsubsidio-xposable/17651/>
- Castrillón, M. A. G. (2021). *El concepto de gobierno corporativo*. Revista de Estudios Avanzados, 10(3). <https://www.redalyc.org/journal/3579/357966632009/html/>
- Chaves, E. J., & Chaves, E. J. (s.f.). *Distribución y concentración en marx-el análisis estadístico pendiente-*. Recuperado el 21 de noviembre 2024. Scielo. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-86932013000100036](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932013000100036)
- Contreras Sierra, E. R. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Pensamiento & Gestión, (35), 152-181. Universidad del Norte. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64629832007>
- Creswell, J. W., & Creswell, D. J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE. <https://www.unida.edu.py/v4/wp->

content/uploads/2023/12/ANALISIS-Y-FUNDAMENTACION-DE-LOS-DISENOS-DE-  
INVESTIGACION-EXPLORANDO-LOS-ENFOQUES-CUANTITATIVOS-  
CUALITATIVOS-Y-MIXTOS-BASADOS-EN-CRESWELL-CRESWELL-.pdf

Editorial. (2022, abril 18). *Conoce las empresas que ayudan al medio ambiente - Revista Consultoría*. Revista Consultoría. <https://revistaconsultoria.com.mx/conoce-las-empresas-que-ayudan-al-medio-ambiente/>

ONU Medio Ambiente. (s. f.). *El mundo debe superar la era de los desechos y convertirlos en recursos: Informe de la ONU*. UN Environment Programme. Recuperado el 21 de noviembre 2024. <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/el-mundo-debe-superar-la-era-de-los-desechos-y>

Elkington, J. (2016). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business*. New Society Publishers.

Ellen MacArthur Foundation. (2013). *Towards the circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition*. Ellen MacArthur Foundation.

Escuela de Organización Industrial. (2013, mayo 30). *Responsabilidad social empresarial*. EOI. <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10>

Flórez, M., & Flórez, M. (2023, noviembre 3). *Empresas colombianas con responsabilidad social*. Red de Árboles. <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/730/4/empresas-colombianas-con-responsabilidad-social>

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Press.

Grupo Nutresa S.A. (2023). *Informe de sostenibilidad 2023*. Grupo Nutresa. [https://data.gruponutresa.com/informes/Informe\\_de\\_Sostenibilidad\\_2023-Grupo\\_Nutresa.pdf](https://data.gruponutresa.com/informes/Informe_de_Sostenibilidad_2023-Grupo_Nutresa.pdf)

Hardaker, M., & Ward, B. (1986). *Process quality management makes a quality management team.*

Harris, L., & Crane, A. (2002). *The greening of organizational culture: Management views on the depth, degree and diffusion of change.* Journal of Organizational Change Management, 15, 214-234.

IE Grupo. (s.f.). *Página principal de IE Grupo.* Recuperado el 21 de noviembre 2024  
<https://www.iegrupo.co/#/>

Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas CDMX (IMEF CDMX). (2021, septiembre 20). *¿Qué es gobierno corporativo y cómo funciona? IMEF CDMX.*  
<https://cdmx.imef.org.mx/blog/gobierno-corporativo/que-es-gobierno-corporativo-y-como-funciona/>

Internacional de Eléctricos. (s.f.). *Política HSEQ.* <https://www.iegrupo.co>

International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Responsabilidad social.*  
<https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

Isaac, E. P. (s.f.). *Las teorías del crecimiento económico: notas críticas para incursionar en un debate inconcluso.* Scielo. Recuperado el 21 de noviembre 2024.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2074-47062016000100004](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2074-47062016000100004)

Jhero. (s.f.). *Internacional de Eléctricos.* Recuperado el 22 de noviembre 2024.  
<https://www.iegrupo.co/#/nosotros>

Kaplan, R., & Norton, D. (1996). *El cuadro de mando integral.* The balanced scorecard. Gestión 2000.

Klassen, R. D., & McLaughlin, C. P. (2019). *The impact of environmental management on firm performance.* Management Science, 42(8), 1199-1214.

