

Plan de Acción eficiente que permita la capacitación y adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento en los ámbitos de responsabilidad social y ambiental para la empresa MAKROHILANDO.

Angélica María Fonseca Uribe

Hernán Darío Arboleda Muñoz

Jenny Catherine Castillo Castiblanco

Jhon Jairo Robayo

Mayra Catalina Ulloa Riaño

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Mayo 2022

Plan de Acción eficiente que permita la capacitación y adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento en los ámbitos de responsabilidad social y ambiental para la empresa MAKROHILANDO.

Angélica María Fonseca Uribe

Hernán Darío Arboleda Muñoz

Jenny Catherine Castillo Castiblanco

Jhon Jairo Robayo

Mayra Catalina Ulloa Riaño

Asesor

Adrián Marcel García Caicedo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Mayo 2022

Resumen Analítico Especializado

| | |
|----------------------------------|---|
| Título | Plan de acción eficiente que permita la capacitación y adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento en los ámbitos de responsabilidad social y ambiental para la empresa MAKROHILANDO. |
| Autores | Angélica María Fonseca Uribe Hernán Darío Arboleda Muñoz Jenny Catherine Castillo Castiblanco Jhon Jairo Robayo Mayra Catalina Ulloa Riaño |
| Tipo de Documento | Trabajo de grado de Diplomado |
| Asesor | Adrian Marcel García Caicedo |
| Año | 2022 |
| Palabras Clave | Desarrollo sostenible, industria textil, plan de acción, responsabilidad social empresarial, ventajas competitivas. |
| Resumen | <p>Con esta investigación se buscó analizar los procesos asociados a responsabilidad social empresarial (RSE) en Makrohilando según ISO 26000, se identificaron los factores internos más relevantes que permitan la implementación de un proceso de mejoramiento continuo, de igual manera identificar los retos y oportunidades de mejora en la compañía.</p> <p>Para cumplir con este objetivo se importante analizar y entender los conceptos e iniciativas que se están aplicando a nivel mundial, en este trabajo se aplicó el análisis documental, la investigación en campo mediante encuestas dirigidas a los colaboradores arrojando resultados que permiten una aplicación de la RSE. De igual manera se evidenció las bondades económicas, medio ambientales y sociales que tiene la implementación del sistema de RSE en la entidad, generando ventajas competitivas con respecto al resto del mercado, es por esto por lo que se creó un plan de acción que permite alcanzar los objetivos descritos en el presente trabajo y permitiendo el desarrollo sostenible de la empresa.</p> |
| Problema de investigación | Deficiente capacitación y falta de adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento de la responsabilidad ambiental y social empresarial en la empresa Makrohilando. |
| Metodología | Este trabajo investigativo se realizó a partir del enfoque mixto de tipo exploratorio, apoyado en fuentes primarias y secundarias, en la revisión teórica basada en la ISO 26000, se enfocó en la responsabilidad social empresarial y con esta se debe desarrollar programa que impacte de manera positiva su ambiente, a la par se realizaron encuestas donde se validaron los factores que están afectando el desarrollo interno y externo y sobre eso se buscó generar plan de acción. |
| Principales resultados | Generación de plan de acción para capacitar y mejor calidad de vida en el trabajo para los colaboradores. |

Conclusiones

Con esta investigación se pudo visualizar todo el alcance general del proyecto, diagnosticando las instancias de partida para la implementación de un plan de trabajo serio que permita alcanzar los objetivos sociales, ambientales y económicos para Makrohilando, es así como se evidencia en este trabajo un diagnóstico de la compañía validando sus falencias con respecto al tema, con esto se pretende realizar un trabajo coordinado que permita ser medible en las fases de implementación y desarrollo de los planes de acción y capacitación.

Referencias

Ceballo, A. I. (2005). "Responsabilidad social: un valor añadido para las empresas, un criterio de discriminación positiva para los consumidores. Economía Pública, Social y Cooperativa(53), 65-77.

Código Sustantivo de Trabajo. (1984). En Capítulo IV. C. S., Calzado y oboles para trabajadores. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo_pr007.html#230

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.

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

Resumen

Con esta investigación se buscó analizar los procesos asociados a responsabilidad social empresarial (RSE) en Makrohilando según ISO 26000 (ISO, 2010) e identificar los factores internos más relevantes que permitan la implementación de un plan de mejoramiento continuo, de igual manera identificar los retos y oportunidades de mejora en la compañía.

Para cumplir con este objetivo se importante analizar y entender los conceptos e iniciativas que se están aplicando a nivel mundial, en este trabajo se aplicó el análisis documental, la investigación en campo mediante encuestas dirigidas a los empleados de la compañía arrojando resultados que permiten una aplicación de la RSE.

De igual manera se evidenció las bondades sociales, económicas y ambientales de la implementación de un sistema de RSE en la compañía, generando ventajas competitivas con respecto al resto del mercado, es por esto por lo que se creó un plan de acción que permite alcanzar los objetivos descritos en el presente trabajo y permitiendo el desarrollo sostenible de la empresa.

Palabras Clave: *Desarrollo sostenible, industria textil, plan de acción, responsabilidad social empresarial, ventajas competitivas.*

Abstract

This research seeks to analyze the processes associated with corporate social responsibility (CSR) in Makrohilando according to ISO 26000 (ISO, 2010) and identify the most relevant internal factors that allow the implementation of a continuous improvement plan, as well as identify the challenges and opportunities for improvement in the company. .

To meet this objective, it is important to analyze and understand the concepts and initiatives that are being applied worldwide, in this work documentary analysis was applied, field research through surveys directed at company employees, yielding results that allow an application of CSR.

In the same way, the social, economic and environmental benefits of the implementation of a CSR system in the company were evidenced, generating competitive advantages with respect to the rest of the market, which is why an action plan was created that allows reaching the objectives described in this work and allowing the sustainable development of the company.

Keywords: Sustainable development, textile industry, action plan, corporate social responsibility, competitive advantages.

Tabla de Contenido

| | |
|--|----|
| Capítulo 1. Antecedentes | 11 |
| Introducción | 14 |
| Planteamiento del Problema | 14 |
| Objetivos | 16 |
| Capítulo 2. Marcos Referenciales | 17 |
| Marco Conceptual | 17 |
| Marco Teórico | 20 |
| Marco institucional | 26 |
| Marco Legal | 29 |
| Capítulo 3. Resultados | 31 |
| Matriz de Marco Lógico | 42 |
| Capítulo 4. Plan de Mejoramiento | 50 |
| Plan de Acción y de Seguimiento | 51 |
| Conclusiones | 56 |
| Referencias | 58 |
| Anexos | 62 |

Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Los Diez principios del pacto mundial según ONU</i> | 23 |
| Tabla 2 <i>Impactos del proyecto en los grupos de interés</i> | 43 |
| Tabla 3 <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i> | 52 |
| Tabla 4 <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i> | 53 |
| Tabla 5 <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i> | 54 |

Lista de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 <i>Estructura Organizacional</i> | 28 |
| Figura 2 <i>Actores participativos de los grupos de interés</i> | 44 |
| Figura 3 <i>Árbol de problemas para la empresa Makrohilando</i> | 45 |
| Figura 4 <i>Árbol de Objetivos para la empresa Makrohilando</i> | 47 |
| Figura 5 <i>Mapa Estratégico para la empresa Makrohilando</i> | 49 |
| Figura 6 <i>Proceso para la elaboración de un plan de acción</i> | 52 |

Lista de Anexos

| | |
|---|----|
| Anexo A. Enlace al Código de Ética | 62 |
| Anexo B. Formato de Recolección de Información..... | 62 |

Capítulo 1. Antecedentes

En las últimas dos décadas el sector de las confecciones en Colombia ha realizado verdaderos esfuerzos para retomar la posición privilegiada ocupada durante los años 80, esto se ve reflejado por medio de inversiones en áreas como tecnología y materias primas de alta calidad además de personal competente que interactúa en diferentes etapas del sector.

Es importante comprender el esfuerzo que han realizado los involucrados en la cadena productiva y gobiernos, logrando acuerdos que benefician considerablemente al sector. Resulta muy difícil medir con precisión el tamaño real del sector y esto se debe al elevado número de empresa conformada de manera informal.

Analizando el mercado de confecciones el cual se conforma por empresas nuevas con capacidad de general alto niveles de valor agregado en sus productos, compitiendo con estándares elevados de calidad, precio a la medida y optimización de tiempos, esto entrega un panorama indicativo del sector y su enfoque a estrategias en pro de mejora de los productos para así poder competir a nivel de los productos procedentes de mercados extranjeros.

Como lo indican (Patiño Murillo & Yepes Burgos, 2016) en Colombia el sector textil, tiene por tradición una importancia en el desarrollo económico, siendo como su bandera principal que los productos tengan estándares de calidad y esto es reconocido a nivel mundial, pero debido a situaciones sociopolíticas y geopolíticas, la industria se ha venido a menos, con los proceso aperturistas se ha visto como productos extranjeros invaden el mercado Colombianos y en estos casos tanto el nivel tecnológico como personal no están a la altura que representa tener un económica globalizada, esto se ha convertido en un reto para la industria.

Generalidades y números sobre sector textil y confección en Colombia

Empresas del sector dedicadas exclusivamente a la confección han duplicado su participación en el mercado lo cual genera un gran dinamismo y valor agregado, sumándole a esto que las confecciones son uno de los sectores que más genera puestos de trabajo en sus diferentes escalones.

“Actualmente la industria aporta cerca de 200 mil empleos directos y otros 600 mil indirectos, lo que le permite a más de 1200 empresa realizar proceso de exportación de sus productos y trayendo al país un ingreso de cerca de 10 millones de dólares en el año 2019, cifra que representa cerca del 30 por ciento de las exportaciones de Colombia, esto se ha debido a los diferentes acuerdo aperturistas y las negociaciones comercial que se han desarrollado en la última década, actualmente se cuentan con 16 acuerdos comerciales de cero arancel de Colombia con el resto del mundo, lo que genera un gran potencial para presentar y aumentar el ingreso de esta industria al mundo, de igual manera es necesario considerar los retos que tiene la industria como la masificación tecnológica para las pequeñas empresa, la entrada al país de competencia extranjera con mayor capacidad y mejorar la capacitación de la mano de obra.” (Investicolombia, 2019).

“Según la Cámara Colombiana de confecciones para el año 2021 el sector textil y de confecciones generó cercade 600.000 empleos. Existen cerca de 450 fabricantes de textiles y 10.00 de confecciones, siendo la mayoría pequeñas empresas, de estas el 50% cuentan con un numero entre 20 y 60 máquinas equipos para confección cada una. Es de destacar que estas industrias se encuentran ubicadas en Medellín, Bogotá, Pereira, Cali, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga. Actualmente el país se está posicionando como uno de los primeros exportadores

de tejidos planos en Sudamérica y dentro de los productos que más se exportan son: sostenes, jeans, fajas y ropa de control, dejando como resultado que la industria aporta el 9,4% sobre el total del PIB industrial.” (Investicolombia, 2019).

“La industria colombiana es uno de los grandes generadores de empleo en el país, según datos de Inexmoda para el mes de febrero de este año el gasto en moda alcanzó los 2,44 billones de pesos un 6% más que el registrado en febrero del año 2021, lo que permite concluir que el sector ha estado en un constante crecimiento y se espera tener un crecimiento para los siguientes meses superiores al 10% lo que avizora un desarrollo positivo para todos los actores de la industria.” (Inexmoda).

“Es de resaltar que debido a la pandemia se ha visto un aumento en el consumo de tapabocas lo que ha generado que más empresas se dediquen a la confección y fabricación de estos lo que permite un aumento en la capacidad de la industria, tan solo la producción de tapabocas represento el 70% de las exportaciones de la industria en el último año.” (Sectorial,2022)

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial de Makrohilando está fundamentada en ética e incluso en la transparencia, buscando estrategias de mejoramiento continuo en los actores empresariales, de igual forma las interacciones con los clientes, proveedores, socios y todas aquellas figuras que influyan con los procesos productivos en pro del bienestar comunitario y medio ambiental, como objetivo se busca optar por estrategias escalonadas a aumentar la estabilidad económica, capacidad en el mercado y sostenibilidad.

