

# **Responsabilidad social aspecto fundamental en el desarrollo empresarial de la organización**

## **Cooprofesores**

Harvy Giovanni Herrera Estupiñan

María Alejandra Mendoza Niño

Clara Inés Mejía

Eduwar Edgardo Noriega Almeida

Vivian Patricia Vargas Aguilar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

2022

**Responsabilidad social aspecto fundamental en el desarrollo empresarial de la organización**

**Cooprofesores**

Harvy Giovanni Herrera Estupiñan

María Alejandra Mendoza Niño

Clara Inés Mejía

Eduwar Edgardo Noriega Almeida

Vivian Patricia Vargas Aguilar

Asesor

Nathaly Johanna Rincon

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

2022

## Tabla de Contenido

Conceptualización .....	11
Línea de Tiempo sobre la Evolución del Pensamiento Estratégico .....	12
Resumen sobre las Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la RSE .	12
Póster Gobierno Corporativo .....	14
Ensayo Producción Limpia y el Consumo Sostenible .....	15
Aplicación .....	19
Marco Institucional .....	19
Diagnóstico .....	22
Matriz de Marco Lógico.....	28
Mapa Estratégico.....	30
Plan de Mejoramiento .....	32
Plan de Acción y de Seguimiento .....	32
Conclusiones .....	36
Referencias Bibliográficas .....	38
Apéndice .....	39

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Análisis de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de recolección.....</i>	22
<b>Tabla 2.</b> <i>Plan de acción de la empresa Coopropesores.....</i>	32
<b>Tabla 3.</b> <i>Plan de seguimiento de la empresa Coopropesores.....</i>	34

## Lista de Figuras

<b>Figura 1.</b> <i>Evolución del pensamiento estratégico</i> .....	11
<b>Figura 2.</b> <i>Poster Gobierno Corporativo</i> .....	14
<b>Figura 3.</b> <i>Estructura Organizacional</i> .....	21
<b>Figura 4.</b> <i>Árbol de problemas</i> .....	28
<b>Figura 5.</b> <i>Árbol de objetivos</i> .....	29
<b>Figura 6.</b> <i>Árbol de estrategias</i> .....	30
<b>Figura 7.</b> <i>Stakeholders</i> .....	31

## Lista de Apéndice

<b>Apéndice A.</b> <i>Formato de Recolección de Información</i> .....	20
---	----

## Resumen

Desde el punto de vista empresarial, la Responsabilidad Social se empieza a estructurar a principios del siglo XX en Estados Unidos de América, con la participación de los empleados dentro de las organizaciones en los diferentes procesos que implican la toma de decisiones para la correcta gestión de los recursos y el buen funcionamiento de la economía de las empresas, movidos por valores democráticos, los cuales fueron la base principal de la buena gestión. Es allí cuando se fomenta la intervención de los agentes para organizar y dar mayor sentido a las condiciones laborales de los empleados y de esta forma en reciprocidad las empresas recibir su mayor potencial. No obstante y después de cada uno de estos esfuerzos solo hasta finales del siglo XX y principios del siglo XXI se logra consolidar la responsabilidad social definitivamente en el mundo, con mayor repercusión en Europa y América Latina, después de tres hechos bastante importantes: *a) la presentación del Global Compact de las Naciones Unidas en el Foro Económico de Davos durante el año 1999; b) el acuerdo alcanzado por los países de la Unión Europea en la Cumbre de Lisboa del año 2000; y c) la publicación del Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas por parte de la Comisión Europea durante el año 2001.* La responsabilidad social está estrechamente relacionada con la ética empresarial, la cual reúne los principios y valores por los cuales la empresa dirige y ejerce su actividad económica. Dicha ética debe ser respetada y asumida por todos los niveles jerárquicos dentro de la organización en la ejecución y desempeño de las tareas propias a su cargo y las relaciones que se establezcan con los diferentes grupos de interés. La ética tiene diversos objetivos dentro de los cuales se destaca el cuidado y el respeto hacia el medio ambiente a través de una producción limpia mejorado sus modelos de fabricación, minimizando la emisión de gases tóxicos, descargas desechos en las fuentes hídricas, que afecten la fauna, la flora, el

