

Fase 5 Plan de Mejora

Leidy Yovana Bedoya

Daniela Castro

Washington Tenorio

Ana Catalina Callejas

Natalia Trivino

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Febrero 2021

Fase 5 Plan de Mejora

Leidy Yovana Bedoya

Daniela Castro

Washington Tenorio

Ana Catalina Callejas

Natalia Trivino

Asesora

Carolina Iveth Sanchez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Febrero 2021

## Tabla de Contenido

Resumen .....	7
Abstract.....	7
Capítulo 1. Antecedentes.....	8
Introducción.....	8
Problema.....	9
Objetivos.....	10
Capítulo 2. Marcos Referenciales .....	11
Estado del arte .....	11
Marco conceptual .....	12
Marco Teórico .....	14
Marco institucional.....	16
<b>EFICOL S.A.S .....</b>	<b>16</b>
<b>Sector .....</b>	<b>16</b>
<b>Ubicación .....</b>	<b>16</b>
<b>Misión .....</b>	<b>16</b>
<b>Valores Corporativos .....</b>	<b>17</b>
<b>Estructura Organizacional .....</b>	<b>18</b>
Marco Legal.....	19
Capítulo 3. Resultados.....	21
Diagnóstico.....	21
Matriz de Marco Lógico.....	22
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento .....	26
Plan de Acción y de Seguimiento .....	26
Conclusiones.....	29
Referencias .....	30
Anexos.....	34

### **Lista de Tablas**

Tabla 1. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i> .....	26
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i> .....	27
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i> .....	28

### **Lista de Figuras**

Figura 1. <i>Árbol de problemas para la empresa EFICOL S.A.S</i> .....	23
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos para la empresa EFICOL S.A.S</i> .....	24
Figura 3. <i>Mapa Estratégico para la empresa EFICOL S.A.S</i> .....	25

### **Lista de Anexos**

Anexo A. Enlace al Código de Ética .....	34
Anexo B. Formato de Recolección de Información .....	34

### Resumen Analítico Especializado

<b>Título</b>	<b>Fase 5 Plan de mejora.</b>
<b>Autores</b>	LEIDY YOVANA BEDOYA RIVILLAS WASHINGTON TENORIO ANA CATALINA CALLEJAS DANIELA CASTRO
<b>Tipo de documento</b>	Trabajo de grado de Diplomado
<b>Asesor</b>	CAROLINA IVETH SANCHEZ
<b>Año</b>	2021
<b>Palabras clave</b>	Empresa, Estrategia, Implementación, RSE, Norma
<b>Resumen</b>	<p>El presente documento es el recorrido por varias fases que se enfocan en la búsqueda de metodologías para convertir la empresa EFICOL S.A.S en una entidad responsable socialmente, para ello se conoce la estructura de la norma iso 26000 y con base en ella se estableció una serie de criterios que van encaminados a conocer los problemas que evitan que se esta empresa sea responsable socialmente. Por consiguiente, para la aplicación de esta estrategia es necesario replantear los objetivos de la compañía, y enfocarlos a las filosofías de la RSE, que conlleven a que esta empresa este a la vanguardia del mercado al incorporar en sus políticas estrategias que no solo protegen al medio ambiente si no que aportan con sus actividades a la sociedad</p>

<b>Problema de investigación</b>	Pocas estrategias para implementar un proyecto de responsabilidad social empresarial
<b>Metodología</b>	Para llevar a cabo este trabajo se tomó como base la norma ISO 26000 que marca la pauta en el tema de Responsabilidad Social y que en adelante regirá todos los procedimientos para aplicar en la organización
<b>Principales resultados</b>	Implementación de la RSE, cambios en los objetivos y metas
<b>Conclusión</b>	Deducimos que, la responsabilidad social debe interiorizarse como una herramienta muy útil de gestión estratégica que, básicamente va orientada a la búsqueda de ventajas competitivas. Ventajas que se materializan en el ámbito social, económico y ambiental, si se logra conseguir una equidad entre estos tres entornos es muy probable alcanzar el éxito para la empresa.
<b>Referencias</b>	ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de <a href="https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf">https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf</a>

## Resumen

Tener conciencia acerca de la manera como influencia la actividad empresarial al entorno en el cual nos encontramos inmersos es el modo más acertado y ético de proceder. Debido a la competitividad y a las nuevas normas existentes, enfocadas a la participación en el crecimiento de la comunidad, y la protección del Recurso Humano, las empresas se han volcado a utilizar la RSE como el ápice para conseguir las metas de su actividad en el largo plazo, la RSE es por mucho el instrumento más eficaz para evaluar detenidamente el impacto en el ambiente y a todo el grupo de interés, así resarcir los perjuicios que se han gestado en el medio como consecuencia de un aumento en su participación para el crecimiento social y económico de su región. Por consiguiente, a través de este documento haremos un recorrido sobre las distintas fases que debe pasar una empresa para poder convertirse en una empresa responsable socialmente.

***Palabras Clave:** empresa, estrategia, código de ética, responsabilidad social, diagnostico*

## Abstract

Being aware of how business activity influences the environment in which we are immersed is the most appropriate and ethical way to proceed. Due to competitiveness and the new existing rules, focused on participation in the growth of the community, and the protection of Human Resources, companies have turned to using CSR as the apex to achieve the goals of their activity in the long run. term, CSR is by far the most effective instrument for carefully evaluating the impact on the environment and on the entire stakeholder group, thus compensating the damages that have been generated in the environment as a result of an increase in their participation for social growth and economic of your region. Therefore, through this document we will take a tour of the different phases that a company must go through in order to become a socially responsible company.

