

Plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para Idea Colombia SAS.

Jennifer Stephania Quintero Ome

Leydy Yiseth Velasco Guerrero

Ana Marcela Caballero Cruz

Yuli Verónica Moreno Carrero

Asesor

Andrés Iván Toledo Bernal

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

2025

Dedicatoria

Este trabajo lo dedicamos a Dios por darnos la vida, sabiduría, salud y la oportunidad que nos permite cumplir esta meta tan importante para nuestra formación profesional y personal. Lo dedicamos a nuestros padres, esposos, hermanos, hijos, por ser quienes nos impulsan cada día para ser mejores, nos brindan su amor y apoyo incondicional, éste logro también es de ellos.

Por último, lo dedicamos a cada una de nosotras, porque siendo madres, hijas, esposas, hermanas, cada una con responsabilidades, damos lo mejor con buena actitud, para hoy estar cumpliendo este propósito que nos llena de orgullo y satisfacción.

Agradecimientos

Queremos agradecer principalmente a Dios por darnos voluntad, sabiduría, coraje y fortaleza para luchar por este propósito, gracias a la fe en él, cada una de las integrantes de este trabajo logro llegar a esta etapa final.

A nuestro tutor Andrés Iván Toledo Bernal por su apoyo en cada una de las actividades realizadas, esto nos permite mejorar constantemente para el desarrollo de este trabajo final, al igual que a cada uno de los docentes que han formado parte de esta evolución en nuestra etapa de aprendizaje, cada uno de ellos nos brindó las herramientas adecuadas para formar nuestros conocimientos.

Agradecemos a cada uno de nuestros familiares y personas quienes nos animaron y apoyaron durante este proceso, gracias por sus palabras cuando las necesitamos, gracias por su ayuda con las labores del hogar, por su comprensión cuando carecíamos de tiempo con eso nos demuestran lo importante que somos para ellos y que siempre estarán incondicionalmente para apoyarnos.

Gracias a nosotras, Jennifer, Leydy, Ana y Yuli, cada una conoce el esfuerzo y la lucha diaria para superarnos, por apoyamos mutuamente en el desarrollo de cada actividad y por dedicar el tiempo necesario para poder cumplir siempre con las actividades asignadas.

Resumen

El presente documento se enfoca en RSE responsabilidad social empresarial, reconociendo su definición, características, palabras clave, entre otros, las cuales permiten el reconocimiento del concepto lo cual es un pilar fundamental para comprender la investigación desarrollada, que busca la aplicación de la norma ISO 26000 al interior de una compañía. La organización Idea Colombia SAS es la empresa con la que se da inicio a la investigación y reconocimiento de todos los parámetros para aplicar adecuadamente la norma ISO 26000, primero se reconocen sus actividades económicas, descripción de la empresa, marco institucional, estructura organizacional, la mayor parte de información la cual nos permite identificar las necesidades y opciones de mejora, con el objetivo de desarrollar el oportuno análisis de la organización versus la aplicación de la ISO 26000. Se pueden observar las falencias que presentan a nivel social, ambiental y laboral; por medio de una herramienta de recolección de datos, la cual permite desarrollar oportunamente un plan de acción para la compañía. Teniendo en cuenta toda la información analizada y estructurada se determinan los elementos de la ética empresarial que nos permiten abordar los conceptos del pensamiento estratégico. Por otro lado, se presentan las características y las metodologías con las cuales se gestiona de manera estratégica de la Responsabilidad Social Empresaria y la aplicación de la norma ISO 26000.

Dentro del desarrollo de esta actividad se establece el estudio realizado a la compañía IDEA COLOMBIA SAS dentro del cual se empleó el árbol de problemas para determinar un problema y a su vez establecer los objetivos y estrategias para que la compañía cuente con herramientas fundamentales para la aplicación de la responsabilidad social interno y externo.

Palabras clave: Norma ISO 26000, árbol de problemas, árbol de objetivos, responsabilidad social empresarial, Idea Colombia SAS, plan estratégico, ética empresarial.

Abstract

This document focuses on CSR corporate social responsibility, recognizing its definition, characteristics, keywords, among others, which allow the recognition of the concept which is a fundamental pillar to understand the research developed, which seeks the application of the ISO standard 26000 within a company. The organization Idea Colombia SAS is the company with which the investigation and recognition of all the parameters to properly apply the ISO 26000 standard begins. First, its economic activities, description of the company, institutional framework, organizational structure, the most of the information which allows us to identify the needs and options for improvement, with the aim of developing the appropriate analysis of the organization versus the application of ISO 26000. The shortcomings they present at a social, environmental and labor level can be observed; through a data collection tool, which allows the timely development of an action plan for the company. Taking into account all the analyzed and structured information, the elements of business ethics are determined that allow us to address the concepts of strategic thinking. On the other hand, the characteristics and methodologies with which Corporate Social Responsibility and the application of the ISO 26000 standard are strategically managed are presented. Within the development of this activity, the study carried out on the company IDEA COLOMBIA SAS is established, within which the problem tree was used to determine a problem and in turn establish the objectives and strategies so that the company has fundamental tools for the application of internal and external social responsibility.

Keywords: ISO 26000 standard, problem tree, objective tree, corporate social responsibility, IDEA COLOMBIA SAS, strategic plan, business ethics.

Tabla de Contenido

Introducción.....	10
Justificación	11
Objetivos.....	12
Formulación del Plan Estratégico.....	13
Aplicación	16
Descripción de la Empresa	16
Marco Institucional	16
Estructura organizacional de la empresa Idea Colombia S.A.S.....	17
Metodología y Diagnostico.....	21
Diagnostico.....	22
Resultados de la Aplicación del Instrumento	22
Análisis General de la Encuesta Aplicada.....	35
Matriz de Marco Lógico	37
Árbol de Problemas.....	37
Análisis de Árbol de Problemas	38
Cuadro de Stakeholders	38
Árbol de Objetivos.....	40
Análisis de Árbol de Objetivos	40
Mapa de Estrategias	41
Plan de Mejoramiento	42
Plan de Acción	42

Estrategias.....	42
Cronograma de Implementación	45
Actividades Extra a Realizar	48
Conclusiones.....	49
Recomendaciones	50
Referencias Bibliográficas	51

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Cuadro de stakeholders relacionados con la organización</i>	39
Tabla 2 <i>Cronograma de actividades Meses 1-3</i>	46
Tabla 3 <i>Cronograma de actividades Meses 4-6</i>	46
Tabla 4 <i>Cronograma de actividades Meses 7-9</i>	47
Tabla 5 <i>Cronograma de actividades Meses 10-12</i>	47
Tabla 6 <i>Actividades extra realizar</i>	48

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Organigrama de empresa Idea Colombia SAS</i>	17
Figura 2 <i>Cuadro posicionamiento estratégico de la empresa Idea Colombia SAS</i>	18
Figura 3 <i>Segmentación de la empresa Idea Colombia SAS</i>	18
Figura 4 <i>Gráfico análisis de entorno</i>	19
Figura 5 <i>Gráfico Cinco fuerzas de Porter</i>	20
Figura 6 <i>Pregunta 1</i>	22
Figura 7 <i>Pregunta 2</i>	23
Figura 8 <i>Pregunta 3</i>	24
Figura 9 <i>Pregunta 4</i>	25
Figura 10 <i>Pregunta 5</i>	26
Figura 11 <i>Pregunta 6</i>	27
Figura 12 <i>Pregunta 7</i>	28
Figura 13 <i>Pregunta 8</i>	29
Figura 14 <i>Pregunta 9</i>	30
Figura 15 <i>Pregunta 10</i>	31
Figura 16 <i>Pregunta 11</i>	32
Figura 17 <i>Pregunta 12</i>	33
Figura 18 <i>Pregunta 13</i>	35
Figura 19 <i>Árbol de problemas</i>	37
Figura 20 <i>Árbol de Objetivos</i>	40
Figura 21 <i>Mapa de estrategias a partir de los objetivos</i>	41

Introducción

La ISO 26000 es una norma internacional que proporciona una orientación sobre como las organizaciones, sin importar su tamaño, sector o ubicación, pueden integrar la responsabilidad social en todas sus actividades. Publicada por la Organización Internacional de Normalización (ISO), esta norma busca establecer un marco común para que las organizaciones actúen de manera ética, sostenible y socialmente responsable, yendo más allá del cumplimiento legal. La implementación de la ISO 26000 en una organización debe realizarse teniendo en cuenta las operaciones, esto implica que las organizaciones tengan en cuenta diversos factores que influyen en sus operaciones y su relación con la sociedad.

En el desarrollo de este trabajo se aplicarán instrumentos de recolección de información, con el fin de diagnosticar diferentes variables de la situación actual de la organización IDEA COLOMBIA SAS bajo la implementación de la RSE y la Norma ISO 26000.

La implementación de una norma al interior de las organizaciones implica que se realicen estudios y seguimientos de los procesos que se desarrollan en su interior identificando falencias que se pueden presentar para las cuales se evalúan los factores involucrados y los efectos que estas tienen en los procesos; el análisis e identificación de problemas permite que se elaboren objetivos con el fin de mitigar cualquier riesgo para los procesos.