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing (14.ª ed.)*. Pearson.
- López, J. F. (2024, mayo 28). *Los 14 principios de la administración: Importancia y ejemplos*. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/14-principios-de-administracion-henri-fayol.html>
- Macias, A. M. (2013). *Evolución de la teoría administrativa*. *Revista Colombiana de Psicología*, 19(3), 269-290. <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v19n3/12.pdf>
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. Vintage Books.
- Ortegon, J. F., Pacheco, A., & Prieto, A. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Repositorio Cepal.
- Pardinas, F. (1991). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales (32.ª ed.)*. Editorial Siglo XXI.
- Porter, M., & Kramer, M. R. (2006). *Estrategia y sociedad*. *Harvard Business Review*, 1(14), 1-14.
- Protección de Datos. (s.f.). *Responsabilidad social corporativa (RSC)*. Protección de Datos. Recuperado el 22 de noviembre 2024. <https://protecciondatos-lopdp.com/empresas/responsabilidad-social-corporativa-rsc/>
- Robèrt, K.-H. (2002). *The natural step story: Seeding a quiet revolution*. New Society Publishers.
- Sanabria, M. (s.f.). *El pensamiento organizacional estratégico: una perspectiva diacrónica*. Recuperado el 21 de noviembre 2024. Scielo. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512004000200005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512004000200005)
- Sánchez Murillo, A. J. (2006). *Peter Drucker, innovador maestro de la administración de*

- empresas*. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, (2), 69-89. Universidad El Bosque. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634344005>
- Sullivan, R., & Gouldson, A. (2012). *Environmental policy and industrial innovation: Integrating environment and economy through ecological modernization*. Earthscan.
- Tamayo y Tamayo, M. (1983). *El proyecto de investigación*. Serie Textos Universitarios de ICESI.
- Computrabajo. (s.f.). *Trabajar en Internacional de Eléctricos S.A.S Colombia - Información Laboral noviembre 2024*. Recuperado el 21 de noviembre 2024. <https://co.computrabajo.com/iegrupo>
- Unilever PLC. (2024, octubre 25). *El propósito de vida sostenible de Unilever se refleja en el crecimiento de sus marcas*. Unilever. <https://www.unilever-northlatam.com/news/press-releases/2019/el-proposito-de-vidsostenible-de-unilever-se-refleja-en-el-crecimiento-de-sus-marcas/>
- Vinculación con el Medio UNAB. (2024, junio 11). *¿Qué es un árbol de objetivos?*. Vinculación con el Medio UNAB. <https://vinculacion.unab.cl/wiki/que-es-un-arbol-deobjetivos/>

## Apéndice

### Apéndice A

*Ejemplo del procedimiento de cálculo para promediar los indicadores de cada materia y determinar el porcentaje de cumplimiento de la norma ISO 26000 en la empresa I.E. SAS, basado en los resultados obtenidos en la encuesta realizada en la sucursal objeto de estudio.*

#### **Metodología de cálculo**

Para calcular el promedio de los indicadores de cada materia, se estableció inicialmente el puntaje de ponderación de cada opción de respuesta por pregunta. Cada indicador está ligado a una pregunta específica dentro de un tema de la norma, lo que permite identificar los subindicadores correspondientes.

Por ejemplo, para el tema de la norma de Derechos Humanos (IDH), se incluyeron dos preguntas en la encuesta. Por lo tanto, se calcularon los siguientes subindicadores:

Subindicador P1: Respeto por los derechos humanos.

Subindicador P2: Igualdad y no discriminación.

Si el tema incluyera 3, 4, 5 o más preguntas, se calcularía un subindicador para cada una de ellas, generando así la misma cantidad de subindicadores que preguntas planteadas.

#### **Cálculo del Indicador de Derechos Humanos (IDH)**

##### **Ponderación por respuesta.**

##### ***P1 / P2.***

Sí, completamente / Totalmente de acuerdo: 5

Parcialmente / Parcialmente de acuerdo: 3

No, en absoluto / En desacuerdo: 1 punto

No lo sé: 0

**Calculo Subindicador P1: Respeto derechos humanos*****Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Sí, completamente: 96%

Parcialmente: 4%

No, en absoluto: 0%

No lo sé: 0%

**Calculo:**

$$p1 = \left( \frac{(96 \times 5) + (4 \times 3) + (0 \times 1) + (0 \times 0)}{100} \right)$$

$$p1 = \left( \frac{(480) + (12) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p1 = \left( \frac{492}{100} \right) = 4.92$$

**Calculo Subindicador P2: Igualdad y no discriminación*****Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Totalmente de acuerdo: 83%

Parcialmente de acuerdo: 17%

En desacuerdo: 0%

No lo sé: 0%

**Calculamos:**

$$p2 = \left( \frac{(83 \times 5) + (17 \times 3) + (0 \times 1) + (0 \times 0)}{100} \right)$$

$$p2 = \left( \frac{(415) + (51) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p2 = \left( \frac{466}{100} \right) = 4.66$$

