

Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa FCF

Comunicaciones

Andrea Carolina Blandon González

Angie Yulieth Narvaez Muñoz

María Alejandra Burbano Díaz

Mónica Libeth Bonilla Martin

Yesica Andrea Pencue Piñacue

Asesor

Mauricio Alexander Cruz Pulido

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

2026

Dedicatoria

Este trabajo va más allá de ser un documento académico, esta es la huella escrita de cada estudiante, un camino recorrido con mucho esfuerzo, dudas, amor y sobre todo aprendizajes que nos transforma. Este es el alcance de muchas voces que nos acompañaron, nos inspiraron a seguir siendo mejores en cada paso que dimos. Es por esta razón que dedicamos este trabajo a nosotras mismas, a nosotras siendo niñas colegiales que soñaron con este logro y que recorrieron este camino para conseguirlo mismas, a nuestras familias que confiaron en nosotras y todo aquel que nos ayudó en esta travesía y confió en nosotras.

Con todo cariño

Alumnas de la UNAD

Agradecimientos

Llegar hasta aquí ha sido una etapa muy larga, desafiante y transformadora, este trabajo no es solo un resultado académico es también el reflejo de muchas noches sin descansar, de muchas ideas, de muchas voces, de muchos silencios, por eso estos agradecimientos no son unas simples palabras plasmadas en un documento o escritas porque en sí son un acto de reconocimiento y de gratitud.

Esto es más que un trabajo, también es una forma de agradecer lo aprendido, honrar y reconocer el valor de lo enseñado. Agradecemos a nuestros padres, a mi familia, amigos, compañeros y maestros por siempre estar para nosotras por estar desde un principio en este proceso, gracias a su cariño, a su amor, gracias por sus palabras de aliento, a la ayuda que nos brindaron, por su entusiasmo por sus consejos, enseñanzas y por las ganas que nos brindaron para salir adelante, gracias por las risas que aligeraron el cansancio, gracias por el refugio, impulso y alegría en el camino.

Gracias Universidad Nacional Abierta y a Distancia porque nos brindaron los espacios para aprender, aportar, investigar, gracias por abrirme las puertas, por confiar en nuestras capacidades, gracias por ayudarnos a crecer, gracias por ser parte de nuestro proceso y solo podemos decir que gracias a la oportunidad que nos brindaron, hoy tenemos uno de nuestros mayores sueños en las manos.

Resumen

El siguiente documento tiene como finalidad principal diseñar un plan estratégico donde se busque implementar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE para la compañía FCF Comunicaciones S.A.S del Municipio de La Argentina Huila. Esta empresa está dedicada a ofrecer soluciones integrales en las telecomunicaciones, especialmente en servicios de internet. Como organización con enfoque comercial tiene como propósito en convertirse en una empresa que brinde servicios de asesoría y soporte técnico de una manera oportuna, mejorando aspectos como rentabilidad y a su vez ahorrando en costos; la organización también busca contribuir al crecimiento de su cartera y portafolio con un servicio que cumpla con los estándares esperados siendo así más competitiva frente a organizaciones que busquen brindar soluciones en telecomunicaciones, con un lema que pase de ser más que su aliado, su socio. Adicionalmente implementar estrategias que mejoren la seguridad y el cuidado de los actores directos e indirectos, así como la protección del entorno natural, la responsabilidad social y el consumo responsable alineando esto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con el propósito de la norma ISO 26000, su propósito es orientar hacia acciones institucionales más efectivas, innovadoras para la empresa. Esta propuesta llevará a cabo que la empresa obtenga un cambio significativo a través de una comunicación ética y participativa y teniendo la implementación de los ODS y de la norma ISO 26000 la organización se va a fortalecer internamente en cada uno de los procesos y de manera externa obteniendo un buen reconocimiento institucional.

Palabras clave: Telecomunicaciones, Estándares, Innovadoras, ODS y Competitividad.

Abstract

The main purpose of the following document is to design a strategic plan that seeks to implement Corporate Social Responsibility (CSR), in the company FCF Comunicaciones S.A.S of the Municipality of La Argentina Huila. This company is dedicated to offering comprehensive solutions in telecommunications, especially in internet services. As an organization with a commercial focus, its purpose is to be a service company in the area of advice and technical support in an agile and effective way, maximizing its profitability and minimizing its costs, contributing to the growth of its benefits and competitiveness of organizations that seek to provide solutions in telecommunications, through a service that meets the indicated standards to become more than your ally, your partner.

This initiative aligns with the Sustainable Development Goals (SDGs) within the framework of the ISO 26000 standard. Its purpose is to guide the company toward more effective and innovative institutional actions. This proposal aims to bring about a significant transformation in the company through ethical and participatory communication. By applying the SDGs and the ISO 26000 standard, the company will strengthen its internal processes and gain external institutional recognition.

Keywords: Telecommunications, Standards, Innovation, SDGs, Competitiveness

Tabla de Contenido

Introducción.....	10
Justificación.....	11
Objetivos.....	12
Objetivo General.....	12
Objetivos Específicos.....	12
Conceptualizando la Responsabilidad Social Empresaria con un enfoque sostenible.....	13
Cosechando Sostenibilidad, un paso a la Innovación en la Cadena de Suministro Mediante la Producción Limpia y la Gestión Responsable de Recursos.....	14
Marco Conceptual.....	15
Desarrollo de la Propuesta.....	18
Presentación de la Empresa.....	18
Recolección de Información Aplicada a FCF Comunicaciones.....	24
Análisis de los Resultados.....	24
Gobernanza y Ética Organizacional.....	24
Derechos Humanos.....	25
Prácticas Laborales.....	26
Medio Ambiente.....	27
Prácticas Justas de Operación.....	27
Asuntos de Consumidores.....	29
Participación y Desarrollo de la Comunidad.....	30
Árbol de Problemas.....	33
Cuadro de Stakeholders Integrado.....	34

Árbol de Objetivos.....	36
Mapa de Estrategias.....	37
Análisis Ético Sobre la Coherencia entre Discurso y Práctica en RSE.....	40
Desglose de las Estrategias.....	42
Calidad y Confiabilidad.....	42
Bienestar laboral, Seguridad y Autocuidado.....	43
Sostenibilidad y Medio Ambiente.....	49
Reglamentos y Conductas Apropriadas.....	51
Plazos.....	52
KPIs e Indicadores.....	55
Conclusiones.....	62
Recomendaciones.....	63
Referencias Bibliográficas.....	65

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Gobierno Corporativo</i>	14
Figura 2 <i>Entrevista Aplicada a Diferentes Representantes de la Empresa FCF</i>	23
Figura 3 <i>Árbol de problemas de la Empresa FCF</i>	32
Figura 4 <i>Árbol de Objetivos FCF Comunicaciones</i>	35

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Stakeholders Afectados por la Problemática</i>	33
Tabla 2 <i>Mapa de Estrategia a partir de los Objetivos Definidos</i>	36
Tabla 3 <i>Plazos para Cumplimiento del plan Estratégico</i>	51

Introducción

En el contexto actual las organizaciones se enfrentan a un entorno más complejo de infinita transformación desde diferentes enfoques como el social, la tecnológica y la económica; es por esta razón que es primordial profundizar en los diferentes elementos que afectan el camino a la prosperidad de la compañía. La empresa FCF Comunicaciones es una empresa que se compromete a diario con el desarrollo educativo, informativo y cultural de muchos Municipios del Huila, este documento es como respuesta a la necesidad de fortalecer la identidad de la organización, proyectarnos como una empresa brindadora, confiable e innovadora en el mercado y al sur del huila.

El foco principal de este trabajo está basado en un análisis teórico, los cuales se complementan con datos actuales y estudios de caso que se encargan de generar un mapeo realidad del problema abordado. La organización ha sido estricta en el ámbito de sostener una perspectiva analítica y reflexiva que no sirva solo como identidad, sino también que permita evaluar y gestionar las oportunidades observadas. Asimismo, se subraya la relevancia de combinar diferentes disciplinas para mejorar continuamente el enfoque analítico.

A través de este proyecto la empresa FCF Comunicaciones asegura un compromiso con los clientes, mejorando la reputación de la organización y sosteniendo relaciones duraderas con los clientes; buscando siempre equilibrar los diferentes objetivos económicos y el bienestar de sus colaboradores como también el cuidado con el medio ambiente. La Responsabilidad Social Empresarial RSE va más allá de lo que requiere la ley, es saber gestionar de forma adecuada y ética las operaciones empresariales para así generar un impacto positivo ante la sociedad. Esto implica que la empresa debe de incorporar diferentes principios e ideas las cuales benefician a los usuarios, a los colaboradores y a la comunidad en general.

Justificación

Al elegir desarrollar una estrategia de mejora a la compañía FCF Comunicaciones responde a la necesidad objetiva de reconocer los requerimientos de la compañía como estas problemáticas identificadas tiene un impacto significativo en distintas áreas de la compañía sean estas de manera directa o indirecta. Este proyecto nos reta a profundizar en aspectos teóricos, a la retoma y aplicación de prácticas ya establecidas y finalmente al ajuste que cumpla con las necesidades de los colaboradores, instituciones, stakeholders, clientes y el entorno en general. Es por esta razón que estudiar las problemáticas resulta fundamental en el camino para contribuir al fortalecimiento de la organización.

Ahora, con el propósito de mejorar la condición estructural de la compañía, es preciso ajustar las soluciones a las problemáticas únicas y persistentes que perjudican aspectos como salud, seguridad, medio ambiente y desempeño comercial; estas necesidades pueden venir respaldadas de múltiples estudios previos y herramientas que sirven como guía para que las organizaciones estén alineadas a los derechos y las necesidades identificadas en la comunidad de acuerdo a las actividades económicas que correspondan. Este proyecto busca fortalecer por medio de la reflexión crítica el debate y la toma de decisiones organizacionales.

Por último, es importante justificar el proyecto como una posible herramienta que sirva como una potencial base académica y organizacional, ya que la información que reposa podría ser útil para quienes empiezan a adentrarse en este mundo de retos.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los impactos de la falta de una gestión empresarial y la ausencia de la responsabilidad corporativa para los grupos relacionados e interesados dentro de un área o contexto particular con el propósito de entender sus causas fundamentales, efectos y posibles soluciones; finalmente con base a lo identificado plantear y medir una estrategia de responsabilidad social empresarial sólida y duradera, enfocada en los valores, la responsabilidad corporativa, la sostenibilidad y la seguridad.

Objetivos Específicos

Identificar los valores, ética y metas que constituyen la empresa para crear una cultura organizacional que gire en torno a dichos principios.

Estructurar un código de ética para reglamentar las acciones correctas y las acciones que se deben tomar sin incumplirlas.

Establecer reglas de ayuda para prevenir la inseguridad, priorizando el bienestar y el autocuidado donde se logre prevenir y eliminar casi accidentes y accidentes laborales.

Reducir el impacto ambiental eliminando en un 85% el uso de productos y/o actividades contaminantes.