Justificación

En la actualidad muchas organizaciones buscan implementar dentro de sus procesos prácticas que contribuyan a la responsabilidad social empresarial, lo que permite su crecimiento social, generar sostenibilidad, preservar el medio ambiente, mejorar relaciones laborales con los trabajadores, clientes, proveedores entre otros.

La norma que orienta a las organizaciones a incluir dentro de sus procesos la RSE, es la ISO 26000, la cual brinda las bases necesarias para implementar procedimientos que permitan desarrollar su actividad laboral con base a la RSE.

La empresa elegida para llevar a cabo el estudio de RSE es Idea Colombia SAS, debido a la facilidad de aplicación del instrumento de recolección de información y a la actividad que desarrolla la cual permite que se definan procedimientos, objetivos y políticas con garantía de cumplimiento.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un plan estratégico completo y efectivo que responda a las necesidades de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la empresa Idea Colombia SAS.

Objetivos Específicos

Construir el plan de acción y seguimiento para la consolidación del plan estratégico de responsabilidad social aplicado a la empresa.

Realizar un diagnóstico preciso, el grado de implementación de los componentes fundamentales de la ISO 26000, con el objetivo de fortalecer actividades orientadas a garantizar la satisfacción y el compromiso de los grupos de interés.

Diseñar el mapa estratégico de la empresa basado en los objetivos establecidos, con el fin de implementar estrategias efectivas que fomenten una cultura de responsabilidad social dentro de la organización.

Formulación del Plan Estratégico

La responsabilidad social se ha convertido en un pilar esencial para el desarrollo sostenible, tanto a nivel individual como organizacional. Este concepto engloba el compromiso de todos para contribuir al bienestar social, económico y ambiental, promoviendo prácticas que beneficien a la sociedad y se protejan los recursos naturales, al igual que proteger el medio ambiente. En este contexto, es importante concientizarnos sobre la integración de la responsabilidad social en las estrategias y procesos empresariales, evaluando su impacto y alcance para construir a generar una sostenibilidad responsable hacia el futuro.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un enfoque estratégico y voluntario mediante el cual las empresas integran preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones y en sus relaciones con los grupos de interés. Este concepto es esencialmente multidimensional, abarcando aspectos que van más allá de las exigencias legales y que promueven el bienestar de la sociedad y el medio ambiente (Carroll, 1991).

En su núcleo, la RSE se caracteriza por su voluntariedad, lo que significa que las empresas se comprometen de manera proactiva a generar un impacto positivo, más allá de los requisitos normativos (Carroll, 1991). Su multidimensionalidad refleja la diversidad de áreas que abarca, como la protección ambiental, el bienestar de los empleados, el respeto por los derechos humanos, y el fortalecimiento de las relaciones con la comunidad (Dahlsrud, 2008). La RSE también está profundamente vinculada con los grupos de interés, pues implica una gestión que considera las expectativas de empleados, clientes, proveedores, la comunidad y el gobierno (Freeman, 1984). De esta forma, la empresa no solo busca generar beneficios económicos, sino

también sociales y ambientales, lo que se entiende como valor compartido (Porter & Kramer, 2011).

A nivel estratégico, las empresas gestionan la RSE integrándola en su core business, asegurando que no sea una actividad secundaria, sino que forme parte de su visión y misión (Porter & Kramer, 2006). Para ello, un diálogo constante con los grupos de interés es esencial para adaptar las estrategias a sus necesidades (Freeman, 1984). Asimismo, las iniciativas deben medirse y reportarse de forma clara para asegurar su efectividad, utilizando marcos como los estándares GRI (Epstein & Buhovac, 2014), y fomentando la innovación social y ambiental para generar soluciones tanto rentables como sostenibles (Hart & Milstein, 2003). Finalmente, el liderazgo ético y la gobernanza juegan un papel fundamental en la implementación exitosa de estas estrategias (Maak & Pless, 2006).

Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo se refiere al sistema mediante el cual las empresas son dirigidas y controladas, asegurando que las decisiones sean tomadas de manera responsable y en beneficio de todos los grupos de interés. A través de una adecuada estructura de gobierno, se definen claramente las responsabilidades de los directivos, facilitando la rendición de cuentas y minimizando los conflictos de intereses. Este sistema promueve una toma de decisiones transparente, equitativa e independiente, lo cual es fundamental para garantizar la sostenibilidad y la confianza en el mercado.

Las principales características del buen gobierno corporativo incluyen la transparencia, que asegura que la información sobre el desempeño y riesgos de la empresa sea accesible y precisa para los accionistas (Carroll, 1999); la responsabilidad, en la que los directivos deben rendir cuentas por sus decisiones (Crane, Matten, & Spence, 2008); la equidad, que garantiza la

protección de los derechos de todos los accionistas, especialmente los minoritarios; y la independencia, que permite que los miembros del consejo actúen sin presiones externas, en beneficio de la organización (Elkington, 1997).

El gobierno corporativo también contribuye al bienestar humano al promover prácticas laborales justas, condiciones de trabajo seguras y respeto a los derechos humanos. Al integrar principios éticos, se fomenta una cultura organizacional que respeta tanto a las personas como al medio ambiente, lo que repercute positivamente en la sociedad y en el desarrollo económico (Epstein & Buhovac, 2014).

Producción Limpia y Consumo Sostenible

La creciente preocupación por el deterioro ambiental y los desafíos sociales ha llevado a las empresas a repensar sus modelos de producción y consumo. La producción limpia busca minimizar el uso de recursos y reducir los residuos y emisiones contaminantes. A través de la adopción de tecnologías más eficientes y la utilización de materias primas renovables, las empresas no solo contribuyen a la sostenibilidad, sino que también mejoran su competitividad y reducen costos operativos (Energygo, 2024).

Esta transición hacia una producción más limpia y un consumo sostenible no solo beneficia al medio ambiente, sino que también aporta valor a la empresa, pues genera ahorros en recursos como agua y energía, y mejora la reputación corporativa (Beltrán, 2016). Además, las prácticas de producción limpia pueden llevar a una mejora en la calidad del producto, lo que incrementa la satisfacción del cliente y las ventas. En este sentido, la sostenibilidad no debe verse solo como una responsabilidad, sino como una oportunidad para innovar y crear valor tanto social como económico, contribuyendo a un futuro más equilibrado y sostenible (Shape the future with confidence, 2023).

Aplicación

Descripción de la Empresa

La compañía **IDEA COLOMBIA S.A.S.**, importadora y comercializadora exclusiva para Colombia de los productos gasodomésticos y electrodomésticos italianos Beko, Fulgor Milano, De'Longhi, y AirOn como marca propia de origen europeo.

Marco Institucional

Idea Colombia S.A.S nace en el 2009, Cuenta con 7 empleados, sus bodegas se encuentran ubicadas en Zona Franca de la ciudad de Bogotá. Contamos con un stock siembra de productos para atender pedidos en los canales de distribución y almacenes especializados con un tiempo de respuesta que puede variar entre 24 y 72 horas de acuerdo a la ciudad destino que se dirija la orden.

En Canal retail nos encontramos a nivel nacional en grandes superficies como Sodimac Colombia S.A (Homecenter, Falabella, Almacenes Corona) y Mecanelectro S.A.S, Tiendas especializadas como Casa Magna S.A.S, USA Electrodomésticos, Espacios High end Appliances y Tiendas fabricantes de Cocina.

Sector al que Pertenece

Terciario.

Misión

Proveer al mercado de productos y servicios de categoría Premium.

Visión

Ser reconocidos como una empresa que ofrece productos y servicios de categoría Premium siendo socialmente responsables y el mejor lugar para trabajar.

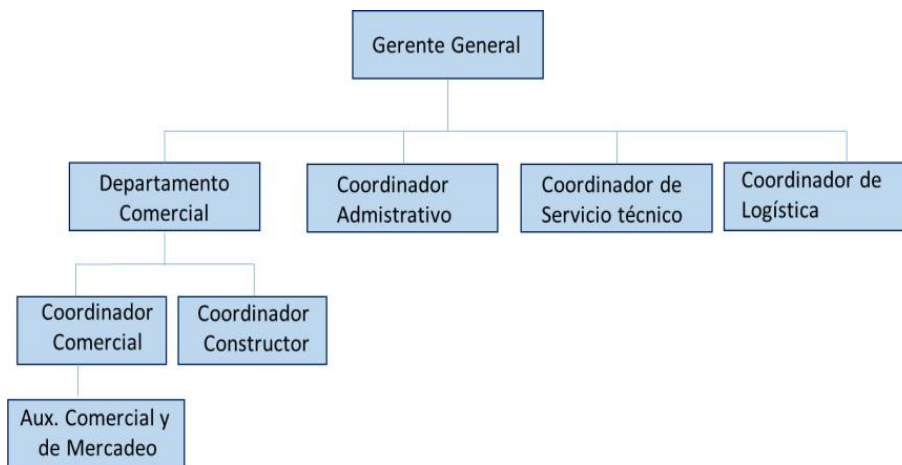
Valores

Adaptabilidad, compromiso, excelencia, integridad, trabajo en equipo.