medio ambiente y pongan en riesgo la salud humana y ambiental. La ética empresarial evita que los integrantes de una empresa asuman conductas corruptas que lleven a generar competencia desleal en donde los empleados acepten dádivas o sobornos para favorecer a un tercero, además ayuda a evitar que se engañen a los clientes con la fabricación de productos de baja calidad vendidos a través de publicidad engañosa que promete solucionar las necesidades al cliente cuando realmente sus propiedades son falsas. La ética hace que una empresa mejore su buen nombre e imagen corporativa aumentando la confianza en sus clientes internos y externos generando relaciones fuertes y duraderas destacándola de las demás empresas. También cabe destacar el impacto positivo que ha generado la norma ISO 26000 al ser una guía fomenta la responsabilidad social dentro de las empresas para que su operación sea sostenible en el tiempo respetando el medio ambiente, la sociedad o el entorno donde opere y a su vez la legalidad y transparencia relacionada con su actividad y los grupos de interés siempre respetando los derechos humanos por medio de una excelente gestión organizacional eficiente en la planeación, ejecución y consecución de sus objetivos.

***Palabras Clave:*** Responsabilidad social empresarial, norma ISO 26000, producción limpia, consumo sostenible, gobierno corporativo, gestión organizacional, organización internacional del trabajo, grupos de interés.

### **Abstract**

In the development of this work, the company Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesores, COOPROFESORES, of financial economic activity and insurance, was investigated against the main fundamental aspects of the ISO 26000 standard of corporate social responsibility in the execution of its commercial activity, where aspects to improve guided by the standard were detected that guarantee the traceability of an organizational management in accordance with the mission, vision and values of the company in a more inclusive way in the interaction and respect towards the different interest groups.

**Keywords:** Corporate social responsibility, ISO 26000 standard, clean production, sustainable consumption, corporate governance, organizational management, international labor organization, Stakeholders.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar desde la gerencia un plan estratégico de responsabilidad social empresarial a partir de la interacción con los pilares fundamentales de la norma ISO 26000, con el fin de garantizar su trazabilidad teniendo en cuenta la visión, misión y valores corporativos de la compañía.

### **Objetivos Específicos**

Identificar el plan de acción que permita el cumplimiento de metas y objetivos claves para el sostenimiento, desarrollo y crecimiento de la organización a través de la norma ISO 26000.

Desarrollar con la gerencia y la junta directiva una normatividad que permita implementar el programa de responsabilidad social en la cooperativa.

Elaborar un cronograma de capacitación para el personal interno que posibilite la socialización del programa de responsabilidad social.

Generar canales de comunicación bidireccionales que faciliten el desarrollo, control y retroalimentación en la implementación del programa de responsabilidad social.

## Conceptualización

### Línea de Tiempo sobre la Evolución del Pensamiento Estratégico

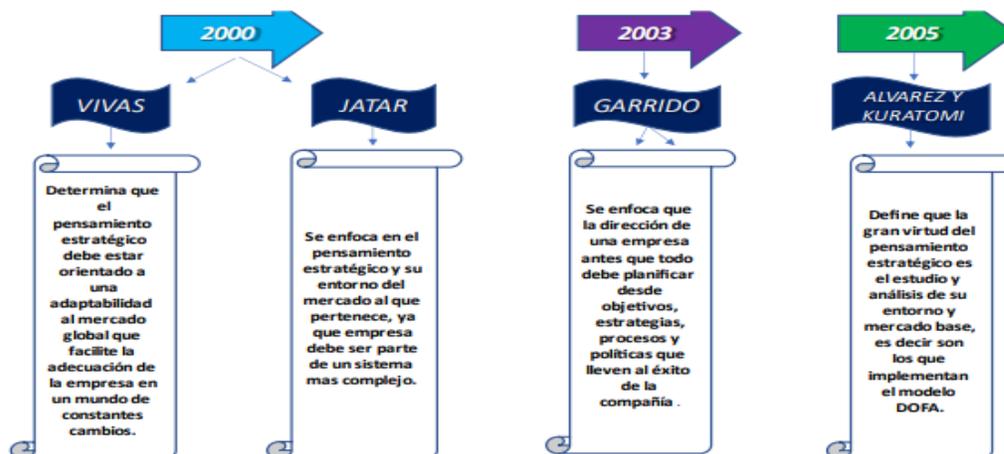
Figura 1

Evolución del pensamiento estratégico



Fuente. Autoría propia.