Indicar herramientas que permitan medir a través de periodos específicos la eficiencia de las estrategias

Conceptualizando la Responsabilidad Social Empresaria con un Enfoque Sostenible

La RSE, o Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso que se toma voluntariamente que tiene una compañía al gestionar sus impactos sociales, económicos y ambientales de manera ética y transparente. Va más allá del cumplimiento legal por el bienestar social, la salud y el medio ambiente en sus operaciones y relaciones con grupos de interés como empleados, clientes y la comunidad. Según N. Díaz (2014) en "Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial", la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está evolucionando hacia la Creación de Valor Compartido (CSV), que alinea los beneficios económicos con las necesidades sociales. Este enfoque integra la responsabilidad social directamente en la estrategia empresarial en lugar de tratarla como una actividad filantrópica. La Responsabilidad Social Empresaria se caracteriza por estar orientada al bienestar social y ambiental, y por integrar las preocupaciones de los grupos de interés en la estrategia del negocio. Sus elementos clave incluyen la ética, los derechos del hombre, el entrenamiento laboral, el entorno ambiental, el sector gubernamental, la relación con los consumidores y la participación comunitaria. Todo esto es completamente voluntario. La gestión estratégica implica un proceso sistemático: diagnosticar el contexto, definir objetivos, crear un código de conducta, comunicar y ejecutar la estrategia, y analizar los resultados para mejorar.

Cosechando Sostenibilidad, un paso a la Innovación en la Cadena de Suministro por medio de la Producción Limpia y la Gestión Responsable de Recursos

Infografía

<https://www.canva.com/design/DAG3xxkvkwo/IJscwP8zP9IbP9OvyzzEiQ/edit>

Figura 1

Gobierno Corporativo

GOBIERNO CORPORATIVO
Contribución al bienestar humano

¿QUÉ ES EL GOBIERNO CORPORATIVO?
Es el sistema de reglas, prácticas y procesos que en toda una organización y por medio del cual se gestiona la empresa, estableciendo la relación entre la dirección, el consejo de administración, los accionistas y otros grupos de interés.

IMPORTANCIA AL DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN
El buen gobierno corporativo es un pilar fundamental para el éxito de una organización. Permite atraer y retener talento, mejorar la reputación y aumentar la confianza de los stakeholders. Además, ayuda a prevenir riesgos legales y financieros, asegurando la sostenibilidad a largo plazo.

CARACTERÍSTICAS CLAVES

- Estructura de poder: Define y equilibra el poder entre los diferentes órganos de gobierno, como la junta directiva y la asamblea de accionistas, estableciendo la separación de roles estratégicos, operativos y de vigilancia.
- Transparencia: Promueve la divulgación de información financiera precisa y oportuna, así como el acceso a la información relevante para los stakeholders.
- Ética y cumplimiento: Establece un marco de conducta que guía a la organización en su operación, asegurando que se actúe de acuerdo con los principios éticos y legales.
- Resiliencia: Asegura que la organización esté preparada para enfrentar crisis y cambios del entorno, adaptándose a las nuevas realidades del mercado.

CONTRIBUCIÓN AL BIENESTAR HUMANO
Esta contribución se hace por medio de la creación de entornos empresariales más éticos, justos y sostenibles, a través de la transparencia, la responsabilidad y la alineación de intereses entre la empresa y sus grupos de interés (empleados, clientes, proveedores y la sociedad). Esto se traduce en mejoras prácticas laborales, protección de los derechos humanos, contribuciones a la comunidad, mayor estabilidad económica y la minimización de riesgos que podrían afectar negativamente a la empresa.

RESUMEN DE LOS BENEFICIOS DEL GOBIERNO CORPORATIVO

- Mejora de la reputación y confianza: Fortalece la imagen de la empresa ante clientes, empleados e inversores, aumentando la lealtad y la confianza.
- Reducción de riesgos: Las empresas con buen gobierno corporativo son vistas como menos riesgosas, lo que atrae más inversiones y facilita el acceso a financiamiento.
- Mayor productividad: Al mejorar la gestión interna y la alineación de intereses, se optimiza el uso de recursos, mejorando la eficiencia y reduciendo costos.
- Retención de talento: Un entorno de trabajo ético y transparente atrae y retiene a los mejores talentos, mejorando la productividad y la innovación.
- Mayor resiliencia: Las empresas con buen gobierno corporativo están mejor preparadas para enfrentar crisis y cambios del entorno, asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

Beneficios del Gobierno Corporativo:

- Derechos humanos y laborales: Garantiza el respeto a los derechos de los empleados y promueve entornos laborales saludables y seguros.
- Sostenibilidad ambiental: Promueve prácticas que reducen el impacto ambiental, como la reducción de la huella de carbono y la promoción del reciclaje.
- Transparencia: Promueve la divulgación clara de información, incluyendo la independencia y la rendición de cuentas, lo que fortalece la confianza y previene el fraude.

Nota: El buen gobierno corporativo es un pilar fundamental para el éxito de una organización. Permite atraer y retener talento, mejorar la reputación y aumentar la confianza de los stakeholders. Además, ayuda a prevenir riesgos legales y financieros, asegurando la sostenibilidad a largo plazo.

Nota. Gobierno corporativo, sus características y su contribución al bienestar humano

Marco Conceptual

La producción ecoeficiente y el consumo sustentable son dos ideas fundamentales para las compañías con el objetivo de reducir el impacto ambiental y mejorar el desempeño social y económico. En este marco conceptual, se presentan los componentes claves para implementar la producción sostenible y la sostenibilidad en la gestión organizacional.

Además, todas aquellas estrategias de optimización de procesos mencionadas, debemos tener presente que la producción ecoeficiente y el consumo sustentable, forman parte integral de la gestión organización del presente de la empresa, pues solo así se logrará conseguir una armonía duradera.

Según Hoof (2008), la producción limpia es un modelo donde la gestión debe tomarse desde la prevención, permitiendo que los procesos se optimicen de manera importante dejando como resultado productividad e innovación tecnológica que reducirá la contaminación ambiental y disminuirá la utilización inadecuada de los recursos. En este contexto la gestión organizacional sostenible integra con urgencia los principios de la eficiencia hídrica, energética y un adecuado uso de los residuos al final de la cadena de valor. Estas prácticas son el camino hacia la formación de una organización con culturas regenerativas, la incorporación de fuentes de energía sustentables como la energía solar, y por último la sustitución de todos aquellos empaques convencionales por unos elaborados con materiales reciclados compostables o biodegradables, permite así, fortalecer desde el fondo de la organización la economía circular, que a largo plazo la llevará al éxito, comparándose así con aquellas empresas vanguardistas que llevan como lema la Responsabilidad Social Empresarial con sus siglas RSE

De acuerdo con Hoof (2008), el proceso de producción limpia quiere lograr disminuir de manera importante la contaminación mediante la aplicación de herramientas tecnológicas

innovadoras que previenen y son sostenibles a nivel ambiental.

El objetivo es optimizar el uso de electricidad y agua, minimizar la generación de desechos, optimizar el uso de materias y recursos. Según Fernández, I. (2014), las empresas deberán asumir de manera fuerte el compromiso de la administración de los recursos de una manera racional, adicionado procesos tecnológicos limpios que permitan fortalecer la eficacia operativa y que disminuyen el desperdicio dentro del proceso operativo. El uso de energías renovables como lo son los paneles solares y los sistemas de reutilización de agua, permiten a las organizaciones aportar a la reducción de costos y disminución de emisiones contaminantes al medio ambiente. Además, este tipo de gestión promueve una cultura dentro de la organización basada en la mejora constante y la innovación, principios que refuerzan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La sostenibilidad en la cadena de valor conlleva una gestión transparente, ética y trazabilidad en todos aquellos procesos relacionados con la compra de insumos. Para Fernández, I. (2014) y Ross (2018) el gobierno corporativo tiene un rol fundamental en la vigilancia de la ejecución de prácticas de abastecimiento, dando garantías de que todos aquellos proveedores cumplan con las normas y criterios ambientales sin dejar a un lado los sociales y económicos. Al obtener materia prima de fuentes que sean confiables y que sigan las normas, se reduce el riesgo de la deficiente calidad de los productos, la mala reputación, pero más importante aún mejora el desempeño de la organización frente a la competencia, alineándose también con los ODS.

El consumo sostenible es la contraparte crucial de la producción limpia antes mencionada. Para Ochoa, T (2015) la solidaridad y buena cooperación entre las organizaciones,

los clientes y la comunidad forman parte de un modelo económico que se equilibra. La promoción del consumo responsable va más allá de la inmersión empresarial, pues se busca llegar a los consumidores con mensajes claros acerca de temas importantes tales como la educación sobre el proceso de reciclaje, disminución del uso de plásticos cuando no sea necesario y elección de productos más locales, puesto que siempre tienden a ser más saludables. Desde los procesos de gestión de la organización es importante fomentar este tipo de consumo, puesto que se logrará fortalecer la responsabilidad ambiental, social y cuidando de manera positiva el bolsillo, generando a todos los participantes un valor compartido.

Desarrollo de la Propuesta

Exposición de la Organización

Nombre

FCF Comunicaciones

Sector Económico

La empresa pertenece al sector de las telecomunicaciones

Ubicación

Calle 6 N° 4-25 centro La Argentina Huila.

Misión

“Somos una empresa de servicios en el área de asesoría y soporte técnico de una manera ágil y eficaz, maximizando su rentabilidad y minimizando sus costos, contribuyendo al crecimiento de sus beneficios y competitividad de organizaciones que busquen brindar soluciones en telecomunicaciones, mediante un servicio que cumpla con los estándares indicados para convertirnos en más que un aliado su socio”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023

Visión

“Para el 2026-2030 seremos una de las empresas más sólidas y reconocidas en el área de telecomunicaciones, gracias al nivel de nuestros servicios, esto con el fin de satisfacer la demanda y las necesidades de los clientes”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023

Valores

Compromiso

“Nos responsabilizamos de consolidar nuestros proyectos en forma proactiva”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023.

Honestidad

“Demostramos integridad en nuestras actuaciones y servicios”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023.

Flexibilidad

“Nos adaptamos al entorno en continua evolución”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023.

Orientación

“Consolidamos y entendemos las necesidades de nuestros clientes”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023

Innovación

“Aportamos espíritu creativo y crítico de nuevas ideas para ponerlas en práctica”. Tomado de FCF Comunicaciones 2023.

Estructura Organizacional

FCF Comunicaciones cuenta con:

Dirección General

Tiene la responsabilidad de tomar decisiones y supervisión de todas las áreas.

Área Técnica e Ingeniería

Esta área constituida por las siguientes sub-áreas:

Subgerencia de Redes

Diseña, instala y mantiene la infraestructura de la red fibra óptica, antenas, routers y demás.

Soporte Técnico

Atiende las fallas, realiza mantenimiento y brinda asistencia a los clientes.

Área Comercial

Ventas y Atención al Cliente

Promueve servicios, gestiona contratos y resuelve las inquietudes.

Marketing

Diseña campañas publicitarias.

Área Administrativa y Financiera

Contabilidad y Tesorería

Maneja los ingresos, pagos, impuestos y los reportes financieros de la empresa.

Recursos Humanos

Contrata, capacita y gestiona el bienestar del personal.

Legal

Asegura el cumplimiento de normas.

Área de Innovación y Proyectos

Lidera iniciativas de expansión, mejora de servicios y transformación digital.

Propósito Social, Sostenible y Ambiental

En respuesta a los desafíos ambientales y sociales contemporáneos, la organización se compromete a liderar la transición hacia un modelo de negocio radicalmente más sustentable. Esta propuesta detalla la implementación de una estrategia integral de Seguridad, Una cultura corporativa ejemplar, la producción ecológica y consumo sustentable. El objetivo es trascender la mitigación de impactos negativos para adoptar prácticas regenerativas, redefiniendo la eficiencia operativa y fomentando un consumo consciente a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

La implementación de esta iniciativa se basa en tres pilares interrelacionados, que van desde el origen de nuestras materias primas hasta la interacción final con el cliente.