Estructura organizacional de la empresa Idea Colombia S.A.S

Figura 1

Organigrama de empresa Idea Colombia SAS



Fuente. Idea Colombia SAS

Idea Colombia S.A.S es una empresa que importa y comercializa electrodomésticos marca Premium. Donde encontramos varios factores positivos y negativos en su actualidad. Se puede deducir que, a pesar de tener varios años en el mercado, aun la compañía no logra consolidarse como líder en su mercado.

Criterios de Selección

Idea Colombia SAS, es una empresa que maneja productos de calidad importados bajo la experiencia y la reputación de marca de todos sus productos, que permite dar inicio a la investigación y reconocimiento de todos los parámetros para aplicar adecuadamente la norma ISO 26000, para identificar necesidades y opciones de mejora.

Figura 2

Cuadro posicionamiento estratégico de la empresa Idea Colombia SAS

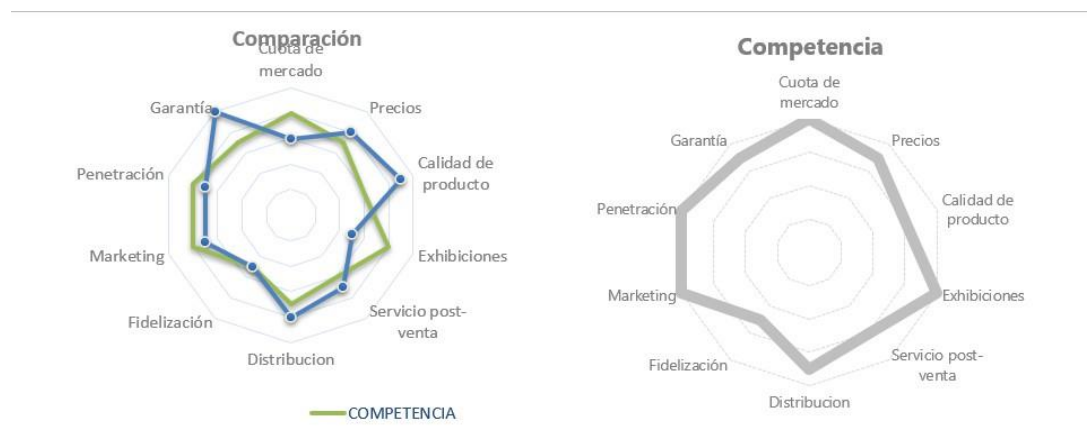


Fuente. Idea Colombia SAS

Se puede evidenciar en la gráfica Idea Colombia frente a la competencia presenta puntos fuertes como la calidad de producto, distribución de producto, precios y servicio postventa. Pero frente la visual de las marcas la público es negativo el indicador, donde fallan en exhibiciones de producto, falta mucho desarrollo de marketing y social media, así como estrategias agresivas de penetración en el mercado existente.

Figura 3

Segmentación de la empresa Idea Colombia SAS



Fuente. Elaboración Propia.

El segmento de electrodomésticos premium es un mercado pequeño y con grandes competidores que a diario surgen, donde todos quieren tener y lograr la mayor cuota de mercado. Por ello es indispensable revisar los planes de acción de exhibiciones, mercadeo y publicidad y participación en tiendas y plazas retail.

Figura 4

Gráfico análisis de entorno

IDEA COLOMBIA S.A.S		Análisis del entorno - P.E.S.T.E.L.		2023 - 2025	
Político 1 Administración del país 2 Votaciones electorales 3 Reformas 4 5 6 7 8		P	E	Económico 1 TRM 2 Inflación 3 Tasas de depósitos altos 4 Créditos altos 5 Producción nacional 6 7 8	
Social 1 Estratos sociales 2 Mercado Informal 3 Edad de compra de personas 4 Cultura de cocinas 5 6 7 8				S	T
Ecológico 1 Contaminación por plantas de producción 2 Programas de sostenibilidad 3 Campañas de estilo de vida saludable 4 5 6 7 8		E	L		

Fuente. Elaboración Propia.

Mediante el análisis de Pestel, se identifican los diferentes factores que afectan la empresa en los distintos aspectos como lo son: político, social, ecológico, económico, tecnológico y legal. En cada uno de estos elementos se evidencia como se encuentra la empresa puntualmente en cada uno de los entornos y que tanto se puede llegar a afectar la empresa en su entorno operativo, estratégico y económico y en general para la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo.

Figura 5

Gráfico Cinco fuerzas de Porter



Fuente. Elaboración Propia.

Por medio de esta herramienta estratégica se evalúa la competitividad de la empresa frente a otras del mismo sector económico en el cual se evidencia que Idea Colombia SAS, es una empresa que maneja productos de calidad que son importados bajo la experiencia y la reputación de marca de todos sus productos.

Metodología y Diagnóstico

En el desarrollo de este estudio, se empleó una metodología cuantitativa mediante la aplicación de una encuesta estructurada a través de un formulario de Google. Esta herramienta fue utilizada para recopilar datos de los empleados y clientes de Idea Colombia SAS, una empresa que importa y comercializa electrodomésticos premium en Colombia, orientada principalmente a estratos altos.

Se realiza la encuesta para conocer el porcentaje de personas que apoyan la implementación de la norma ISO 26000 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Población: Ciudadanos mayores de 18 años en el país.

Muestra: 10 personas seleccionados mediante muestreo aleatorio.

Resultados

Apoyo: 100% de los encuestados.

Nivel de Confianza: 90%.

Margen de Error: $\pm 2,8\%$.

Interpretación: Con un 90% de confianza, entre el 80% y el 95 % de la población total apoya implementación de la norma ISO 26000 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento utilizado fue una encuesta diseñada con preguntas cerradas, que permitió obtener información cuantificable sobre diversos aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), percepción de la empresa sobre sus prácticas, y las expectativas de los grupos de interés. Las preguntas fueron formuladas para cubrir diferentes dimensiones de la RSE, tales como sostenibilidad ambiental, compromiso ético, relaciones laborales y compromiso con la comunidad.

Muestra y Población

La población objetivo de la encuesta estuvo compuesta por empleados y clientes de Idea Colombia SAS. Se seleccionó una muestra no probabilística, debido a la disponibilidad de participantes, conformada por un total de 10 personas encuestados.

Diagnostico

Instrumento de Diagnóstico

La encuesta se realiza a la empresa Idea Colombia S.A.S, donde se aplicó a los diferentes integrantes de la cadena de suministro como son empleados, proveedores y clientes. Las variables a tomar en la presente encuesta son acerca de la ISO 26000.

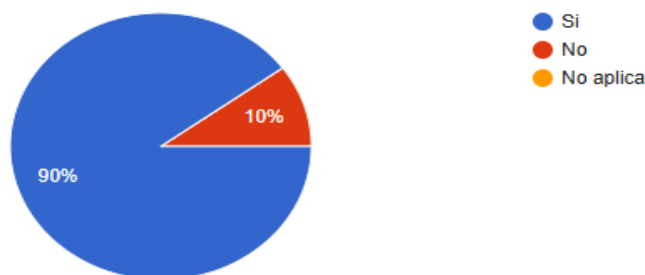
Resultados de la Aplicación del Instrumento

Figura 6

Pregunta 1

¿Ha escuchado hablar al interior de la organización el termino responsabilidad social?

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Se puede argumentar que la responsabilidad social es una estrategia en ascenso donde las organizaciones están utilizando para fortalecer su desarrollo, crecimiento y cumplimiento de objetivos a largo plazo en un mercado que cada vez se vuelve más competitivo.

Se evidencia que el 90% de las personas encuestadas conocen, han oído mencionar el termino y tienen acercamiento con este término.

Ya que es un sector pequeño y muy segmentado, se puede identificar que están en línea con el mercado internacional al querer involucrar estas prácticas ya que es una empresa importadora genera ciertos requerimientos que exigen las grandes fábricas.

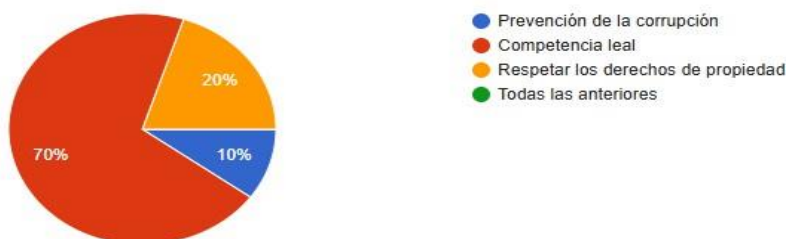
La responsabilidad social se ha convertido en una prioridad para las compañías que desean garantizar la sostenibilidad a un largo plazo, por eso es que la RSE no es algo nuevo para las personas que entienden su importancia para el desarrollo económico, político y ambiental.

Figura 7

Pregunta 2

¿Qué prácticas justas implementa en su organización?