### *EVOLUCION DEL PENSAMIENTO ESTRATEGICO*



## **Resumen sobre las Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la RSE**

El diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial tiene como finalidad formar profesionales para la alta competencia en investigación, y a su vez integrar e implementar la responsabilidad social empresarial, con el objetivo de preparar el ámbito profesional en las futuras organizaciones las cuales tienden a enfocarse en el desarrollo de habilidades, adquisición del conocimiento necesario para la planeación.

La Responsabilidad Social Empresarial es el aporte al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y una construcción de la confianza de la organización hacia sus empleados, la sociedad, las familias y la comunidad en general, en pro de mejorar la calidad de vida y el capital social de toda la comunidad.

Además, se basa, en tres aspectos: cuidado y conservación del medio ambiente, apoyo a las causas humanitarias y las condiciones laborales de los trabajadores.

Es una herramienta la cual ofrece ventajas de calidad a sus trabajadores, la implementación de la RSE fortalece lazos y mejora el clima laboral, lo cual es muy importante en la productividad, ya que, si los empleados se sienten satisfechos en su trabajo, los resultados serán positivos y habrá una visión optimista en la consecución de objetivos.

Hay diferentes formas positivas en la que la RSE puede influenciar en la competitividad de las empresas:

Evolución de los productos y/o procesos de producción, lo que lleva a una mayor satisfacción y fidelización del cliente.

Aumenta la motivación y lealtad de los trabajadores, lo cual incrementa su creatividad e innovación.

Expande la imagen corporativa, generando un mayor reconocimiento de la empresa en la comunidad.

Intensifica el posicionamiento de marca, la relación con otros socios y autoridades, y brinda acceso a ayudas tributarias gracias a la buena imagen de la organización.

Incremento de la rentabilidad y ahorro en costos gracias a la eficiencia en el uso de los recursos humanos y de producción.

Fomenta excelentes relaciones comerciales y posteriormente de las ventas/facturación como consecuencia de los elementos citados

Los elementos indispensables son:

Propósito alineado con el negocio

Diferénciate de los demás

Todos deben estar involucrados

Concentra tus esfuerzos

Crea alianzas

La RSE se fundamenta en un compromiso que conlleva al mejoramiento del entorno social y ambiental, sin dejar de lado el crecimiento y desarrollo de la compañía. Toda organización, debe estar comprometida para aportar al desarrollo, teniendo en cuenta que hay acciones mínimas que marcan la diferencia y que se pueden efectuar con una inversión de recursos moderada, algunas estrategias que puedes aplicar para ayudar con una causa social o medio ambiental y ser una organización socialmente responsable.

- La generosidad comienza en la casa
- Disminuye el impacto energético de tu organización
- Impacta positivamente en tu entorno local
- Únete a una causa social a través de una fundación
- Recicla

## Póster Gobierno Corporativo

Figura 2

Poster Gobierno Corporativo

**GOBIERNO CORPORATIVO**

El Gobierno corporativo es un conjunto de normas, principios y procedimientos que regulan la estructura y el funcionamiento de los órganos de gobierno de una empresa.

**Características**

01 **Transparencia**  
Revelación exacta y puntual de todos los temas relacionados con la empresa, como lo son finanzas, desempeño, propiedad y gobierno corporativo

02 **Responsabilidad Corporativa**  
Reconocimiento de derechos de todas las partes legalmente interesadas.

**Equidad**  
Proteger los derechos de los accionistas, incluyendo a los minoritarios.

**Rendición de Cuentas**  
Resultados del negocio con base en responsabilidades asignadas al consejo y a la administración.

**Beneficios**

- ✓ Organización dirigida
- ✓ Un sistema de información transparente, confiable y oportuno
- ✓ Reglas claras de operación de los órganos de gobierno para la administración.
- ✓ Alineación de incentivos
- ✓ Se trabaja el Ser de las personas, desde el respeto, su integridad y solidaridad.