El concepto de la RSE y su gran valor han sido identificados con el fin de que estas organizaciones adquieran instrumentos bases que permitan la mejora continua en los procesos.

Veremos diferentes capítulos los hallazgos y acciones que se planean para fomentar un cambio de cultura en Makrohilando, la cual busca alinear los parámetros establecidos por la norma ISO 26000.

Planteamiento del Problema

La responsabilidad social empresarial ha tomado una relevancia en los proyectos empresariales alrededor del mundo, es bien sabido que las grandes compañías multinacionales vienen implementado e integrando esta práctica en sus procesos desde ya varios años, adicional a estas, se ha visto un entusiasmo marcado por sumarse a esta iniciativa de las pymes y medianas empresas, que alineadas con “los siete principios de la (RSE) Rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto de las partes, legalidad, respeto a la normatividad internacional y respeto a los derechos humanos” (ISO, 2010), bajo el marco de la ISO 26000 participan activamente y de manera voluntaria en el desarrollo de estas políticas.

Colombia no es ajena a este tipo de prácticas y cada año se suman más empresas con la firme convicción que al implementar un proceso de responsabilidad empresarial están generando un verdadero valor agregado a sus productos, marca y compañía, de igual manera existen múltiples iniciativas gubernamentales que apoyan a las compañías para adherirse, a esta norma y generar en un plan que permita la correcta ejecución de la RSE.

Para Makrohilando esto no es solo una tendencia, si no que desde sus directivas se ve con buenos ojos la creación de un sistema funcional que permita el mejoramiento interno y externo, es aquí donde se ha evidenciado la deficiencia en capacitación del personal y a su vez la falta de adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento de la compañía, es de vital importancia generar planes de capacitación que permitan entender los procesos desde y que aporten en los ámbitos social , ambiental y económica para compañía, es así que se hace necesario poder forjar plan de acción efectivo en aras del progreso integral de la compañía.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un plan de acción eficiente que permita la capacitación y adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento de la responsabilidad ambiental y social empresarial en la empresa Makrohilando.

Objetivos Específicos

Elaborar diagnóstico de la empresa en la aplicación de la responsabilidad empresarial

Realizar árbol del problema identificando las causas directas e indirectas con sus respectivas consecuencias.

Construir el árbol de objetivos para brindar solución a la problemática identificada.

Realizar mapa estratégico para direccionar los objetivos.

Elaborar plan de mejoramiento para dar cumplimiento con los objetivos propuestos.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco Conceptual

Con el objetivo de comprender e identificar la responsabilidad social empresarial, emplearemos algunos términos para analizar conceptos, esto con el propósito de identificar los fundamentos que nos conllevan a la aplicación en la actividad empresarial. Por medio de la ética y la importancia que constituye en las organizaciones y a su vez lo concerniente de la responsabilidad social empresarial y el impacto que ha generado a través del tiempo, generando valor en cada una de las operaciones empresariales.

Ética.

La ética como estudio práctico nos permite entender la generación de relaciones del individuo y la sociedad, teniendo esto como precedente vemos su importancia en las acciones individuales entonces la ética está ligada al comportamiento humano. (Sánchez-Vázquez, 1969).

Ética Empresarial.

“En la búsqueda de alcanzar valores vemos como las constituyen un actor vital de la sociedad, estas interactúan generando sinergias las cuales permiten el desarrollo social. Es así donde se revela la verdadera importancia de la visión ética y la cual se fundamenta en los valores de los individuos.” (Benedetta, 2009), (Aguilera & Rodríguez, 2005).

Pensamiento Estratégico.

“El pensamiento estratégico es un área que poco se estudia en las escuelas y universidades, y vemos como cada vez se toma importancia en la educación personal y profesional, es de suma importancia entender y anticipar los cambios en la industria, las

herramientas están dadas para que se apliquen al desarrollo de ideas innovadoras.” (Porter, 2011).

Desarrollo Social.

“La globalización ha llevado al individuo a una carrera por el éxito y la superación personal, esto se traslada a los gobiernos y estados del mundo, generando brechas entre países y comunidades de una misma región o zona geográfica, en muchos de los casos se evidencia la dificultad al acceso de recursos, es deber y obligación de los estados y sus gobernantes propender por políticas de inclusión que generen oportunidades igualitarias y equitativas a la sociedad.” (Midgley, 1995).

Desarrollo Sostenible.

“El desarrollo sostenible parte de principios de equidad e igualdad, la política pública y el estado debe garantizar los planes de desarrollo económico que involucren a las comunidades y la protección del medioambiente con políticas que impacten de manera positiva en cada uno de estos aspectos.” (Weizsäcker, U. von, Lovins, & Lovins, 1997).

Excelencia Empresarial.

“La excelencia empresarial es el resultado de diversos procesos que al ser realizados de la mejor manera generan un resultado exitoso y que a la vez se ve reflejado en un impacto en la sociedad. Hablar de excelencia empresarial inmediatamente refiere a diversos conceptos y objetivos que van dirigidos al desarrollo de la eficiencia de la gestión y como fin en la gestión con el único fin de alcanzar los mejores resultados posibles.” (Hendricks & Singhal, 2001).

Grupos de Interés.

“Es imprescindible que los valores humanos sean reflejados en la sociedad, generando grupos con intereses comunes, que permitan la confianza de cualquier empresa incorporando a

sus trabajadores, a sus socios, proveedores, competidores, familias de todos los involucrados y por supuesto a sus clientes.” (Evans y Freeman, 1988)

Sostenibilidad.

“La sostenibilidad impulsa de manera concreta el desarrollo social buscando la unión en todas las dimensiones empresariales, alcanzado niveles de satisfacción en la calidad de vida de las comunidades, permitiendo la maximización de los recursos para la generación de un desarrollo sustentable en todos los ámbitos social, empresarial, económico y humano.” (Elkington,1994).

Estrategia.

“Para que el alcance de las metas y logros empresariales, se considere una estrategia debe ser consciente en fijar objetivos, haciendo uso de los recursos según las necesidades en función empresarial. ” (Chandler, 2003).

Gerencia Estratégica.

“La Gerencia Estratégica es una herramienta que permite la administración de los cambios, en ella podemos definir objetivos de una organización, generado estrategias y planes de acción para lograrlos, en esta es de suma importancia el liderazgo que se tenga por parte de la dirección en la toma de decisiones.” (Serna, 2008).

Marco Teórico

En el año 1910 inicio y se llevó a la práctica la responsabilidad social empresarial en entidades con intención de enlazar beneficio económico de las compañías con el medio ambiente y sociedad manteniendo equilibrio y obrando con ética en sus actividades. La RSE se enfocada en desarrollar estrategias pensando en el futuro y las consecuencias a largo plazo en los lugares donde las compañías desarrollan su actividad económica, generando un bien común. La RSE se ha venido transformando en una nueva forma de realizar negocios, por lo cual las empresas profundizan y dan importancia a sus operaciones, buscan dar un enfoque no solo económico, también social y medio ambiental, es común ver empresas que buscan ayudar a madres cabezas de familia, desplazados, comunidades minoritarias y del igual forma buscan apoyar los proyectos productivos que propendan al mejoramiento ambiental de su área de acción, con base en los principios de RSE se busca cada vez más la sostenibilidad de las generaciones a futuro.

La sustentación de la RSE debe estar expresada en los valores de las mismas empresas y debe estar en la agenda y planes de acción de cada una de estas, de igual manera se debe compartir con cada uno de los colaboradores de las empresas y ser exteriorizada de manera continua para que estos proyectos realmente sean tomados de manera seria.

Esto nos dice que las normas de RS tienen efectos en el equilibrio económico y cuota de mercado convirtiendo estas políticas en herramientas que permiten el desarrollo productivo, como lo mencione anteriormente, es importante buscar conciencia en la organización, en la importancia de las políticas de sostenimiento responsable esto genera un valor agregado que sirve de diferenciador, “No ser competidor únicamente en lo económico y tener enfoque en la “RSE” siendo denominador activo de la compañía” (Arrieta & Carbal Herrera, 2014) es así como podemos crear una percepción favorable ante los clientes.

Se puede determinar el valor de la RSE e importancia que le han dado entes estatales como organizacionales y los beneficios que trae para cada una de las comunidades sirve como de elemento que contribuye no solo al bien de la organización sino al de todo su entorno externo como interno, permitiendo ver la conexión que se origina con la sociedad, el estado, el medio ambiente, y la organización. Claramente para (Mendez,2007), el origen de la responsabilidad social está relacionada a la idea de la habilidad para responder a la sociedad desde la organización siendo conscientes de los beneficios que esto genera.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede evidenciar que las entidades con la puesta en marcha de la RSE pueden obtener beneficios y ventajas como: incremento en su competitividad, reputación, siendo apetecida en el mercado laboral por su estabilidad, y codiciada por los grandes inversionistas, destacando a las grandes empresas, pero según Baumann Pauly, (2013) indica: “El tamaño de las empresas no determina la adecuada aplicación de la RSE”. Según la norma “ISO 26000 guía para la responsabilidad social de las organizaciones” (ISO, 2010) se encuentra dirigida a cualquier modelo de organización sin importar su dimensión ni nivel económico; además las compañías pequeñas que han aplicado correctamente la norma han crecido en el mercado en una escala diferente y tienen buena relación con los grupos de intereses, obteniendo beneficios como la disminución de costos en las negociaciones como las cooperativas que tienen bases sólidas con sus principios de solidaridad, autogestión, organización, consumo responsable, equidad de género y respecto al medio ambiente, pioneros en la aplicación de la RSE al incluir valores, derechos humanos, temas sociales y grupos de interés. (Ceballo, 2005)

Por otro lado, es de suma importancia no confundir la responsabilidad social con beneficencia, comportamientos éticos y/o ambientales únicamente, es un error muy común que mucha gente suele cometer y busca el bien de alguien más, sin esperar nada a cambio, debemos

entender que la implementación conlleva al cumplimiento de normas y leyes, acciones de comprobación e información de las incidencias y desempeño de las organizaciones, por ende, se requiere rendición de cuentas y transparencia.

“La Responsabilidad Social Empresarial, debiera ser una práctica cotidiana, compartida por quienes ofrecen productos o servicios a la comunidad. Sin embargo, el trabajar con este concepto, conlleva diversas necesidades, como estructuras de organización, mayor participación de grupos de interés y niveles de responsabilidad para trabajadores y empresas,” (Villafañe, 2015).

La RS no solo se limita al cumplimiento de leyes y normatividad ambiental sino a la capacidad para responder a la colectividad. La determinación de la compañía con el medio ambiente y la sociedad es determinar el trabajo general y la capacidad de la empresa para operar, realizando actividades que protejan la salud de los ecosistemas, dejando como prioridad el medio ambiente para el progreso e incremento económico de la compañía (ISO 26000).

La RSE llegó a Colombia para generar prácticas empresariales con responsabilidad social, por esto la creación de valor dentro de la empresa contribuye a un crecimiento económico del entorno en el que se desarrolla, las organizaciones favorecen al desarrollo de las colectividades aportando empleos y condiciones de vida en los habitantes. (Ibáñez Jiménez 2004).

ser vinculantes no solo a los colaboradores sino también a los clientes (Stakeholders), así la mejor manera de conseguir valor real y cubrir las necesidades de los involucrados.

Vemos como todos estos conceptos están respaldados en una normatividad mundial que es la ISO 26000 y ratificada en el pacto mundial de la ONU, siendo empuje de sostenibilidad más amplia del planeta, en el cual se busca que todos los países tengan prácticas de desarrollo

sostenible con miras a 2030, la implementación de estos acuerdos debe generar alianzas entre las naciones, buscando la disminución de brechas de desigualdad entre las naciones.

