

**Evaluación de Aplicación de la Norma ISO 26000 en la Corporación
Empresarial Destinos Turísticos Tierradentro Cemtur**

Lina Marcela Pencue Perdomo

José Alexis Peña Valencia

Sureini Pérez Bermúdez

Eliana Cabrera Ramírez

Jorge Luis Añez Arcila

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

09 de Mayo del 2021

**Evaluación de Aplicación de la Norma ISO 26000 de la Corporación
Empresarial Destinos Turísticos Tierradentro Cemtur**

Lina Marcela Pencue Perdomo

José Alexis Peña Valencia

Sureini Pérez Bermúdez

Eliana Cabrera Ramírez

Jorge Luis Añez Arcila

Didier Luisinho Martínez Santos

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

09 de Mayo del 2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	8
Palabras Claves	8
Abstract.....	9
Keywords	9
Capítulo 1. Antecedentes	10
Introducción	12
Problema	14
Objetivos	15
Capítulo 2. Marcos Referenciales	16
Marco conceptual.....	16
Marco Teórico.....	18
Marco institucional	21
Marco Legal	24
Capítulo 3. Resultados	26
Diagnóstico	26
Matriz de Marco Lógico	28
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	35
Plan de Acción y de Seguimiento	35
Conclusiones	39
Referencias.....	41
Anexos	43

Lista de Tablas

Tabla 1. Stakeholders de la empresa Cemtur	28
Tabla 2. Actores Principales de la empresa Cemtur	29
Tabla 3. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica.....	36
Tabla 4. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social.....	37
Tabla 5. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental.....	38

Lista de Figuras

Figura 1. Estructura Organizacional de la empresa Cemtur	23
Figura 2. Árbol de Problemas para la empresa Cemtur	31
Figura 3. Árbol de Objetivo para la empresa Cemtur	32
Figura 4. Mapa Estratégico para la empresa Cemtur	34

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	43
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	43

Resumen Analítico Especializado

Título	Evaluación de Aplicación de la Norma ISO 26000 de la Corporación Empresarial Destinos Turísticos Tierradentro Cemtur
Autores	Lina Marcela Pencue Perdomo, José Alexis Peña Valencia, Sureini Pérez Bermúdez, Eliana Cabrera Ramírez, Jorge Luis Añez Arcila
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Didier Luisinho Martínez Santos
Año	2021
Palabras clave	Empresa, ISO 26000, medio ambiente, sociedad, RSE
Resumen	<p>La empresa Cemtur Tierradentro es una organización de derecho privado sin ánimo de lucro, que busca aplicar la norma ISO 26000, con el propósito tomar lugar en el mercado como una organización que da cumplimiento a las prácticas de responsabilidad social, que a su vez busca brindar bienestar, ayuda solidaria y oportunidades de mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados. Se llevó a cabo una entrevista a la presidenta de la empresa con el fin de evaluar el desempeño y manejo de la empresa Cemtur en su labor de responsabilidad social basada en los criterios de la norma ISO 26000. Analizado la problemática central de la empresa, donde se presenta disminución de las ventas, dificultad causada por las secuelas del conflicto armado y la pandemia del Covid 19.</p>
Problema de investigación	<p>Cemtur Tierradentro empresa Caucana, dedicada a promover el desarrollo social y comunitario a través de la cadena de valor productiva y la prestación de servicios integrales en el sector turístico, anhela convertirse en una empresa líder en responsabilidad social con proyección nacional e internacional. Ha venido presentada disminución de las ventas a causa de la</p>

pandemia Covid 19 y secuelas que deja el conflicto armado en la zona Tierradentro, situación que afecta la economía de la empresa, dificulta sus actividades comerciales, teniendo en cuenta que sus causales crean inseguridad para el turismo. A raíz de las problemáticas identificadas en la empresa se pretende mediante un plan estratégico aumentar las ventas, hacer uso de las prácticas de la norma ISO 26000 con responsabilidad para lograr la estabilidad y sostenibilidad de la misma.

Metodología

La metodología usada para la aplicación de la norma ISO 26000 fue mediante entrevista realizada a la presidenta de la corporación Cemtur

Luego de la aplicación de instrumento, se encontró que la corporación Cemtur Tierradentro emplea de manera acertada como lo indica a norma e incorpora en sus procesos generales la ética empresarial.

Principales resultados

La empresa ejecuta prácticas distintivas asociadas a conservar los recursos naturales, mediante la capacitación con entidades ambientales donde la comunidad y socios de la empresa participan.

Involucra a la comunidad en sus proyecciones empresariales a igual que a los emprendimientos que nacen dentro del territorio. Es una empresa con una excelente estructura organizacional, con un personal altamente capacitado para ejercer sus cargos, cumplen con las normas de seguridad laboral, es una organización muy competitiva que busca explorar todos los recursos regionales y darlos a conocer mediante el Turismo para que se conserven en el tiempo.

A través del desarrollo del trabajo, evaluamos la manera de aplicar la norma ISO 26000 en la empresa Cemtur de Tierradentro, utilizando como herramienta la aplicación de una

entrevista que involucró los principales aspectos que conforman la norma.

Conclusiones

Como resultado del estudio realizado a la corporación turística, se concluye que la organización adopta y aplica en sus procesos administrativos actividades dirigidas a la protección y conservación de medio ambiental, de igual forma involucra y se apoya en los miembros de las comunidades para mitigar el impacto negativo que se pueda generar en el desarrollo de las actividades diarias.

Referencias

Tierradentro, C. (2019, 28 marzo). Corporación empresarial destinos turísticos Tierradentro Cemtur.
<https://cemturtierradentro.wixsite.com/misitio>.

Resumen

En el presente trabajo se presentan los resultados obtenidos por medio de una investigación a la Corporación Destinos Turísticos Tierradentro, con el fin de diagnosticar el grado de responsabilidad social empresarial que maneja la organización, valorar la aplicación de la norma ISO 26000 en sus procesos administrativos y partiendo de los resultados arrojados por medio de la utilización de una entrevista como herramienta de recolección de datos, determinar el grado de RSE que la organización integra a sus funciones. Teniendo en cuenta que la RSE es un factor muy valorado y vigilado por los gobiernos locales, nacionales e internacionales no solo por el impacto social que este genera en el entorno en el que una organización desarrolla sus funciones, sino por el compromiso ético que deben tener cualquier organización frente a una globalización que cada vez es más exigente con los procesos en pro de proteger el medio ambiente. El estudio arrojó una aplicación de la norma ISO 26000 muy acertada puesto que la corporación vela por el bienestar de sus comunidades, apoyado en esto se realizan estrategias para que ese cumplimiento se mantenga en constante aplicabilidad.

Palabras Clave: Empresa, ISO 26000, medio ambiente, sociedad, RSE

Abstract

In this paper, the results obtained through an investigation of the inland tourist destinations corporation are presented, in order to determine the degree of corporate social responsibility handled by the organization, assess the application of the ISO 26000 standard in its administrative processes, and based on the results obtained through the use of an interview as a data collection tool, determine the degree of CSR that the organization integrates into its functions. Taking into account that CSR is a factor highly valued and monitored by local, national and international governments not only for the social impact it generates in the environment in which an organization performs its functions, but also for the ethical commitment that any organization must have. organization in the face of a globalization that is increasingly demanding with the processes in favor of protecting the environment. The study yielded a very successful application of the ISO 26000 standard since the corporation sees for the well-being of its communities, supported by this, strategies are carried out so that compliance remains in constant applicability.