**Keywords:** company, strategy, code of ethics, social responsibility, diagnosis

## Capítulo 1. Antecedentes

### Introducción

La RSE emerge por la necesidad de dar una gobernanza más eficiente y dinámica a la ejecución de los procesos dentro de una empresa, procurando siempre que se caracteriza por las buenas prácticas, en este sentido se debe tener en cuenta que la importancia de una empresa que se reconoce a sí misma como responsable debe cumplir unos factores de calidad en los procesos los cuales usualmente están estandarizados bajo las normas ISO, pero adicionalmente debe cumplir con unas condiciones de trato humano y respeto tanto por el cliente interno como por el cliente externo de la empresa, en el cual se derivan las evaluaciones de indicadores de desempeño y de calidad los cuales son la mejor herramienta que posee el administrador para dar seguimiento a su desempeño como institución

La empresa EFICOL S.A.S. se dedica al transporte, a la industria manufacturera y comercial, cuya forma jurídica es de Sociedad de Acciones Simplificada lo que nos permite conocer que la empresa es administrada por un grupo de socios quienes se encargan de velar por el bienestar empresarial junto con la labor realizada por sus colaboradores.

A raíz de lo analizado en fases dedicadas a la investigación de las características de esta empresa se conoció que una de las falencias que presentaba, está relacionada con el cumplimiento de la norma ISO 26000 la cual está relacionada con la responsabilidad social empresarial.

Partiendo de estos hallazgos, se procede entonces a crear planes y estrategias enfocadas en la RSE que debe asumir la compañía para el aumento de su progreso y fortalecimiento empresarial.

### **Problema**

El problema identificado en la empresa EFICOL S.A.S es la poca inversión en estrategias para implementar un proyecto de RSE; esta estrategia implica que los cambios institucionales en la empresa deben comenzar desde los objetivos de la misma, debido a que la RSE abarca ciertas metodologías que van desde involucrar a la comunidad, como parte fundamental de esta filosofía, así mismo cambiar sus enfoques que permita una protección eficaz al medio ambiente.

Por consiguiente, la empresa EFICOL deberá establecer nuevas estrategias, dentro de sus estructuras organizacionales que les permita desarrollar de forma efectiva las estrategias de la RSE, y con ello estar a la vanguardia de las compañías que a nivel mundial la aplican y se convierten en compañías exitosas y competitivas en el mercado.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Crear y poner en acción la metodología de RSE ideado para la compañía EFICOL S.A.S. que contenga estrategias que le permita aumentar su poder adquisitivo y mejorar la imagen corporativa de la compañía en diciembre del año 2021

### ***Objetivos Específicos***

- Realizar un árbol de problemas que demuestre los problemas que afectan los procesos de la empresa EFICOL S. A. S
- Desarrollar un árbol de objetivos a conciencia de los problemas, deben ser objetivos concretos que pongan freno a los efectos derivados de la actividad comercial.
- Desarrollar un mapa estratégico para la empresa que sea el punto de partida para desarrollar un diagnóstico.
- Elaborar una auditoría interna en la empresa EFICOL S.A.S con la finalidad de establecer un diagnóstico que permita ser una empresa con responsabilidad social empresarial.
- Establecer las conclusiones y elaborar las estrategias que le den las pautas a la empresa EFICOL para implementar la RSE al finalizar el año.

## Capítulo 2. Marcos Referenciales

### Estado del arte

La RSE surge desde la década de 1980, teniendo como fundamento la custodia de los derechos fundamentales del ser humano, y la conservación del medio ambiente en la actualidad esta estrategia ha tenido mucha más acogida, ya que está desarrollando relación importante en el logro de los objetivos o en el declive de las empresas, debido a que la competencia a nivel mundial está mucho más fuerte, así mismo la incorporación de productos a servicios a otras economías están sujetas a que la empresa sea responsable socialmente.

En la región existen empresa tales como, Servientrega, Envía etc. Todas cuentan con políticas enfocadas hacer responsables socialmente que les permiten ser competitivos en la economía nacional, y tener un prestigio a nivel empresarial.

Trazar y ejecutar un plan de acción para una empresa que tenga como finalidad incrementar sus estrategias de RSE se convierte en un reto y una responsabilidad grande ante la sociedad. En un artículo, publicado en el sitio web *Red De Árboles*, Acuña, define la RS del modo: *“La responsabilidad social empresarial (RSE) define todas esas acciones que las empresas realizan, para mitigar de alguna manera, el impacto que generan a nivel social, ecológico y económico, en los territorios en los cuales desempeñan sus actividades.”* (Acuña, 2020) Este concepto es el que se utilizará como referente para definir a que nos referimos cuando hablamos de RSE.

Por otro lado, no podemos concebir la RSE si contemplar el concepto de empresa, en este sistema económico en el que nos encontramos, entender cómo funciona el capitalismo y que rol

tienen las comunidades y la sociedad resulta ser una tarea compleja pero necesaria sobre todo si la tarea esencial es comprender la conexión que hay entre empresa y sociedad.

reconocemos entonces que una empresa es *“una organización formada por distintos elementos humanos, técnicos y materiales, y que tiene como objetivo conseguir algún beneficio económico o comercial”* (Reviso.com, 2020) Sin embargo, este beneficio que la empresa consigue debe ser analizado desde el lente de lo social para comprender cuales son los impactos que está generando, el accionar de la empresa en el lugar donde se encuentra, todo depende del tipo de acciones económicas que se emprendan, aunque a pesar de esto, toda empresa debe estipular como llevará a cabo su RSE.