El pacto tiene cuatro frentes en los cuales busca que las naciones y las empresas trabajen, en “medio ambiente, derechos humanos y lucha contra la corrupción, en donde se enmarcan los proyectos de responsabilidad social empresarial” (ISO, 2010), es así como se tiene los diez principios.

Por lo tanto, debemos ser críticos ante los proyectos de responsabilidad social, buscar alcanzar objetivos de desarrollo social y económico que garanticen mejorar los estilos vida de las comunidades y el ambiente, se presentan planes óptimos y otros no tanto, los cuales aún no se han realizado e implementado de manera correcta, lo que resulta contraproducente para las comunidades.

Es importante que un proyecto de este tipo se tenga en cuenta indicadores cuantitativos y cualitativos para medir el alcance y el avance real de los objetivos, para ello las directivas debe estar involucrada de una manera real, como estrategia de negocio los resultados deben ser competitivos. (Ver tabla 1).

Tabla 1 *Los Diez principios del pacto mundial según ONU*

| Descripción | Criterio |
|---|------------------|
| “Las organizaciones deben velar y proteger los derechos humanos declarados internacionalmente.” | Derechos Humanos |
| “Las empresas deben propender la protección de la autonomía en las decisiones de las asociaciones y el derecho a realizar negociaciones.” | Derechos Humanos |

| | |
|---|-----------------------------------|
| “Las compañías tienen la libertad para realizar asociaciones y derecho a defender la negociación colectiva.” | Trabajo |
| “Las entidades no deben permitir cualquier tipo de trabajo forzado u obligatorio.” | Trabajo |
| “Las compañías no deben permitir la mano de obra infantil.” | Trabajo |
| “Las organizaciones como función deben salvaguardar la no discriminación frente al empleo y/o ocupación.” | Trabajo |
| “Las entidades deben contar con plan de prevención frente a los retos ambientales.” | Medio ambiente |
| “Las compañías deberán fomentar, por medio de campañas e iniciativas responsabilidad ambiental.” | Medio ambiente |
| “Las entidades deben fomentar el desarrollo tecnológico en la creación de nuevas herramientas para la preservación del medio ambiente.” | Medio ambiente |
| “Las organizaciones deben promover prácticas que contribuyan a la no extorsión y corrupción.” | Disputa frente a la no corrupción |

Nota: Se muestran principios del pacto mundial. (Unidas, 2018)

Fuente: Propia a partir de Naciones Unidas.

“La RSE con lleva reestructuración de los sistemas empresariales, buscando agilidad, flexibilidad, eficacia exigiendo que la empresa sea más transparente, sostenible y más responsable” (Cepes, 2011). Por lo tanto, esto conlleva a las organizaciones a invertir en la calidad de sus productos, lo cual ocasiona aumento en sus ingresos, velan por el bienestar de sus empleados creando compromiso con la organización y sentido de pertenencia mitigando la rotación de personal; adicional realizan donaciones a las comunidades donde desarrolla la actividad económica y mantiene conexiones positivas con grupos de interés. Heydari, (2011) & Perrini, (2011).

Las empresas en Colombia principalmente las privadas, debe propender por el establecimiento de procesos que permitan el desarrollo social sostenible, si bien las grandes compañías nacionales ya están buscando impactar en este ámbito, vemos como las pymes y pequeñas empresas están aún muy lejos de la implementación de estos planes, es aquí cuando el estado colombiano debe actuar de una manera proactiva y no restrictiva, como ente facilitador de las operaciones de RSE en las pymes, aportando con recursos, educación y acompañamiento, generando inclusión, la generación de estas políticas deben ser prioridad de estado y debe trascender a los gobernantes de turno.

Es importante que las pymes, logren ver el valor que genera aplicar las RSE, que logren aplicar las políticas y reglamentos, ser más eficientes mediante la capacidad de adaptarse en el entorno que opera, analizando las condiciones y ser más eficaz (Bertalanfy, 1986).

Las bondades para las diferentes empresas al implementar procesos de RSE a futuro son muchas desde un cambio de concepción ético y moral que entregan un aporte al medio ambiente y la sociedad, hasta réditos económicos mayores a los que se pueden realizar de forma tradicional. Las RSE brinda beneficios tangibles a las entidades, los cuales se pueden medir de diversas formas, fortalecimiento las relaciones con las comunidades, marca del producto y/o servicios, el acceso a capital de inversión, contribución a la comunidad, rentabilidad económica, apoyo financiero de manera más fácil, incremento de la productividad entre muchas otras.

Estamos viendo como compañías como Alpina con su plan de compra responsable de leche a los campesinos colombianos, los cuales tiene procesos de ganadería responsable y hacen que sus productos provengan de productores sostenibles y amigables con el medio ambiente, hacen que su cadena productiva sea de sostenible brindando al consumidor final productos de mejor calidad, vemos como este tipo de empresas son líderes en Colombia, desde hace años, en

implementar planes de acción en la RS y estrategias de negocios se vuelven un elemento diferente con excelencia en el ámbito competitivo, con resultados en las utilidades positivas.

En Colombia no existes normas estrictas al respecto y hay leyes que someramente dan una reglamentación un poco escueta al tema, solo hay algunos pronunciamientos de la “Corte Constitucional en sentencia T-247 de 2010” (constitucional, 2010), donde la RSE “*Debe ser asumida como compromiso social, como complemento al ánimo de lucro*”. Pero al no existir normas regulatorias concretas al respecto y las políticas al respecto, los recursos publico s no llegan en gran medida a fomentar este tipo de proyectos, es así como la RSE queda sujeta a la voluntad de las empresas para ejecutar dichos proyectos.

Pero como ciudadanos debemos ver estas iniciativas como oportunidades claras de mejora que generaran verdadero valor más allá de servicios y/ productos que ofrecen las organizaciones, resulta de vital importancia entender este tipo de política y apoyarlas sin dudar en su verdadero efecto que no es más que el bienestar común de las comunidades.

Marco institucional

Descripción de la Empresa

Makrohilando realiza confección y diseño de prendas femeninas en talla plus, permiten tener más opciones, saliendo de lo tradicional, innovando con atractivas creaciones y con nuevas prendas llamativas y cómodas para el consumidor.

Sin dejar a un lado la métrica de un buen gusto en la moda, se utilizan materias de muy buena calidad, todo en pro de atender y satisfacer la necesidad de mujeres que vean en las

prendas que visten, una forma de comodidad y el valor que resalta en cada la mujer que viste las prendas.

Sector

Makrohilando se ubicada en el sector de Villa Alsacia, barrio localidad Kennedy, ciudad Bogotá Colombia. Lugar donde se realiza la operación en un principio porque desde aquí nos permite tener un mayor alcance disminuyendo los costos de operación, además de no tener una competencia directa permitiendo un desarrollo de la empresa libre de amenazas directas, a esto se le suma el alto potencial de consumidores que podemos adherir a nuestro mercado.

Misión

Somos organización dedicada a diseñar, fabricar y marketing de ropa dirigida a mujeres, con enfoque en la calidad brindando precios asequibles y con intención de suplir las expectativas de los compradores. Con mira en la invención y mejora de nuestros métodos en la organización, velando por el desarrollo de la compañía y colaboradores; así contribuyendo a la rentabilidad de sus socios.

Visión

Makrohilando para 2025 busca ser una organización sostenible con alto rango en el sector de producción y comercialización en la fabricación de ropa femenina, apuntando a incrementar su participación en la cuota del mercado nacional e internacional.

Valores

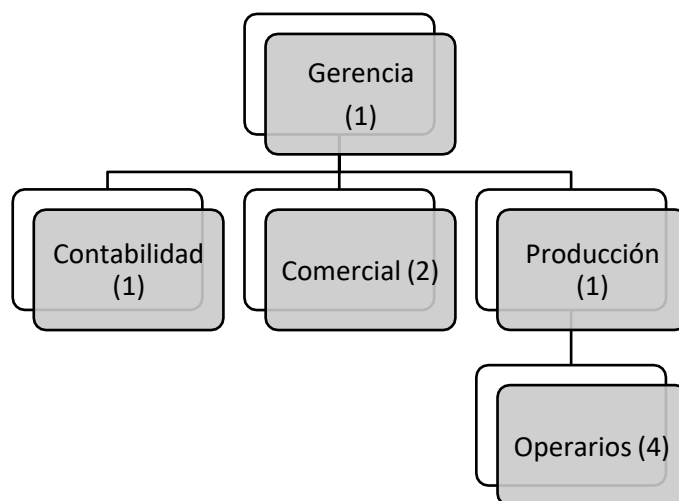
1. **Creatividad:** buscamos ser inspiración para los demás.

2. **Orgullo:** Ser orgullos de lo que somos y lo que representamos como empresa.
3. **Integridad:** Somos una empresa con personas integras que hablan con la verdad y actual como tal.
4. **Humildad:** Reconocemos en nosotros y en los demás los valores y celebro el éxito de todos.
5. **Consciente:** Consientes del impacto que generamos, de las acciones y omisiones y que estas afectan el resultado.

Estructura Organizacional

Makrohilando en su estructura organizacional está constituida por 9 personas de planta que apoyan a diario los procesos de producción, su parte más fuerte es la de producción donde cuenta con 5 personas.

Figura 1 *Estructura Organizacional*



Fuente: *Creación propia con base a la estructura de Makrohilando.*

Marco Legal

ISO 26000, como norma internacional sirve como guía voluntaria en responsabilidad empresarial (RS) (ISO, 2010), no es una guía ISO de certificación. ISO 26000 adoptada por más 80 países, donde se aplican sus tres dimensiones encarriladas al desarrollo sostenible, social, económica, ambiental, la aplicabilidad de estas dimensiones acompañadas de las 7 materias fundamentales genera beneficios como mejorar reputación, atraer y retener, ventaja competitiva, motivación y compromiso, relaciones con las partes involucradas, mejor percepción. Como se nombra el objetivo primordial de la aplicación de ISO 26000 es apoyar el desarrollo sostenible, el cual está diseñado para las diferentes compañías del sector público y privado, las materias fundamentales están diseñadas para adaptarse a todo tipo de industria. Puterman (2010) ISO 26000, como herramienta poderosa para involucrar de forma socialmente responsable con un principio de una gestión para lograr sostenibilidad y conciencia en el uso de recursos naturales y humanos.

Las materias fundamentales, como referencia para una aplicabilidad correcta se dividen en siete: la gobernanza de la organización, siendo la primera materia fundamental, quizá de las más importantes, es aquí donde mediante las decisiones pueden hacer viable un cambio de pensamiento socialmente responsable y, es por medio de esta cómo es posible ir abordando de forma coherente y consistente las otras materias fundamentales, Argandoña e Isea (2011).

Con referencia a los otros seis fundamentos, lo referente a los derechos humanos, dentro de este fundamento nos menciona ocho asuntos, donde aplican “derechos civiles, políticos, económicos, sociales, principios fundamentales en el trabajo, debido proceso, evitar situaciones que pongan en riesgos los derechos humanos, evitar complicidad, la discriminación y grupos vulnerables” (ISO, 2010), todo en conjunto enfocado a evitar situaciones de riesgo para las partes

involucradas, generar una protocolo o norma que proteja. En cuanto a las prácticas laborales los cinco asuntos “relaciones laborales, condiciones de trabajo, dialogo social, salud ocupacional y desarrollo de los colaboradores” (ISO, 210), normatiza y alinea la correcta y mínima protección hacia los colaboradores, fomentado un ambiente sano y de crecimiento personal y laboral, lo cual contribuye a la (RS). Respecto al medio ambiente, en sus cuatro asuntos “prevención de la contaminación, sostenibilidad del recurso, adaptación al medio ambiente, protección del medio ambiente y restauración de los habitas naturales” (ISO, 210), compromete a organizaciones a cuidar y darle un uso adecuado a recursos que son finitos y que en el proceso podemos mejorar fases que sean positivas con el medio ambiente, que de igual forma contribuya a recuperar espacios con oportunidad. Mediante las prácticas de operación “ISO 2010” normatiza la importancia de la anticorrupción, una participación política responsable, una justa competencia, todo esto en pro de enseñar mediante el ejemplo que la honestidad y practicas sanas, son también rentables y sostenibles. Con los asuntos a consumidores “ISO 2010”, materializa medios en pro de proteger y darle voz al consumidor, que sea una comunicación asertiva y veraz. “ISO 2010” con los siete asuntos que comprenden la intervención y el progreso de la comunidad, brinda oportunidad que sea un ente activo y que se involucre de forma que sea vea beneficiado, involucrándolo con inversión en educación, cultura, generación de empleo, salud e inversión social.