### ***Cálculo del Indicador de Prácticas Laborales (IPL)***

#### **Ponderación por respuesta**

#### ***P3 / P4***

De acuerdo / Frecuentemente: 5

Parcialmente de acuerdo / Ocasionalmente: 3

En desacuerdo / Nunca: 1 punto

No lo sé: 0

#### **Calculo Subindicador P3: Seguridad y salud en el trabajo**

#### ***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

De acuerdo: 89,1%

Parcialmente de acuerdo: 8,7%

En desacuerdo: 0%

No lo sé: 2,2%

#### **Calculamos:**

$$p3 = \left( \frac{(89.1 \times 5) + (8.7 \times 3) + (0 \times 1) + (2.2 \times 0)}{100} \right)$$

$$p3 = \left( \frac{(445.5) + (26.1) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p3 = \left( \frac{471.6}{100} \right) = 4.72$$

#### **Calculo Subindicador P4: Desarrollo personal y profesional**

#### ***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Frecuentemente: 63%

Ocasionalmente: 30,4%

Nunca: 0%

No lo sé: 6,6%

$$p4 = \left( \frac{(63 \times 5) + (30.4 \times 3) + (0 \times 1) + (6.6 \times 0)}{100} \right)$$

$$p4 = \left( \frac{(315) + (91.2) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p4 = \left( \frac{406}{100} \right) = 4.06$$

### ***Cálculo del Indicador de Gobernabilidad (IG)***

#### **Ponderación por respuesta:**

#### ***P5 / P6***

Muy clara / Sí: 5

Parcialmente clara / A veces: 3

Poco clara / No: 1

No lo sé: 0

#### **Ponderación por respuesta**

#### ***P7:***

Muy clara: 84,8%

Parcialmente clara: 13%

Poco clara: 0%

No lo sé: 2,2%

### **Calculo SubindicadoP5: Claridad de la información**

#### ***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Muy clara: 84,8%

Parcialmente clara: 13%

Poco clara: 0%

No lo sé: 2,2%

**Calculamos**

$$p5 = \left( \frac{(84.8 \times 5) + (13 \times 3) + (0 \times 1) + (2.2 \times 0)}{100} \right)$$

$$p5 = \left( \frac{(424) + (39) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p5 = \left( \frac{463}{100} \right) = 4.63$$

***Calculo Subindicador P6: Principios éticos y transparencia***

***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Sí: 95,7%

A veces: 4,3%

No: 0%

No lo sé: 0%

$$p6 = \left( \frac{(95.7 \times 5) + (4.3 \times 3) + (0 \times 1) + (0 \times 0)}{100} \right)$$

$$p6 = \left( \frac{(478.5) + (12.9) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p6 = \left( \frac{491.4}{100} \right) = 4.91$$

***Cálculo del Indicador sobre Medio ambiente (IMA)***

**Ponderación por respuesta:**

***P7/P8***

Totalmente de acuerdo / Muy evidente: 5

Parcialmente de acuerdo / Poco evidente: 3

En desacuerdo / Nada evidente: 1

No lo sé: 0

**Calculo Subindicador P7: Promoción de un uso responsable de recursos.**

***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Totalmente de acuerdo: 87,0%

Parcialmente de acuerdo: 10,9%

En desacuerdo: 0,0%

No lo sé: 2,2%

**Calculamos:**

$$p7 = \left( \frac{(87 \times 5) + (10.9 \times 3) + (0 \times 1) + (2.2 \times 0)}{100} \right)$$

$$p7 = \left( \frac{(435) + (32.7) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p7 = \left( \frac{468}{100} \right) = 4.68$$

***Calculo Subindicador P8: Gestión responsable de residuos***

***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Muy evidente: 93,5%

Poco evidente: 2,2%

Nada evidente: 0,0%

No lo sé: 4,3%

**Calculamos:**

$$p8 = \left( \frac{(93.5 \times 5) + (2.2 \times 3) + (0 \times 1) + (4.3 \times 0)}{100} \right)$$

$$p8 = \left( \frac{(468) + (66) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p8 = \left( \frac{474}{100} \right) = 4.74$$