Fuente: Autoría propia

## **Ensayo Producción Limpia y el Consumo Sostenible**

### ***Gestión Organizacional: La Clave de las Empresas Sostenibles***

El gobierno corporativo se refiere a cómo una organización gestiona sus responsabilidades hacia las partes interesadas: los clientes, los empleados, los accionistas, los proveedores, el medio ambiente y la sociedad en general; que resulta ser el fundamento de la gestión organizacional de una compañía. Este ensayo explorará cómo se puede lograr la producción limpia y el consumo sostenible al integrarlo en las prácticas de gobierno corporativo, como la misión y los objetivos de una empresa, los sistemas de gestión del desempeño y la cultura organizacional.

Según Jensen y Meckling (1976) el gobierno corporativo se puede abordar desde la perspectiva de la teoría de agencia. Esta implica que el dueño, denominado como principal, de una compañía debe ceder la administración a un tercero, denominado como agente, que tendrá como función principal diseñar estrategias, normas y/o procedimientos delegados y aplicados por el personal que compone la organización, con el fin de velar por los intereses de dicho dueño.

En un contrato o relación de agencia, aparecen dos tipos de riesgos a los que se enfrenta cada compañía. En primer lugar, el riesgo moral (Holmstrom, 1979) que conlleva la posibilidad de que el agente no actúe conforme lo desea el principal sino como sus propios intereses lo demanden, situación que pone en desventaja al principal por la disimilitud de conocimiento de la información. (Destinobles, 2002) En segundo lugar, existe el riesgo de la selección adversa o antiselección que se fundamenta en la asimetría de la información y consiste en desconocer las habilidades gerenciales del agente y su desempeño en dicho papel.

De acuerdo con James March y Herbert Simon (1958), en la publicación de su libro *Organizations*, la conformación de una organización debe estar dada por mecanismos y secciones especializadas con el fin de obtener un funcionamiento óptimo de la organización a través de la vigilancia y veeduría del cumplimiento de las responsabilidades asignadas en cada una de las áreas que la componen. Desde la organización misma de la compañía, se debe garantizar la correcta división del trabajo, así como el alcance de los intereses del principal y la sostenibilidad a largo plazo.

Ahora, si bien es cierto que la creación de una compañía está impulsada por las ideas e intereses ya sea individual o grupal, no es suficiente con constituirla y asignar a sus dirigentes, sino que se hace necesaria la planificación y la gestión organizacional enfocadas a la óptima utilización del talento humano, económicos y ambientales. En este caso, se dará enfoque y protagonismo a los recursos ambientales.

Los recursos naturales siempre han sido la fuente de vida de la humanidad ya sea que esto implique su explotación directa o no. Hoy en día, muchas compañías se dedican a producir con base en la extracción de recursos naturales y otras se dedican a procesos distintos o transformación de estos; sin importar cuál sea el caso, todas afectan de manera directa o indirecta el medio ambiente. Sin embargo, los responsables de los cambios ambientales, además de las empresas, son los consumidores mismos que contribuyen a la producción de desechos, entre otras cosas.

Por un lado, está la cara de la producción. Donde la definición de producción limpia se ha venido introduciendo en las prácticas de producción de todo el mundo a causa de los desastres naturales que el hombre ocasionó por su desenfrenado comportamiento y explotación de recursos inducido por el afán de enriquecimiento. El concepto de producción limpia ha sido propuesto por

organizaciones internacionales como el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) o la Organización Internacional del Trabajo (OIT), así como por muchos países del mundo. Este hace referencia a que las empresas deben tomar en serio su responsabilidad social para garantizar la protección del medio ambiente y promover el desarrollo sostenible.

La producción limpia no es más que un medio para lograr la sostenibilidad a largo plazo de las empresas y la preservación ambiental a través de minimización y aprovechamiento de desechos, maximización de eficiencia de los recursos y sustitución de procesos convencionales por innovadores. Teniendo en cuenta lo anterior, es importante que la cultura empresarial y organizacional sufra cambios que beneficien todas las partes interesadas.