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

La encuesta fue realizada a personal de la empresa MAKROHILANDO y se aplicó con una metodología cuantitativa dirigida a todos los colaboradores de la compañía teniendo en cuenta las diferentes áreas.

Estudio Cuantitativo

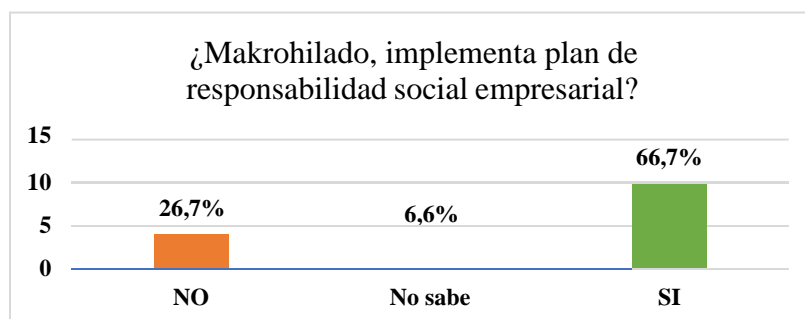
Las muestras para conformar la población del estudio se obtuvieron de trabajadores de la empresa, el estudio fue tomado al 25 de marzo de 2022, se buscó que la muestra fuera parcial y representativa de toda la organización.

Objetivo de la encuesta

Identificar el nivel de satisfacción laboral y conocimiento de la organización con respecto a los objetivos trazados de responsabilidad social en la compañía Makrohilando.

Resultados de encuestas

Pregunta con criterio a Derechos humanos



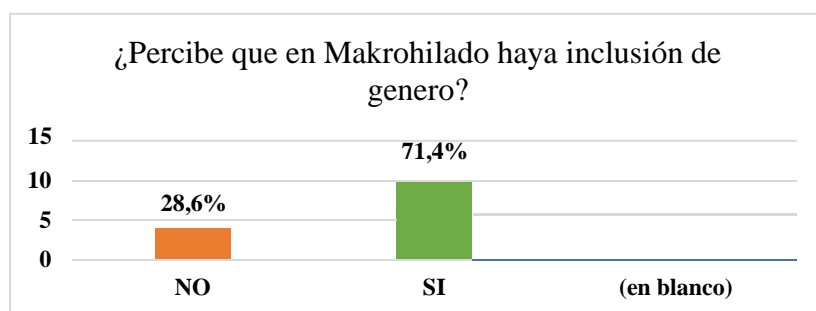
Interpretación

El 66.7% de los encuestados manifestaron que Makrohilando implementa planes de responsabilidad en la empresa. El 26.7% de los encuestados manifestaron que Makrohilando no

implementa planes de responsabilidad en la empresa. El 6,6% de los encuestados no sabe que en la empresa tienen programas de responsabilidad social.

Según estos resultados podemos concluir que la mayor parte de los empleados encuestados conoce los planes de responsabilidad social que realiza Makrohilando, se puede concluir que la empresa ha realizado divulgación de esta información con los empleados.

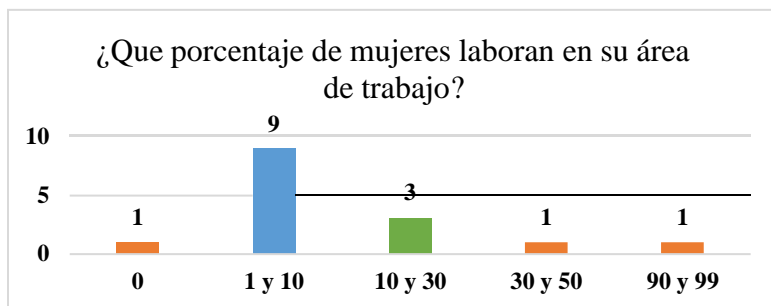
Pregunta con criterio a Derechos humanos



Interpretación

El 71.4% de los encuestados considera que en Makrohilando si existe inclusión de género. El 28.6% de los encuestados considera que en Makrohilando no hay inclusión de género. Vemos que la empresa en su mayor porcentaje según los encuestados tiene inclusión de género, aunque se deben generar planes de acción para mejorar el porcentaje negativo que se percibe entre los encuestados debido a que la inclusión es fundamental en las empresa y equipos de trabajo.

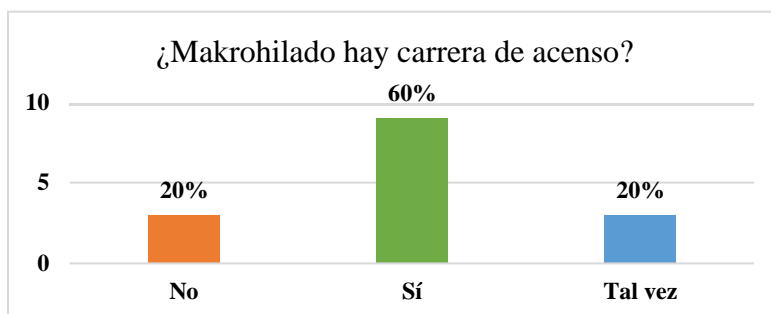
Pregunta con criterio a Derechos humanos



Interpretación

De acuerdo con los encuestados en la empresa Makrohilado en algunas áreas de trabajo trabajan entre 1 y 10 mujeres, mientras un porcentaje más bajo manifiesta que en su área de trabajo trabajan entre en 10 y 30 mujeres. Esto nos permite evidenciar que en la empresa existe un porcentaje significativo de mujeres que se desempeñan en cada una de las áreas de trabajo con las que cuenta la empresa.

Pregunta con criterio a Prácticas laborales

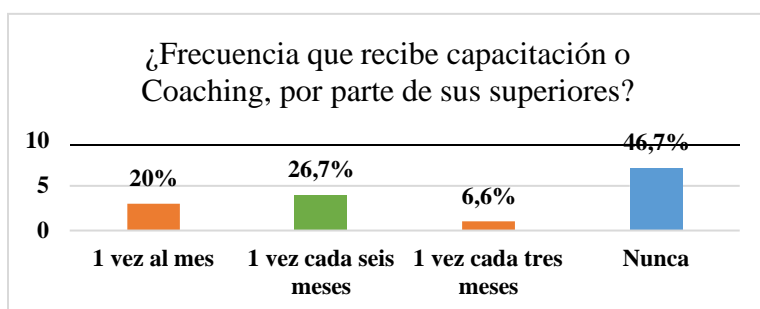


Interpretación

Nos resume como el 60 por ciento de los entrevistados percibe una oportunidad de ascenso en el tipo de trabajo que realiza, se evidencia las oportunidades de crecimiento en el interior de la empresa y los procesos comienzan a darse para que esto sea así.

Se nota que las /los colaboradores cuentan con una mentalidad positiva y contribuyen a lograr una empresa sólida, se debe buscar entender el motivo de las respuestas del restante de la población para tomar acciones necesarias y poder incluirlo en el plan de crecimiento personal y profesional.

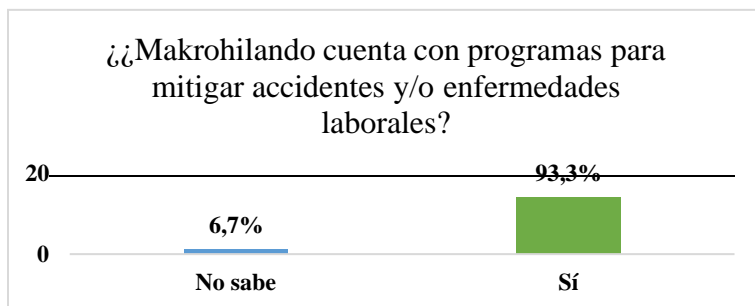
Pregunta con criterio a Prácticas laborales



Interpretación

Al analizar el grafico muestra que existe un gran porcentaje de colaboradores que no están recibiendo capacitación es el 46.7 % de los colaboradores, el restante tiene capacitaciones esporádicas, muy distanciadas unas de las otras, solo el 20% están recibiendo una capacitación mensual, es necesario identificar cuáles son las áreas que necesitan mayor capacitación y generar un plan de acción para toda la compañía donde se fortalezca este aspecto.

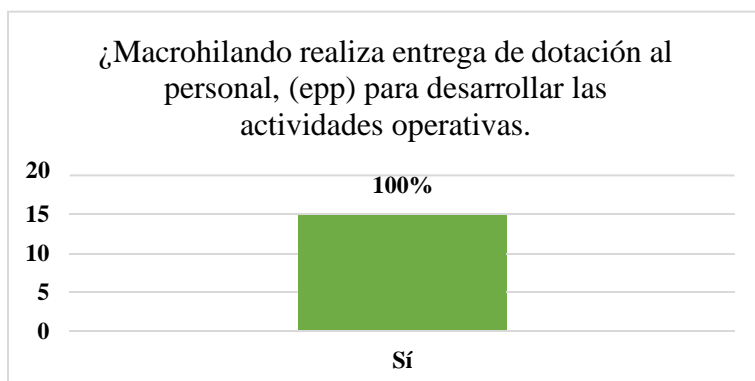
Pregunta con criterio a Prácticas laborales



Interpretación

La grafica 6 muestra como el 93.3 % de los encuestados conoce sobre los planes de mitigación accidentes de la compañía y como son interiorizados al respecto, es de suma importancia que el restante de los encuestados lo conozca porque hace parte fundamental de la operación de la empresa.

Pregunta con criterio a Prácticas laborales



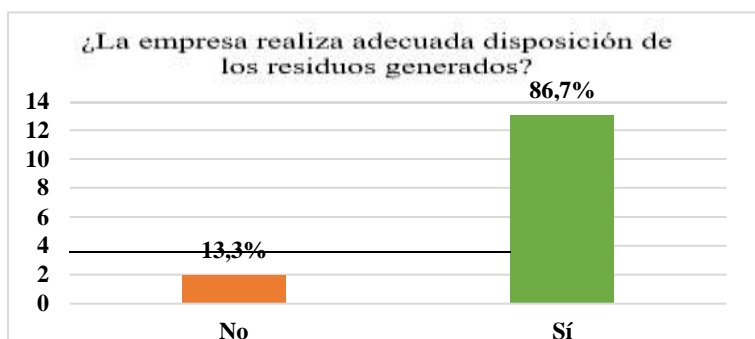
Interpretación

La empresa cumple al 100% con la entrega de dotación al personal para la ejecución de sus actividades, lo cual mitiga el riesgo de accidentes laborales a los cuales se encuentra expuesto

siendo un mecanismo preventivo; además cumple con el “Artículo 230 al 235” (Código Sustantivo del Trabajo, 1984) indica:

“Todo {empleador} que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes, deberá suministrar cada cuatro (4) meses, en forma gratuita, un (1) par de zapatos y un (1) vestido de labor al trabajador, cuya remuneración mensual sea hasta dos (2) meses el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres (3) meses al servicio del empleador.” (Código Sustantivo del Trabajo, 1984)

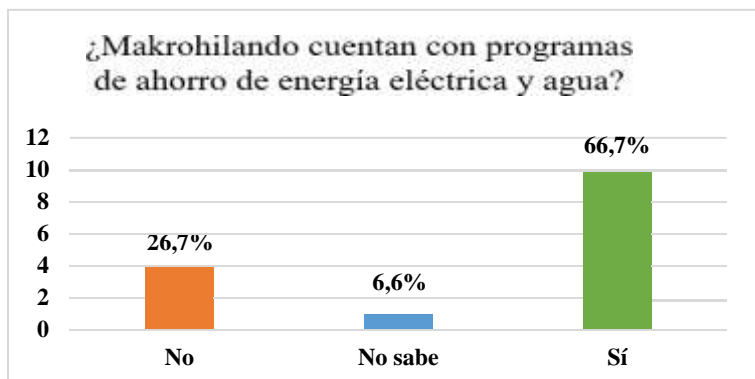
Pregunta con criterio a medio ambiente



Interpretación

El 86,7% del personal (13) indica que la empresa realiza adecuada disposición de los residuos, pero 2 trabajadores con cargo de operario (13,3%) indican que la compañía no cumple de forma correcta. Es importante profundizar en el tema porque la actividad económica textil impacta al medio ambiente y la comunidad por el uso de productos químicos y la generación de otros residuos como: agua contaminada, papel, cartón, retal textil etc.; además el personal operativo es quien realiza la disposición de estos.