***Cálculo del Indicador de Prácticas justas de operación (IPJ)***

**Ponderación por respuesta:**

***P9:***

5 (Siempre): 5

4: (Casi Siempre): 4

3 (A veces): 3

2 (Frecuentemente): 2

1 (Nunca): 1

***P10 y P11:***

Sí, totalmente / Sí, completamente: 5

Parcialmente / A veces: 3

No: 1

No lo sé: 0

**Calculo Subindicador P9: Relaciones éticas actores**

***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

5 (Siempre): 67.4%

4 (Casi Siempre): 26.1%

3 (A veces): 2,2%

2 (Frecuentemente):0%

1 (Nunca): 4.3%

**Calculamos**

$$p9 = \left( \frac{(67.4 \times 5) + (26.1 \times 4) + (2.2 \times 3) + (0 \times 2) + (4.3 \times 1)}{100} \right)$$

$$p9 = \left( \frac{(337) + (104.4) + (6.6) + (0) + (4.3)}{100} \right)$$

$$p9 = \left( \frac{452}{100} \right) = 4.52$$

#### **Calculo Subindicador P10: Equidad en transacciones**

##### ***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Sí, totalmente: 100%

Parcialmente: 0,0%

No: 0,0%

No lo sé: 0,0%

##### **Calculamos**

$$p10 = \left( \frac{(100 \times 5) + (0 \times 3) + (0 \times 1) + (0 \times 0)}{100} \right)$$

$$p10 = \left( \frac{(500) + (0) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p10 = \left( \frac{500}{100} \right) = 5$$

#### **Calculo Subindicador P11 Subindicador: Confianza y lealtad**

##### ***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Sí, completamente: 95,7%

A veces: 4,3%

No: 0,0%

No lo sé: 0,0%

##### **Calculamos:**

$$p11 = \left( \frac{(95.7 \times 5) + (4.3 \times 3) + (0 \times 1) + (2.2 \times 0)}{100} \right)$$

$$p11 = \left( \frac{(478.5) + (12.9) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p11 = \left( \frac{491.4}{100} \right) = 4.91$$

***Cálculo del Indicador de sobre Asunto de consumidores (IAC)***

**Ponderación por respuesta**

***P12***

5 (Totalmente satisfecho): 5

4 (Satisfecho): 4

3 (Imparcial): 3

2 (Poco satisfecho): 2

1 (Nada satisfecho): 0

***P13***

Completamente clara: 5

Parcialmente clara: 3

Poco clara: 1

No lo sé: 0

**Calculo Subindicador P12: Promoción de un uso responsable de recursos.**

***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

5 (Totalmente satisfecho): 69,6%

4 (Satisfecho): 26,1%

3 (Neutral): 0%

2 (Poco satisfecho): 0%

1 (Nada satisfecho): 4,3%

**Calculamos:**

$$p12 = \left( \frac{(69,6 \times 5) + (26,1 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (4,3 \times 1)}{100} \right)$$

$$p12 = \left( \frac{(348) + (104) + (0) + (0) + (4,3)}{100} \right)$$

$$p12 = \left( \frac{457}{100} \right) = 4.57$$

**Calculo Subindicador P13: Gestión responsable de residuos**

***Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.***

Completamente clara: 80,4%

Parcialmente clara: 19,6%

Poco clara: 0,0%

No lo sé: 0,0%

**Calculamos:**

$$p13 = \left( \frac{(80,4 \times 5) + (19,6 \times 3) + (0 \times 1) + (0 \times 0)}{100} \right)$$

$$p13 = \left( \frac{(402) + (58,8) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p13 = \left( \frac{461}{100} \right) = 4.61$$

***Índice de Participación y desarrollo de la comunidad (IDC)***

**Ponderación por respuesta.**

***P14 / P15.***

Siempre / De acuerdo: 5

Ocasionalmente / Parcialmente de acuerdo: 3

Nunca / En desacuerdo: 1

Lo desconozco / No lo sé: 0

**Calculo Subindicador P14: Respeto derechos humanos**

*Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.*

Siempre: 63,0%

Ocasionalmente:30,4%

Nunca: 0,0%

Lo desconozco: 6,5%

**Calculamos:**

$$p14 = \left( \frac{(63 \times 5) + (30.4 \times 3) + (0 \times 1) + (6.5 \times 0)}{100} \right)$$

$$p14 = \left( \frac{(315) + (91) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p14 = \left( \frac{406}{100} \right) = 4.06$$

**Calculo Subindicador P15: Igualdad y no discriminación**

*Porcentaje Obtenido por opción de respuesta.*

De acuerdo: 71,7%

Parcialmente de acuerdo: 23,9%

En desacuerdo: 0,0%

No lo sé: 4,3%

**Calculamos:**

$$p15 = \left( \frac{(71,7 \times 5) + (23,9 \times 3) + (0 \times 1) + (4,3 \times 0)}{100} \right)$$

$$p15 = \left( \frac{(359) + (72) + (0) + (0)}{100} \right)$$

$$p15 = \left( \frac{430}{100} \right) = 4.3$$