Keywords: Company, ISO 26000, environment, society, RSE

Capítulo 1. Antecedentes

El municipio de Inza Cauca es un municipio con gran potencial turístico por encontrarse ahí el Parque Arqueológico de Tierradentro declarado Patrimonio de la Comunidad por la UNESCO por ser un reservorio importante de la cultura precolombina, a raíz de esta declaración la zona se convierte en una zona turística, muy visitada donde se en cuenta gran variedad de turismo ahí se puede encontrar turismo, ecológico, arqueológico, religioso, Etnoturismo, que lo hace ser una tierra con gran potencial para el turismo.

La pandemia del Covid 19 en el mundo y en nuestro país ha afectado toda la economía, sin negar que el sector turismo es uno de los sectores que requiere del contacto con persona para realizar estas actividades. El problema de salud mundial ha llevado al sector turismo a tener grandes dificultades para volver a la realidad y esto afecta económicamente a las empresas que viven de esta actividad, al igual que a sus cadenas de valor con la que se relaciona, estudios realizados por Naciones Unidas muestran que la pandemia amenaza con aumentar la pobreza y el desempleo debido a que muchas empresas han tenido que cerrar sus actividades, lo que ha generado pérdidas económicas y posibilidad de cierre total, las comunidades locales donde se desarrolló estas actividades han tenido que cerrar y verse enfrentadas a la disminución de los ingresos económicos teniendo en cuenta que este problema aún persiste y que el miedo a contagiarse también, lo que hará que el turismo y las organizaciones comunitarias se enfoquen en el colectivismo para hacer frente a las situaciones con estrategias organizativas y capacidad de resistencia para afrontar la situación que hoy es una realidad del turismo de la zona Tierradentro y el municipio de Inza en el Cauca.

(Naciones Unidas. 2020)

Inza al igual que muchos de los municipios del Cauca han sufrido el flagelo de la guerra y el conflicto armado, que han hecho que esta tierra se convierta en víctima del mismo conflicto, como lo muestran artículos e investigaciones Inza ha sufrido diferentes ataques que

hace que esta zona tenga una imagen de inseguridad para visitantes nacionales y extranjeros quienes por miedos a su integridad prefieren no visitar la zona, lo que hace que las posibilidades de turismo también se vean afectadas y conlleven a crear una mala imagen para el mismo.

La muerte de jóvenes indígenas y líderes sociales también hacen parte de este panorama que se vive constantemente y que hacen que la zona Tierradentro sea uno de los territorios con más víctimas por parte de la guerrilla, así mismo se suma el reclutamiento de menores de edad y el narcotráfico, de esta manera el turismo en la zona Tierradentro se enfrenta a una de las dificultades más latentes en la actualidad del país el problema de salud y conflicto armado. (Calle M. 2020)

Introducción

Cuando se menciona la sigla RSE, sin lugar a duda es referirnos a organizaciones socialmente responsables y con un gran sentido de moralidad, que genera desarrollo entre otros beneficios, siendo el punto de partida para incursionar en mercados globales, altamente competitivos. De acuerdo con Friedman (1984), quien plantea que el principal objetivo de las empresas, maximizando las riquezas de quienes la conforman ósea sus accionistas, dejando a un lado o sin darle importancia a los “stakeholders” se puede señalar que este pensar fue el comienzo de apostar por la minimización de los recursos destinados a los grupos de interés dentro de las organizaciones. Sin embargo existen teorías que contradicen lo argumentado por Friedman, como por ejemplo (Heydari et al., 2011 y Mishra & Suar, 2010) sostienen que mediante un modelo de relaciones se puede medir el grado de aceptación o interés, dependiendo si la reacción entre los grupos de interés es negativa o positiva, para este caso si se logra construir una relación positiva a través de desarrollar productos y servicios que satisfagan una necesidad, se verá reflejado en incremento de las ventas de la organización lo que se traduce en mejores ingresos y crecimiento para todas las áreas de la organización.

Para entender el grado de responsabilidad social que tienen las organizaciones a nivel global, se define el significado de RSE: Siendo el compromiso que asumen las organizaciones bajo sus principios éticos, en pro de contribuir a que sus acciones impacten de manera positiva al entorno donde desarrollan su actividad empresarial, generando desarrollo social, sin afectar el medio ambiente. Dicho esto, la norma internacional ISO 26000 se convierte en una guía empresarial que conlleva a dar cumplimiento efectivo a las exigencias o particularidades que se encuentran en el entorno donde opera la organización, haciendo énfasis en crear valor apoyado en la ética empresarial.

Estudios realizados muestran que las empresas que destinan recursos económicos para el desarrollo de programas sociales generan un mayor desempeño de RSE, pero a su vez esta

se relaciona o depende de la libertad financiera con la que cuente la organización para destinar presupuestos a estas actividades (Waddock y Graves, 1997 y Stanwick y Stanwick, 1998).

La visión en la actualidad de RSE, señala el camino a las empresas en busca de satisfacer la demanda de los grupos implicados y lograr un desarrollo económico sostenible, que propicie un cambio positivo en la calidad de vida de todos los grupos de interés, al tiempo que reducen los efectos negativos a medio ambiente (Arcas y Briones, 2009).

En el siguiente trabajo de investigación, se evalúa de forma directa a la corporación de destinos turísticos Cemtur, ubicada en Inza Cauca, donde se mide el compromiso social de la misma frente a sus comunidades y medio ambiente en general, con el objetivo de precisar la aplicación y utilización de la norma ISO 26000 dentro de sus procesos administrativos. Así mismo se definen objetivos y estrategias que permitan a la organización a ser más eficiente en sus procesos de manera general.

Problema

Centur Tierradentro empresa Caucana, dedicada a promover el desarrollo social y comunitario a través de la cadena de valor productiva y la prestación de servicios integrales en el sector turístico, anhela convertirse en una empresa líder en responsabilidad social con proyección nacional e internacional. Ha venido presentando una disminución de las ventas a causa de la pandemia Covid 19 y secuelas que deja el conflicto armado en la zona Tierradentro, situación que afecta la economía de la empresa, dificulta las actividades comerciales, teniendo en cuenta que estas causales crean inseguridad para el turismo en temas de salud al igual que la de su integridad .

A raíz de las problemáticas identificadas en la empresa se pretende mediante un plan estratégico contribuir al aumento las ventas mediante la capacitación y certificación de protocolos de bioseguridad, inclusión a los programas turísticos victimas de conflicto armado y reinsertados, al igual promover el turismo rural y comunitario en plataformas digitales y medios locales para mostrar el territorio de una manera diversa y armónica, al igual que hacer uso de las prácticas de la norma ISO 26000 con responsabilidad para lograr la estabilidad y sostenibilidad de la misma.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar el desempeño y manejo de la empresa Centur de Tierradentro en su gestión de la responsabilidad social empresarial por medio de la aplicación del instrumento de recolección de información y del análisis de los criterios propuestos en la norma ISO 26000.