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Se observa que el 70% implementa prácticas de competencia leal refiriéndose a las acciones de ética y legales para el funcionamiento y sana competencia en el mercado, donde Idea Colombia S.A.S no genera publicidad engañosa, inflación de precios, acuerdos de negociación entre partes con equidad, regulaciones como para el correcto funcionamiento de los electrodomésticos y calidad en los mismos, el 20% de los encuestados nos indica que la práctica justa aplicada son los derechos de propiedad donde Idea Colombia S.A.S al ser un importador de

productos premium debe tener acuerdos con las fábricas sobre derechos de exclusividad para el país Colombia, así como cumplir con ciertos manuales de buen uso de entidad de la marca. Así mismo observamos que un 10% representa la prevención de la corrupción donde se refiere a las medidas que toda empresa debe tener ante el soborno, malos manejos de dinero, transparencia en los procesos, supervisión de productos y políticas de conflicto de interés

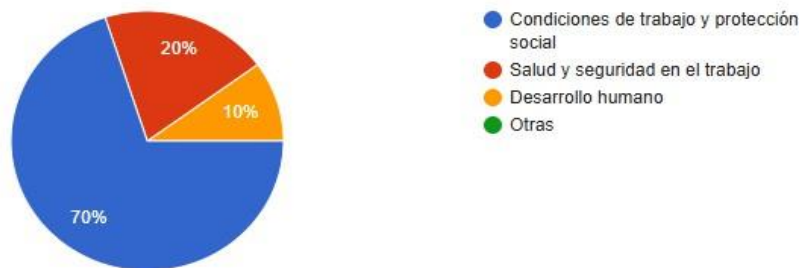
La prevención de la corrupción, aunque obtuvo un porcentaje bajo, es importante resalta que este es una problemática que ha ido creciendo, por lo que es importante que las empresas promuevan una cultura de ética empresarial es clave para prevenir la corrupción y fomentar un ambiente de confianza dentro y fuera de las organizaciones.

Figura 8

Pregunta 3

¿Qué prácticas laborales implementa para garantizar el cuidado y bienestar de sus colaboradores??

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Las prácticas laborales más implementadas en Idea Colombia S.A.S son las condiciones de trabajo y protección social donde permiten garantizar el bienestar y seguridad de los trabajadores, como un ambiente laboral seguro, salarios justos, jornadas laborales razonables,

pausas activas, beneficios como licencias de maternidad o paternidad, capacitaciones y un trabajo respetuoso entre el empleado y el empleador. También observamos que el 20% representa la salud y seguridad en el trabajo donde en Colombia es obligatorio según la ley 1562 de 2012 que todas las empresas sin importar el tamaño implementen el SG-SST. Idea Colombia al ser una empresa pequeña cumplir con los requisitos y demás normatividades que se exigen.

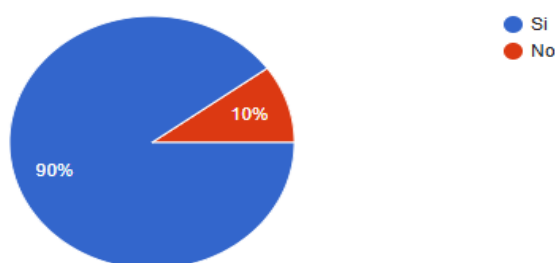
El 10% aborda prácticas de desarrollo humano lo cual es esencial para mejorar la productividad, ya que con programas de formación se logra un mejor desempeño de los colaboradores en la ejecución de sus actividades. Por otro lado, esto ayuda a la motivación, mejora el compromiso y otros factores los cuales favorecen a las compañías.

Figura 9

Pregunta 4

¿La responsabilidad social implica el compromiso voluntario de individuos y organizaciones para promover una sociedad más justa y proteger el medio ambiente? ¿Considera que la organización integra esta responsabilidad en sus procesos?

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Idea Colombia S.A.S. aplica procesos de responsabilidad social, incluso siendo una empresa pequeña, radica en que estas prácticas generan beneficios tanto internos como externos:

Fortalecimiento de la reputación como donar productos o servicios a causas locales

Aumento de la lealtad de clientes y empleados como fomentar condiciones laborales justas y apoyar el desarrollo personal de los empleados

Contribución al entorno sostenible donde se reduce el uso de materiales contaminantes o fomentar el reciclaje.

Cumplimiento normativo donde alinear sus operaciones con estándares de responsabilidad social evita sanciones legales y mejora su competitividad.

Afiliar a los empleados al sistema de salud y seguridad laboral.

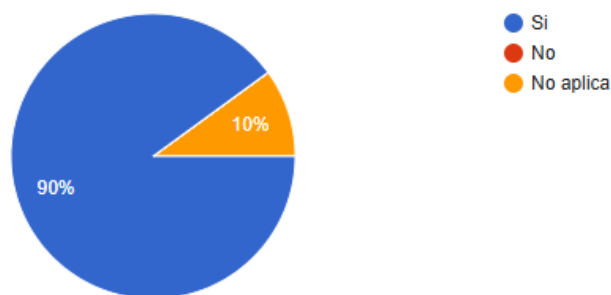
Ofrecer productos o servicios que reduzcan el impacto ambiental.

Figura 10

Pregunta 5

¿Los canales de comunicación con sus superiores son de fácil acceso y sus reclamaciones son

10 respuestas



resueltas?

Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. La justificación de este resultado se centra en la importancia de una comunicación efectiva y accesible dentro de la organización. Que el 90% de los encuestados estén de acuerdo indica que la empresa ha logrado construir un ambiente de trabajo colaborativo y de confianza, donde una comunicación abierta con los superiores fomenta un ambiente laboral

positivo, donde los empleados se sienten escuchados y valorados, se realizan comités periódicos para discutir inquietudes y proponer mejoras, se tiene un canal digital para seguimiento de solicitudes, se tiene una política de “puertas abiertas” para tratar asuntos de manera directa y confidencial.

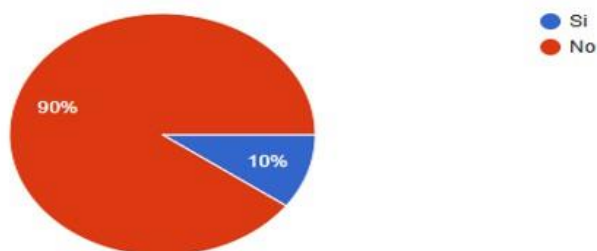
Este nivel de satisfacción con la comunicación interna demuestra que la empresa está alineada con prácticas que fortalecen las relaciones laborales y benefician tanto a los empleados como a la organización en su conjunto.

Figura 11

Pregunta 6

¿Dentro de la organización trabajan personas vulnerables? (Discapacitados, minorías étnicas y raciales, desplazados, entre otros)

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Se observa un porcentaje negativo donde el 90% de los entrevistados tiene presente que no se trabaje con personas vulnerables puede interpretarse como una oportunidad perdida para contribuir al desarrollo social y promover la inclusión, lo cual afecta negativamente la percepción de la responsabilidad social de la organización.

No involucrar a personas vulnerables (como madres cabeza de familia, personas con discapacidad, o jóvenes en riesgo) limita la contribución de la empresa a la equidad y al bienestar

de su comunidad. La responsabilidad social no solo se mide por las actividades internas, sino también por el impacto en la comunidad y contratar personas vulnerables puede fortalecer el sentido de responsabilidad interna, mejorar el clima laboral y generar incentivos fiscales.

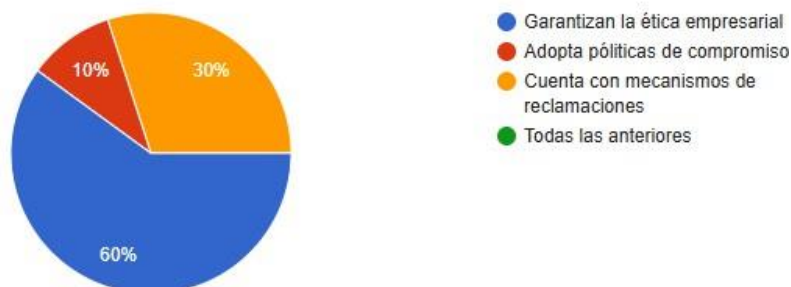
Por otro lado, al contratar personal en estado de vulnerabilidad contribuye a mejorar la calidad de vida de estas personas que en la mayoría de ocasiones deben buscar opciones en la calle o trabajos informales para su sostenibilidad económica y la de sus familias.

Figura 12

Pregunta 7

¿Qué compromisos tiene la empresa para prevenir posibles impactos negativos sobre los derechos humanos en las comunidades donde opera?

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. El gráfico muestra una distribución sobre los compromisos de la empresa para prevenir impactos negativos sobre los derechos humanos en las comunidades donde opera.

Ética empresarial (60%): La mayoría de los encuestados considera que la empresa garantiza la ética empresarial como el principal compromiso. Esto refleja que la organización prioriza comportamientos éticos en sus operaciones y relaciones con las comunidades.

Adopción de políticas de compromiso (30%): Una proporción significativa de encuestados valora la implementación de políticas específicas para fortalecer el vínculo con las comunidades.