Pilar 1

Optimización de la cadena de suministro y producción limpia: Este pilar está enfocado en la transformación interna de nuestros procesos, reduciendo nuestra huella de carbono y asegurando la integridad del entorno ambiental y el óptimo aprovechamiento de los recursos.

Pilar 2

Fomentar la cultura interna enfocada en la sostenibilidad, la ética y el autocuidado de los colaboradores: Este pilar está enfocado en el cambio desde adentro, es decir que los objetivos de la compañía se ejecuten en las actividades tanto comerciales como las no comerciales, creando cultura sostenible, responsables, empáticas, respetuosas y éticas en cada uno de los colaboradores para que estos las apliquen dentro de la organización como en cada uno de sus hogares.

Pilar 3

Fomentar el diálogo claro y el consumo sostenible: Este pilar tiene como objetivo empoderar a los consumidores y promover una economía circular, ampliando nuestra responsabilidad más allá de la puerta de la fábrica. La tecnología y la innovación es vital en la

transición hacia prácticas más sostenibles. A continuación, se presentan algunas maneras en que esto puede lograrse:

Digitalización y Automatización

La digitalización de procesos facilita una administración más eficaz de los recursos. Por ejemplo, el uso de sistemas para administrar la cadena de abastecimiento puede optimizar el uso de materiales y reducir el desperdicio. La automatización también puede mejorar la eficiencia energética en las fábricas, disminuyendo la huella de carbono.

Innovación de Productos

La evolución de productos sostenibles, como envases biodegradables o ingredientes de origen sostenible, puede ayudar a minimizar la huella ecológica. La indagación y el aumento de tecnologías innovadoras de producción también pueden promover la elaboración de productos que necesitan una menor cantidad de recursos y generan menos residuos.

Energías Renovables

La adquisición de energías renovables, como la solar o la eólica, en los procesos de producción no solo disminuye la sujeción a los combustibles fósiles, además repercute en la disminución de emisiones de gases efecto invernadero. Las empresas pueden invertir en tecnologías que permitan la generación de energía limpia y su uso en sus operaciones.

Colaboración con Comunidades Locales

La colaboración con comunidades locales puede enriquecer la estrategia de consumo sostenible de varias maneras:

Suministro Responsable

Trabajar con agricultores locales para obtener materias primas de manera sostenible puede fortalecer la economía local y reducir la huella de transporte.

Educación y Conciencia

Involucrar a las comunidades en iniciativas de sostenibilidad puede profundizar los conocimientos en relación con la importancia de prácticas responsables, fomentando un cambio cultural hacia el consumo sostenible.

Proyectos de Desarrollo Comunitario

Destinar recursos a iniciativas que favorezcan a las comunidades locales, como los programas de reciclaje o conservación de recursos, puede generar un impacto positivo y optimizar la reputación de la compañía.

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

Las TIC pueden facilitar la transparencia en la cadena de suministro, permitiendo a los consumidores conocer el origen de los productos y las prácticas sostenibles involucradas en su producción. Esto no solo fomenta la confianza del consumidor, sino que también impulsa a las empresas a mantener estándares más altos.

La intersección de la tecnología, la innovación y la colaboración con comunidades locales puede ser un motor poderoso para el cambio hacia un modelo de negocio más sostenible.

Recolección de Información Aplicada a FCF Comunicaciones

Figura 2

Entrevista Aplicada a Diferentes Representantes de la Empresa FCF Comunicaciones

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN – ISO 26000			
Empresa: _____ FCF Comunicaciones _____		Fecha: _____ 24 NOV. 2025 _____	
Nombre: _____		Cargo: _____	
Nota: Aplicada a 17 empleados de la organización FCF Comunicaciones			
a. Gobernanza y Ética Organizacional			
Pregunta	En Proceso	SI	NO
1. ¿La empresa asegura que sus decisiones sean éticas, transparentes y responsables?		100 %	
2. ¿La empresa tiene en cuenta a los empleados y partes interesadas para que participen en la toma de decisiones?		100 %	
b. Derechos Humanos			
3. ¿Dentro de la empresa existen mecanismos para manejar los casos de discriminación o acoso?	5,9 %	94,1%	
4. ¿La empresa cuenta con políticas para garantizar respeto y protección de los derechos humanos?		100 %	
c. Prácticas Laborales			
5. ¿Dentro de la empresa se promueven el desarrollo profesional y la capacitación de los empleados?		100 %	
6. ¿La empresa garantiza condiciones laborales seguras y saludables?		100 %	
d. Medio Ambiente			
7. ¿La empresa realiza acciones para minimizar el impacto ambiental?		100 %	
8. ¿La empresa mide y gestiona el consumo de recursos naturales como agua y energía?		100 %	
e. Prácticas justas de operación			
9. ¿La empresa cuenta con mecanismos existentes para prevenir la corrupción y el soborno?	17,6%	82,4 %	
10. ¿La empresa asegura actuar con integridad en sus relaciones comerciales?		100%	
f. Asuntos de consumidores			
11. ¿La empresa garantiza la calidad y seguridad de sus servicios?		100 %	
12. ¿La empresa responde de manera rápida al recibir quejas, sugerencias de los clientes?		100 %	
g. Participación y desarrollo de la comunidad			
13. ¿La empresa se involucra con actos sociales y comunitarias?	58,8 %	41,2 %	
14. ¿La empresa cuenta con iniciativas para contribuir al desarrollo de la comunidad local?		100 %	

Nota. Evaluación del desempeño de la organización FCF Comunicaciones con respecto a la responsabilidad social, siguiendo las directrices de la Norma ISO 26000

Análisis de los Resultados

Gobernanza y Ética Organizacional

El 100% de los 17 encuestados, aseguran que las decisiones que toma la empresa FCF 10 Comunicaciones son: éticas, transparentes y responsables; siendo estos valores de gran importancia para la organización debido a que estas son las que contribuyen a la buena

reputación, mejora la relación con los stakeholders, reduce el costo en las operaciones, sirve de motivación para los colaboradores y por ende se mejora cada día la competitividad y perdurabilidad de la organización FCF Comunicaciones en el mundo laboral. Adicionalmente, la empresa tiene en cuenta a sus empleados para la toma de decisiones corporativas. Esto ayuda a que todos tengan todo un sentido de pertenencia con la empresa, contribuyendo al buen clima laboral y la rentabilidad de la organización.

Derechos Humanos

De acuerdo con los resultados la organización debe tomar medidas que permitan el seguimiento, la previsión y la erradicación de actos de acoso y la discriminación ya que hay un nicho de encuestados que aseguran que la empresa aun no lo controla del todo. No obstante, manifiestan respuestas positivas para un total de 100%, en la implementación de políticas para garantizar respeto y salvaguarda de la dignidad humana en todas las áreas de la organización como con su entorno. El esfuerzo que deben realizar las organizaciones es reconocer y aplicar la normativa internacional sobre derechos humanos, incluyendo la Declaración universal de derechos humanos (DUDH), el Pacto internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP), el Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC). Estos derechos deben existir independientemente de la capacidad del estado y la 13 empresa deben propender por su cumplimiento. FCF Comunicaciones debe tener en cuenta situaciones de riesgo en donde se evidencie corrupción, niveles de miseria, abuso desmedido de recursos naturales, trabajo infantil, y ejecutar las medidas necesarias para salvaguardar estos derechos. Así como eludir la negligencia u omisión en actos que vulneren directamente los derechos humanos de cualquier persona independientemente de su género, edad, raza, posición económica, cultural, creencia religiosa; proteger y actuar en caso de cualquier vulneración.

En el marco de la ISO 26000 se definen derechos civiles y políticos, en donde FCF Comunicaciones debe garantizar que sus colaboradores gocen de libertad de expresión, libertad de reunión, de información y de un debido proceso. Derechos y principios fundamentales del trabajo en donde se debe garantizar la libertad de asociación, igualdad de oportunidades y no discriminación.

Prácticas Laborales

El 100% de los colaboradores expresan la preocupación de FCF Comunicaciones por capacitar a sus empleados, promoción de ascensos, desarrollo dentro de sus áreas productivas y bienestar. Las políticas incluyen reclutamiento, capacitación, formación, salud, seguridad. En la guía ISO 26000 se determina que en materia de crecimiento y capacitación en áreas de trabajo FCF Comunicaciones debe impulsar al máximo las capacidades humanas en las áreas laborales, con el propósito claro de un mayor bienestar de sus colaboradores, garantizando salud, bienestar, acceso a información, generando oportunidades económicas, políticas y sociales, en donde las personas se sientan vitales y felices, fomentando no solo la buena salud sino también alta productividad dentro de la organización, mejorando los procesos y generando en la empresa competitividad en el mundo laboral. Así mismo la empresa cuenta con normas y procedimientos en SST en todas las áreas de la organización, la preocupación de la empresa es clave por la seguridad de sus colaboradores dentro de la organización, definiendo medidas preventivas para salvaguardar la salud integral de los trabajadores, minimizar riesgos de accidentes ocupacionales y asegurando un ambiente sano y seguro. La ISO 26000 se alinea con la normatividad de SST y su implementación beneficia a las organizaciones mejorando su reputación, confianza, atrayendo clientes, reteniendo el talento humano, contribuyendo al desarrollo sostenible y brindando principios de transparencia, ética para direccionar en la toma de decisiones.

Medio Ambiente

Los empleados afirman la responsabilidad de la empresa con la protección del medio ambiente y el cambio climático. El 100 % los 17 empleados encuestados aseguran que la empresa es sostenible. En el presente organizacional las empresas deben incluir acciones que ayuden a minimizar o anular completamente el impacto ambiental ocasionado por las operaciones industriales. Las empresas que funcionan de forma sostenible no solamente mejoran la calidad del medioambiente, sino también sobre los derechos laborales y humanos, generando efectos beneficiosos en la comunidad y el mundo, mediante la adopción de los aspectos ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza) en sus estrategias organizativas. FCF Comunicaciones es un ejemplo importante de la importancia, el compromiso y el trabajo sostenible. De la mano con la sostenibilidad dentro de las actividades que reafirma el cumplimiento de prácticas sostenibles está el uso medido y adecuado del agua y la energía de acuerdo con los 17 empleados encuestados el 100% confirma el uso responsable de recursos naturales como el agua y electricidad. Un factor importante para resaltar es que al ser una empresa de comunicaciones el uso de energía podría considerarse alto, no obstante, mantiene el uso responsable.

Prácticas Justas de Operación

La corrupción no es solo un factor relacionado a la política o las entidades públicas o gubernamentales. Cuando hablamos de corrupción organizacional de entidades privadas encontramos aspectos como, fabricación, venta o distribución de drogas ilícitas, usar el nombre para sobornos, fraudes, robos en línea, cobrar montos exagerados o no establecidos, usar las actividades como fachada para el tráfico de armas, usar los recursos para financiar o apoyar el terrorismo y/o usar el nombre o la razón social para lavado de activos. De acuerdo con la encuesta, el 82.4 % asegura que la empresa si garantiza que dentro de toda su cadena de valor no

está relacionada con actos de corrupción y/o soborno. Sin embargo, existe un 17.6% de la muestra encuestada que asegura que a la organización aún le hace falta complementar un esquema completo anticorrupción y soborno como la certificación ISO 37001 y tener un esquema más riguroso de seguridad que garantice que los ideales vayan alineados con la práctica, donde la cultura se extienda a cada uno de sus empleados, terceros, agentes externos, 19 clientes, proveedores y socios.