Contar con una adecuada gestión organizacional encaminada a la transformación e innovación para el aprovechamiento de recursos no renovables y el mayor uso de los recursos renovables garantiza el éxito a largo plazo de una empresa, mejorando la eficiencia de su producción y, a su vez, aumentando su rentabilidad. En consecuencia, al adoptar modelos sostenibles de producción y éticas ambientalistas, las empresas, podrán contribuir también a la culturización del consumo sostenible.

Por otro lado, el consumo sostenible ha sido impulsado por la disponibilidad de recursos y lo que se considera una distribución justa de los recursos en la sociedad. La ONU para la Educación la Ciencia y la Cultura (2005) define el consumo sostenible como aquel que no daña el medio ambiente ni la sociedad, pues la sostenibilidad es de vital importancia para poder erradicar la pobreza, conservando y protegiendo los recursos naturales. Además, la formación para el desarrollo sostenible promueve la responsabilidad ciudadanía e interviene en los hábitos y estilos de consumo desenfrenado. (UNESCO, 2005).

En términos de gestión organizacional, es necesario considerar ambos aspectos, tanto la producción limpia como el consumo sostenible, a la hora de administrar los recursos. El objetivo es encontrar un equilibrio entre estos dos factores para crear una empresa sostenible que pueda crecer en el tiempo. De allí la importancia de contar con un gobierno corporativo que establezca e incluya buenas prácticas ambientales de producción, pero también promueva la cultura del consumo responsable a sus mercados y consumidores finales.

Por lo tanto, no es una opción seguir prolongando las industrias extractivas de recursos, por el contrario, es hora de ajustar los perfiles de producción para explorar y aprovechar los múltiples tipos de economización que puedan surgir y desarrollarse de modo que no afecte la calidad de vida de ninguna de las partes implicadas y proteja la satisfacción de necesidades de generaciones presentes y futuras. Es decir, hacer más y mejor con menos. (UNESCO, 2022)

## Aplicación

### Marco Institucional

*Nombre de la Empresa:* Cooperativa de Ahorro y crédito de profesores COOPROFESORES

*Sector:* Terciario (Actividades Financieras y de Seguros)

*Ubicación:* Sede principal en Bucaramanga (Santander)

*Visión:* Somos una cooperativa de ahorro y crédito que contribuye a mejorar la calidad de vida del asociado y su grupo familiar, con servicios financieros y de bienestar social.

*Misión:* Ser en el 2022 la cooperativa preferida por la comunidad educativa y su núcleo familiar por su servicio, confianza, eficiencia, eficacia y liderazgo.

#### *Valores corporativos:*

*Respeto:* Es la capacidad para mantener una actitud de comprensión y tolerancia hacia las personas, tratándolas con diferencia, consideración y reconocimiento a su integridad, dignidad, creencias, costumbres y derechos.

*Actitud de Servicio:* Se entiende como el compromiso profundo de directivos, gerencia y empleados de COOPROFESORES para que nuestra labor diaria sea útil a los asociados, a la sociedad, comunidad en general, medio ambiente y demás sectores que se relacionan con nuestra cooperativa.