Objetivos Específicos

- Determinar mediante el uso de una herramienta de recolección de información en una empresa seleccionada, la aplicación y el conocimiento de normas internacionales de RSE
- Identificar mediante la construcción de un árbol de problema, el problema central de la organización seleccionada
- Identificar los objetivos en sus tres ámbitos social, económico y ambiental necesarios para la uso de la RSE de la empresa seleccionada
- Desarrollar un mapa estratégico que permita acercar a la organización al mayor cumplimiento de la RSE
- Diseñar un código de ética y plan de mejoramiento que ayude a la organización a alcanzar as estrategias propuestas

Capítulo 2. Marcos Referenciales

El marco referencial, son los antecedentes, teorías, documentos, en los que se apoya el proyecto de investigación, es decir son los lineamientos y regulaciones que utiliza para enfocarse en la problemática a estudiar.

Marco conceptual

Ética: Es una reflexión filosófica y una disciplina que intenta establecer los fundamentos para de las normas morales. Cortina, A. (1994).

Ética Empresarial: Es una reflexión de carácter de pensamiento crítico de forma ética dirigida a fortalecer los aspectos laborales donde se prioriza el cumplimiento de normas dentro del marco moral destacándose con principios de justicia, derechos humanos y respeto activo, diseñadas por los líderes empresariales y su grupo de talento humano, para propender su legitimidad y reconocimiento positivo en diferentes contextos sociales; es decir, el centro de atención de esta disciplina no solo comprende las obligaciones sociales de entidad, sino también el compromiso con sus trabajadores, consumidores, proveedores, competencias y sociedad. (Calvo, 2014)

Pensamiento Estratégico: Es una herramienta de negocios, de racionamiento y de análisis con enfoque en aras al futuro, en la que examina los factores positivos y de riesgo que una empresa puede presentar, con la finalidad de anticipar el resultado de una serie de acciones a largo plazo por medio del diseño de estrategias creativas o de un plan de acción coordinado y enfocado hacia un logro relevante para el cumplimiento eficaz de metas empresariales, esto se ve reflejado en la filosofía empresarial en lo concerniente a la misión, visión, principios y valores. (Loehle, 1996; Wells, 1998).

Desarrollo Social. Es un proceso que busca una calidad de vida y bienestar social de los seres humanos, donde se potencializa de forma positiva las relaciones individuales, grupales e instituciones en una comunidad. Este aspecto tiene como finalidad el mejoramiento de las condiciones de vida en lo concerniente al cumplimiento de los derechos dentro de los ámbitos de salud, alimentación, educación, vivienda, seguridad social y empleo; reduciendo de esta manera los niveles de desigualdad y pobreza, en la que el Estado debe propender la participación de actores privados, públicos y sociales. (Sojo, 2018)

Desarrollo Sostenible.: Consiste en un desarrollo idóneo para satisfacer las necesidades presentes en una sociedad sin necesidad de involucrar o malgastar los recursos por medio de su utilización de forma razonable, ya que estos actos fortalecen y sirven para velar por la calidad de vida del futuro de nuevas generaciones, por medio de promover el desarrollo endógeno de las regiones y reconocimiento de la importancia del medio ambiente. En otras palabras, son el conjunto de acciones que potencializan el bienestar de las personas para que puedan ser parte de un nivel satisfactorio en lo concerniente a los aspectos de carácter económico, cultural y realización humana. (Miranda & otros, 2007)

Excelencia Empresarial: Se refiere a un conjunto de prácticas en la gestión empresarial, compuesta por diversos conceptos que fundamentan las metas y objetivos que tiene una empresa con el propósito de crear estrategias que fortalezcan la eficiencia y eficacia para obtener grandes resultados. En este orden de ideas los líderes empresariales implementan nuevos conocimientos, habilidades, formas de innovación, orientación al cliente en aras para la obtención de resultados y responsabilidad social. (Garzón, 2017)

Grupos de Interés.: Consiste en grupos de personas que hacen parte de una empresa, las cuales tienen igual de poder decisorio, democrático, equitativo y participativo para la fijación de objetivos, que responden a los ideales comunes utilizados para definir las metas corporativas y el que hacer de la organización. En este proceso hace parte grupos de poder internos y externos, donde en los

primeros hacen parte las primeras líneas de acción como lo son los directivos, talento humano y socios. Los segundos son los proveedores, clientes, financieras, entre otros. (Delgadillo, 2017)

Sostenibilidad: Consiste en un proceso orientado a buscar un ideal acorde a los intereses de las personas en relación con su entorno, para buscar de forma adecuada un crecimiento entre los aspectos generales de situaciones sociales, económicos y ambientales de una empresa, y de esta manera satisfacer las diversas necesidades que se presentan para no alterar los recursos de las futuras generaciones (Zarta, 2013)

Estrategia: Es un plan elaborado con diferentes estrategias utilizadas para atender un asunto percibido por una empresa que responda a su crecimiento, posicionamiento social y el bienestar de su talento humano, por medio de un conjunto de acciones diseñadas para la toma de decisiones y de esta manera lograr el cumplimiento de objetivos de forma eficiente y eficaz. (Salazar, 2014)

Gerencia Estratégica: Consiste en un proceso que permite organizar la información de una empresa con la finalidad de realizar una evaluación de forma periódica, lo que se configura como la base de las decisiones, teniendo en cuenta elementos internos y externos para la identificación de amenazas y oportunidades, generando de esta manera cambios para un crecimiento empresarial por medio de una visión colectiva. (Burgos, 2012)

Marco Teórico

La RSE se ha manifestado internacionalmente, en todos los mercados desarrollados y subdesarrollados (Lima et al., 2014).

En el mundo empresarial, parece algo lógico el pensar que son las grandes empresas multinacionales y sociedades empresariales quienes están llamadas a emplear prácticas socialmente responsables, puesto que sin lugar a duda estas se encuentran en una posición más visible tanto para las autoridades que regulan el cumplimiento de las leyes como para los consumidores o usuarios que adquieren los servicios o productos que ofrecen. Sin embargo,

este tema es debatido recientemente por investigadores que estudian las causas que intervienen en el avance de las prácticas de responsabilidad social en las organizaciones

En las últimas décadas se evidencia una diferenciada opinión, referente a la posición de las empresas vs la responsabilidad de crear un modelo de desarrollo basado en valores que conlleve a las empresas a un desarrollo general fomentado desde la humanidad y logre una sostenibilidad (Escuela Economía Social, 2012)

Aplicar estrategias de RSE generan consecuencias bien sean positivas o negativas dentro de los grupos de interés que hacen parte de la organización, dependiendo del grado de aceptación de estas actividades se obtendrán os resultados propuestos Heydari (2011) y Perrini (2011).

La dirección estratégica de una organización se debe enfocar en los grupos de interés que la conforman, tomando equilibrio a través de estrategias organizacionales (Fernández y Bajo, 2012). En la actualidad es necesario medir el impacto de las decisiones tomadas a nivel de empresa, midiendo los impactos que puedan causar al entorno.