Las estrategias de la RSE comúnmente se contemplan dentro del Código de Ética de la empresa, entendido como *“un conjunto de directrices que tienen por objeto establecer las conductas aceptables para los miembros de un grupo en particular, asociación, o profesión”* (Interbus.org) El Código de ética, también se implementa en las empresas, usualmente allí se establece que tipo de acciones llevara a cabo la empresa para mitigar su impacto en la sociedad.

## **Marco conceptual**

### ***Ética.***

La ética es la conducta de adopta cada ser humano a la hora de realizar cada una de sus actividades, cotidianamente, ya que de acuerdo con las actitudes que cada individuo asuma y los utilice para la relación con los demás, si se aplica los conceptos éticos el individuo será una gran persona ya que la ética hace engrandece al ser humano

***Ética Empresarial.***

La ética empresarial hace su enfoque a la responsabilidad social que tiene cada empresa, enfocado a que los productos o servicios que estas ofrecen estén con los parámetros establecidos para los que estas están emitiendo al mercado

***Pensamiento Estratégico.***

El pensamiento estratégico la planeación que debe tener la empresa para su supervivencia en el mercado, ya que al establecerlas de forma eficaz se mantiene en su mercado objetivo.

***Desarrollo Social.***

El desarrollo social son aquellos beneficios que una empresa le brinda a sus empleados, como motivación para que estos estén cómodos dentro de la empresa, para estos pongan todos sus esfuerzos y conocimientos en pro de incrementar la productividad de la compañía.

***Desarrollo Sostenible.***

En desarrollo sostenible está encaminado a que una comunidad de cumplimiento a todos los objetivos propuestos y mantenerlos en el tiempo

***Excelencia Empresarial.***

Se puede enfocar como la gestión que realiza la empresa, a través de sus buenas prácticas de operación satisfaciendo su mercado objetivo

***Grupos de Interés.***

Su enfoque está encaminado a él bien común como parte del beneficio para todos los individuos

***Sostenibilidad.***

La sostenibilidad hace referencia a la capacidad de recursos que se tiene para mantener una comunidad con capacidad para dejar existencias para las nuevas generaciones

***Estrategia.***

La estrategia se puede constituir como un paso a paso que se debe seguir para cumplir con una meta trazada durante un tiempo previsto

### ***Gerencia Estratégica.***

Constituye el liderazgo gerencial donde a través de su gestión posicionar la empresa dentro de un mercado con proyecciones estableciendo los cambios en los objetivos si la compañía los requiere y establecer las nuevas estrategias que le permitan alcanzar a tener una ventaja competitiva y sostenible en su mercado

### **Marco Teórico**

En una organización de naturaleza privada, un empleado de cargo administrativo es la mano derecha de los dueños de la empresa. Y su responsabilidad es la de guiar la empresa conforme con las expectativas de los dueños, deseos que primordialmente consisten en tener la mayor rentabilidad que les sea posible sin perder de vista las normas de la sociedad, adheridas a la legislación y a las costumbres éticas. (Milton en Sulbarán, 1995, p. 238).

Del anterior apartado se entiende claramente que se deben establecer normas claras para la cooperación de todos los grupos de interés que están sumidos en la organización, que los intereses particulares no deben sobrepasar los fines de la organización, de ese modo se presentará ante la sociedad una empresa con códigos respetables de ética.

De igual modo diferentes letrados se han propuesto indagar la relación que hay en los diversos contenidos de la RSE; Orlitzky, Schmidt & Rynes (2003), evalúan la compatibilidad entre temas como reputación corporativa, competencia, aprendizaje, eficiencia y desempeño financiero. Valenzuela et al (2015), coinciden en que la RSE, persigue dar efecto positivo en la imagen de la corporación y en el alcance de las metas de tipo financiero, se involucran entonces

condicionantes como como el incremento en los ingresos operacionales, la incursión en nuevos sectores del mercado y la subida de valor para los títulos de la organización, la creación de valor a la marca y el gana-gana entre la organización y sus clientes. Los beneficios que obtiene la compañía al incluir dentro de sus políticas la RSE son innumerables, en todos los ambientes involucrados en la organización.

Se concluye que la RSE es una filosofía de aplicación voluntaria, conforme con su implementación la empresa consigue mayor competitividad en el sector económico, ya que, al tener la responsabilidad social, se acerca más a la comunidad, la cual es quienes hacen que la empresa sobreviva a lo largo del tiempo. Así mismo se fortalecen sus operaciones, ya que se empieza a tener una cultura organizacional, enfocada a mantener una responsabilidad social dentro de la comunidad, a velar por la protección del medio ambiente, eso conlleva a que la empresa tenga una reputación de ser amigable con responsabilidad social.

Así mismo una empresa con responsabilidad social empresarial, se vuelve más competitiva no solo a nivel local si no mundial, ya que muchos países, exigen que las compañías que pretendan ofertar sus productos en otros países compartan sus políticas económicas, sociales y ambientales, por ello al aplicar la RSE se amplían los horizontes de las empresas, ya que sus procesos no solo son amigables con el ambiente y con la comunidad, sino que esta tenga un plus distintivo referente a las otras empresas en materia de competitividad mundial.

**Marco institucional****EFICOL S.A.S**

Es una compañía activa que se ocupa de ofertar servicios de transportes especiales a compañías prestantes de los sectores de la industria a nivel regional.

La forma jurídica de Eficol SAS es, Sociedad por Acciones Simplificada, su acción económica principal es la Manipulación de carga.

**Sector:**

Pertenece al sector transporte

**Ubicación:**

La empresa EFICOL S A S cuenta con una oficina principal ubicada en la Calle 57D # 28 B-113 segundo piso, municipio de PALMIRA Departamento de Valle del Cauca.