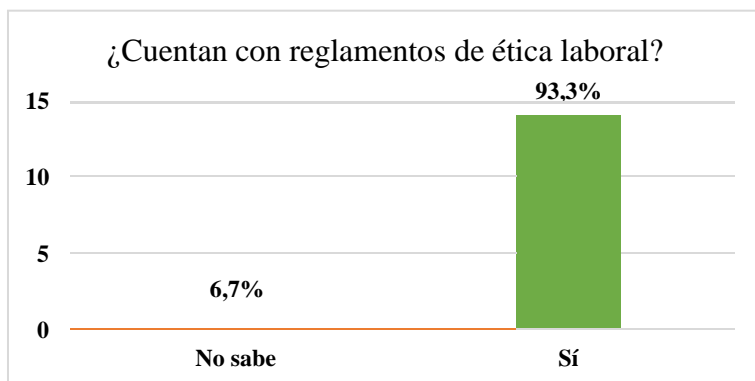
Pregunta con criterio a medio ambiente



Interpretación

El 66,7 % indica conocimiento sobre los programas de ahorro de energías eléctricas e hídricas, los cuales tienen como propósito contribuir al cuidado del medio ambiente. El 26,7% del personal indica que los programas mencionados anteriormente no se ejecutan y el 6,6% manifiesta no conocer sobre estos, por lo anterior se evidencia falta de divulgación sobre estos y capacitaciones para fortalecimiento en el ahorro de los recursos naturales.

Pregunta con criterio a prácticas justas de operación

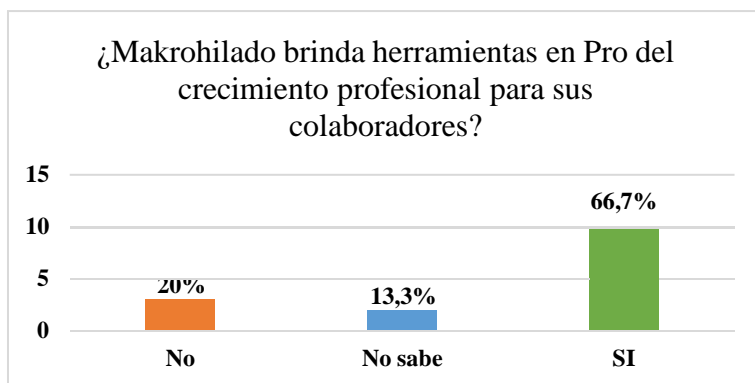


Interpretación

La empresa implementa reglamento de ética laboral en la compañía de acuerdo con los resultados obtenidos del 93,3%; sin embargo, el 6,7% no tiene conocimiento sobre este, por lo

tanto, es importante que la organización realice divulgación y programas de formación para transmitir el manual. El manual de ética laboral plasma las acciones correctas que se deben llevar en la organización con su aplicación para el desarrollo de las actividades y promover las buenas prácticas laborales.

Pregunta con criterio a prácticas justas de operación

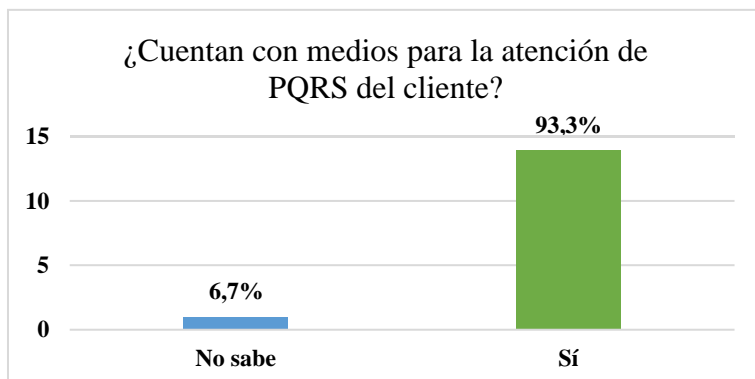


Interpretación

Los colaboradores como entes esenciales y valor más importante tienen sueños y aspiraciones, de capacitarse y de seguir escalando en la vida y en por ende en la empresa donde labora, por este motivo y porque si la compañía quiere seguir creciendo y perdurando, es importante que genere oportunidades a sus trabajadores.

Como se evidencia en la gráfica, el 66,7% de los colaboradores, saben que hay oportunidades de crecimiento, lo cual es lo primero y, esto nos brinda un evidente compromiso por parte de la empresa de querer crecer junto con los trabajadores. Mas sin embargo el 33,3% que no ve un crecimiento o no sabe, esta información debe ser de conocimiento para todos y para todas las áreas. En conclusión, se está implementando la materia fundamental 6.4 prácticas laborales, aun teniendo oportunidades de mejora.

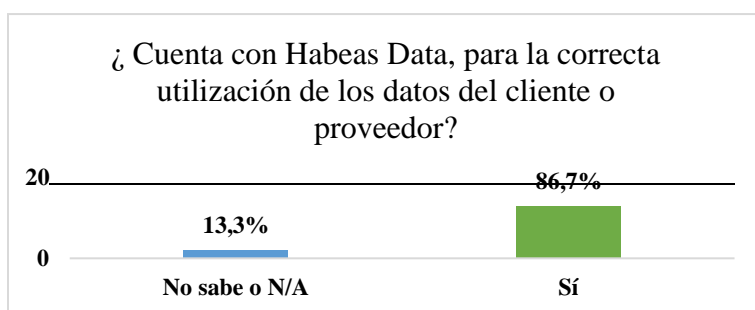
Pregunta con criterio asuntos de consumidores



Interpretación

La importancia de saber cómo está la empresa frente al cliente, si está realizando bien sus funciones, como lo ve el consumidor, los proveedores y en general, es importante porque de esta manera no solo mejoramos el proceso donde tengamos oportunidad, sino que le da la visual, que oportunidades se presentan y que pueda atacar en pro de mejorar, tanto en métodos como servicio. Con el 93,3%, que es un número muy bueno, permite analizar, fomenta, practica y, aplica un ambiente sano con los asuntos del consumidor 6.7%

Pregunta con criterio asuntos de consumidores

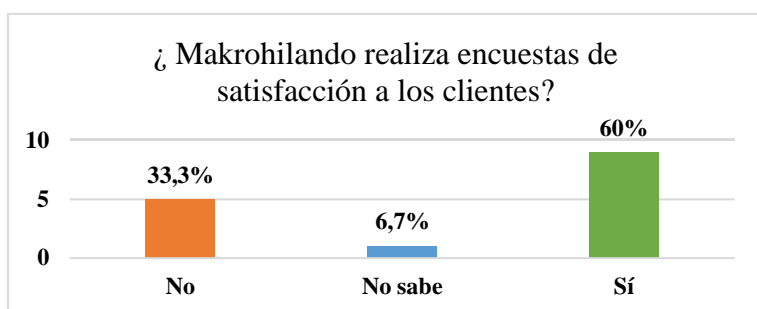


Interpretación

Con la implementación de la ley 1581 de 2012, donde todas las personas tienen derecho constitucional, de conocer la utilización de sus datos personales, es importante la correcta

manipulación de la información que se maneja. Con el 86.7%, evidencia que aún tiene oportunidades de mejora, en la utilización de asuntos de consumidores 6.7, es importante que el proveedor, consumidor del cual la empresa sabe de los datos, tenga la tranquilidad que se da un buen uso y exclusivo para manejo interno.

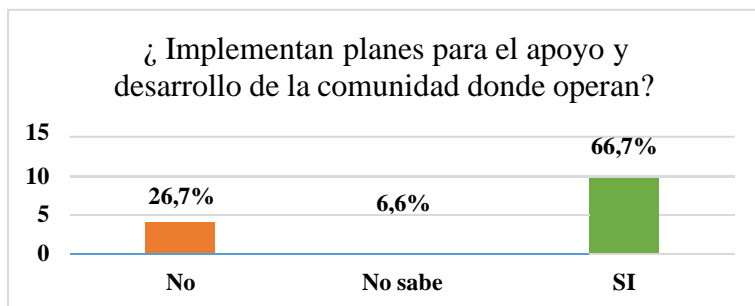
Pregunta con criterio asuntos de consumidores



Interpretación

Como vemos las indagaciones de satisfacción a los consumidores son herramientas fundamentales ya que nos permite evaluar periódicamente los resultados que tiene la organización frente a la opinión de sus clientes, de esta manera se puede generar estrategias para mantener y mejorar el buen desarrollo de la empresa. Con el 60% podemos evidenciar que para Makrohilando es una herramienta fundamental en su desarrollo empresarial lo que nos indica el valor que les dan a sus clientes generando un buen servicio y una excelente satisfacción atendiendo las necesidades.

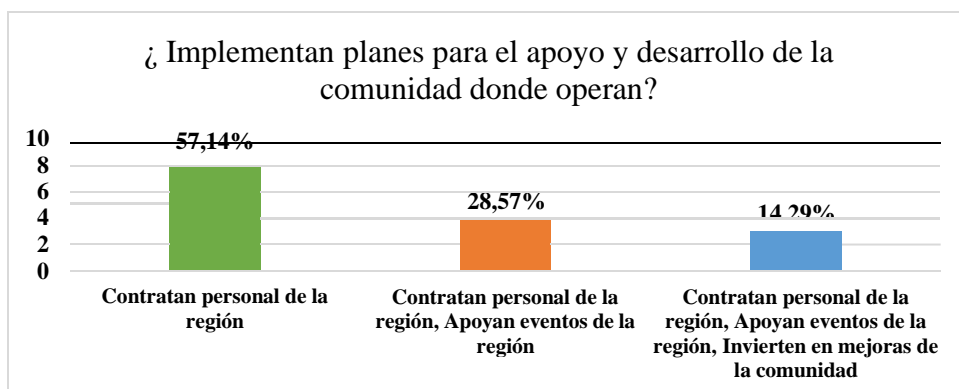
Pregunta con criterio a intervención y avance de la comunidad.



Interpretación

La responsabilidad social Empresarial se basa en identificar objetivos fundamentales para el desarrollo empresarial entre los que se contemplan los “derechos humanos, prácticas laborales, Clientes y consumidores, medio ambiente y desarrollo de la comunidad” (ISO, 2010) este último como base importante en las relaciones para implementar la inclusión de los habitantes de la región en la estrategias de la compañía. Para el 66,7% certifica que si se implementan planes que ayudan de las colectividades contribuyendo en la RSE de la empresa.