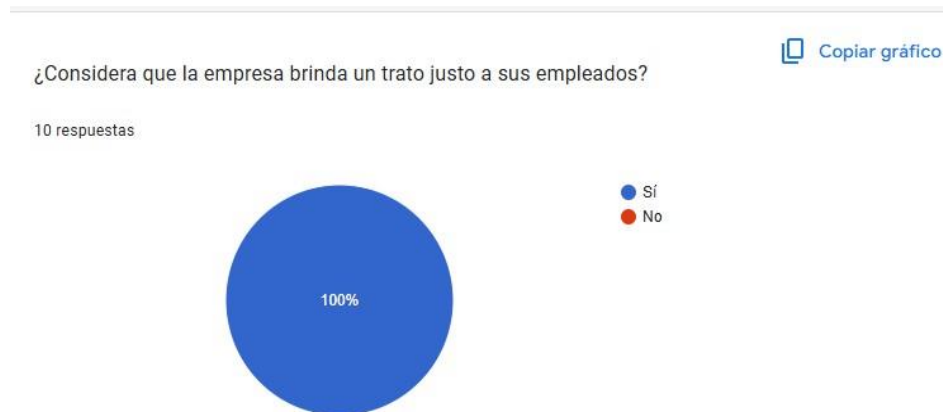
Mecanismos de reclamación (10%): Este bajo porcentaje sugiere que los mecanismos para atender quejas y problemas aún no son percibidos como efectivos o conocidos. Es fundamental reforzar estos sistemas, ya que garantizan la comunicación y resolución de conflictos con las comunidades.

Aunque la empresa muestra avances significativos en garantizar la ética empresarial, debe trabajar en la promoción y efectividad de los mecanismos de reclamación y la integración de políticas que refuercen un enfoque holístico en su responsabilidad social.

Figura 13

Pregunta 8

¿Considera que la empresa brinda un trato justo a sus empleados?



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Se puede analizar que el hecho de que todos los entrevistados consideren que la empresa brinda un trato justo a sus empleados es un indicador altamente positivo que refleja el

compromiso de la organización con la equidad, el respeto y la transparencia en sus prácticas laborales.

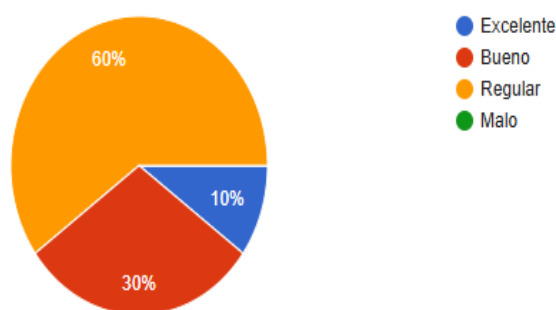
Este resultado demuestra que la empresa tiene una base sólida en sus relaciones laborales, lo que contribuye no solo al bienestar de los empleados, sino también al éxito organizacional. Sin embargo, es clave seguir monitoreando estas percepciones para mantener y mejorar estas buenas prácticas.

Figura 14

Pregunta 9

¿Qué nivel de comunicación considera que ejecuta la compañía con sus empleados respecto a los procesos de gestión, normas aplicadas al interior de la empresa?

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. El gráfico presentado evalúa el nivel de comunicación que la empresa ejecuta con sus empleados respecto a los procesos de gestión en Idea Colombia SAS.

La mayoría de los empleados percibe que la comunicación es regular, lo cual indica que hay deficiencias en la claridad, frecuencia o efectividad de los mensajes, el 30% considera la

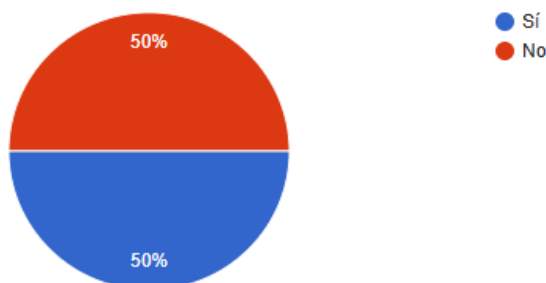
comunicación buena, indicando que existen esfuerzos efectivos en esta área donde se sugiere fortalecer los canales y medios que ya funcionan bien para mejorar la percepción de un mayor porcentaje de empleados. Solo una minoría percibe que el nivel de comunicación es sobresaliente. Esto puede sugerir que, aunque hay prácticas positivas, no son consistentes en toda la organización.

Figura 15

Pregunta 10

¿Dan el manejo adecuado a la información de sus clientes por medio de una política de protección de datos personales?

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. El gráfico muestra que el 50% de los encuestados considera que la empresa da un manejo adecuado a la información de sus clientes a través de una política de protección de datos personales, mientras que el otro 50% no está de acuerdo. Esto presenta una situación de percepción dividida que requiere atención.

El 50% que no percibe un manejo adecuado puede reflejar que los procesos relacionados con la protección de datos son insuficientes, ambiguos o carecen de transparencia. Esto puede afectar la confianza de los clientes y poner en riesgo la imagen de la empresa.

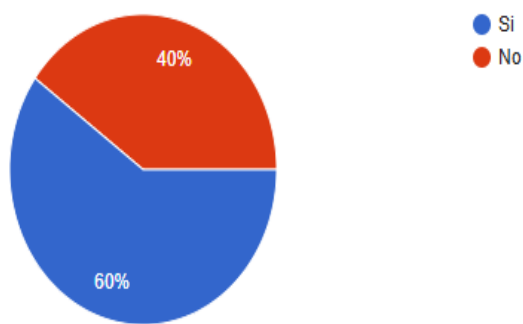
Falta de claridad sobre cómo se recolectan, almacenan o utilizan los datos personales, se sugiere realizar campañas internas y externas que comuniquen la política de protección de datos, así como mejorar la formación del personal encargado de tratar esta información y Adoptar sistemas de gestión de datos seguros y realizar auditorías periódicas para garantizar el cumplimiento normativo.

Figura 16

Pregunta 11

¿La organización ayuda a sus empleados por medio de oportunidades de estudio y/o ascensos al interior de la organización?

10 respuestas



Fuente.

Propia

Análisis. De acuerdo con el resultado de la recepción de apoyo de los empleados se puede observar que un poco más de la mitad de los empleados considera oportuno el apoyo de la organización a su crecimiento profesional, obteniendo un 60% de los entrevistados con respuesta positiva, lo cual nos indica que al interior de la organización si aplica la materia que corresponde a, prácticas laborales, lo cual genera que exista un vínculo entre el empleado y el empleador, teniendo en cuenta su modo de operación con el personal; lo que permite que existan empleados

satisfechos con metas, las cuales pueden desarrollar al interior de la compañía, permitiendo que sus actividades sean productivas debido a su motivación y a que la organización tiene en cuenta los esfuerzos de sus empleados, es un factor positivo para Idea Colombia SAS.

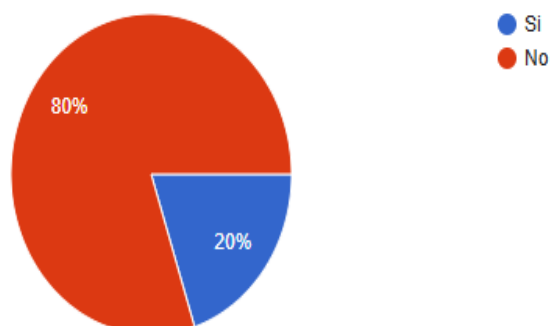
Por otra parte, podemos evidenciar que el 40% de los entrevistados consideran que la organización no apoya a sus empleados respecto a ascensos y oportunidades de estudio, teniendo en cuenta la diversidad de opiniones se puede analizar que, no hay suficiente comunicación respecto a las oportunidades que han sido brindadas al 60% de los entrevistados, la organización puede motivar a todo su personal con la divulgación de los métodos de apoyo que han manejado con una parte del personal, esto con el fin que el 100% de los empleados conozcan las oportunidades que se han brindado a los colaboradores de la organización, permitiendo ser parte de cada oportunidad y dejando la satisfacción que con esfuerzo pueden cumplir sus metas al interior de la compañía.

Figura 17

Pregunta 12

¿Las necesidades de la comunidad se tienen en cuenta dentro de la organización??