**Misión**

Ofrecer a las empresas servicios especializados de transporte de mercancías, amparando la excelencia en el servicio, la idoneidad del personal a cargo de cada labor, lo que nos permita crear un vínculo de confianza con todos los grupos de interés.

**Visión**

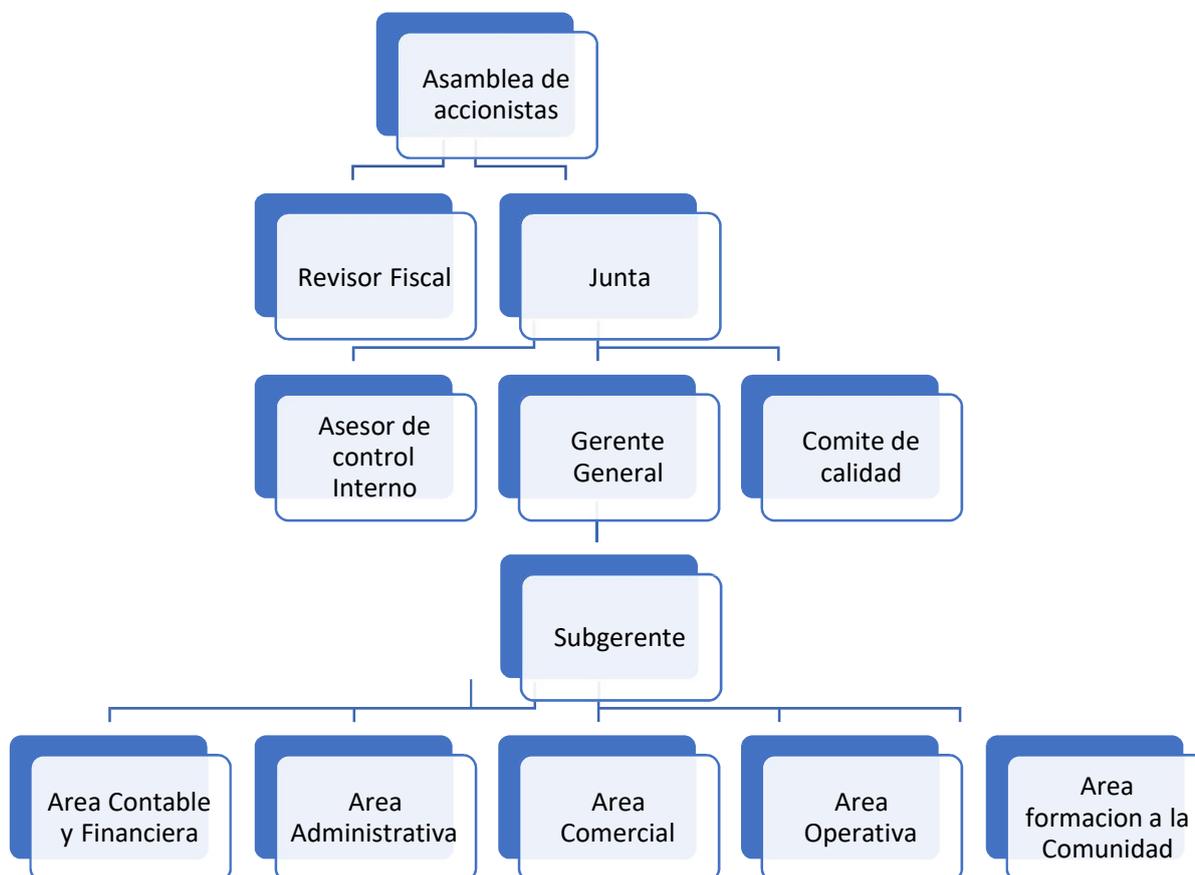
Para el año 2025 convertirnos en la empresa de transportes con mejor imagen en el mercado a nivel Nacional, en donde cinco de cada diez empresas que requieran de los servicios

de transportes especiales nos tengan dentro de sus mejores oferentes por nuestra excelencia en servicio y calidad humana.

**Valores Corporativos:**

- **Responsabilidad:** Administrar eficientemente los recursos con los que se cuenta, sin alterar la eficiencia en el servicio y la imagen corporativa.
- **Solidaridad:** Conseguir un sano equilibrio entre el bienestar de los empleados, la misión, los clientes, y las metas de la empresa.
- **Cumplimiento:** Asumir cada tarea encomendada de la manera más profesional posible, teniendo en cuenta la cultura organizacional impartida.
- **Honestidad:** Nos enfatizamos en socializar el código de ética a nuestros colaboradores para que en ellos se introduzca la buena intención que tenemos de dar valor a la marca y los colaboradores son quienes están a cargo de la buena impresión que entregamos con cada cometido.

## Estructura Organizacional



## Marco Legal

La norma ISO 26000 “Guidance on Social Responsibility” es la pauta a seguir por las empresas sobre contenidos a propósito con la RS. Su fin es que las corporaciones acepten conscientemente los efectos que ocasionan sus actividades en la región y en el entorno ambiental.

Para entender esta guía se debe conocer primero los siete principios: responsabilidad; transparencia; ética; enfoque multistakeholder; acatar a la legislación y códigos internacionales de moral; y respeto por los derechos de los civiles. Además, consolida siete componentes marcos: gobernanza organizacional; derechos humanos; prácticas laborales; medioambiente; prácticas operativas justas; temas relacionados con el consumidor; y fomento del desarrollo económico de las comunidades locales (ISO, 2008a).