Pregunta con criterio a intervención y avance de la comunidad.



Interpretación

El desarrollo de la comunidad permite evidenciar el mejoramiento y transformación de las condiciones de bienestar de todos los implicados en la organización, esto generando que el desarrollo humano este estrechamente ligado a las operaciones empresariales no solo aportando a la organización sino dándole apoyo a la comunidad que los rodea de manera que les permita evolucionar en el desarrollo de la RSE, dicho esto según encuesta Makrohilando usa estrategias y las implementa en lo que concierne en mayor cantidad a contratar personal de la región generando desarrollo no solo en la empresa sino a nivel regional, además se tiene en cuenta que está ligado también a usar otras estrategias que también se identifican como apoyando eventos regionales e invirtiendo en las necesidades comunitarias permitiendo evolución a favor de estas.

Matriz de Marco Lógico

Según encuestas realizadas a los colaboradores de Makrohilando se evidencia baja realización de capacitaciones y participación del personal en las actividades planificadas en el plan de responsabilidad empresarial, lo cual afecta los procesos que contribuyen al RSE en aspecto ambiental, servicio al cliente y falta de conocimiento de los trabajadores en las actividades que desarrolla la compañía en pro de la comunidad; por ende se deben mejorar las metodologías de la organización para contrarrestando los problemas ambientales que se pueden generar con el procesamiento de las telas utilizadas en su transformación.

Stakeholders

El plan de RSE de Makrohilando tiene como propósito, precisar, determinar y demostrar acciones de colaboración e integración a largo plazo con los empleados, clientes, proveedores y demás grupos de interés, lo cual identifica a la Compañía como socialmente responsable, la cual tiene la disposición para trabajar en pro de mejora de las actividades, basada en los principios corporativos; para fortalecer un negocio rentable para los accionistas y grupos de interés, respetando el medio ambiente y el entorno socioeconómico donde se desarrolla la actividad económica.

Tabla 2 *Impactos del proyecto en los grupos de interés*

| | | IMPACTO SOBRE EL PROYECTO | |
|-------------------------------------|-------------|--|--|
| | | BAJO | ALTO |
| INFLUENCIA SOBRE EL PROYECTO | ALTO | Preservación de los recursos naturales. Mejor planeación estratégica. Mayor participación en el mercado. Miembros del equipo Gerentes | Impacto ambiental. Crecimiento de la empresa. Mejor servicio al cliente. Fabricación de productos de calidad. Dirección del proyecto |
| | BAJO | Sostenibilidad financiera Aumento de ventas Aportar valor a la comunidad. Clientes Comunidad donde se desarrolla el proyecto. | Mayor rendimiento laboral Mano de obra calificada Insumos amigables con el medio ambiente. Optimización - talento humano. Empresa |

Nota: *Impactos en empresa Makrohilando de los grupos de interés.*

Fuente: *Elaboración propia.*

Figura 2 Actores participativos de los grupos de interés



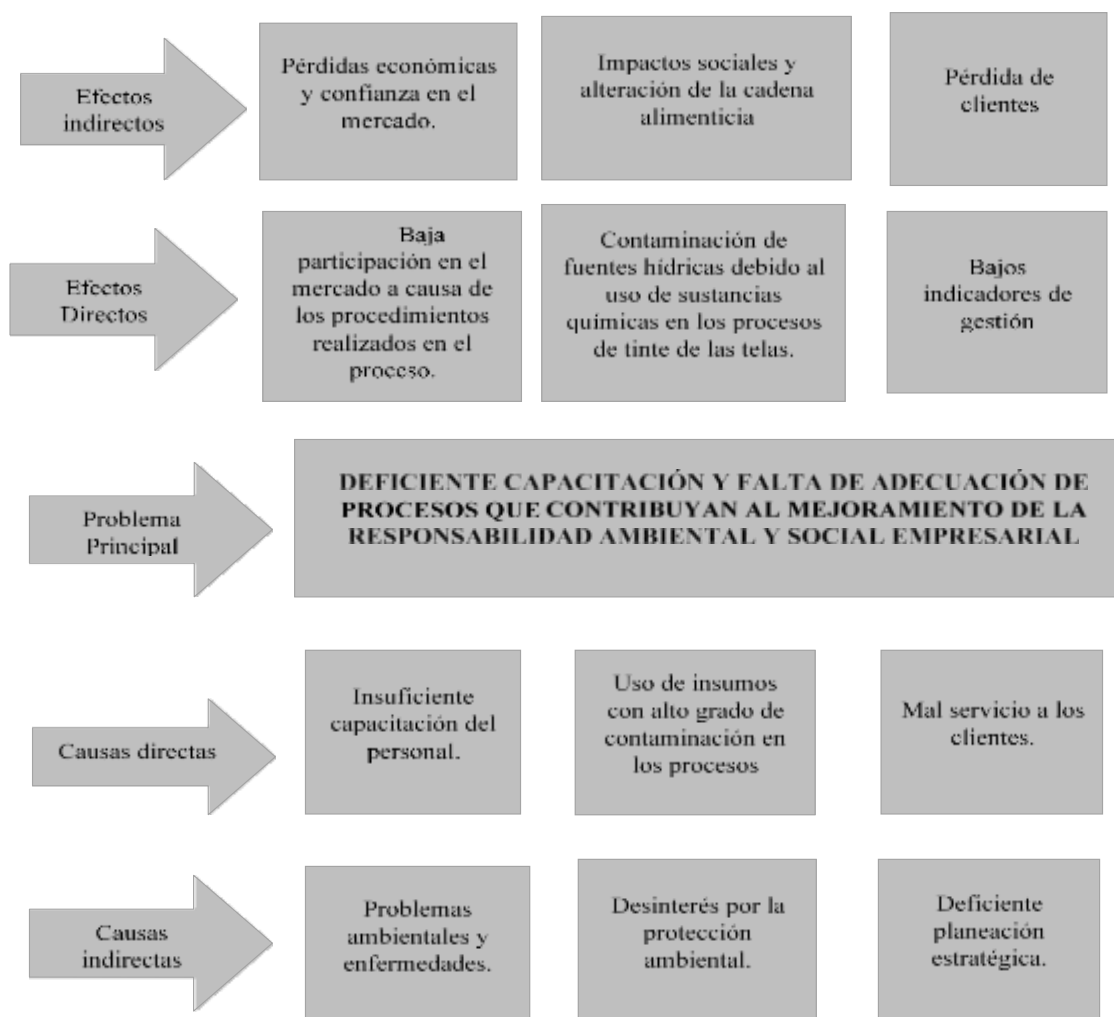
Fuente: Elaboración propia.

Árbol del Problema

Permite la identificación de dificultades de la organización, detallando el problema principal, efectos y causas las cuales afectan la empresa.

El problema central en Makrohilando es la deficiente capacitación y falta de adecuación de procesos que contribuyan al mejoramiento de la responsabilidad ambiental y social empresarial, la formación en los trabajadores resulta un hito para el progreso correcto de las acciones de la planeación estratégica de la entidad; por lo tanto, genera en cadena diferentes resultados que contribuyen al cumplimiento del plan de RSE. Se resalta la importancia de la divulgación de los procesos vinculados a la RSE a los trabajadores para la generación de vínculos y sentido de pertenencia con las actividades que ejecutan a diario. Lo anterior es incumplimiento a la “ISO 26000 guía de responsabilidad empresarial numeral 6.4.7 Asunto 5: Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo”. (ISO 26000, 2010). (Ver Figura 2).

Figura 3 *Árbol de problemas para la empresa Makrohilando*



Nota. Se detallan los orígenes que están causando afectaciones a la empresa, las cuales están originando pérdidas, mal servicio y una deficiente planeación estratégica, conociendo los efectos y causas podemos establecer las estrategias y los objetivos implementar.

Fuente: *Elaboración propia.*

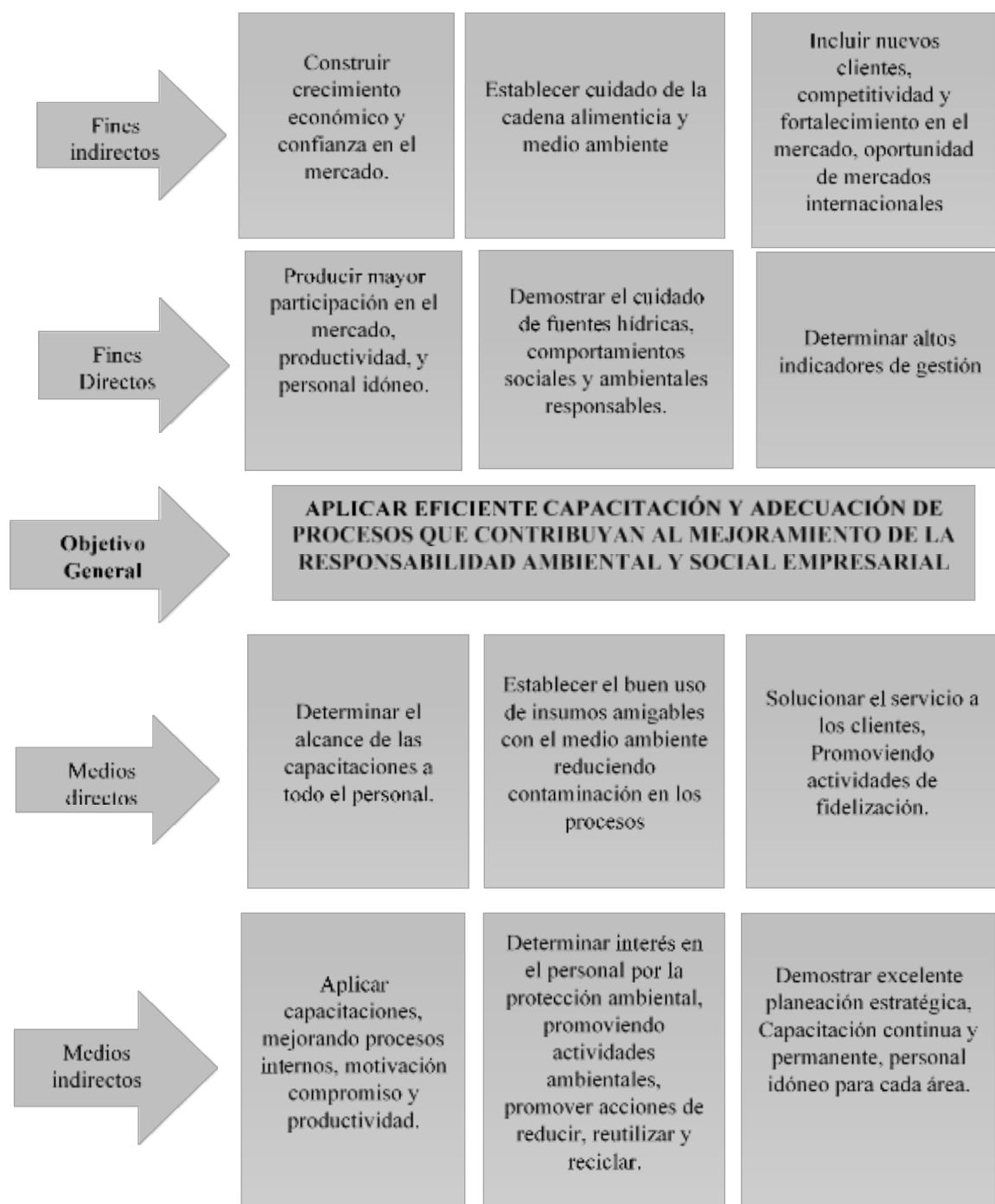
Árbol de Objetivos

Permite reunir alternativas para dar solución al problema principal, se utiliza con la intención de plasmar las situaciones negativas del árbol de problemas, buscando transformar las situaciones negativas en positivas para resolver el problema paso a paso.