Crear un ambiente labora donde los empleados y grupos de interés logren percibir una mejor calidad de vida, aporta a la organización un mayor compromiso y lealtad, traducido en bienestar y confianza interna (Zhang, 2010 y Jalil et al., 2010)

Cruz, Abreu & Rodríguez (2010) manifiestan que hoy por hoy las organizaciones que no implementan las prácticas de la RSE, se considera que están en desventaja competitiva, ya que la humanidad y los clientes las califica como empresas poco comprometidas por brindar mejores productos y servicios de calidad, protegiendo el progreso sostenible de las comunidades, por eso es indispensable que las empresas implementen una estrategia de RSE al realizar su actividad económica.

Es responsabilidad de la organización el conocer de manera general el entorno en el que se desarrolla sus actividades, saber con anterioridad las reglas y leyes que pueden ingerir de manera directa en el proceder de sus actividades.

Para promover una gestión eficaz de iniciativas en la RSE, es necesario tener en cuenta “el pacto entre los negocios y la sociedad”, Francés (2016), que coloque las bases para un desarrollo económico y respetuoso con valores humanos y sociales.

Conociendo las empresas el papel que juegan dentro de la sociedad y su responsabilidad en la aplicación de prácticas de RSE emplearan modelos eficientes que permitan ser evaluadas de manera positiva.

Es bien sabido y estudiado que son las empresas de mayor influencia en la sociedad, bien sea por el tamaño de estas o por que se destacan debido a sus productos o servicios, quienes deben cumplir a mayor grado la aplicación de un programa de RSE eficiente que se transmita a todos los grupos de interés Stanwick y Stanwick (1998).

Al respecto, aporta Velásquez (2014) que este es el momento más importante para estar alerta a los cambios, y mantener en constante innovación que les permita a las empresas dirigirse con éxito las dificultades del entorno. Estas situaciones no son el motivo para hacer siempre lo mismo esperando resultados diferentes, se necesita de líderes que puedan desenvolverse en este entorno de incertidumbre.

Las organizaciones deben analizar y hallar los puntos claves de la RSE, incluyéndola en la cadena de valor y difundirla de forma sistemática hacia los diferentes entornos de la organización (Cruz, Abreu, & Rodríguez, 2010).

Marco institucional

Descripción de la Empresa CEMTUR Tierradentro

Cemtur es una organización de derecho privado, sin ánimo de lucro, que promueve el desarrollo turístico de la región de Tierradentro. Nuestro fundamento principal es el de brindar bienestar, ayuda solidaria, mejoramiento de la calidad de vida de los asociados y sus respectivos grupos familiares, a los colaboradores, a las comunidades locales, rurales, departamentales o nacionales en las que se desarrollen, nuestros programas y proyectos.

Sector

Turismo

Ubicación

Vereda Escaño parque Municipio de Inza Cauca

Misión

Aportar al crecimiento turístico, social y comunitario de la zona de Tierradentro, a través de la prestación de servicio y oferta turística, con inclusión de la población local, fundamentada en el afecto por la zona, la preservación de la cultura, la costumbre y el habita natural.

Visión

Para el 2023 Cemtur, será una organización líder en el sector turístico, de la región de Tierradentro prestación de servicio de calidad y empresa con gran habilidad turística, ecológicas, arqueológicas, con fundamentos ancestrales desde el visión del turismo ciudadano, coordinada con instituciones públicas y privadas, con mayor alcance competitivo por su experiencia y buena imagen corporativa.

Valores

Centur es una empresa con compromiso social, que se basa en el cuidado y preservación del medio ambiente, también conserva los saberes ancestrales, motivando el desarrollo y estimación del patrimonio cultural de la región de Tierradentro. Empresa enfocada en el progreso, colectivo. Manejo actividades económicas de forma responsable y honesta, rindiendo cuentas ante todos los involucrados.

Estructura organizacional

La estructura organizacional está compuesta por la asamblea de socios está integrada por socios fundadores quienes avalan las decisiones de la junta directiva mediante el voto.

El representante Legal es quien representa a la empresa y su asociado en las reuniones y actos relacionados con el sector turismo vela por que se cumplan los estatutos normas y reglas de la empresa.

La junta directiva es la máxima autoridad de la empresa es quien aprueba proyectos y presupuestos, autoriza contratos, actos, negocios o pagos que excedan la cuantía autorizada al representante legal.

Presidente: En funciones de representante legal de la Corporación en todos los procesos y contratos líder de decisiones Directiva, sujeto al plan de acción proyectado.

El vicepresidente: Es el representante social de la corporación, colabora con el Presidente en el cumplimiento de los fines de la Corporación, y lo reemplaza en sus funciones en la ausencia absolutas o temporales, el Presidente es reemplazado por el Vicepresidente con las mismas funciones.

Secretario: es quien elaborar y firmar con el Presidente cuando haya lugar, los documentos y correspondencia que por su naturaleza requiera de su intervención. Lleva los Libros de Actas

de la Junta Directiva y Libros en general, actúa como Secretario de la Junta Directiva y demás funciones que le competan a su cargo.

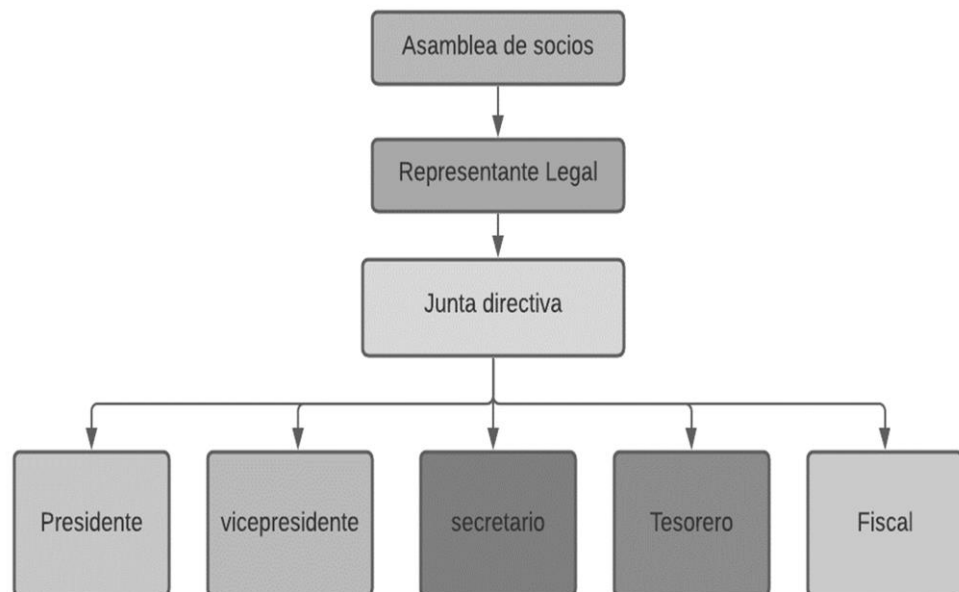
Tesorero: es quien lleva todos los registros contables de la empresa, paga todas las cuentas concernientes a la actividad Turística y los presentar a la junta directiva y revisor fiscal

Fiscal: es la persona quién vigila todas las actividades comerciales de la empresa así como sus ingresos y egresos y que estos estén acorde con lo presentado en los informes de gestión y financieros para que sea de la forma más transparente es quien vela por el patrimonio de los asociados.