10 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

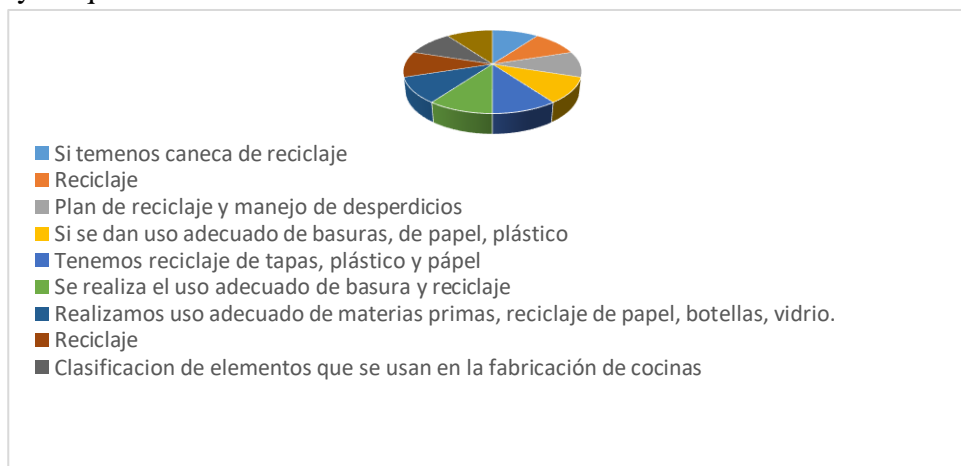
Análisis. Se obtiene un 80% de los entrevistados que comprueban que la comunidad No es un factor importante al interior de la organización lo cual nos brinda un resultado negativo, teniendo en cuenta que para aplicar al interior de una compañía la norma ISO 26000 de los procesos desarrollados al interior de la compañía necesitan tener en cuenta no solo las necesidades de sus clientes sino también el bienestar de la comunidad, lo que nos permite analizar que la organización, NO aplica dentro de sus procesos la materia fundamental de la norma, Participación y desarrollo de la comunidad, identificando una opción de mejora frente a obtener una buena relación con la comunidad lo cual a futuro cuando se consiga, aportara positivamente al desarrollo del entorno permitiendo mejorar y perfeccionar las condiciones con los clientes internos.

Por otra parte, el 20% de los empleados consideran que la organización si tiene en cuenta a la comunidad dentro de sus procesos lo cual se observa por parte del gerente administrativo y el logístico, esto nos permite analizar que la compañía no cumple con una comunicación asertiva frente a la importancia que se brinda a la comunidad desde los diferentes cargos y procesos que desarrolla la compañía, no hay un balance frente a la importancia que se debe dar a las personas interesadas dentro de la organización cada uno desde sus procesos tiene un punto de vista diverso, la organización debe validar la importancia de la comunidad frente a una responsabilidad social empresarial optima y más aún en la aplicación de la norma ISO 26.000.

Figura 18

Pregunta 13

¿Dentro de la organización dan el uso adecuado a las basuras, reciclaje, eliminación de fluidos, y de qué forma?



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis. Se puede evidenciar en la pregunta del manejo de los residuos que todos los entrevistados dan una respuesta positiva frente al compromiso que tiene la organización al manejar los residuos de forma correcta dentro de las respuestas se puede observar que se manejan canecas de separación permitiendo un destino final adecuado a sus residuos y realizar un proceso de reciclaje lo que aporta positivamente a la materia que nos habla de las prácticas de gestión ambiental.

Análisis General de la Encuesta Aplicada

De acuerdo con los resultados obtenidos y evaluados frente a cada una de las respuestas de los 10 entrevistados, se puede observar que la organización IDEA COLOMBIA SAS, tiene un trato justo con sus empleados, brinda oportunidades a parte de sus colaboradores tiene una gobernanza de la organización positiva ya que la ética y buenos tratos se implementan al interior de sus procesos, al igual que la materia de derechos humanos también se aplica de forma óptima

y las prácticas laborales también son un factor que los empleados consideran positiva en su mayoría. El medio ambiente es un factor que también se tiene en cuenta por parte de la organización al disponer de forma adecuada sus desechos, aunque también se pueden aplicar otras formas de conservar nuestros recursos naturales, al igual que se necesita mejorar la relación con la comunidad dos materias que van de la mano para ejecutar una correcta gestión a nivel de responsabilidad social empresarial

Es una organización que tiene las bases necesarias para mejorar sus procesos frente a la responsabilidad social empresarial y la cual puede por medio de la creación de objetivos y procedimientos que permitan mejorar en todas las materias fundamentales de la norma ISO 26000, como lo son la participación y desarrollo de la comunidad; los asuntos de consumidores son importantes, practicas justas de operación las cuales, se tiene que empezar a aplicar dentro de la compañía todo esto buscando el desarrollo de la empresa y el aporte positivo a nivel social.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un componente esencial en el desarrollo de la empresa, ya que reconoce que no opera en un vacío, sino que tiene un impacto significativo en el entorno en el que actúa. Para lograr este equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental, es fundamental que la empresa continúe adoptando practicas responsables en todas sus dimensiones, social, ambiental, económico. Una empresa socialmente responsable es aquella en la que todos los trabajadores participan activamente en las iniciativas de responsabilidad social, sintiéndose orgullosos de contribuir al desarrollo y bienestar de su comunidad. Esta participación genera impactos positivos reflejándose en las dimensiones clave de la RSE. Para que esto sea posible, es fundamental que la empresa incorpore la responsabilidad social en su visión estratégica y la integre plenamente en su sistema de gestión.

Matriz de Marco Lógico

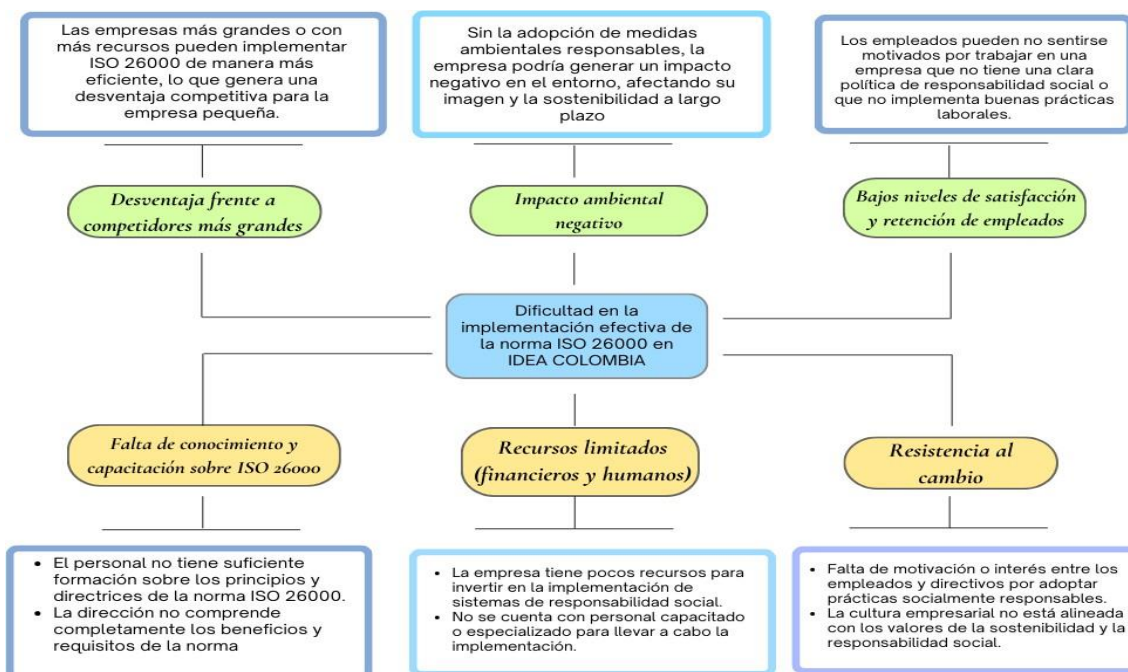
Árbol de Problemas

El Árbol de Problemas es una herramienta gráfica que permite realizar análisis de situaciones que afectan a una población específica o para identificar necesidades insatisfechas. Su objetivo principal es determinar el problema central y comprender las causas y efectos asociados.

El árbol de problemas se utiliza para descomponer y entender un problema complejo, visualizando su estructura de manera organizada. Su diseño, inspirado en un árbol, permite identificar tres componentes principales: El tronco (el problema principal), las raíces son las causas y las ramas los efectos (Martínez y Fernández 2023).

Figura 19

Árbol de problemas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis de Árbol de Problemas

Podemos analizar del árbol de problemas y sus componentes claves en relación con la implementación de la norma ISO 26000 entender la situación de la cual nos permite entender la situación de la compañía, los empleados no están familiarizados con los principios de la norma, se tiene ausencia de herramientas y tecnología adecuada para cumplir con los estándares, poca prioridad dada a la responsabilidad social empresarial. Dentro de los defectos se identifica que la compañía pierde oportunidades comerciales y reputación, se corren riesgos de sanciones regulatorias o daño a la reputación por problemas ambientales y la percepción de que la empresa no está comprometida con valores éticos y responsables.

Cuadro de Stakeholders

Por medio del cuadro de stakeholders podemos identificar, analizar y gestionar las partes interesadas de un proyecto, organización o iniciativa.

En la matriz de Stakeholders se identifican los grupos de interés de la empresa Idea Colombia, clasificados según su nivel de relevancia en el desarrollo de las actividades organizacionales. Al principio se encuentran aquellos con mayor impacto, como los clientes y los empleados, quienes desempeñan un papel clave en el crecimiento y funcionamiento de la empresa. Dentro de la matriz, se detallan los intereses de cada grupo, el efecto que tienen en la organización y las acciones que pueden implementarse para gestionar adecuadamente sus relaciones y expectativas.