Por otro lado, los resultados nos muestran que existe un nivel de confianza por parte de los actores involucrados en cuanto a la manera en que la organización se relaciona y maneja sus vínculos con los trabajadores, proveedores, clientes y demás aliados estratégicos. Así pues, podemos decir que este resultado se relaciona directamente con aquellos valores corporativos que están definidos en la empresa, como lo es la honestidad, el compromiso y el buen acompañamiento mediante la orientación a los clientes, se ven reflejado su buen actuar en las labores cotidianas que desempeñan. El buen actuar mediante la integridad evita totalmente que se realicen prácticas que abusen de los actores de la organización, además el cumplimiento con los acuerdos comerciales, la transparencia en el proceso y las buenas relaciones con base principalmente en la confianza con respeto mutuo. El hecho que la totalidad de los actores que se encuestan perciban que la empresa tiene un buen comportamiento quiere decir que FCF Comunicaciones se logra consolidar con una buena cultura organizaciones con hechos basados en ética corporativa, coherente y la ejecución de normas de la ISO 26000, en especial en el caso de las Prácticas justas de Operación, que además de todo promueve la conducta empresarial responsable, con honestidad y comunicación transparente. La organización establece un fortalecimiento de la integridad comercial que mantiene relaciones más estables y de más duración en aquellos grupos de interés, aumenta la buena reputación de la empresa siendo más

competitiva frente a sus rivales comerciales. No obstante, dado que en preguntas relacionadas (como la prevención de corrupción y soborno) se evidencian porcentajes que aún están “en proceso”, sería pertinente que la empresa continúe reforzando mecanismos formales como códigos de ética, capacitaciones y procedimientos documentados que permitan mantener y garantizar esta integridad a largo plazo.

Asuntos de Consumidores

FCF Comunicaciones garantiza la calidad excelente y alta seguridad de sus servicios prestados. Así podemos ver que se refleja un nivel alto de aprobación que nos indica que la empresa ha logrado formar y establecer procesos eficientes, confiables que son acordes con las expectativas que los clientes tanto internos como externos tienen. Si lo llevamos al contexto de la norma de ISO 26000, podemos ver que se asocia con el área de Asuntos de Consumidores, fortalece la relevancia de que la empresa ofrezca servicios más seguros, confiables y de alta calidad, sin dejar a un lado el cumplimiento de los estándares técnicos y que son normativos en el sector en el que se desenvuelve la organización. Es importante resaltar que hay una buena percepción por parte de los actores entrevistados que nos permite concluir que la organización mantiene un control excelente sobre los procesos operativos y técnicos, garantizando el buen servicio que ofrece a los interesados. Con la satisfacción de normas de seguridad y calidad no solo establece una 22 confianza firme del cliente, sino que además también baja de manera inminente los riesgos relacionados con las fallas técnicas, cortes del servicio o que se presenten aquellas situaciones que puedan afectar la satisfacción del cliente. También podemos ver que este establece que hay una adecuada gestión interna en áreas como lo son las de soporte técnico, mantenimiento de infraestructura, atención al cliente y control de calidad de los servicios. La compañía ha sabido desarrollar buenas prácticas operacionales y una vigilancia constante de sus

servicios, lo cual contribuye a la fidelización de los clientes, al fortalecimiento de su reputación y al alineamiento estratégico con la responsabilidad social empresarial orientada al bienestar del consumidor. Así mismo resuelve y da respuesta de manera muy rápida a las quejas y sugerencias que los clientes presentan. Podemos tomar este indicador para afirmar 23 que en la empresa se ha logrado consolidar de manera adecuada un buen proceso adecuado en la atención del usuario rápida, lo que es ideal en el sector donde se desenvuelve, pues la calidad del servicio y la capacidad de respuestas rápidas tiene directa influencia en la satisfacción del consumidor.

Este resultado se relaciona con la normativa de la ISO 26000 en relación con la dimensión de Asuntos de consumidores, promoviendo la responsabilizas en las organizaciones dando buena accesibilidad, oportunidad en las soluciones y eficacia en los reclamos. En conclusión, la empresa cuenta con canales de comunicación activos, personal capacitado y protocolos claros para gestionar solicitudes, reclamos y fallas técnicas en el menor tiempo posible dando satisfacción absoluta, además, incrementa la confianza en la empresa, fortalece la relación comercial y contribuye a la fidelización de los usuarios. El hecho de que el 100 % de los encuestados reconozca este compromiso demuestra que FCF Comunicaciones ha logrado integrar una cultura de servicio basada en la eficiencia, la cercanía y la responsabilidad, obteniendo así un alto nivel de satisfacción entre quienes se relacionan con la organización.

Participación y Desarrollo de la Comunidad

El 58,8% comunican que dentro de la empresa aún está en un proceso de apoyo comunitario y trabajo social, mientras que un 41,2% de las personas, afirma que la organización si realiza y cubre plenamente el desarrollo de actividades comunitarias de la mejor manera y con propósito. Para este caso y teniendo en cuenta que no hay un acuerdo en la percepción la cual puede ser originada por la falta de programas de responsabilidad social empresarial (RSE) o por

una carencia de comunicación interna acerca de las tareas que se están realizando. La percepción de que la empresa está "en proceso" señala una oportunidad para consolidar su compromiso con la comunidad, promover un sentimiento de pertenencia entre los trabajadores y mejorar su imagen institucional. Para progresar la empresa FCF Comunicaciones tiene la posibilidad de establecer estrategias como el voluntariado corporativo, las campañas que tengan un impacto social o las colaboraciones con entidades locales. Asimismo, es fundamental visibilizar estas acciones dentro y fuera de la empresa. Una mayor implicación social no solo ayuda a la comunidad, sino que también mejora el ambiente organizacional y la reputación.

Nivel de Cumplimiento en cada materia e identificando las Brechas entre el Discurso Institucional y las Prácticas Reales de la Empresa en Materia de RSE. De acuerdo con los resultados de la recopilación de los datos de la encuesta podemos concluir que la empresa FCF Comunicaciones, en cuanto a su gobernanza y ética organizacional cumple con el 100% en esta materia, lo que incluye que las decisiones son éticas, transparentes y responsables, esto es clave para la buena reputación y sentido de identidad de los trabajadores con la empresa contribuyendo a la sostenibilidad en el mercado. En cuanto la materia de los derechos humanos se debe fortalecer para llegar a un 100% en donde todos los colaboradores tengan presentes que se cuentan con el mecanismo que manejen los casos de discriminación y acoso, contribuyendo a un buen clima laboral. La empresa FCF Comunicaciones está cumpliendo con las prácticas laborales y medio ambiente, se esfuerzan por promover el desarrollo profesional, capacitando a los empleados, realizan acciones para minimizar el impacto ambiental, gestionan el consumo de recursos, ambas materias ²⁷ contribuyen a que tanto el personal como partes interesadas se sientan satisfechos de pertenecer a una organización que busca el mejoramiento del bienestar de los que componen la organización pero también por el medio ambiente, el hogar del ser humano,

de esta manera aportan un granito de arena a mejor calidad de vida de todos en general. La materia práctica justas de operaciones de acuerdo con los encuestados se debe fortalecer los mecanismos para prevenir la corrupción y el soborno, temas a tratar con urgencia porque gracias al buen funcionamiento de las operaciones evidenciando auge económico de la organización y su vez poder contribuir de una manera u otra con la sociedad. En la materia de asuntos de los consumidores vemos que cumplen con el 100% esforzándose cada día para garantizar la calidad y seguridad de los servicios; responder de manera oportuna las quejas y reclamos de los clientes para darle la pronta y oportuna solución. La materia de la participación y desarrollo de la comunidad si se debe implementar estrategias donde la empresa se involucre cada día más con los actos sociales y comunitarios, recordando que somos habitantes de este hermoso planeta y tanto las comunidades como las empresas nos une un mismo objetivo mejorar la calidad de vida y disfrutar de lo hermoso que es la vida.

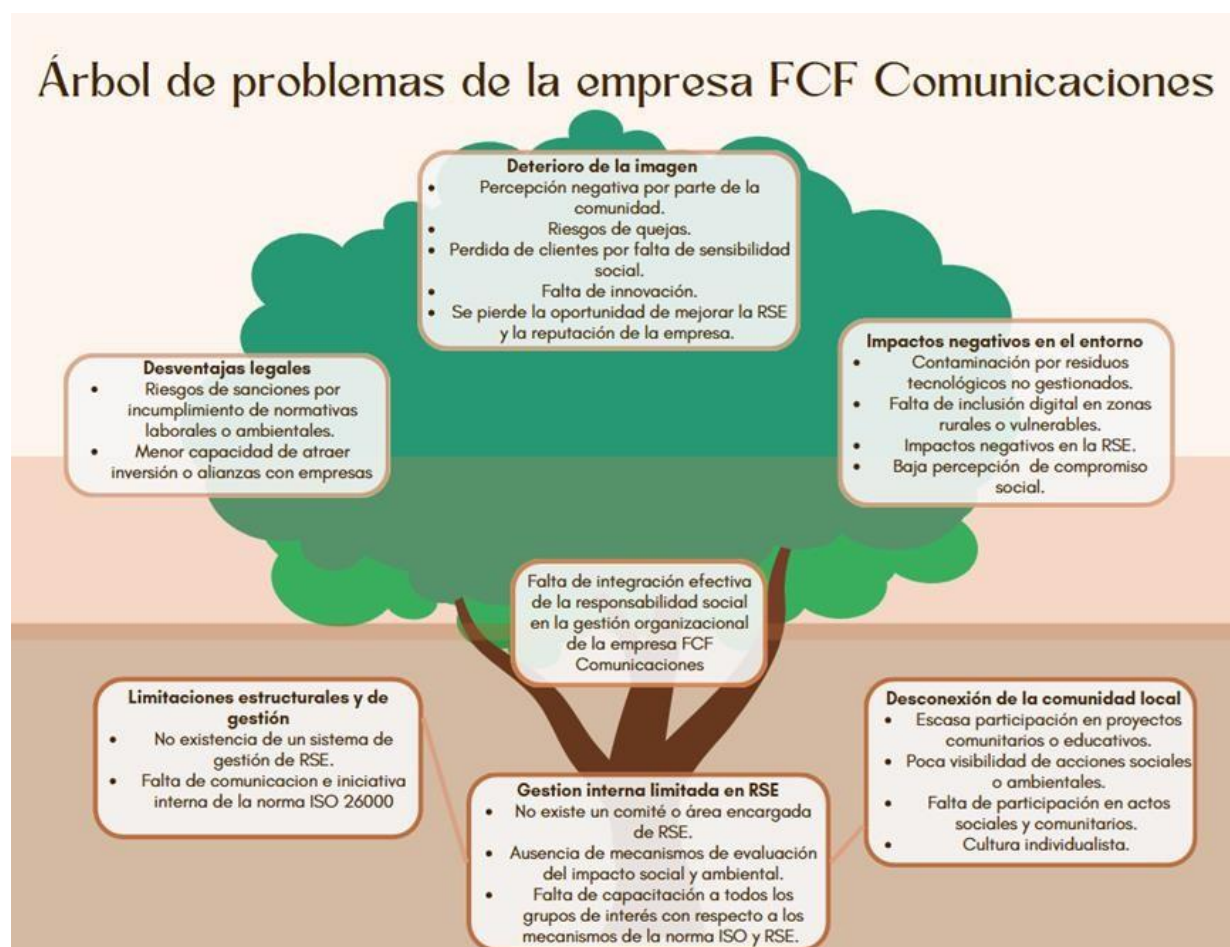
Árbol de Problemas

Link para una Mejor Visualización

https://www.canva.com/design/DAG7sa7zG6o/KoMDC0EWuTeyGypgrbjBQ/edit?utm_content=DAG7sa7zG6o&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Figura 3