Esta norma surge a raíz de la preocupación por el medioambiente que se constituye como un desafío que tienen las empresas desde tiempo atrás, solo hasta hace poco que las metas de las organizaciones y de la comunidad exhibieron un crecimiento. Desde ese entonces se tiene más concienciación acerca de la idea de crecimiento sustentable, notorio por aplicarse como una respuesta a las exigencias del presente sin privar de recursos a las futuras generaciones (Rutland, 1987), además se tiene en consideración la conclusión de que el surgimiento económico va de la mano con ejercicios respetuosos con el entorno (Rutland, 1987).

Según la ISO:

*“Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que*

*constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización” (ISO, 2010)*

Por medio de esta norma las empresas tienen un punto de partida para reconocer cuál es su compromiso con la sociedad, de qué manera deben realizar esa RSE y a quienes se deben dirigir sus esfuerzos.

Dando estas claridades, es cuestión de cada empresa diseñar e implementar las estrategias que consideren como convenientes a ejecutar teniendo en cuenta, las características de la comunidad y su impacto socio ambiental en ella. Si bien la guía de RSE no es camisa de fuerza para el normal ejercicio de las actividades al interior de las empresas, estas deben asegurarse de que su implementación logre preservar los recursos que son por derecho de todos los seres humanos y que se establezcan reglas justas para todas las empresas que estén en la contienda.

### **Capítulo 3. Resultados**

#### **Diagnóstico**

A través de una matriz FODA se diagnosticó, que la empresa EFICOL S.A.S estructuralmente es una empresa sólida en cuanto a su funcionamiento, por ello si esta se quiere volver una compañía responsable socialmente, deberá realizar ajustes, en posicionar el servicio, aumento del poder adquisitivo, y mejorar la imagen corporativa de la compañía los cuales son las principales debilidades que debe afrontar, por ello la empresa deberá estructurar su relación con los clientes, para que esta tenga mayores ganancias mejorar sus procesos sin afectar la calidad del servicio, así mismo enfocarse en la adquisición de nuevos vehículos lo cual le agrega valor a la marca posicionando la compañía en un sitio más competitivo.

### **Matriz de Marco Lógico**

Este es desde donde se resumirá a través de cuadros toda la información del proyecto para que se vea presentada de una forma más resumida

### **Stakeholders**

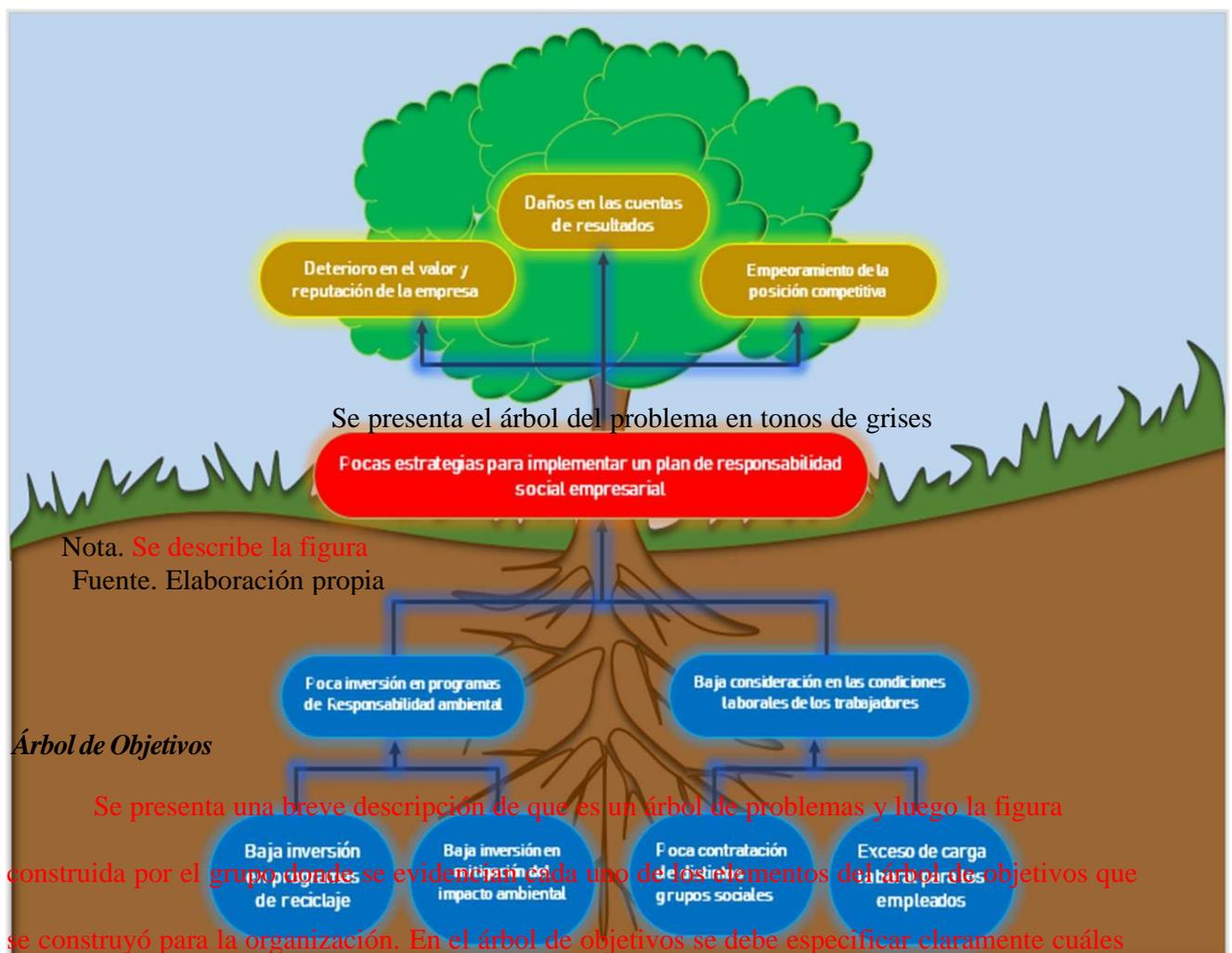
Los Stakeholders se constituyen como las entidades que con sus acciones pueden influir en el desempeño de la empresa Eficol, y viceversa, las acciones de la empresa pueden afectarlos a ellos:

- Accionistas
- Instituciones financieras
- Clientes
- Empleados
- Comunidad
- Proveedores
- Medio ambiente

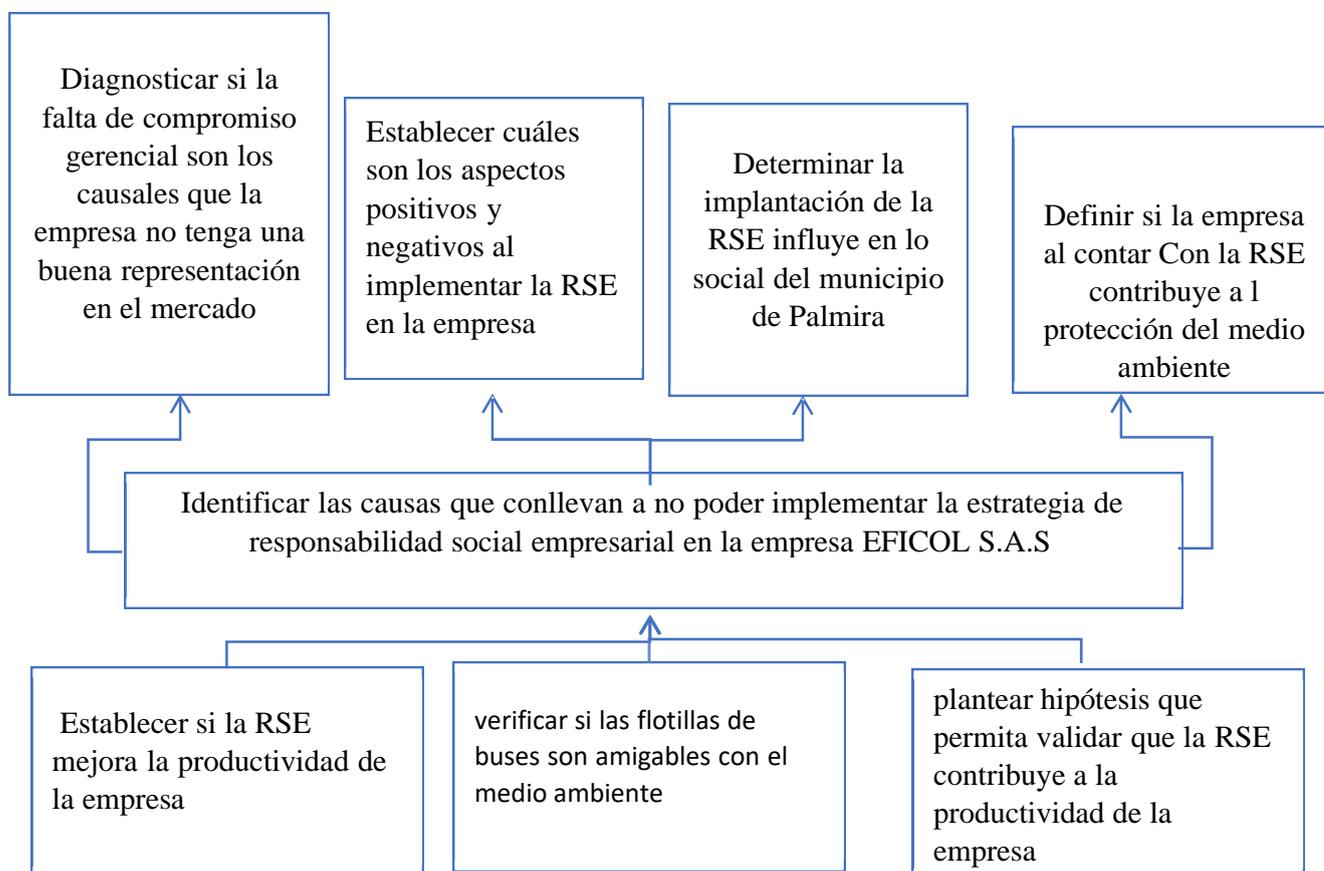
**Árbol del Problema**

Este nos enseña en su parte central el problema que se pretende solucionar y la raíz con las ramas los problemas específicos que contribuyen a que se presente el problema central

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



*Nota. ilustración de Árbol de problemas empresa EFICOL S.A.S*  
*Fuente. Elaboración propia*

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

Nota. ilustración de Árbol de objetivos EFICOL S.A.S

Fuente. Elaboración propia

### Mapa Estratégico

El mapa estratégico se enfoca en establecer relaciones en los distintos procesos que interactúan en una empresa, donde el tener un buen liderazgo sirve como guía para que los recursos humanos sean eficientes e idóneos para lo que se necesita, las buenas prácticas laborales, la protección y buen uso de los recursos, las buenas prácticas de manufacturas, el ofrecer un servicio que cumpla con las necesidades del cliente e influyan con el desarrollo de la comunidad