Figura 1

Estructura organizacional de Cemtur

Estructura organizacional
CENTUR Tierradentro



Fuente: Elaboración propia

Marco Legal

La presente investigación se ha venido desarrollando bajo los criterios de la norma ISO 26000. La responsabilidad social empresarial, busca motivar a las empresas a enfocarse en aspectos positivos en el ámbito social, ambiental y económico. La norma ISO 26000 evalúa la responsabilidad de las empresas en colocar en práctica estrategias de preservación ambiental en conjunto de la participación ciudadana. (Méndez, Rodríguez y Cortez, 2019)

La responsabilidad social es el objetivo principal de la norma ISO 26000, con el fin de crear mayor responsabilidad empresarial, en cuanto a los impactos generados por su actividad laboral.

Con la norma ISO 26000, las empresas son sujetas bajo reglamentos de manejo ambiental, donde se ven obligados a implementar estrategias que minimicen los riesgos ambientales.

Las empresas deben ser entidades que promuevan el bienestar de toda una sociedad (Vargas y Marrugo, 2015)

La responsabilidad social empresarial es evaluada bajo siguientes ítems:

Gobernanza de la organización: Son las decisiones internas tomadas por parte de la gerencia donde se analiza el impacto de las decisiones y labores empresariales a realizar. (Secretaría Central de ISO, 2010)

Derechos Humanos: Compromiso de velar por el respeto de los derechos de cada persona, respaldados por entidades gubernamentales que emiten sanción por incumplimiento. El hacer respetar los Derechos Humanos ayuda a crear buena imagen empresarial. (Redator Rock content, 2019)

Prácticas laborales: Relación de la empresa con sus trabajadores o colaboradores, lo cual exige un buen trato laboral, acondicionando las áreas de trabajo de acuerdo a la labor de cada empleado. (Secretaría Central de ISO, 2010)

Medio ambiente: Relación de la empresa con los recursos naturales, manejando de forma responsable de los efectos nocivos que afectan el entorno ambiental (Pérez, Gargallo y Salvador, 2019)

Prácticas de justa operación: Relaciones comerciales con otras empresas, promoviendo el desarrollo social económico y ambiental intercambiando ideas de cumplimiento de la RSE en todos los ámbitos. (Secretaría Central de ISO, 2010)

Asunto de consumidores: Relación que se lleva a cabo entre la empresa y el cliente, donde se garantiza que los productos y servicios de calidad no afecten el entorno social, económico y ambiental; realizando el seguimiento necesario de prevención y mitigación de impactos negativos (Méndez, Rodríguez y Cortez, 2019).

Participación y desarrollo de la comunidad: relación de la empresa con la comunidad más cercana, donde se promueve un ambiente participativo, buscando acercamiento con los grupos de interés con el fin de analizar opiniones comunitarias, en busca del beneficio tanto de la empresa como de la comunidad involucrada. (Secretaría Central de ISO, 2010)

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

A través el formato de recolección de datos informativos, se logró analizar la información basada en los reglamentos de la norma ISO 26000, practicas implementadas por la organización CEMTUR de Tierradentro.

Gobernanza de la organización. Cemtur, demuestra comportamiento ético y rendición de cuentas, por lo tanto la organización, realiza informe financiero de manera bimensual, y en compañía de todos los socios. Al igual se rinde un informe a final del año cuando se realiza el informe de gestión, en materia de articulación, promoción, capacitación e inclusión de entidades públicas y privadas, así como el de la comunidad en general este informe es presentado a final del año junto con el informe financiero y plan de acción para el siguiente año.

Derechos humanos. Cemtur garantiza pagos justos, horas laborales ajustadas, entorno laboral seguro. Cemtur, se enfoca en revisar las condiciones de vida de los socios puesto que no hay empleados, ya que todos hacen parte del proceso y se dividen las tareas, ya que todos se benefician del turismo, contribuyendo en la mejora de las condiciones de vida los socios y comunidad. La empresa respeta las opiniones y diferencias de pensamientos de todos, dentro de sus estatutos promueve la libre expresión, podemos expresar nuestras ideas y aportar al proceso libremente.

Prácticas laborales: Cemtur promueve oportunidades de trabajos decentes y productivos para las mujeres Cemtur, se preocupa por brindar oportunidades laborales a sus asociados, donde lo importante es el uso eficiente de los protocolos de bioseguridad, permitiendo prestar servicios seguros y de calidad y esto se implementa en todas las áreas de la empresa.

Medio ambiente. Cemtur, contribuye en la protección de la biodiversidad y la restauración de los hábitats naturales. Cemtur, busca realizar alianza para el apoyo a turismo ambiental, desarrollando viveros de plantas nativas en los lugares turísticos al igual que en las instituciones educativas y fincas demostrativas de café y agrícolas y de fortalecimiento de los senderos ecológicos y aviturismo. Realizando capacitaciones enfocadas en la agricultura orgánica que permita una alimentación sana y aprovechamiento de los recursos propios.

Prácticas justas de operación. Cemtur, contribuye en promover la responsabilidad social en la cadena de valor. Cemtur es una empresa compuesta por una cadena de valor bastante amplia, busca que el equipo de trabajo preste los servicios de la mejor calidad para ello todos hacen parte del proceso de capacitación concientización y mejora continua de los procesos porque el mejorar cada día que permite ser una empresa competitiva con un gran compromiso y responsabilidad.

Asuntos de consumidores. Cemtur, garantiza la protección de la salud y seguridad de los consumidores. Cemtur compite en el mercado con calidad responsabilidad y pospuesto con una transparencia dentro de los procesos que nos han llevado a estar en una buena posición y por su puesto estamos para promocionar nuestras iniciativas fortalecerlas.

Participación y desarrollo de la comunidad. Cemtur, impulsa programas de fortalecimiento de proveedores y creación de nuevas emprendimientos o empresas. Cemtur, realiza programas de capacitación y desarrollo personal incluyendo todas las iniciativas lo importante es que se den a conocer, nos interesan todos los servicios que puedan salir de nuestra zona porque habrá una gran variedad de servicios. También busca que la comunidad se convierta en autora de su propio desarrollo, vea el potencial que tiene lo aprovechen, cree una economía, benéfico personal, familiar y social.

Matriz de Marco Lógico

Se presenta la problemática de la empresa Cemtur analizada del ámbito social, económico y ambiental, destacando los diferentes grupos de interés que influyen en las diferentes estrategias para lograr superar la disminución de las ventas.

Stakeholders

Tabla 1.