En la figura 2, muestra el tipo de ejecución para un plan de capacitación y creación de procesos que contribuyan al mejoramiento de la responsabilidad ambiental y social empresarial en la confección y diseño de ropa femenina, realizando las diferentes estrategias para dar cumplimiento a lo plasmados en el árbol de objetivos.

Se establecieron actividades encaminadas a fortalecer los conocimientos de los empleados mejorando los procesos internos, mayor motivación y compromiso, incrementando la productividad, aumentando la capacitación del personal para salvaguardia el cuidado al ecosistema, entorno y medio ambiente, promoviendo una mejor planeación estratégica que permita un mayor crecimiento de Makrohilando. (Ver figura 4)

Figura 4 *Árbol de Objetivos para la empresa Makrohilando*



Nota. Plantear estrategias para fortalecer las actividades de capacitación al personal, mejorando la productividad, promoviendo el cuidado del medio ambiente promoviendo las acciones de reducir, reutilizar, reciclar y aumentado la participación de Makrohilando en el mercado.

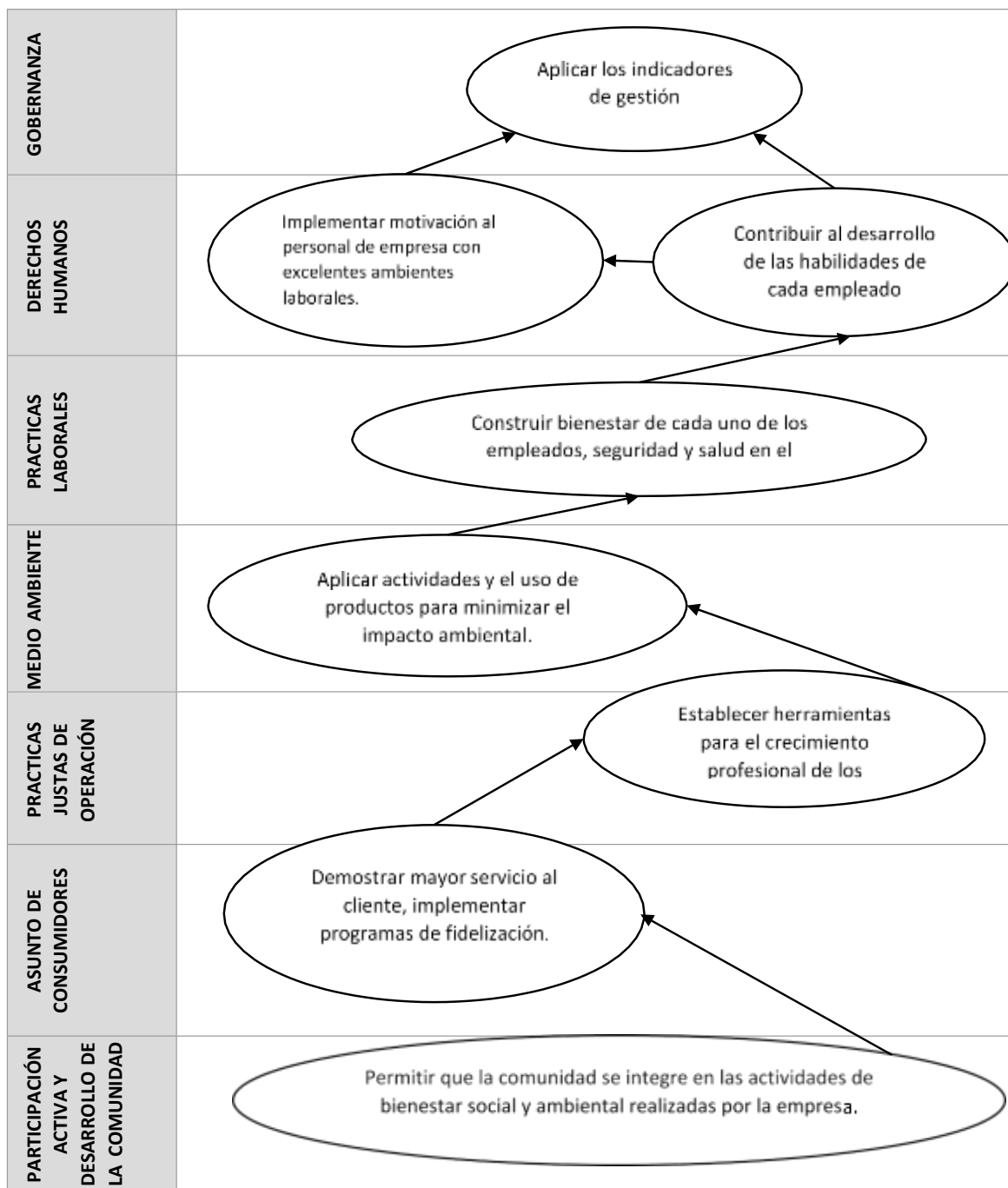
Fuente. Elaboración propia

Mapa Estratégico

Es el grupo de objetivos en la organización, están basados en el fortalecimiento y mejora de las actividades. Para Makrohilando los pilares son “gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, practicas justas de operación, consumidores y desarrollo de la comunidad” (ISO, 2010).

Ver figura 5 donde se establecen las estrategias a desarrollar en cada uno de los pilares aportando así al crecimiento de la empresa.

Figura 5 Mapa Estratégico para la empresa Makrohilando



Nota: Determinar estrategias a aplicar en cada uno de los pilares los cuales hacen parte de la norma ISO2600.

Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

“El Plan de Mejoramiento es un conjunto de acciones sistemáticas que propende por el mejoramiento permanente de la gestión y los procesos de la entidad, el cual se construye a partir de las fortalezas y debilidades encontradas en el proceso de evaluación realizado por los diferentes entes de control.” (Fogacoop, 2022)

Como se indica anteriormente el plan de mejoramiento busca que los grupos de trabajo en las organizaciones propendan a cumplir los objetivos marcados de una manera lo más natural posible generando interacciones entre las diferentes áreas, es importante entender que los procesos y su ejecución están relacionados con la mejora continua y deben ser medibles en el tiempo.

La utilización de esta herramienta permite a las compañías tener una línea de trabajo que trae como beneficios la operación eficiente, mejora de la gestión, tener una herramienta para tomar de decisiones, incremento en la productividad y satisfacción de los clientes externo e interno.

Después de una serie de procesos, seguimientos y comportamientos internos y externos de Makrohilando podemos establecer las acciones a tomar, mitigando aspectos negativos de la empresa que pueden generar afectaciones en sus procesos más adelante.

El siguiente plan de mejoramiento se enfoca en tres dimensiones económica, social y ambiental, estableciendo estrategias en caminadas a cumplir los objetivos trasados, donde se establece un plan de ejecución y los recursos asignados para cada actividad.

Plan de Acción y de Seguimiento

Plan de acción son estrategias por aplicar después de una evaluación exhaustiva del estado de empresa determinando las fallas que se encuentran presentes, buscando reducirlas y el seguimiento es validar los resultados alcanzados en cada fase de la aplicación de cada una de las estrategias.

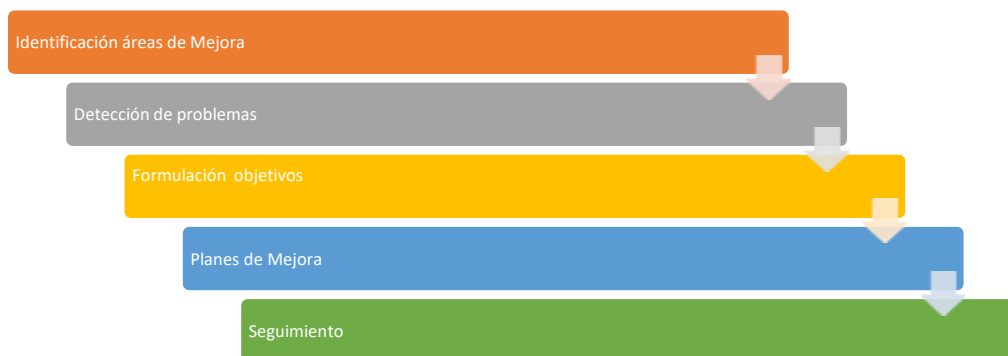
Después de la revisión de los objetivos de la empresa Makrohilando, dio como resultado una serie de acciones que se deben ejecutar en las diferentes áreas comenzado por producción, estas acciones contribuirán con la mejora y el entendimiento de los métodos a las personas involucradas, al igual que permitirá estandarizar algunos procesos productivos.

Dentro de estas características y beneficios del plan de acción se encuentran:

- Identificar las acciones de mejora a aplicar.
- Generar un cronograma con las acciones a realizar indicado fechas y priorizándolas por importancia en los procesos posteriores.
- Establecer sistema de comprobación y seguimiento de las acciones declaradas.
- Socialización con todas las áreas de la compañía sobre los objetivos de este plan de acción.

Dentro de las acciones iniciales se debe tener en cuenta las previstas en la siguiente figura

6:

Figura 6 *Proceso para la elaboración de un plan de acción*

Fuente: *Elaboración propia*

Dimensión Económica

El objetivo de Makrohilando es aumentar las ventas, con un equilibrio en el bienestar de los colaboradores enfatizando en el servicio al cliente, promoviendo campañas y promociones que permitan fidelizar a nuestros, así mismo promoviendo la responsabilidad social empresarial. (ver tabla 3)

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

| Dimensión | Objetivo estratégico | Estrategia | Plazo | Costo | Indicador |
|-----------|---|--|----------|-------------|--|
| Económica | Aumentar ventas en 15% planeando actividades que permitan llegar a los consumidores de manera efectiva, generando | Realizar promociones y campañas ofreciendo descuentos atractivos | 12 meses | \$6,000,000 | $\frac{\text{Proyectos de RSE realizados}}{\text{Beneficiarios del proyecto}} \times 100$ |
| | | Generar proyectos de RSE | 4 meses | \$4,000,000 | $\frac{\text{Capacitación del personal realizada}}{\text{Capacitación por area}} \times 100$ |

| | | | | |
|-------------------------------|--|----------|-------------|--|
| fidelización de los clientes. | Capacitación eficiente y continua a los empleados que permitan ofrecer un mejor servicio | 12 meses | \$6,000,000 | $\frac{\text{Numero de clientes satisfechos}}{\text{Numero de clientes fidelizados}} \times 100$ |
|-------------------------------|--|----------|-------------|--|

Nota. Se crean los objetivos estratégicos para ser implementados de acuerdo con las estrategias planteadas.

Fuente: Elaboración propia

Dimensión Social

Se establecen objetivos y estrategias buscando un mejoramiento continuo, bienestar de colaboradores y la empresa. Los residuos generados en la compañía impactan a la comunidad y el medio ambiente por la actividad económica de Makrohilando, se busca contribuir la disminución de residuos y aprovechamiento de los residuos lo cual permite un crecimiento económico de la comunidad. (Ver tabla 4)

Tabla 4

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

| Dimensión | Objetivo estratégico | Estrategia | Plazo | Costo | Indicador |
|-----------|---|---|----------|-------------|---|
| Social | Aumentar el 10% del presupuesto invertido en proyectos de RSE. | Incrementar la intervención de la empresa en proyectos de RSE con respecto al año anterior. | 12 meses | \$4,000,000 | $\frac{\text{Inversión actual en proyectos}}{\text{inversión en el año anterior}} \times 100$ |
| | Fomentar la participación de los empleados contribuyendo con el desarrollo social y sostenible. | Mejorar la comunicación interna, realizar mediciones del clima organización de la empresa. | 12 meses | \$5,000,000 | $\frac{\text{Empleados satisfechos}}{\text{Empleados de la empresa}} \times 100$ |

| | | | | |
|---|---|----------|-------------|---|
| Aumentar en un 85% la reutilización de los residuos generados y disminuir en un 15% los residuos no aprovechables | Sensibilizar al personal sobre los problemas que causan estos residuos al medio ambiente, así mismo utilizar los residuos sobrantes para venta y reciclaje. | 12 meses | \$4,000,000 | $\frac{\text{Residuos aprovechados}}{\text{Residuos generados}} \times 100$ |
|---|---|----------|-------------|---|

Nota. Objetivos orientados al cumplimiento de la RSE.