**Figura 3.**  
Mapa Estratégico para la empresa EFICOL S.A.S



*Nota. Ilustración del mapa estratégico empresa EFICOL S.A.S*

*Fuente. Elaboración propia*

## Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Los planes de mejoramiento constituyen las distintas acciones que realice la empresa en pro de mejorar sus procesos, administrativos, económico, y sociales, por ello a través de los distintos indicadores conocidos se realizan las mediciones y se determinan si las acciones de mejoras fueron efectivas durante el tiempo determinado para la obtención de resultados

### Plan de Acción y de Seguimiento

Este se constituye en una parte fundamental para la empresa, a la hora de proponer cualquier plan de mejora, ya que este permite si el tiempo determinado conocer que factores económicos que determinan si la empresa al tener RSE mejora sus ingresos a través del tiempo

**Tabla 1.**

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

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Determinar el impacto en los ingresos de la organización, con la implementación de la RSE a nivel interno y a nivel del mercado	Estrategias corporativas  Fortalecimiento de la capacidad de respuesta de la empresa al incrementar sus ventas	12 meses	2.000.000	INDICE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO:  $\frac{\text{Ventas históricas de la empresa}}{\text{Ventas totales del servicio en 12 meses}} * 100$
	Maximizar el valor de la organización mediante la disminución de costos y el aumento de beneficios para los clientes.	Implementación de planes de afiliación para clientes frecuentes. Implementar campañas de referidos, por cada referencia se dará un descuento equivalente al 5% hasta 10% del costo del servicio.	6 meses	\$50.000.000	$\frac{\text{Número de clientes conseguidos}}{\text{Número de meta planteada}} * 100$

*Nota: La tabla presenta el plan de acción para la dimensión económica, aquí se crea un objetivo para darle cumplimiento en un plazo de 12 meses, lo que le permite a la empresa ver si sus ingresos tuvieron un incremento sustancial con la RSE*

*Fuente: Elaboración propia*

La dimensión social se constituye por el impacto que se generan por el servicio que la empresa ofrece y que tanto ha impactado en la sociedad, y que efectos positivos y negativos se han presentado en el plazo que se estableció para el éxito de la estrategia que se planteó como posible mejora

**Tabla 2.**  
*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Social</b>	Establecer que cantidad de población del municipio de Palmira se benefician con nuevas políticas sociales de la empresa	Estrategias cooperativas  Alianzas transectoriales para conocer los impactos sociales que generan la empresa	12 meses	1.000.000	$\frac{\text{cantidad de programas sociales}}{\text{numero de habitantes beneficiados}} * 100$
	Incrementar el impacto en las comunidades de los proyectos implementados	Ejecución de proyecto de plan semilla en la comunidad.	12 meses	\$35.000.000	$\frac{\text{número personas con quien se trabajó}}{\text{Total habitantes de la comunidad}} * 100$

*Nota. La tabla desglosa un el planteamiento de un objetivo que pretende medir si el plan de acción que se toma para la dimensión social, los meses que se tomaron para su ejecución y el indicador que se tomó para medir si se cumplió con el objetivo trazado para la dimensión social.*  
*Fuente: Elaboración propia*

La dimensión ambiental está constituida por los efectos que se gestan en la empresa a raíz de la prestación de sus servicios, en el cual se trata de determinar qué porcentaje de la población se ve afectada, que tipo de acciones se pueden plantear para mitigar ese impacto dentro de la población donde se ubica la empresa

**Tabla 3.**

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

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Ambiental</b>	Establecer si con la implementación de la RSE la empresa está mitigando los impactos generados al medio ambiente	Estrategias Corporativas  Promoción y fomento de la cultura de reciclaje y buenas prácticas ambientales	12 meses	1.500.000	$\frac{\text{medicion de agentes contaminantes}}{\text{poblacion de palmira}} * 100$
	Diseñar e implementar proyecto de reciclaje en y con las comunidades vecinas.	Realización de proyecto ambiental de reciclaje al interior de la empresa.	12 meses	\$30.000.000	$\frac{\text{número personas con quien se trabajó}}{\text{Total habitantes de la comunidad}} * 100$

*Nota. La tabla presenta el plan de acción para la dimensión ambiental donde se plantea un objetivo para darle cumplimiento en un plazo de 12 meses, lo que le cuesta a la empresa su implementación, y el indicador que permitirá medir el porcentaje de cumplimiento del objetivo trazado*

*Fuente: Elaboración propia*

## Conclusiones

Al elaborar el árbol de problemas se identificó que es la cusa raíz del por qué la empresa no ha podido implementar la RSE, desde donde se origina las restricciones que hace que la empresa no cuente con las herramientas idónea para generar estrategias enfocadas a la implementación de esta metodología. Por consiguiente, desde ahí se tomó como punto de partida para diseñar objetivos y diagnósticos que conllevaron a trazar nuevas estrategias que lleven a la empresa a ser responsable socialmente.

La implementación de un plan de RSE sería un insumo muy positivo para el crecimiento de la organización en aras de crear valor a la marca, ya que de esta manera consigue la confianza y la credibilidad de todos sus grupos de interés al consolidar procesos que sean consecuentes con la cultura de la organización y que emerjan en armonía con su entorno.

Es importante tener en cuenta que las personas son el pilar fundamental de toda organización y que debe de ser duro con los procesos, pero suave con la gente.

Cumplir con la normatividad establecida internacionalmente permite que la empresa sea reconocida socialmente de una forma más humana, perspectiva que permite dar cumplimiento al objetivo planteado en este documento el cual está encaminado a diseñar e implementar una estrategia de responsabilidad social empresarial para la compañía EFICOL S.A.S. que contenga estrategias que le permita aumentar su poder adquisitivo y mejorar la imagen corporativa de la compañía.