Árbol de Problemas de la Empresa FCF



Nota. Problemática central, causas y consecuencias de la empresa FCF comunicaciones

Cuadro de Stakeholders Integrado

Tabla 2

Stakeholders Afectados por la Problemática

Stakeholders	Tipo	Relación con la Problemática	Perspectiva
Sociedad	Externo	Falta de comunidades sostenibles, poca inversión social, relación débil entre la empresa y la sociedad. No hay oportunidad de creación de empleo local.	Desarrollo sostenible, excelente desempeño y reputación de la organización. Grandes oportunidades de empleo local.
Clientes	Externo	Clientes insatisfechos al ver que la competencia se preocupa por implementar la RSE y por ende afecta la rentabilidad y perdurabilidad de la organización, poca recordación de marca, falta de inclusión digital en zonas rurales y pérdida de confianza.	Clientes satisfechos con el servicio de calidad en donde la información es clara, transparente y por ende aumenta la confianza en la empresa.
Directivos	Interno	Falta de dirección, liderazgo, planificación, estratégica, la adopción de la ISO 26000 y problemas para tomar decisiones	Excelente dirección, liderazgo, mejor toma de decisiones que contribuyen a una mejor calidad de vida.

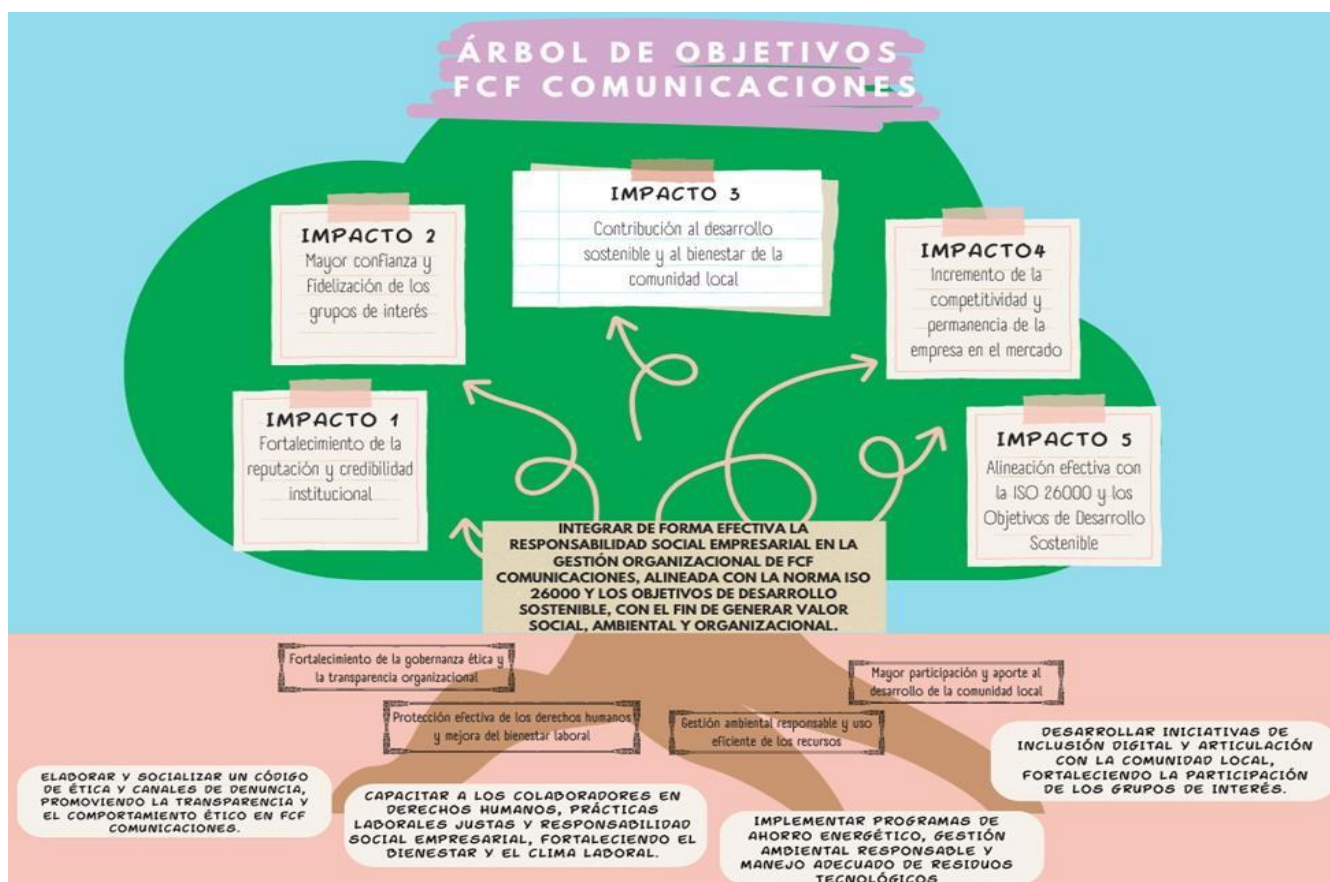
Administraciones Púbricas	Externo	Deficiencia en la transparencia, corrupción en la gestión pública, desconfianza ciudadana. Poco potencial de aliados en programas de inclusión digital y formación.	Excelente prestación de servicio a los clientes aumenta la transparencia, buena participación ciudadana al tomar decisiones.
Medios de comunicación	Externo	Pérdida de credibilidad de la empresa y oportunidades comerciales.	Mejora la calidad de la información, aumenta la credibilidad y oportunidades comerciales
Medio ambiente	Externo	Poco aumenta el impacto ambiental en la organización, déficit en prácticas laborales sostenibles.	Mejora la gestión, reduce el impacto ambiental y aumenta prácticas sostenibles de la empresa y la comunidad.
Propietarios	Internos	Daña la reputación de la empresa en donde afecta la confianza de los clientes internos y externos, disminuye el valor de la empresa	Buena reputación, confianza de clientes internos y externos, aumenta el valor de la empresa, eficiencia y productividad.
Trabajadores	Internos	Poca motivación y compromiso, clima laboral negativo, falta de oportunidades de crecimiento profesional.	Aumenta la motivación, buen clima laboral, mejores oportunidades de crecimiento profesional y sentido de pertenencia con la empresa.

Nota. Stakeholders afectados por la falta de integración efectiva de la Responsabilidad Social en gestión organizacional de la empresa FCF comunicaciones

Árbol de Objetivos

Figura 3

Árbol de Objetivos FCF Comunicaciones



Nota. Objetivo general y específico para mejorar la problemática de la empresa

FCF Comunicaciones

Mapa de Estrategias

Tabla 3

Mapa de Estrategia a partir de los Objetivos Definidos

Dimensión	Objetivo estratégico	Acciones concretas	ODS
Económica	Asegurar la sostenibilidad desde una responsabilidad social en los perspectiva responsable.	Incorporar cláusulas de contratos con los proveedores, definir un presupuesto que se renueve cada año para iniciativas sociales y ambientales, así como intervenir en licitaciones que consideren elementos de RSE.	Relacionado ODS 8,9,12
Social	Fomentar la inclusión digital y la participación de la comunidad.	Establecer puntos de acceso gratuito a internet en áreas rurales, organizar también talleres para la alfabetización digital en colaboración con escuelas y crear un canal comunitario para la difusión de material educativo y cultural.	ODS 4,10,11

Educación	Desarrollar programas de educación, salud y de comunidad, dando a medio ambiente a la comunidad, fomentando el diálogo y la participación.	Reuniones periódicas con la conocerlas acciones de FCF Comunicaciones en el entorno. Reducción de la Apoyar acciones comunitarias como reciclaje y establecer canales de comunicación para quejas y sugerencias	ODS 4: Educación de calidad. ODS 10: Reducción de la desigualdad. ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12: Consumo y producción responsables
Ambiental	Disminuir el efecto ambiental de las actividades.	Establecer un programa de reciclaje y recolección de desechos tecnológicos y reemplazar los equipos por versiones que consuman menos energía.	ODS 12,13,15
Laboral	Mejorar condiciones laborales que beneficien e impulsen las condiciones y oportunidades del recurso humano.	Ejecutar una política de igualdad de salarios y oportunidades, así como establecer un comité de bienestar laboral en el que participen los trabajadores y	ODS 5,8

		proporcionar capacitación constante en derechos laborales y responsabilidad social empresarial.	
Ética y gobernanza	Fortalecer la transparencia y la ética cultural.	Elaborar y divulgar un código de ética institucional, instaurar un medio para interponer denuncias anónimas y seguras, así como emitir cada año un informe de sostenibilidad que contenga indicadores ambientales y sociales.	ODS 5,16,17
Relacional	Promover el diálogo con los grupos de interés.	Llevar a cabo reuniones semestrales con los líderes de la comunidad y los usuarios, así como aplicar encuestas sobre satisfacción y percepción social.	ODS 11,16,17

Nota. Acciones viables que fortalecen el cumplimiento de la RSE en la empresa

FCF comunicaciones

Análisis Ético Sobre la Coherencia entre Discurso y Práctica en RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha dejado de ser algo secundario para transformarse en un eje estratégico de las organizaciones que quieren crear valor compartido. FCF Comunicaciones, una compañía de telecomunicaciones que se encuentra en La Argentina Huila, ha expresado su compromiso con la inclusión digital, el bienestar de la localidad, la ética del negocio y el desarrollo sostenible dentro de su discurso institucional. Esta reflexión tiene como objetivo analizar de manera detallada la consistencia entre ese discurso y las acciones concretas que ha estado llevando a cabo la organización, identificando sus progresos y destacando oportunidades para mejorar.

El análisis de las prácticas de FCF Comunicaciones, permite identificar una relación coherente, aunque aún en proceso de consolidación, entre lo que la organización comunica y lo que efectivamente ejecuta. Uno de los aspectos más destacados es su aporte a la conectividad en zonas rurales, lo cual representa un avance significativo en términos de inclusión digital y acceso a la información. Esta acción evidencia que la empresa reconoce la conectividad como un factor clave para el desarrollo social y económico, contribuyendo indirectamente al fortalecimiento de oportunidades educativas, productivas y sociales en comunidades con limitado acceso tecnológico.