Fuente: Elaboración propia

Dimensión Ambiental

Se establecen objetivos con el fin de instaurar conciencia del cuidado de los recursos ambientales, implementando alternativas amigables que promuevan su cuidado y conservación. También en la formación de los colaboradores direccionado en el cuidado de los recursos naturales. Con esto se evidencia disminución del consumo de los recursos naturales.

Tabla 5

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

| Dimensión | Objetivo estratégico | Estrategia | Plazo | Costo | Indicador |
|------------------|--|--|----------|-------------|---|
| Ambiental | Fomentar el cuidado y la protección del medio ambiente, disminuyendo el consumo de energía y agua. | Reducir el gasto de papel, energía y agua. Promover acciones de aprovechamiento y reciclaje adecuados y separación de residuos inteligente. | 12 Meses | \$2,000,000 | $\frac{\text{Recursos ejecutados}}{\text{Recursos asignados}} \times 100$ |

| | | | | |
|---|--|----------|-------------|--|
| Aumentar en un 15% las capacitaciones sobre uso de energía eléctrica e hídrica disminuyendo en un 20% su consumo. | Realizar programas de capacitación al personal sobre el adecuado uso | 12 meses | \$2,000,000 | $\frac{\text{Capacitaciones ejecutadas}}{\text{Capcitaciones planeadas}} \times 100$ |
|---|--|----------|-------------|--|

Nota. Contribución del cuidado del medio ambiente y formación de los trabajadores estableciendo los objetivos estratégicos mitigando el inadecuado uso de los recursos energéticos y hídricos.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Bajo el análisis realizado en este trabajo se puede concluir la relevancia de la responsabilidad social empresarial e influencia economía mundial, desde allí parte la base para poder generar planes de acción para la compañía Makrohilando y entender cuáles son las áreas más importantes para dar inicio a este proceso en el interior de la compañía, dichas acciones está estrechamente relacionadas con la capacitación del personal, esto permitirá la ejecuciones tecnologías más sostenibles a nivel económico, ambiental y social.

Se ha descrito en el trabajo se busca la alineación de los objetivos con las actividades productivas las cuales buscan un resultado éxitos al finalizar el ejercicio, de igual forma poder entender la importancia de los stakeholder y su participación en la cadena productiva de fabricación y confección de ropa, es para Makrohilando de suma importancia comprender las necesidades del mercado y alinearse a estas.

Derivado del trabajo investigativo se generan las siguientes conclusiones asociadas a los objetivos

Con esta investigación se pudo visualizar todo el alcance general del proyecto, diagnosticando las instancias de partida para la implementación de un plan de trabajo serio que permita alcanzar los objetivos sociales, ambientales y económicos para Makrohilando, es así como se evidencia en este trabajo un diagnóstico de la compañía validad sus falencias con respecto al tema, con esto se pretende realizar un trabajo coordinado que permita ser medible en las fases de implementación y desarrollo de los planes de acción y capacitación.

Se concluyo que al momento de realizar el mapa estratégico, nos permitió crear y encaminar los objetivos de lo que queríamos lograr al implementar un plan de acción para Makrohilando con respecto a la responsabilidad social empresarial, además nos ayudó como

herramienta de apoyo al momento de organizar y garantizar una perspectiva clara de cada uno de los procesos y de cómo queríamos contribuir a la mejora generando resultados favorables para la empresa, como mapa estratégico nos permite tener un elemento de control para que cada uno de los objetivos trazados se cumplan.

En el análisis realizado en el árbol de problemas basado en los resultados obtenidos en las encuestas se determinó que la empresa cumple con el plan de RSE de forma parcial porque presenta importantes dificultades en la capacitación del personal, por ende, afecta al funcionamiento de los procesos ocasionando disminución en el avance de mejora en el ámbito ambiental y social.

Con el desarrollo de la actividad se plantearon objetivos y estrategias a partir de los problemas que se presentan en makrohilando, ejecutando planes de capacitación y desarrollando habilidades encaminadas a la RSE, fortaleciendo los procesos internos con una excelente planeación estrategia, así mismo formando planes de acción eficientes y acordes a la problemática presentada.

Se evidencia como criterio significativo en el proceso de mejorar, los antecedentes e información que se recolecto mediante las encuestas, donde el resultado arroja la oportunidad de implementación y formación a los colaboradores, por medio de las capacitaciones y un adecuado plan de seguimiento, se logra llegar al objetivo, corrigiendo el camino para ir en línea con lo que propone la ISO 26000, siendo de esta forma la empresa un ejemplo de correcta implementación.

Referencias

- Aguilera, Juan Carlos, & Rodríguez, Alfredo (2005). Persona Ética y Organización: Hacia un nuevo paradigma organizacional. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 10(18-19), 61-77.[fecha de Consulta 13 de Mayo de 2022]. ISSN: 2077-1886. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733600003>
- 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
- Baumann-Pauly, D., Wickert, C., Spence, L., & Georg, A. (2013). Organizing Corporate Social Responsibility in Small and Large Firms: Size Matters. *Journal of Business Ethics*, 115(4), 693-705. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1827-7>
- Benedetta, G. (2009). Re-thinking the anthropological and ethical foundation of economics and business: Human richness and capabilities. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 431-444. Obtenido de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/41785/1/03.pdf>
- Bruzco, 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.
- Ceballo, A. I. (2005). “Responsabilidad social: un valor añadido para las empresas, un criterio de discriminación positiva para los consumidores. *Economía Pública, Social y Cooperativa*(53), 65-77.
- Código Sustantivo de Trabajo. (1984). En Capítulo IV. C. S., Calzado y oboles para trabajadores. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo_pr007.htm l#230
- Constitucional, C. (15 de Abril de 2010). Sentencia T-247/10. <https://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2010/T-247-10.htm>
- 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.
- Fogacoop. (14 de Mayo de 2022). Planes de Mejoramiento. <https://www.fogacoop.gov.co/nuestra-gestion/planes/planes-de-mejoramiento>

- 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 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>
- Hax, A & Majluf, N. (2014). Lecciones en estrategia : hacia una gestión de excelencia. Ediciones UC. https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1
- Heydari, A., Teimouri, M., & Jamehshooran, B. (2011). «Business ethics and its impact on SCA (Case study Amazon.com)». *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 540-552.
- Investincolombia. (2019). Recuperado el 09 de mayo de 2022, de Industria de la moda: <https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda#:~:text=Colombia%20se%20ha%20posicionado%20como,alrededor%20de%20600%20mil%20personas>
- James Midgley, *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*, Londres, Sage, 1995, 8.
- 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.* <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Méndez, Flor, B (2009). Artículo “La Comunicación Organizacional como gestora del conocimiento y la Responsabilidad Social” pág. 6. Universidad Panamericana, Guadalajara, (México).
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n58/fmendez.pdf>. Recuperado [4 de agosto de 2009].
- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Morales, W. (2018). Ética "compromiso con la verdad".
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/23731>
<https://www.usergioarboleda.edu.co/la-etica-empresarial/>
- 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*.
<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*.
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.
- Patiño Murillo, J. A., & Yepes Burgos, D. (2016). Panorama económico del sector textil y de confección en Colombia entre 2010-2015. Medellín: Institución Universitaria Esumer.
<http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/handle/esumer/761>
- Perrini, F., Russo, A., Tencati, A., & Vurro, C. (2011). Deconstructing the Relationship Between Corporate Social and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, 59-76.
<https://doi.org/10.1007/s10551-011-1194-1>
- Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Pública, C. d. (16 de Junio de 2006). "Definición", en Desarrollo Social.
[http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_dsocial.htm#\[Citar%20como\]](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_dsocial.htm#[Citar%20como])

- 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.
- Unidas, N. (2018). El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Vergara Arrieta, J. u., & Carbal Herrera, A. E. (2014). Diseño de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. *Saber, ciencia y libertad*, 9(2). <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2014v9n2.2113>
- Villafañe, J. (2015). La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Barcelona: Gedisa.
- Weizsäcker, E., U. von, A., Lovins, B., & Lovins, L. H. (1997). Factor 4. Duplicar el bienestar con la mitad de recursos naturales. Informe al Club de Roma, Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores. <https://www.dicc.hegoa.ehu.eus/listar/mostrar/69>
- Sectorial. (2022). Cámara Colombiana de Confecciones Estima que la Fabricación de Tapabocas Concentró 7.500 Puestos de Trabajo. <https://www.sectorial.co/informativa-textil-y-confecciones/item/527331-la-demanda-en-descenso-de-tapabocas-genera-retos-al-sector-textil>
- 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.reedsy.com/s/GhFgyea/c/YmX6_crPLM81ZKQ_/codigo-de-etica-makrohilando

Anexo B. Formato de Recolección de Información

IMPLEMENTACIÓN DE RSE

Nombre

Área de Trabajo

Marca solo un óvalo.

- Administración
- Operario
- Otro

Derechos Humanos

1. ¿Makrohilado, implementa plan de responsabilidad social empresarial?

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO
- No sabe

2. ¿Percibe que en Makrohilado haya inclusión de género?

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

3. ¿Qué porcentaje de mujeres laboran en su área de trabajo?

Selecciona todos los que correspondan.

| | 0 | 1 y 10 | 10 y 30 | 30 y 50 | 50 y 90 | 90 y 99 | 100 |
|--------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Fila 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Nota: Formato de encuesta realizada a los colaboradores de Makrohilado, por medio de Google Surveys, (2022)

Fuente: Elaboración propia.

Prácticas Laborales

4. ¿Makrohilado hay carrera de ascenso?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Tal vez

5. ¿Frecuencia que recibe capacitación o Coaching, por parte de sus superiores?

Marca solo un óvalo.

Nunca

1 vez al mes

1 vez cada tres meses

1 vez cada seis meses

6. ¿Makrohilado cuenta con programas para mitigar accidentes y/o enfermedades laborales?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No sabe

7. ¿Macrohilado realiza entrega de dotación al personal, (epp) para desarrollar las actividades operativas.

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Medio ambiente

8. ¿La empresa realiza adecuada disposición de los residuos generados?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No sabe

Nota: Formato de encuesta realizada a los colaboradores de Makrohilado, por medio de Google Surveys, (2022)

Fuente: Elaboración propia.

9. ¿Makrohilado cuentan con programas de ahorro de energía eléctrica y agua?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

Practicas justas de operación

10. ¿Cuentan con reglamentos de ética laboral?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

11. ¿Makrohilado brinda herramientas en Pro del crecimiento profesional para suscolaboradores?

Marca solo un óvalo.

- SI
 No
 No sabe

Asuntos de consumidores

12. ¿Cuentan con medios para la atención de PQRS del cliente?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe

13. ¿Cuenta con Habeas Data, para la correcta utilización de los datos del cliente oproveedor?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabe o N/A

Nota: Formato de encuesta realizada a los colaboradores de Makrohilando, por medio de Google Surveys, (2022)

Fuente: Elaboración propia.

14. ¿Makro hilado realiza encuestas de satisfacción a los clientes?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No sabe

Participación activa y desarrollo de la comunidad

15. ¿Implementan planes para el apoyo y desarrollo de la comunidad donde operan?

Marca solo un óvalo.

SI

No

No sabe

16. ¿Cómo participa o apoya a la comunidad en el desarrollo de esta?

Selecciona todos los que correspondan.

Contratan personal de la región

Apoyan eventos de la región

Invierten en mejoras de la comunidad

Otros

Formularios

Google

Nota: Formato de encuesta realizada a los colaboradores de Makrohilando, por medio de Google Surveys, (2022)

Fuente: Elaboración propia.