Por eso podemos decir que se logró cumplir con este objetivo, debido a la identificación de estrategias viables que puedan ser agregadas al plan de RSE y al diseño e implementación de esas estrategias teniendo en cuenta la participación ciudadana a la cual se tiene derecho.

## Referencias

- Acuña, J. F. (20 de Julio de 2020). *Reddearboles.org*. Obtenido de Normas de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: Marco legal: <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/441/1/Normas-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-Colombia-marco-legal>
- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- BRUNTLAND, G. ed. (1987) *Our common future: The World Commission on Environment and Development* Oxford.
- Brusco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nósis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- Equipo CERES. (s.f.). *Manual para elaborar códigos de ética empresarial*.
- De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.
- Función pública.gov*. (2015). Obtenido de Decreto 1079 de 2015 : <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77889>

Gestion.org. (s.f.). *Gestion.org*. Obtenido de Cultura Empresarial:

<https://www.gestion.org/cultura-empresarial/#:~:text=La%20cultura%20de%20la%20empresa,%2C%20sus%20valores%2C%20sus%20h%C3%A1bitos.>

Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.

Girón Bustamante, Y. S. (2006). Gestión Social. En Y. S. Girón Bustamante, *Gestión Social y Trabajo Social* (pág. 6). Guatemala

González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>

González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.

González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.

González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>

Grupo Aviatur. (2005). *Código de ética Grupo Aviatur*.

Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.

Interbus.org. (s.f.). *Interbus.org*. Obtenido de Código Ético: <https://madrid.interbus.es/codigo-etico>

ISO. (2010). *ISO 26000*.

ISO.ORG. (s.f.). *ISO.ORG*. Obtenido de ISO 26000 Visión General del proyecto:

[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.

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

Milton, Friedman. “Does Business and Society, Environment and Responsibility”. *Administración Moderna*. pág. 543. Citado por Sulbarán, JuanP. (1995) “El Concepto de Responsabilidad Social de la Empresa” *Revista Economía*. N.º 10. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales ULA, Mérida-Venezuela. pp. 238

Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.

Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Norma ISO (2010). ISO 26000. *Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. Recuperado de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.

Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S. (2003). Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*, 14(3), pp. 403-441. Recuperado de [http://bulldog2.redlands.edu/fac/marc\\_orlitzky/images/orlitzkyschmidrynes2003os.pdf](http://bulldog2.redlands.edu/fac/marc_orlitzky/images/orlitzkyschmidrynes2003os.pdf)

- Ortegón, G., Castrillón, O y Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Normas.ISO.com. (s.f.). *Normas.ISO.com*. Obtenido de Normas ISO 9001: <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Solis, M. E. (2000). *Proyecto Mujer y Reformas Jurídicas*. Guatemala.
- Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.
- Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administración de Empresa*, 55 (3), pp. 319-344. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902015000300329](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329)

## Anexos

### Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor-storage.reedsy.com/books/60442c227ad87472389c3702/exports/success/0659442c-ad06-43ab-b3d6-520952b350ab/202103070130-codigo-de-etica-eficol-sas.zip>

### Anexo B. Formato de Recolección de Información

ANÁLISIS DAFO					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Debilidades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de recursos</li> <li>Mala imagen de la Compañía</li> <li>Falencias en el servicio</li> <li>Bajo nivel tecnológico</li> <li>Instalaciones muy limitadas</li> <li>Servicio poco conocido</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de recursos</li> <li>Mala imagen de la Compañía</li> <li>Falencias en el servicio</li> <li>Bajo nivel tecnológico</li> <li>Instalaciones muy limitadas</li> <li>Servicio poco conocido</li> </ul>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Amenazas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento de la competencia</li> <li>Obsolescencia en la maquinaria</li> <li>Servicio más económico</li> <li>Poca capacidad de inversión</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento de la competencia</li> <li>Obsolescencia en la maquinaria</li> <li>Servicio más económico</li> <li>Poca capacidad de inversión</li> </ul>
Debilidades					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de recursos</li> <li>Mala imagen de la Compañía</li> <li>Falencias en el servicio</li> <li>Bajo nivel tecnológico</li> <li>Instalaciones muy limitadas</li> <li>Servicio poco conocido</li> </ul>					
Amenazas					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento de la competencia</li> <li>Obsolescencia en la maquinaria</li> <li>Servicio más económico</li> <li>Poca capacidad de inversión</li> </ul>					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Fortalezas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buena ubicación</li> <li>Buenos recursos humanos</li> <li>Buena Competitividad</li> <li>Buena cobertura</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buena ubicación</li> <li>Buenos recursos humanos</li> <li>Buena Competitividad</li> <li>Buena cobertura</li> </ul>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Oportunidades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>Expandirse a nivel nacional</li> <li>Mejorar las tecnologías para más eficiencia</li> <li>reducir los plazos de entrega</li> <li>apertura de otros mercados</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expandirse a nivel nacional</li> <li>Mejorar las tecnologías para más eficiencia</li> <li>reducir los plazos de entrega</li> <li>apertura de otros mercados</li> </ul>
Fortalezas					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Buena ubicación</li> <li>Buenos recursos humanos</li> <li>Buena Competitividad</li> <li>Buena cobertura</li> </ul>					
Oportunidades					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Expandirse a nivel nacional</li> <li>Mejorar las tecnologías para más eficiencia</li> <li>reducir los plazos de entrega</li> <li>apertura de otros mercados</li> </ul>					