FCF Comunicaciones necesita de varios aspectos para mejorar objetivos como la responsabilidad productiva, social, ambiental y organizacional, no obstante, siempre presenta una intención genuina de impulsar su calidad y confianza es por esta razón que implementa acciones como cuidado en las operaciones de campo donde no se vulneren los derechos de las comunidades involucradas, todo lo contrario, busca incluirlas y otorgarles la oportunidad de dialogar en relación con aspectos que las pueda perjudicar. Sin embargo, es importante que la

empresa reconozca que RSE no es solo algo que está de moda, sino una estrategia fundamental para construir negocios sostenibles, éticos y exitosos, beneficiando a la empresa y a la sociedad y es por esto que debe reestructurar ciertas actividades de la organización en su entorno.

En el discurso la empresa FCF Comunicaciones puede caer en la doble moral del discurso que promueve la inclusión y el bienestar, mientras que en su cadena productiva persisten las brechas salariales, sobrecarga laboral, precarización del empleo, ausencia de políticas en salud mental. También resulta éticamente cuestionable que se promulguen mensajes sobre sostenibilidad ambiental, sin contar con políticas claras en la materia, como la gestión responsable de residuos tecnológicos, electrónicos, consumo de energía o huellas de carbono.

La ISO 26000 establece claramente que la Responsabilidad social debe estar incorporada con la gobernanza corporativa, las prácticas laborales justas, el respeto por los derechos humanos y el vínculo directo con las comunidades y los actores interesados. La ética exige una responsabilidad con el discurso organizacional, para que éste sea el reflejo de decisiones reales, verificables y medibles en el tiempo.

Cuando la RSE se limita solo a campañas publicitarias y comunicacionales, sin resultados tangibles, se convierte en una estrategia meramente simbólica que contradice los principios éticos organizacionales.

El enfoque organizacional de RSE de FCF Comunicaciones además de estar alineado con los ODS 12 y ODS 16, debe tener coherencia clara en sus objetivos empresariales, económicos, sociales, ambientales, laborales, con sus estrategias organizacionales, esta coherencia contribuye al desarrollo económico de la empresa y de la región; además fomenta sentido de pertenencia entre sus colaboradores, mejorando la reputación de la organización.

Desglose de las Estrategias

Calidad y Confiabilidad

Un trampolín para las organizaciones sea que estas ofrezcan servicios o productos es la calidad, esto produce un efecto rebote donde el cliente sienta confianza y sigue comprando, ayudando así a recomendar atrayendo más clientes. La calidad no solo hace referencia a un proceso final, si no que viene de más atrás, viene desde que se ejecutan las primeras acciones comerciales o no y durante toda la cadena de valor. Como organización dedicada a las telecomunicaciones se plantean las siguientes estrategias:

Certificación de Cableado Estructurado (Fluke)

Este certificado se da en base a una serie de procesos, que en resumen analizan unas pruebas técnicas con equipos especiales como son los analizadores DSX que pueden comprarse o rentarse, para el caso de FCF Comunicaciones se va a rentar ya que minimiza los costos; en esta validación técnica busca identificar si una instalación de red hecha por la empresa cumple con los estándares de calidad internacionales (TIA/EIA, ISO/IEC). Estos estudios técnicos ayudan a encontrar fallos como cortocircuitos y errores en la instalación que pueden prevenir un incidente mínimo o mayor.

Esta certificación es un documento importante para FCF Comunicaciones ya que impulsa la confianza por hasta 25 años brindando rendimiento y fiabilidad asegurando alta velocidad y previniendo disgustos.

El proceso se realizará por medio de la contratación de un equipo DSX y el personal encargado de hacer las pruebas, ubicar los puntos, desarrollar las lecturas técnicas y hacer el análisis que finalmente garantice planes de mejora si es necesario y en el momento que en todos los puntos cuenten con la calidad esperada se generará un reporte positivo traduciendo a un

Certificado Fluke.

Cumplimiento del RITEL

Esta estrategia hace referencia a capacitaciones que preparen a los técnicos y colaboradores involucrados a garantizar el cumplimiento de la norma que especifica la instalación del cableado solo y únicamente en los ductos encontrados dentro de la infraestructura y que están destinados para estos trabajos de instalación. Esto con el fin de prevenir daños en el inmueble y además beneficiando a el proceso de instalación ya con una estructura preinstalada que minimiza el tiempo del trabajo.

ISO 27001 (Gestión de Seguridad de la Información)

Implementar la ISO 27001 es una ventaja para la compañía más aun teniendo en cuenta la actividad económica en la que se desempeña, este proceso de certificación está basado en una norma internacional que busca que las empresas cumplan con los requisitos mínimos en la Seguridad de la Información. Para conseguir la certificación la empresa debe obtener apoyo directivo, identificar activos de información amenazada o vulnerable, implementar medidas de seguridad, crear políticas, aplicar evaluaciones constantes para cuando el sistema de gestión en seguridad informática sea positivo un Auditor lo analice y otorgue la certificación. El desarrollo de mejora se alcanza aplicando las estrategias que veremos más adelante en el apartado de seguridad y normatividad.

Bienestar Laboral, Seguridad y Autocuidado

Una estrategia de mejora para FCF Comunicaciones en bienestar, seguridad salud y autocuidado debe incluir la implementación de programas de bienestar laboral como el Modelo HERO, la realización de evaluaciones de riesgos y simulacros de emergencia, la capacitación continua del personal y la promoción del autocuidado y bienestar integral mediante iniciativas

como rutinas de salud y bienestar internas y horarios flexibles, tiempo de calidad con sus familias, entre otros, para lograr empleados saludables y seguros se propone desarrollar las siguientes actividades en salud y seguridad:

Rutina de Trabajo Seguro

Esta actividad consiste en mantener una rutina de que recuerde actividades seguras y que permita un espacio para que los empleados analicen su estado emocional, de salud física y calidad en el área de trabajo para iniciar un trabajo de forma segura y con los recursos que el empleado necesita para trabajar bien. La rutina de Trabajo Seguro se realiza por áreas, todos los días las personas se deben reunir por áreas y realizan la rutina que contiene 3 preguntas, la primera ¿Tengo buenas condiciones de salud, y cuento con calzado adecuado y los elementos necesarios: Sillas, escritorios, pantalla, teclado, ratón; Elementos de protección personal (casco, chaleco, botas, guantes, ¿según aplique) y están en buen estado? ¿Tengo carné de evacuación y me funciona para registrar mi evacuación en los puntos de encuentro y/o acceso a zonas restringidas o con permisos válidos?

La segunda está relacionada a la disposición ¿Estás capacitado para desarrollar tu trabajo de Forma segura (Reglas que salvan vidas, desplazamiento seguro, ergonomía, pausas activas y técnicas de manejo de estrés)?

Por último, se realiza la tercera pregunta ¿Las condiciones del puesto de trabajo son adecuadas en términos de orden y control de riesgo 8 cajones cerrados, pisos libres de humedad, cables organizados? Y ¿las actividades de tu trabajo no te obligan a correr tomar atajos o asumir riesgos innecesarios y hacer más de una tarea a la vez reportando acciones inseguras y/o casi accidentes?

Si una o varias personas reportan no cumplir con alguna de estas condiciones deben

marcar 1 en este caso debe ser reportado de inmediato a una cadena de ayuda que pueda resolver, minimizar o gestionar cualquiera de las necesidades del empleado. La rutina debe ser firmada por todos y aceptada.

Reglas que Salvan Vidas

Para lograr organizaciones más saludables y seguras se deben implementar códigos, reglas y protocolos bien estructurados y claros los cuales deben ser relacionados con todos, más que presentar unos reglamentos es capacitar para asegurar un hábito donde todos los empleados sean conscientes de los riesgos, y reporten condiciones inseguras y/o casi accidentes de forma oportuna. Para esto se proponen las siguientes reglas, protocolos y registros. Usar siempre los equipos de protección personal requeridos para cada tarea Verificó que tengo los EPPs (Elementos de protección personal) puestos antes de iniciar cualquier actividad, verificó que estén en buenas condiciones de uso. Es importante que por áreas de trabajo se encuentren reposados mapas del área, que indiquen cuales son los implementos de protección individual que se requieren, cuáles son los puntos de riesgo como incendio, electricidad, etc. Este mapa debe ser visible y socializado para que todas las personas lo tengan claro. También debe estar claro que si las personas tienen dudas antes de ejecutar cualquier actividad deben consultarlas con un coordinador de seguridad y salud en el trabajo o el líder del área.

Mantente alejado de Objetos en Movimiento Identificar y mantenerse alejado de los objetos en movimiento que potencialmente puedan ser peligrosos.

Detenerse en una zona segura para hablar / no usar el celular mientras camina, ni en alta voz ni con auriculares, si se van a contestar una llamada o responder un mensaje debe detenerse en una zona segura o si están conduciendo.

Cumplir la regla de los 3 metro (Hacer contacto visual)

No acercarse a lugares de trabajo donde pueden caer objetos.

Alejarse de la línea de fuego (Carga elevada, algo que pueda salir proyectado hacia tu cuerpo)

Uso correcto de llaves / claves para el uso de maquinaria, montacargas, vehículos de carga pesada y/o cualquier otra maquinaria.

Realizar siempre inspección de estanterías

Almacenar producto en estanterías con estibas en buen estado y paletizados operación de maquinarias solo por personal autorizado y capacitado

Realizar inspección preoperacional de vehículos y equipos.

Sigue las reglas de conducción segura respeto y cumpla todas las medidas para garantizar una conducción segura.

No usar dispositivos móviles mientras conduzco

Siempre uso el cinturón de seguridad ajustado al cuerpo

Realizó la inspección preoperacional del vehículo

Mantener vigente la documentación requerida

Conozco y respeto las normas de tránsito

No excede los límites de seguridad

Trabajo con permisos Válidos al realizar una tarea de alto riesgo Siempre solicité los permisos necesarios cuando voy a realizar trabajos de alto riesgo como Trabajo seguro en alturas, trabajo en frío o caliente, trabajo eléctrico de bajo o alto riesgo, estradas a espacios confinados, líneas presurizadas o peligrosas, intervención de máquina, izajes de carga y excavaciones.

Para la Máquina antes de cualquier intervención usar la parada normal de máquina para

realizar cualquier intervención y mantener los dispositivos de seguridad para evitar exposición a equipos en movimiento (guardas, rejas, talanqueras)

Aplicar LOTO antes de cualquier desensamble Soy guardián de la aplicación de LOTO en cualquier actividad de mantenimiento o limpieza

Bloqueo etiqueta de todas las energías peligrosas por cada persona que intervenga

Un solo candado, con una sola llave y etiqueta por cada persona que intervenga

Bloqueo retirado solo por la persona que lo realizo, es por esto por lo que cada responsable del LOTO resguarde la llave para que sea ella misma quien retire el LOTO

Obtener autorización antes de ingresar a un espacio confinado conozco todas las medidas que debo tomar cuando realizo trabajos en espacios confinados.

Protégete contra una caída cuando trabajes en alturas cumplo todos los pasos del permiso de trabajo cuando hago cualquier tarea de alturas.

Certificación o Aplicación ISO 45001 (Seguridad y Salud en el Trabajo)

Asegura ambientes laborales seguros, gestionando riesgos laborales, lo cual es importante para la continuidad operativa. Permite a las organizaciones gestionar riesgos, mejorar el bienestar laboral y prevenir accidentes y enfermedades. El proceso de certificación se da por medio de un tercero que valida el cumplimiento de esta norma y demuestra el compromiso con la seguridad, aplicable a cualquier empresa para mejorar su desempeño y cumplir requisitos legales.