Tabla 1

Cuadro de stakeholders relacionados con la organización.

Grupo de Stakeholders	Interés en la Organización	Impacto en la Organización	Acciones Recomendadas para Gestionar la Relación
Clientes	Esperan productos de alta calidad y responsabilidad social.	Pueden influir en la reputación y las ventas de la empresa.	Implementar prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social para mejorar la imagen de la empresa.
Empleados	Buscan condiciones laborales justas, seguridad, desarrollo profesional y una cultura organizacional responsable.	Afectan la productividad, la cultura y el ambiente de trabajo.	Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y responsable. Ofrecer capacitación en responsabilidad social empresarial (RSE).
Proveedores	Necesitan claridad en las expectativas de la empresa sobre prácticas sociales y ambientales.	Su desempeño puede afectar la calidad de los productos y la reputación de la compañía.	Establecer criterios de selección de proveedores con base en prácticas responsables. Colaborar para cumplir con estándares de sostenibilidad.
Gobierno y Reguladores	Asegurarse de que la empresa cumpla con las normativas legales y fiscales del país, además de promover la RSE.	Pueden imponer sanciones o incentivos, dependiendo del cumplimiento.	Asegurarse de cumplir con todas las leyes locales, promover buenas prácticas de RSE y mantener una comunicación transparente con las autoridades.
Inversores y accionistas	Buscan rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Además, valoran los esfuerzos en responsabilidad social y ambiental.	Su apoyo financiero puede ser afectado si la empresa no sigue buenas prácticas de RSE.	Demostrar un compromiso claro con la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo cual puede atraer inversión y fortalecer la reputación de la empresa.
Comunidad local	Se beneficia de las prácticas empresariales responsables, en especial de proyectos de impacto social y ambiental.	La reputación de la empresa puede ser influenciada por su contribución a la comunidad.	Invertir en proyectos sociales, apoyar causas locales y promover la creación de empleo en la región.
Competencia	Monitorizan las estrategias de la empresa para adaptarse o diferenciarse.	Sus movimientos pueden obligar a la empresa a innovar o mejorar sus prácticas de RSE.	Estar al tanto de las tendencias del mercado, y adaptar las estrategias de RSE para mantener la competitividad.
ONG y Organizaciones de la sociedad civil	Buscan que las empresas contribuyan al bienestar social, la ética y el medio ambiente.	Pueden influir en la reputación de la empresa mediante campañas de sensibilización.	Colaborar con ONG en proyectos de RSE, y demostrar compromiso con los valores sociales y ambientales.
Clientes potenciales (Mercado objetivo)	Buscan empresas responsables que ofrezcan productos que se alineen con sus valores, especialmente en términos de sostenibilidad.	La atracción de nuevos clientes depende del cumplimiento de normas sociales y ambientales.	Desarrollar estrategias de marketing que muestren el compromiso con la responsabilidad social y la sostenibilidad.

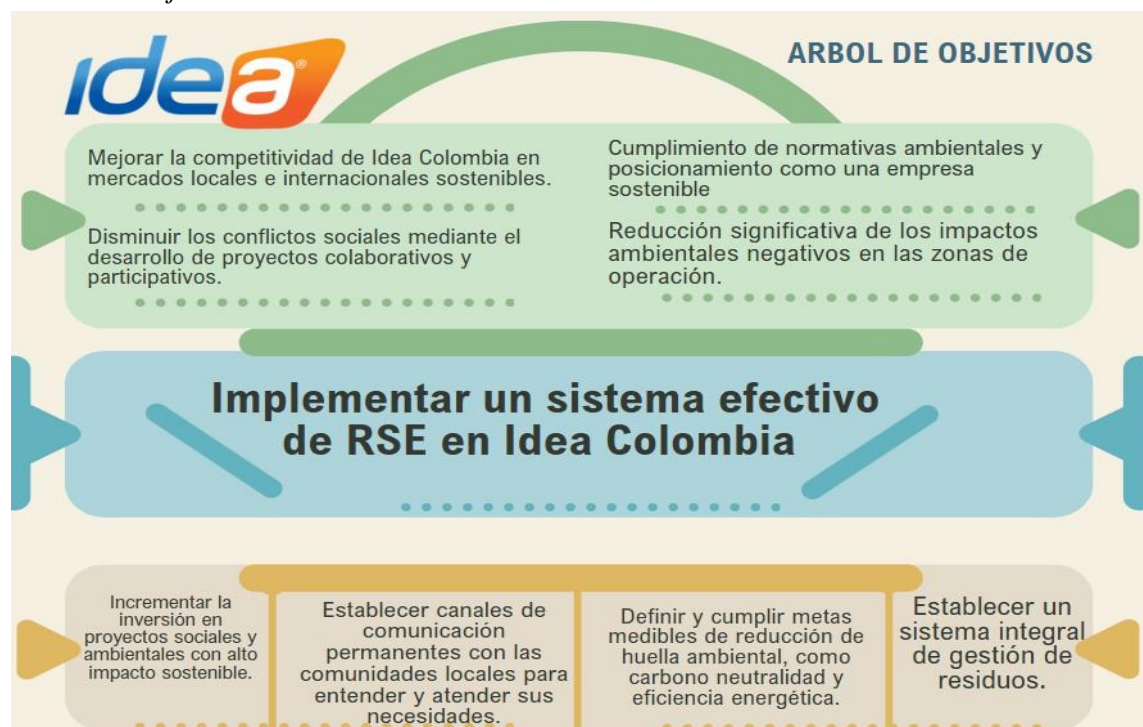
Nota. En la matriz de Stakeholders se identifican los grupos de interés de la empresa.

Árbol de Objetivos

Es una herramienta que facilita la conversión del árbol de problemas, transformando las raíces (causas) en medios y las hojas (efectos) en fines. Además, permite llevar a cabo un análisis para identificar estrategias o alternativas a implementar.

Figura 20

Árbol de Objetivos



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis de Árbol de Objetivos

El árbol de objetivos ofrece beneficios como la visualización del futuro de los problemas identificados, proporcionando un punto de partida para desarrollar soluciones. En nuestro árbol de objetivos, el objetivo es lograr una implementación efectiva dentro de la empresa, lo cual se alcanzará mediante la capacitación del personal, la asignación de recursos financieros, la creación de compromisos organizacionales y la generación de conciencia sobre la importancia de la Norma ISO 26000.

Mapa de Estrategias

El mapa de estrategias de una empresa es una herramienta visual que facilita la comunicación, organización y alineación de los objetivos estratégicos de la organización, mostrando cómo se interrelacionan y cómo contribuyen al logro de la visión y misión. Esta herramienta es especialmente valiosa en el ámbito de la gestión estratégica y en el proceso de toma de decisiones.

Figura 21

Mapa de estrategias a partir de los objetivos



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis de Mapa de Estrategias

A partir de los objetivos de Idea Colombia muestra cómo los aspectos económicos, sociales, ambientales y de gobernanza se integran y contribuyen al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Se quiere ser una empresa líder en sostenibilidad en Colombia, reconocida por su impacto positivo en las dimensiones económica, social y ambiental.

Plan de Mejoramiento

Plan de Acción

Objetivo Estratégico

Definir la herramienta adecuada que permita elaborar un plan de acción de acuerdo con la situación actual de la organización y la aplicación de la norma ISO 26000 de acuerdo con la evolución del proyecto y por medio de una estrategia, que incluya un plazo de ejecución y de la misma forma se pueda establecer el indicador que nos permita realizar su medición

Diagnostico

Realizar entrevistas con stakeholders internos (empleados, directivos) y externos (proveedores, clientes).

Revisar los procesos y políticas actuales de la empresa en áreas clave de RSE.

Identificar brechas de cumplimiento en relación con los requisitos de la ISO 26000.

Estrategias

Recursos Humanos (RRHH)

Objetivo

Mejorar el bienestar de los empleados, promover la equidad laboral y desarrollar una cultura organizacional ética.

Acciones. Implementar políticas de inclusión y diversidad.

Desarrollar programas de bienestar laboral (capacitación, salud, trabajo en equipo).

Establecer códigos de ética claros para la contratación y desarrollo del talento humano.

Indicador. Porcentaje de empleados satisfechos con el ambiente laboral (a través de encuestas internas).

Meta. 80% de satisfacción en el primer año.

Comercial

Objetivo

Promover prácticas comerciales responsables que incluyan la transparencia con los clientes y la venta ética de productos.

Acciones. Capacitar al equipo comercial en prácticas éticas y sostenibles.

Asegurar que los productos ofrecidos sean de calidad y respeten normas ambientales y sociales.

Indicador. Número de quejas de clientes relacionadas con prácticas comerciales no éticas.

Meta. Reducir quejas al 0% en 12 meses.

Administrativo

Objetivo

Garantizar una gestión efectiva y transparente de los recursos de la empresa.

Acciones. Implementar políticas claras sobre el uso de recursos financieros y materiales.

Fomentar la transparencia en la rendición de cuentas.

Indicador. Porcentaje de cumplimiento de presupuestos y metas administrativas.

Meta. 90% de cumplimiento de objetivos financieros y operativos.