Stakeholders de Cemtur

Grupos de interés	Estrategias
Socios y Junta directiva	Promover el buen funcionamiento de la empresa , mediante la participación y prestación de servicios turísticos acordes, se capacitan constantemente para crear nuevas necesidades de consumo.
Clientes	Buscar la satisfacción del cliente, mediante la oferta con servicios de calidad seguros que promueven el autocuidado y seguridad al viajar, conocer más de la comunidad local y promover un turismo sostenible con un compartimiento ético estipulado en el código de conducta del viajero.
Comunidad	Contribuir al desarrollo social y comunitario mediante la promoción y articulación de los procesos turísticos buscando que estos se conviertan en autogestores de su propio desarrollo. (Mediante la creación de emprendimientos que permitan dinamizar la economía crear empleos mitigar los impactos negativos mejorar las condiciones de vida y disminuir la pobreza y las desigualdades económicas.)
Medioambiente	Promover un desarrollo sostenible amigable con el medio ambiente, recuperar los habitats, cuidado de nuestras quebradas y ríos mediante la reforestación con plantas nativas. Promover el senderismo y aventurismo como una fuente de economía, recuperación de las aves y ecosistemas. , promover el agroturismo como sustento familiar libre de contaminantes y modelos de desarrollo para las futuras generaciones.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2*Actores principales de Cemtur*

Actores internos	Actores externos
<p>Profesional Turismólogo: Encargado de analizar la importancia del turismo de Tierradentro para el desarrollo turístico y social.</p>	<p>Ministerio de cultura: Su función es coordinar, para propugnar la preservación y promoción de la Cultura de Colombia.</p>
<p>Administrador de empresas: Identifica los recursos humanos, financieros y sociales que potencializan el quehacer de la empresa, respetando el contexto y la calidad de vida de los habitantes. Así mismo, son los encargados de brindar oportunidad laboral.</p>	<p>Secretaría De Cultura Y Turismo: Entidad que lidera el sector público distrital de cultura y sus derechos sociales.</p>
<p>Guía turística: Ofrecen un tour sobre los aspectos culturales del parque arqueológico Tierradentro, resaltando la importancia de este lugar en el reconocimiento del país.</p>	<p>Policía: Brinda seguridad a los habitantes, talento humano y turistas.</p>
<p>Personal del aseo: Son las personas encargadas de mantener el parque en adecuadas condiciones para que los turistas se sientan cómodos</p>	<p>Turistas: Visitantes que conocen las riquezas culturales del departamento y aportan económicamente para el crecimiento de la región.</p>
<p>Habitantes aledaños de Inza: Encargados de reconocer si existe factores de riesgo y de protección en su contexto social</p>	<p>Alcaldía municipal de Inza: Invertir recursos económicos para la conservación del parque.</p>

Fuente: Elaboración propia

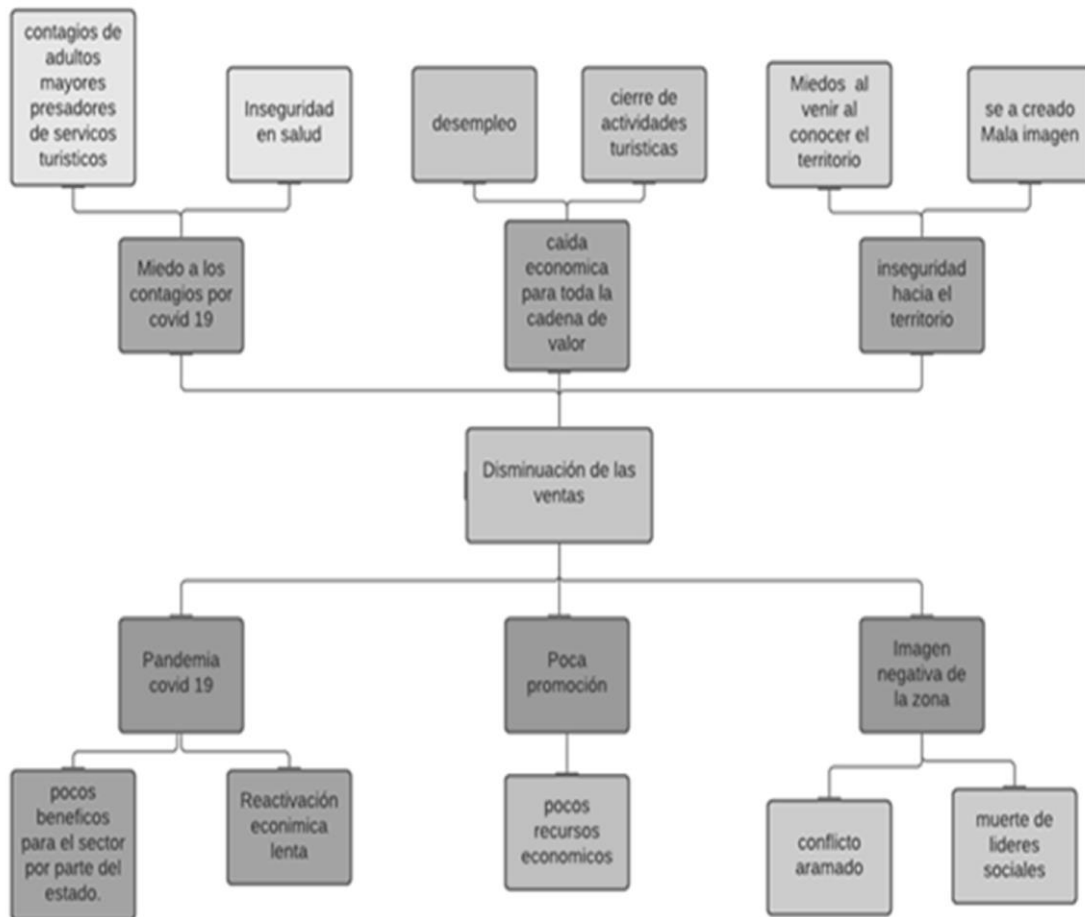
Árbol del Problema

Partiendo de la importancia del árbol de problemas, se resalta que es una técnica utilizada para el análisis de una situación que se considera como factor de riesgo, la cual se denomina problema central, en el caso de la empresa CEMTUR, es la disminución de las ventas, lo que permite analizar las causas 1, que son identificadas en primer lugar por el efecto de la pandemia, poca promoción del parque arqueológico y la imagen negativa de la zona; lo que da como causas 2, al poco compromiso del estado, ausencia de recursos económicos, presencia de conflicto armado y muerte de líderes sociales. De igual manera se establecen los efectos 1, que para este caso son los posibles contagios por COVID 19, caída económica e inseguridad en el territorio; lo que genera los efectos 2, donde se establece contagios para adulto mayores, inseguridad en salud, desempleo, cierre de actividades turísticas, miedos para que los turistas se acerquen al territorio y la creación de la imagen negativa de la corporación. Lo anterior, es realizado para luego propender una solución mitigante o erradicaría en lo patentado. (Salazar, 2015)

Para poder elaborar un árbol de problemas es necesario contar con el punto de vista de un grupo de implicados que conozcan y contextualicen la situación, por medio de una lluvia de ideas, en la que escogen la situación más latente que se desea abordar (Ver Figura 2)

Figura 2.