Con el fin de conseguir este objetivo la empresa empezará a implementar las siguientes estrategias:

Para el control en salud y bienestar todos los empleados y una vez por mes debe cumplir con una consulta aplicada por enfermería donde se les haga control de temperatura, peso, medidas y presión; si el registro es crítico o la evolución es negativa se debe aplicar un protocolo

médico como consulta, seguimientos diarios en caso de ser presión. Así mismo el centro debe contar con enfermeras presentes en todos los turnos laborales, apoyadas con asistencia médica y ambulancia de emergencia.

Una vez al mes cada empleado debe acudir a media hora de estiramiento, flexibilidad, ergonomía y control de la postura. también se proponen hacer periódicamente exámenes de alcoholemia de manera sorpresa y consensuada. Así mismo se debe contar con un esquema de seguridad y auditoría que asegure correcta aplicación de normas, como subir y bajar escaleras o rampas usando el pasamanos y siempre caminando por la derecha, como el ingreso o porte de armas o drogas que poyen el narcotráfico, la corrupción y/o el terrorismo.

Dentro del bienestar del empleado se debe incluir el desarrollo profesional y el apoyo a situaciones familiares como:

Desarrollo Profesional

Programas de Mentoría. Ofrecen apoyo para acelerar el desarrollo profesional a través de la experiencia y la exposición a áreas más allá del rol actual.

Programas de Prácticas. Buscan empoderar a los estudiantes con desarrollo profesional, superación personal y la oportunidad de trabajar en grandes proyectos.

Apoyo Familiar y Beneficio

Licencia Parental. Políticas progresivas, como baja por maternidad remunerada de al menos 14 semanas y 10 días para padres, y la opción de extender el permiso hasta 6 meses.

Apoyo a la Lactancia. Áreas dispuestas para lactancia en los lugares de trabajo.

Apoyo a la Crianza. Programas como "Loves Parents", que incluye coaching para padres, acceso a servicios de cuidado de niños y guías de crianza.

Descuentos. Acceso a descuentos en miles de establecimientos para ayudar a reducir

gastos personales.

Formación y Capacitación

Compromiso con el desarrollo y la capacitación de los empleados para el crecimiento personal y profesional.

Infraestructura Segura y Dinámica

Para el bienestar de los empleados la infraestructura juega un papel importante desde su puesto de trabajo hasta los espacios comunes; esto ayuda a proteger las vidas humanas que pueden estar en riesgo por errores humano o en las condiciones del área de trabajo. Para FCF Comunicaciones la calidad laboral del empleado es fundamental, es por esto que la empresa plantea mejoras en áreas como comedor (donde se recicle y separen adecuadamente los residuos), zonas como cafés, zonas de descanso con sofás y atención médica prestando servicio de enfermería todo el tiempo en el que haya personal administrativo y operativo; pasamanos en rampas y escaleras, señalizaciones en todas las áreas donde se indiquen posibles peligros o precaución; señalización de los senderos permitidos para caminar evitando así desorden y flujo de personal por áreas no permitidas o que puedan representar peligros. Para los puestos de trabajo se dotarán de sillas ergonómicas, escala pies, pantallas rotativas, teclados, escritorios que cumplan con la altura recomendada (73 cm).

Sostenibilidad y Medio Ambiente

Paneles Solares

Los paneles solares cumplen un papel crucial en las empresas, para las empresas de telecomunicaciones es más que importante es crucial, ya que permite obtener energía de manera autónoma a una industria consume energía para su funcionamiento. Este impacto está mapeado dentro de las estrategias de mejora y responsabilidad empresarial que la compañía FCF

Comunicaciones. Para la empresa esto no solo genera un impacto positivo, sino que también garantiza la ejecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente el objetivo número 7 (energía asequible y no contaminante). Así mismo con el desarrollo de las estrategias anteriores la compañía pretende dar cumplimiento a objetivos como trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), Ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11), Producción y consumo responsable (ODS 12), Igualdad de género (ODS 5) e Industria, innovación e infraestructura (ODS 9).

Manejo Responsable de los Desechos

Ser una empresa responsable con el calentamiento global y el cuidado del medio ambiente también implica analizar las pequeñas acciones que no se están teniendo en cuenta pero que conllevan a problemas grandes. Para la compañía es importante establecer objetivos y cambios de valor, como una cultura responsable de los desechos. Por estas razones la empresa desarrollará una estrategia de clasificación estricta de los residuos, donde se instalen puntos ecológicos en zonas específicas como, oficinas, cocina, comedores, bodega y pasillos comunes; estas zonas ecológicas consisten en canecas reglamentarias donde se depositen los desechos clasificados. Así mismo estos residuos son recogidos por la empresa de servicios medioambientales Veolia, la cual se encargará de recolectar y tratar los residuos. La empresa se encarga de aprovechar estos residuos dándoles otra oportunidad en la industria y minimizando el impacto ambiental. La empresa compra estos residuos a bajo costo, pero certifica a las empresas para que se sustente un cuidado del medio ambiente. Para la compañía es un reto educar a los colaboradores, tercerizados y contratistas en la clasificación adecuada de los residuos, es por esto que el personal recibirá capacitaciones 1 vez por año en el tema, si el empleado es nuevo se le da la capacitación al inicio de labores dentro del programa de inducción. Así mismo incentivar a los

empleados llevando sus residuos del hogar, debidamente clasificados y al completar 30 kilos se les da una pequeña bonificación.

Reglamentos y Conductas Apropriadas

Redacción de un código de Ética y un Código de conducta que permita guiar a directivos y colaboradores en las acciones que se consideran apropiadas y que van ligadas a los objetivos, valores, misión, visión y principios de la organización. A su vez que sirva como manual no solo para constituir una cultura positiva sino también para las acciones que se deben tomar en los casos en que se incumplan las reglas, bajo las cuales se considerarán actividades no apropiadas las siguientes:

Toda acción que vulnere los derechos humanos

Robo

Fraude

Apoyo al terrorismo

Toda actividad ilícita descrita en el código penal vigente

Trabajo bajo el efecto de sustancias psicoactivas y/o alcohol

La realización de alguna de estas acciones debe acarrear los correctivos correspondientes según la legislación vigente por medio de las cual se involucraron a las autoridades correspondientes

Promoción de actividades y capacitaciones por parte del comité de convivencia por medio de las cuales se fomente un ambiente positivo y agradable para todos los colaboradores, y por medio de los cuales los directivos se involucren activamente con toda la organización y se cree en un espacio más humano de interacción donde todos se sientan bien como miembros activos e importantes de la empresa.

Plazos

Tabla 4

Plazos para Cumplimiento del Plan Estratégico

N	Estrategia	Tipo / Alcance	Plazo	Costo estimado (COP)	Responsable / Equipo	Personas involucradas	capacitaciones
1	Certificación de Cableado Estructurado (Fluke) (50–60 puntos)	El alcance es tipo técnico	Media no plazo (4–6 meses)	\$18.000.00 0 – \$25.000.00 0	Técnicos + proveedores certificados Fluke	2–3 técnicos internos + proveedor externo	1 capacitación técnica
2	Cumplimiento del RITEL	El alcance es de tipo normativo	Media no plazo (3–5 meses)	\$8.000.000 – \$15.000.00 0	Técnicos + Asesor normativo	2 técnicos + 1 asesor	1 jornada de socialización
3	ISO 27001 – Seguridad de la Información	Certificación	Largo plazo (8–12 meses)	\$40.000.00 0 – \$70.000.00 0	Administración + TI + Consultor externo	Comité interno (4–6 personas)	3–4 capacitaciones

4	ISO 45001 – SST (aplicación y/o certificación)	Sistema gestión ambiental	Media no plazo (6–8 meses)	\$15.000.00 0 – \$30.000.00 0	RRHH + SST + ARL	Todos los colaboradores	2–3 capacitaciones
5	Implementación de paneles solares	Sostenibilidad ambiental	Largo plazo (12 meses)	\$60.000.00 0 – \$120.000.00 00*	Gerencia + Proveedor energético de la empresa	Proveedor + Mantenimiento	1 capacitación básica
6	Campaña de reciclaje con gestor autorizado (Veolia u otro)	Ambiental	Corto plazo (1 mes)	\$2.000.000 – \$4.000.000 anuales	Área Administrativa	Todos los colaboradores	1 capacitación
7	Incentivos por reciclaje desde casa + canecas	Cultura ambiental	Corto plazo (1 semana)	\$1.500.000 – \$3.000.000	RRHH + Área ambiental	Todos los colaboradores	1 jornada práctica
8	Rutina segura y Reglas que salvan vidas	Autocuidado laboral	Corto plazo (1 mes)	\$1.000.000 – \$2.000.000	SST + RRHH	Todos los colaboradores	Socialización continua

9	Código de Ética y Código de Conducta	Ética y gobernanza	Corto plazo (3 Sema- nas)	\$2.000.000 – \$4.000.000	Gerencia + Jurídica + RRHH	Comité ético (3–4 personas)	1 socialización
1 0	Infraestructur a segura y dinámica	Seguridad física	Largo plazo (12 meses)	\$25.000.00 0 – \$50.000.00 0	Gerencia + Mantenimiento	Proveedor e s + personal	1 inducción

Nota. Planificación de las estrategias y plazos para el cumplimiento del plan estratégico en la empresa FCF Comunicaciones

KPIs e Indicadores

Certificación de Cableado Estructurado (Fluke)

Indicador

Índice de calidad del servicio (IQS) capaz de medir de qué forma el servicio cumple con las expectativas del cliente.

Medición

Integra variables cualitativas y cuantitativas, en donde los datos de medición se obtienen mediante la implementación de encuestas, registros de operación y auditorías internas. Aspectos para evaluar: satisfacción del cliente, cumplimiento de estándares, confiabilidad y resolución de solicitudes. Esta medición se debe realizar teniendo en cuenta los porcentajes asignados a cada variable así:

Satisfacción del cliente: 30%

Cumplimiento de estándares: 20%

Confiabilidad: 25%

Resolución de solicitudes: 25%

El objetivo principal que esperamos conseguir con este indicador es medir la calidad, el IQS permite saber si el cliente está satisfecho y analizar falencias que se presente y corregir en la marcha.

Cumplimiento del RITEL

Indicador

KPI de cumplimiento regulatorio, este indicador permite medir el cumplimiento del Reglamento Interno de Telecomunicaciones.

Medición

Mediante la elaboración de listas donde estén las obligaciones técnicas y administrativas que aplican a la empresa. Esta medición se hace en base a: auditorías internas, revisión de los documentos, inspecciones de carácter técnico e informes.

Para obtener el 100% del cumplimiento del RITEL se deben completar los requisitos, en donde:

Cumplimiento del RITEL % = $\text{Puntaje obtenido} / \text{Total de requisitos aplicables}$.

Tasa de retención de clientes

Indicador

Este indicador permite identificar el porcentaje de clientes que permanecen activos mes a mes y a un largo tiempo, este indicador es fundamental para evaluar la fidelidad de los usuarios y la estabilidad de los ingresos.

Medición

Cientes activos de cada fin de mes / clientes activos inicio del mes, número de clientes nuevos durante el periodo * 100, supongamos que la empresa FCF Comunicaciones tiene los siguientes datos.