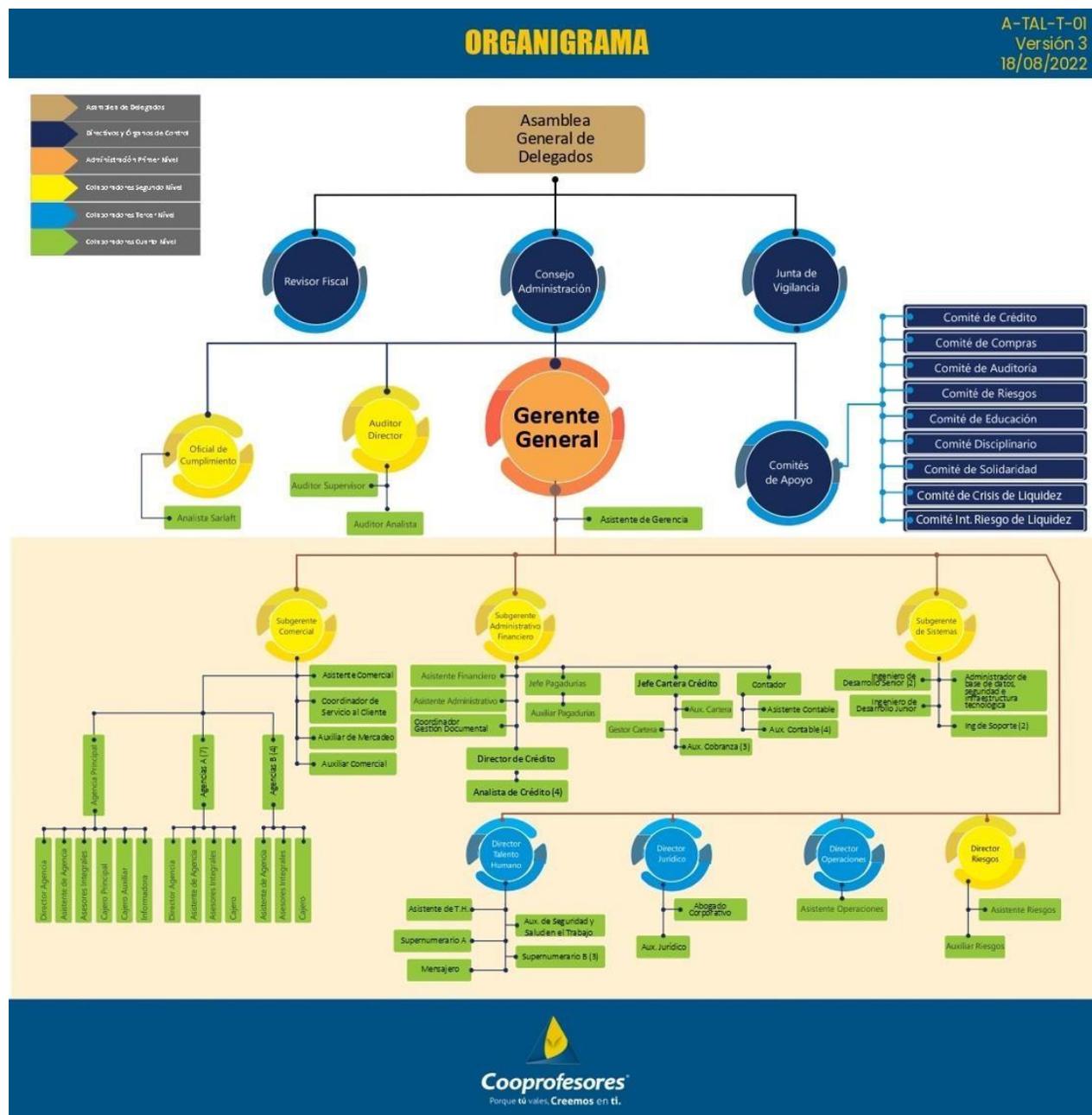
***Confianza:*** El trabajo con honestidad y transparencia, genera credibilidad y trato amable entre asociados y entre ellos y los directivos y empleados de la Cooperativa.

***Solidaridad:*** Tenemos intereses, propósitos y sentimientos comunes, con el fin de producir servicios que mejoren la calidad de vida de la comunidad de asociados.

***Trabajo en equipo:*** Es el valor por el cual directivos, gerencia y empleados de COOPROFESORES coordinarán e integrarán esfuerzos para obtener mayores niveles de productividad, lograr los objetivos institucionales y mejorar la prestación del servicio.