Árbol de problemas para la empresa CEMTUR



Nota. En el presente árbol de problemas, se reflejan cada una de las causas y efectos de la problemática central

Fuente: Elaboración propia

Árbol de Objetivos

Esta herramienta, es utilizada para diseñar diferentes soluciones por medio de criterios de evaluación de los problemas para ser convertidos en aspectos positivos. En lo relacionado a la empresa CEMTUR, se establece como objetivo principal lograr un aumento de las ventas en el sector turístico, para lo cual se asigna como objetivos específicos: la capacitación del talento humano, iniciar promoción y oferta turística y por ultimo dar a conocer la zona de forma positiva por medio de promociones y ofertas. Por lo tanto las actividades son: promover el uso eficiente de los protocolos de bioseguridad, sistematizar campañas de

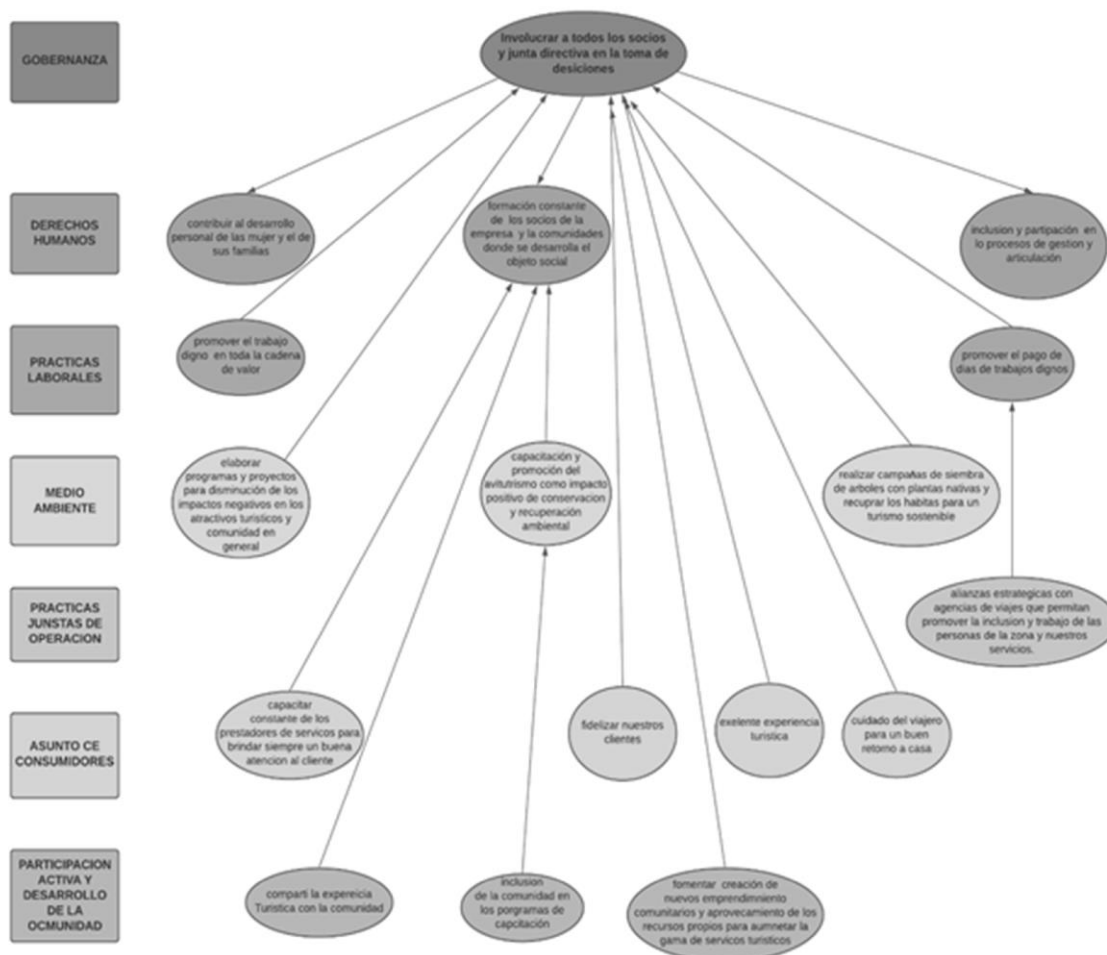
Mapa Estratégico

El presente mapa estratégico, tiene por objetivo dar una visión de planteamiento de la empresa Cemtur, el cual se basa en la norma ISO 26000 y sus 7 materias fundamentales, donde en primera instancia se resalta la gobernanza para el cumplimiento de un comportamiento ético y rendición de cuentas; en segundo lugar se establece los derechos humanos en lo concerniente a los pagos justos, horas laborales ajustadas y entorno laboral seguro; por otro lado, las prácticas laborales promueven oportunidad y estabilidad laboral para la comunidad del municipio de Inza; Así mismo, para Cemtur el medio ambiente como cuarto aspecto, busca administrar de forma correcta los recursos naturales y crea estrategias para mitigar impactos contaminantes; En lo relacionado a prácticas justas de operación, Cemtur se enfoca en la responsabilidad social para promover la calidad de vida de talento humano y del contexto; Del mismo modo en asuntos de consumidores Cemtur promocionan iniciativas que fortalecen el turismo y desarrollo de la región; Por último en relación a la participación y desarrollo de la comunidad, se pretende cualificar constantemente al talento humano.

Por lo descrito, Cemtur pretende diseñar estrategias para compartir las experiencias turísticas significativas con la comunidad por medio de la elaboración de programas encaminados a fortalecer la membresía social, teniendo como propuesta principal vincular a todos los socios y actores sociales en la toma de decisiones que permiten potencializar el desarrollo de la región, puesto que son los directamente beneficiados. (Ver Figura 4).

Figura 4.

Mapa Estratégico para la empresa CEMTUR



Nota. Relaciona todos los aspectos necesarios, para dar solución a la problemática de la empresa, a través de las diferentes estrategias, de los grupos de interés

Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

El plan de mejoramiento son los hechos que se toman en la organización para mejorar las dificultades y falencias encontradas durante una autoevaluación al interior de la misma, tendrá una ejecución y cumplimiento si se da en participación de todos los miembros de la empresa.

Plan de Acción y de Seguimiento

Son las actividades a realizar para mejorar las dificultades encontradas dentro de la auto evaluación de la organización y permiten lograr los objetivos empresariales, se hacen fijando plazo y tiempos para la ejecución de las actividades.

En este sentido el plan de acción para la empresa Cemtur Tierradentro se elabora en base al diagnóstico realizado a la empresa y la identificación del árbol de problema y de objetivos para así crear un mapa estratégico que nos lleva a la construcción de un plan de acción donde se determinan las actividades a realizar en un periodo de tiempo para la dimensión económica, social y ambiental.