Cientes de inicio de mes: 300

clientes nuevos durante el mes: 40

Cientes al final del mes: 310

Tasa de retención = $(\text{número de clientes al final del mes} - \text{clientes nuevos durante el mes}) / \text{por los clientes de inicio de mes} * 100$ y el resultado de ello se divide y se multiplica por los mismos 100 lo cual refleja el resultado final en este caso sería el 135% de los clientes existentes mantuvieron activos durante todo el mes.

El objetivo principal es evaluar la fidelización de los clientes e identificar las posibles

causas de cancelación y mejora del servicio.

ISO 27001 - Seguridad de la Información

Indicador

KPI de seguridad de la información, este indicador permite medir el desempeño y eficacia del sistema y los riesgos en el manejo y tratamiento de la información.

Medición

Se evalúa sobre los requisitos de la norma, controles, políticas y requisitos legales. Se evalúa el estado de cada variable en una escala determinada por un puntaje en donde 1=Cumple, 0,5= Cumple parcialmente, 0= No cumple y Se excluye= **X** (no aplica). La fórmula para la medición es:

Cumplimiento ISO 27001= Puntaje obtenido / Total de controles aplicables * 100 Un

ejemplo:

Controles aplicables: 93

Cumplidos: 80

Parciales: 8

No cumplidos: 5

$$\text{—} \quad \frac{84}{93} * 100 = 90,3\% \text{ Del cumplimiento de la norma ISO 27001.}$$

Crecimiento de Usuarios Activos

Indicador

Este indicador mide el aumento mensual, trimestral o anual de clientes conectados, también refleja la capacidad de la organización para atraer nuevos usuarios y mantener los

existentes.

Medición

Crecimiento (%) = $\frac{\text{Clientes actuales} - \text{clientes del periodo anterior}}{\text{clientes del periodo anterior}} * 100$

Clientes actuales=Número de usuarios activos al final del periodo.

Clientes del periodo anterior=Número de usuarios activos al inicio del periodo.

Ejemplo: Clientes Activos en

enero 200 Clientes activos en

febrero 210 crecimiento = $210 -$

$200 / 200 * 100 = 5\%$

Esto indica que el crecimiento es de un 5% en los usuarios activos durante todo el mes.

Objetivo Principal

Evaluar el desempeño comercial de la organización, identificando tendencias de expansión o estancamiento. orienta las decisiones de inversión, cobertura y marketing.

ISO 45001 – SST (Aplicación y/o Certificación)

Indicador

KPI de desempeño operativo y preventivo, que mide la aplicación de la normativa del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.

Medición

Se toma el $(N \text{ de accidentes } N \text{ laborales trabajadores}) / 100$

Con una frecuencia mensual o puede ser trimestral, así mismo se puede medir la frecuencia con la que ocurren accidentes, la severidad de estos, ausentismo laboral y el cumplimiento de la normativa en la empresa, esto de marco operativo. Para el marco preventivo se mide con la

misma fórmula aspectos relacionados con el porcentaje de riesgos, actos o condiciones inseguros, cobertura en la aplicación en SST, índice de inspecciones realizadas y uso adecuado de EPP.

Satisfacción del Cliente (CSAT)

Indicador

Evalúa el grado de satisfacción de los clientes con respecto a su servicio, producto o experiencia específica, generalmente justo después de una interacción (Atención al cliente, soporte técnico y demás.)

Medición

$CSAT(\%) = \text{número de clientes satisfecho} / \text{número total de respuestas} * 100$

Cientes satisfechos=Son aquellos que cuando se realiza una encuesta sus respuestas de calificación son de una puntuación alta entre 4 o 5 en una escala de 1 a 5.

Total, de las respuestas=Número total de las encuestas realizadas y respondidas.

Ejemplo: Total de encuestas respondidas 80 y clientes que calificaron con 4 o

5: $70 \text{ CSAT} = 70 \text{ calificación con } 4 \text{ o } 5 / 80 \text{ encuestas respondidas} * 100 =$

87.5%

Objetivo

Evaluar la percepción del cliente sobre la eficacia del servicio, la atención al consumidor, la velocidad de la solución a los problemas y de esta manera, poder detectar los campos en los que se puede mejorar y fortalecerlas.

Bienestar Laboral, Seguridad y Autocuidado

Con el fin hacer un seguimiento oportuno y garantizar que el todo el personal tenga bienestar, seguridad y autocuidado, se emplearan dos tipos de indicadores el primero es un indicaros proactivos, el cual se encarga de garantizar la emisión y recepción de la información

por medio de capacitaciones e inspecciones. A su vez documentar los casos que pudieron iniciar un accidente con los cuasi-accidentes. Por otro lado, se empleará un tipo de indicador reactivo como el registro de accidentes, ausentismo y rotación; es importante siempre calcular la Tasa de Frecuencia/Gravedad de accidentes, así mismo el porcentaje de participación en programas de bienestar, índice de absentismo, encuestas de satisfacción y tiempo de implementación de acciones correctivas.

Indicadores Concretos

Porcentaje de participación en programa de flexibilidad, estiramiento y fortalecimiento muscular.

Las capacitaciones son obligatorias por ende se aplican evaluaciones que serán calificadas, se registrara el porcentaje de certezas en las respuestas que determinen el nivel de recepción de la información.

Tasa de ausentismos clasificada por motivos

Número de días sin accidentes, así como número de accidentes ocurridos en toda la vida activa de la empresa con su categoría de gravedad

Tiempo de solución a necesidades de los empleados que involucren su bienestar y las condiciones del área de trabajo.

Cumplimiento de las reglas que salvan vidas.

Porcentaje de rotación del personal por renuncias y tasa de rotación por asensos.

Encuestas de Satisfacción y Clima Laboral: Puntuaciones sobre ambiente, carga de trabajo y bienestar.

Uso puntual de la cita de control con enfermería y análisis de las condiciones de salud de los trabajadores.

Sostenibilidad y Medio Ambiente

Para medir el impacto positivo que las estrategias implementadas por la compañía causan un impacto favorable y ayudan a mejorar la condición medio ambiental que hoy día enfrenta el planeta y quienes lo habitamos se analizaran los siguientes indicadores:

Porcentaje de huella de CO2 emitida por la compañía y el efecto que esta produce.

Performance Ratio (PR), el cual mide la eficiencia global comparando energía producida real vs. ideal. Un PR alto (cercano al 100%) indica alta eficiencia.

kWh generados por metro cuadrado (kWh/m²/año) con el fin de evaluar la productividad de la instalación, considerando radiación y tecnología.

Para el aspecto económico se emplea el KPI que cuantifica la ganancia de la inversión total (ROI).

Reglamentos y Conductas Apropriadas

Para medir La observancia de las políticas de la empresa se utilizan indicadores basados principalmente en la confianza, para el caso de FCF Comunicaciones se emplearán los siguientes indicadores:

Tasa de participación en capacitaciones de ética, seguridad empresaria y de datos, confidencialidad y los temas que se consideran pertinentes.

Tiempo empleado para la solución de conflictos y denuncias índice de satisfacción del empleado El número de reportes éticos y el porcentaje de casos resueltos con medidas preventivas. Seguimiento a la prevención de actividades ilícitas y fraude.

Conclusiones

En conclusión, el resultado de este trabajo nos permitió identificar la importancia de establecer e integrar la responsabilidad social empresarial RSE es como una parte importante y fundamental de la planificación estratégica de la organización FCF Comunicaciones, desde la implementación de la RSE las organizaciones hacen una diferencia significativa en los diferentes entornos en los que brindan sus servicios. al incorporar las prácticas rentables como el ahorro energético y el uso de los materiales reciclables hace que la empresa mejore la eficiencia y Consigue una reducción en los costos de producción. la rentabilidad.

La Responsabilidad Social Empresarial permite a las compañías contribuyen al bienestar de comunidades ofreciendo distintos empleos de calidad, promoviendo la inclusión social, donde estas actividades no solo benefician a la comunidad, sino que permite a la organización ser más responsable, generar valor para las partes interesadas y garantizar una sostenibilidad. FCF Comunicaciones acepta este reto con determinación, consciente de que cada decisión, cada contenido y cada alianza puede convertirse en una semilla de transformación. El plan tiene como objetivo que la compañía se convierta en un modelo en términos de comunicación responsable, tanto alineada con los estándares internacionales más altos como profundamente arraigada en su entorno local. De esta manera, FCF Comunicaciones se une desde el corazón del Huila a la convocatoria mundial de los ODS y de la ISO 26000: crear un mundo más humano, ético y sostenible en conjunto.

Recomendaciones

A la empresa FCF Comunicaciones se le recomienda reestructurar la aplicación de ISO 26000 y apoyarse en esta para mejorar todos y cada uno de los procesos y áreas ya que esta le servirá como una guía estratégica para integrar RSE y evitando que esta perciba como una obligación exclusiva del comité de RSE.

La norma ISO 26000 esta basa en siete principios que guía toda acción empresarial de manera responsable, la empresa FCF Comunicaciones debe implementar un proceso se debe llevar a cabo una iniciativa de concienciación y culturización interna, con enfoque externo para que todos en la organización, desde gerencia hasta el área operativa se comprometan con estos principios y los adopten, también cabe resaltar que antes de tomar decisiones es de manera importante implementar un examen minucioso de la circunstancia en la que se encuentra la compañía FCF Comunicaciones en materia con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sin embargo esto le ayuda a la compañía a identificar los diferentes impactos sociales, ambientales, económicos, como también los riesgos y las oportunidades.

Se sugiere establecer una política de RSE transparente, que esté se encuentre alineada con la misión y visión de la empresa; también es aconsejable definir objetivos estratégicos de RSE que sean cuantificables y cuenten con indicadores de desempeño, así como dedicar recursos humanos y financieros específicos para su implementación, se recomienda incluir a la RSE en los procesos de planificación, de toma de decisiones y evaluación. La empresa debe fortalecer la ética empresarial mediante códigos de conducta, garantizar las condiciones laborales justas fomentar las diferentes capacitaciones y promover las políticas de eficiencia energética y sobre todo asegurar la calidad y accesibilidad de los diferentes servicios de las telecomunicaciones que brindan dentro de la empresa. Por último, se recomienda que la empresa FCF Comunicaciones se

vincula a las estrategias de RSE con los ODS para así tener en cuenta y poder identificar aquellos que pueden generar un mayor impacto.

Referencias Bibliográficas

Belda Hériz, I. (2018). Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible.

Editorial Tébar Flores, 16-66.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/51998?page=16>

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>

Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació Publicacions, 18-50.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258?page=18>,

González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmeccánico del municipio de Guacara del Estado de

Carabobo.

<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>www.canva.com

Hoof, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental, 17-63. Universidad de los Andes.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312?page=17>

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social.

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview.pdf<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del

proyecto.[https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.a](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)

[px?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site](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)

- Natalia Arroyo Vazquez, Universidad de León (2024). Integrar los ODS en la gestión de las organizaciones: las Directrices para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2024.e18a26>.
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189.
- Rosso, J. W. (2018). El gobierno corporativo: teoría y evidencia empírica. Editorial UPTC, 10-36. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478?page=10>
- Soto, D. & Soto, D. (II.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios . RIL editores, 17-64. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587?page=17>
- Tabra Ochoa, E. P. (2015). Solidaridad y gobierno corporativo de la empresa: una mirada a los organismos internacionales . J.M. BOSCH EDITOR, 10-28.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478?page=10>