Logística

Objetivo

Reducir el impacto ambiental de las operaciones logísticas y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro.

Acciones. Implementar prácticas de logística sostenible (optimización de rutas, reducción de emisiones, uso eficiente de recursos).

Seleccionar proveedores que cumplan con criterios éticos y sostenibles.

Indicador. Reducción del consumo de combustible en un 10% en el primer año.

Reducción de residuos generados en la cadena logística.

Servicio Técnico

Objetivo

Garantizar un servicio postventa responsable, ético y de calidad, mejorando la experiencia del cliente.

Acciones. Capacitar al personal técnico en atención al cliente y calidad del servicio.

Implementar procesos de seguimiento y resolución de problemas de manera eficiente.

Indicador. Tasa de satisfacción del cliente post-servicio.

Meta. 90% de satisfacción en el servicio técnico.

Gerencia

Objetivo

Impulsar la cultura de responsabilidad social empresarial desde la alta dirección, asegurando que todos los niveles de la empresa estén alineados con los principios de la norma ISO 26000.

Acciones. Involucrar a la gerencia en la promoción de la RSE a través de la toma de decisiones estratégicas.

Establecer metas claras de responsabilidad social y asignar recursos adecuados para su implementación.

Indicador. Número de iniciativas estratégicas de RSE impulsadas por la gerencia.

Meta. Implementar 3 iniciativas estratégicas de RSE en el primer año.

Mercadeo

Objetivo

Promover productos y servicios de manera ética y transparente, asegurando el respeto por los derechos de los consumidores.

Acciones. Crear campañas publicitarias que reflejen los valores de responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa.

Fomentar la educación del consumidor sobre productos responsables.

Indicador. Aumento de la percepción positiva de la marca en relación con la responsabilidad social.

Meta. Aumentar el 20% la percepción positiva de la marca en 12 meses.

Plazo de Ejecución

La implementación de la estrategia se realizará en un plazo de 12 meses, con las siguientes fases:

Cronograma de Implementación

Por medio de esta herramienta se elabora un plan de acción de acuerdo con la situación actual de la organización y la aplicación de la norma ISO 26000 de acuerdo con la evolución del proyecto y por medio de una estrategia, que incluya un plazo de ejecución y de la misma forma se pueda establecer el indicador que nos permita realizar su medición.

Tabla 2*Cronograma de actividades Meses 1-3*

Actividad	Responsable	Objetivo/Acción
Diagnóstico de las prácticas actuales en cada área (RRHH, Comercial, etc.)	Comité de RSE, Responsables de Área	Evaluar el estado actual de la empresa en relación con la ISO 26000.
Revisión de políticas y procesos internos.	Comité de RSE, Gerencia	Identificar brechas y áreas de mejora.
Definición de la estrategia y objetivos de RSE para cada área.	Comité de RSE, Gerencia	Establecer metas y acciones claras de RSE.
Planificación de capacitaciones para el personal.	RRHH	Diseñar e iniciar el plan de formación en ética, sostenibilidad, etc.

Nota. Meses 1-3: Diagnóstico y Planificación Estratégica

Tabla 3*Cronograma de actividades Meses 4-6*

Actividad	Responsable	Objetivo/Acción
Ejecución de las acciones de RSE en cada área (RRHH, Comercial, etc.)	Responsables de Área, Comité de RSE	Implementar las estrategias definidas en el diagnóstico.
Capacitación en ética y RSE para empleados.	RRHH, Comunicación Interna	Iniciar las formaciones sobre responsabilidad social.
Definición y comunicación de las nuevas políticas internas de ética, RSE, etc.	Gerencia, Comité de RSE	Asegurar la alineación interna con los nuevos valores de la empresa.

Nota. Meses 4-6: Implementación de las Acciones Iniciales

Tabla 4*Cronograma de actividades Meses 7-9*

Actividad	Responsable	Objetivo/Acción
Revisión de los indicadores de RSE en cada área.	Comité de RSE, Responsables de Área	Evaluar el progreso de las acciones y resultados obtenidos.
Encuestas internas de satisfacción laboral y evaluación de impacto.	RRHH, Comité de RSE	Medir la satisfacción y el impacto de las iniciativas implementadas.
Ajustes en las acciones basadas en los resultados de la evaluación.	Comité de RSE, Responsables de Área	Mejorar las acciones de acuerdo a las necesidades identificadas.
Reajuste de estrategias en caso de no cumplir con los objetivos iniciales.	Gerencia, Comité de RSE	Asegurar la efectividad de la implementación y ajustar metas si es necesario.

Nota. Meses 7-9: Evaluación Intermedia y Ajustes

Tabla 5*Cronograma de actividades Meses 10-12*

Actividad	Responsable	Objetivo/Acción
Auditoría final para evaluar el cumplimiento con la norma ISO 26000.	Auditoría Interna, Comité de RSE	Realizar una evaluación final del grado de cumplimiento de la norma.
Elaboración de informe final de los resultados alcanzados.	Comité de RSE, Gerencia	Comunicar los avances y resultados de la implementación a todos los stakeholders.
Consolidación de buenas prácticas e integración en la cultura empresarial.	Gerencia, Comité de RSE	Establecer las prácticas de RSE como parte integral de la cultura organizacional.
Planificación de nuevas metas a largo plazo para continuar con las acciones de RSE.	Gerencia, Comité de RSE	Establecer nuevas metas y proyecciones para el siguiente año.

Nota. Meses 10-12: Revisión Final de Resultados y Consolidación de Buenas Prácticas

Actividades Extra a Realizar**Tabla 6***Actividades extra realizar*

Responsables	Actividades Generales
Gerente General / Dirección Ejecutiva	Aprobar estrategias, recursos y supervisar la implementación.
Comité de RSE / RRHH	Coordinar la implementación, seguimiento y evaluación del plan.
Responsables de Área	Implementar acciones dentro de su área y monitorear resultados.
Equipo de Comunicación Interna	Difundir información sobre RSE y organizar capacitaciones.
Capacitación Continua	Talleres de ética, sostenibilidad y derechos humanos.
Desarrollo de Políticas	Crear políticas claras de ética, derechos humanos, y sostenibilidad.
Comunicación Externa	Informar a clientes, proveedores y comunidad sobre acciones de RSE.
Monitoreo de Indicadores	Seguimiento y medición de resultados clave.
Involucramiento Comunitario	Participación en proyectos comunitarios y voluntariado corporativo.
Revisión y Ajuste de Estrategias	Evaluación constante y ajustes basados en resultados.

Nota. Actividades a realizar durante la duración de la planificación

Evaluación y Seguimiento. El seguimiento y evaluación de los avances es crucial para garantizar el éxito de la implementación de la norma ISO 26000 en Idea Colombia S.A.S

Acciones. Revisión mensual de los indicadores de cada área.

Realización de auditorías internas para verificar el cumplimiento de la norma ISO 26000.

Ajustes estratégicos según los resultados obtenidos de la medición

Un plan de acción diseñado de manera adecuada en la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, ayuda a estructurar las acciones que se deben llevar a cabo para la sostenibilidad y generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Esto no solo contribuye al bienestar de la comunidad, sino también mejora la imagen corporativa y la relación con los stakeholders (empleados, clientes, proveedores, etc.). para asegurar que se ajusten a los objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social.

Conclusiones

La identificación de problemas al interior de Ideas Colombia permite identificar los factores que impiden una ejecución oportuna de las actividades de la compañía con inclusión de la responsabilidad social empresarial y a su vez la futura implementación de la norma ISO 26000, lo cual es muy importante a la hora de identificar riesgos y acciones para mitigarlos por medio de la planeación de objetivos y estrategias.

La implementación de la norma implica que se generen cambios frente a algunos procesos de la organización, donde la comunicación con las partes interesadas es fundamental debido a que todos deben estar enterados de las políticas que se van a implementar al interior de cada uno de los procesos y de igual forma todos deben entender la importancia que tiene su implementación tanto para la organización como para los empleados, clientes y comunidad.

Recomendaciones

Se deben implementar políticas de gobernanza que promueven la transparencia en la toma de decisiones organizacional, integrando los objetivos de la RSE con la misión, visión y valores corporativos.

Establecer pautas para una comunicación efectiva de sostenibilidad del medio ambiente con mesas de diálogo para suplir las necesidades de los colaboradores, proveedores, clientes y comunidad en general para contribuir a cambios que impacten positivamente el desempeño e importancia de la RSE dentro de la compañía.

Referencias

- Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). *Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas*. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315325. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdnp&AN=edsdnp.6676416ART&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Díaz, L (2007). *Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor*. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>
- ISO (2010). *ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Medina, M & Moreno, C (2009). *¿Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quienes Somos. (2022, 21 de mayo). *Grupo Idea Colombia*. <https://grupo-idea.com/quienes-somos/>
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). *Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica*. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Zerouh, N., & Hamidi, L. S. (2023). *The adoption of ISO 26000 standard: a narrative and reflective study of competitive advantages in the context of Social Responsibility*. International Journal of Accounting, 285–304. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5281/zenodo.10397021>