La dimensión económica conlleva a que todas las actividades empresariales de Cemtur Tierradentro se regirán por la RSE y la aplicación del código de ética mediante la creación de grupos interés que analizaran las actividades económicas con el fin de que se cumplan todos criterios de RES , lograr los objetivos empresariales y cumplir la misión y visión institucional, este se realizará en un periodo de doce (12) meses y con un costo de \$ 2,000.000 con un indicador de 100% de las actividades. (Ver tabla 3)

Tabla 3.*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Todas las actividades económicas realizadas por la empresa, coloca en práctica los criterios de la RSE	Crear grupo de interés de la empresa, para que se encargue de analizar, toda actividad económica, para que cumpla todos los criterios de la RSE, a través de formatos de control y cumplimiento	12 meses	\$2.000.000	Número de actividades económicas que cumplan con el 100% con las prácticas de la RSE

Nota. En esta tabla se registran las estrategias económicas, con sus respectivos objetivos que ayudaran al cumplimiento del indicador

Fuente: Elaboración propia

La dimensión social conlleva a la participación de grupo víctimas del conflicto armado para que hagan parte de los programas y oferta turística para la inclusión y participación y cumplimiento del objeto social de la empresa CEMTUR este se realizara en un periodo de tiempo de doce (12) meses y tendrá un costos \$ 1.500.000 con un indicador de número de programas realizados. (Ver tabla 4)

Tabla 4.*Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social		Desarrollo de programas de			
	Contar con un grupo de ciudadanos, en situación de vulnerabilidad	participación ciudadana, dirigida a la comunidad víctima del conflicto armado y afectados por el Covid-19	12 meses	\$1.500.000	Número de programas realizados

Nota. En esta tabla se registran las estrategias de carácter social, con sus respectivos objetivos que ayudaran al cumplimiento del indicador de cumplimiento

Fuente: Elaboración propia

La dimensión ambiental comprende la realización de eventos y capacitación enfocadas al cuidado de los recursos naturales, al igual que el de los atractivos turísticos donde se realiza las prácticas empresariales, la cadena de valor de la organización hará parte de los programas y talleres y lograrán que estas se ejecuten y sean en un 100% amigable con el medio ambiente, aprovechando los recursos propios y devolviendo lo que el medio ofrece para la actividad turísticas, tendrá una duración de doce (12) meses y un costo de 1.500.000 y se harán mediante articulación con entidades públicas privadas como CRC cauca y AWAKE

Travel empresa de turismo de conservación , con un indicador de número de talleres realizados. (Ver tabla 5)

Tabla 5.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Realizar eventos de capacitación enfocada a los socios de la empresa, sobre la conservación del medio ambiente	Realizar talleres de capacitación donde se impartan 100% las prácticas de conservación del medio ambiente	12 meses	\$1.500.000	Numero de talleres realizados

Nota. En esta tabla se registran las estrategias ambientales, con sus respectivos objetivos que ayudaran al cumplimiento del porcentaje del indicador

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

En fin, a través de la herramienta de recolección de información se logró analizar, la gestión de las prácticas de responsabilidad social empresarial, basada en las exigencias de la norma ISO 26000, concluyendo que la organización Cemtur aplica las exigencias en todas sus áreas, acatando las exigencias y cumplimientos que como empresa le son impuestas. Cemtur Tierradentro conoce a fondo la responsabilidad que como empresa le corresponde asumir con su entorno social, económico y ambiental, en cada una de las decisiones tomadas a nivel de empresa.

Por medio de la implementación de la técnica de árbol de problemas, se logró identificar la problemática central encaminada a la disminución de las ventas, por lo tanto, es un factor de riesgo que interfiere en el desarrollo endógeno del municipio de Inza y a Cemtur, para lo cual este instrumento fue indispensable en el análisis colectivo de las relaciones de tipo causa-efecto y de esta manera poder plantear posibles soluciones.

A través del plan de mejora en basado en las tres dimensiones, social, económico y ambiental, la empresa implementara estrategias que le permitirán superar la problemática, de la disminución de ventas, realizando controla través de la medición de diferentes indicadores, como herramienta de evaluación del plan estratégico, lo cual servirá de apoyo para aplicar eficazmente la RSE en la corporación.

Dentro del plan estratégico podemos demostrar que la materia gobernanza funciona como eje central, en ella se resalta la importancia de la participación e inclusión de los socios y junta directiva como actores fundamentales, para la ejecución de las actividades descritas dentro de las demás materias de la RSE. Cabe de resaltar que todas las materias se entrelazan para lograr cumplir con el objetivo propuesto y que también son importantes dentro del plan.

Para Cemtur, el diseño del código de ética, es un aspecto trascendental puesto que se contemplan diversas temáticas en las que se abordan aspectos legales, normativa de la corporación, regulaciones, valores y principios, que deben cumplir los actores internos y externos, para fortalecer y alcanzar las metas propuestas en lo concerniente a la prestación del servicio turístico partiendo de la responsabilidad social.

Referencias

- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- 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.
- Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector metalmeccánico 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>
- Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.
- Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Medina, M y Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- 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
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.
- Ortegón, G., Castrillón, O y Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor-storage.reedsy.com/books/6091bba5a3d734a580c09bd8/exports/success/5ecb1fb5-9856-478a-afd9-aa28568bd1db/202105052219-codigo-de-etica-cemtur.zip>

Anexo B. Formato de Recolección de Información

Materia fundamental o variable	Indicadores de cumplimiento de la materia fundamental ¹⁷	Preguntas	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	Comportamiento ético y rendición de cuentas	1. ¿cada cuánto rinden informe financiero? 2. ¿En qué consiste el informe de gestión de la empresa?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa
Derechos humanos	Pagos justos, horas laborales ajustadas, entorno laboral seguro	3. ¿Revisa las áreas de trabajo de los trabajadores para saber si están en las mejores condiciones? 4. ¿La empresa se garantiza el derecho a la libre expresión?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa
Prácticas laborales	promover oportunidades de trabajos decentes y productivos para las mujeres	5. ¿Qué políticas implementa para benéfico a la mujer y su desarrollo personal? 6. ¿Tiene mujeres dentro de su área administrativa sí, no, por qué? 7. ¿Se implementan protocolos de bioseguridad en las horas laborales?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa
Medio ambiente	protección de la biodiversidad y la restauración de los hábitats naturales	8. ¿Qué estrategias tiene para contribuir a la mejora de las condiciones ambientales en la comunidad donde desarrollan su objeto social? 9. ¿Realiza campañas para crear conciencia del cuidado de los recursos naturales? 10. ¿Qué prácticas realizan en la empresa para contribuir a la mejora de las condiciones ambientales actuales de la comunidad?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa
Prácticas justa de operación	Competencia justa Promover la responsabilidad social en la cadena de valor	11. ¿Cómo vincula a la cadena de valor dentro de sus propuestas de RE para ofrecer servicios de calidad? 12. ¿consideras que es importante tener una competencia justa? o por el contrario entre más barato tengas los servicios ante la competencia más vas a vender?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa
Asuntos de consumidores	Protección de la salud y seguridad de los consumidores	13. ¿Consideras que sus productos y servicios son de la mejor calidad y no afectan la salud del consumidor? Sí, no, ¿por qué?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Impulsar programas de fortalecimiento de proveedores y creación de nuevas emprendimientos o empresas.	14. ¿Qué programas ofreces para que la comunidad pueda hacer parte de tu empresa como proveedor? 15. ¿Consideras que deben crearse nuevos emprendimientos comunitarios, para mejorar las condiciones de vida y la igualdad económica, teniendo en cuenta que podrían ser una competencia para tu empresa?	Entrevista, realizada a la presidenta de la empresa

Fuente: La Autoría Propia a partir de la norma ISO 26000