Figura 3

Estructura Organizacional



Fuente. Coopprofesores

## Diagnóstico

**Tabla 1**

*Análisis de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de recolección*

<b>Materias fundamentales o variables</b>	<b>Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental</b>	<b>Fórmula</b>	<b>Porcentaje promedio de cumplimiento de los indicadores</b>	<b>análisis</b>
Gobernanza de la organización	Promoción de programas de RS	Número de asociados y empleados beneficiados con programas y actividades sociales / Total de asociados y empleados * 100	52,25%	La cooperativa ofrece programas que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y empleados, a través de beneficios y actividades sociales que permiten satisfacer <u>necesidades de bienestar.</u>
	Transparencia y acceso a la información	Si = 100		La página web de Coopprofesores cuenta con una sección que se llama "Así somos" en la cual se encuentra el acceso al informe de gestión de la empresa.
Derechos humanos	Equidad de género	Número de integrantes femeninos en órganos de dirección, administración y control / total de integrantes en órganos de dirección, administración y control * 100	10,23%	Coopprofesores cuenta con un principio de inclusión que nos garantiza participación femenina dentro de los departamentos de dirección, administración y control, lo cual nos deja identificar el nivel de inclusión de género en estos cargos de administración.

	Inclusión de población joven	Número de integrantes en órganos de dirección, administración y control con edad $\leq 28$ años / total integrantes en órganos de dirección, administración y control * 100		Una de las políticas de la empresa es la diversidad en cuanto a la edad de los integrantes en los órganos de dirección, administración y control con edad igual o inferior a 28 años lo que identifica el nivel de inclusión de población joven en los procesos de participación de la organización.
Prácticas laborales	Jornadas de capacitación, educación o formación	Número de empleados y directivos que participaron en por lo menos una de las actividades de educación, formación e información/ total empleados y directivos * 100	70,70%	En Coopprofesores se promueve la educación, formación e información a los empleados y directivos, constituye un aspecto central de las responsabilidades organizacionales y sobre todo un enfoque importante de los criterios de excelencia.
	Beneficios que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los integrantes de la empresa	Número de empleados y directivos que tienen acceso a todas las prestaciones de ley y beneficios de salud ocupacional y bienestar social/ total empleados y directivos * 100		Todos los empleados de la organización cuentan con todas las prestaciones de ley, también se benefician de los convenios que ofrecen servicios médicos y de salud complementarios a muy bajo costo. Por otro lado, se realiza una jornada llamada “jornada gente” donde los empleados pueden acceder de manera gratuita a diversas actividades (yoga, spas, servicios y convenios, etc.) con las que se busca fortalecer el bienestar integral de la persona.

Medio ambiente	Sostenibilidad Ambiental	Si promueve la sostenibilidad ambiental = 100	100%	La organización creó la fundación "Fundacoop" que tiene como misión contribuir a la sostenibilidad social, económica y ambiental de población vulnerable, facilitando el acceso equitativo a la educación, el bienestar y el emprendimiento, a través de programas mediados por las tecnologías de la información y la comunicación.
	Programas de concientización para el cuidado del medio ambiente	Número de iniciativas en ejecución para la conservación del medio ambiente/Total de iniciativas propuestas * 100		Cooprofesores, a través de su fundación Fundacoop, lidera la iniciativa "Somos Sostenibilidad Ambiental" en la que se concibe un escenario para la formación de ciudadanos éticos y comprometidos con la gestión ambiental participativa de su entorno.
Prácticas justas de operación	Prevención de la corrupción	Número de asociados asistentes a la asamblea / total asociados hábiles * 100	57,20%	La organización promueve la democracia a través de la participación y asistencia de sus asociados en las asambleas programadas, así como a través de la posibilidad de votación para designar delegados en los órganos de administración y control.
	Promoción de proveedores locales	Número de proveedores locales / totales proveedores de la organización * 100		Cooprofesores fomenta el desarrollo de la economía sostenible en la zona de influencia de la Organización a través de la posibilidad de

				participación de los proveedores locales.
Asuntos de consumidores	Tratamiento de datos personales	Si implementa Habeas Data = 100	100%	Cooprofesores actualmente cuenta con una Política y un reglamento de Protección de Datos Personales aprobado por el Consejo de Administración que tienen por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar, y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales, dando cumplimiento a lo establecido en la ley 1581 de 2012, la ley 1266 de 2009, Decreto Reglamentario 1377 de 2013 y demás normas concordantes que regulan la materia.
	Gestión y control de PQRS	Número de PQRS gestionadas/Total de PQRS * 100		Se mejoro el buzón virtual de PQRS en la página web de Cooprofesores. Junto con la oficina de servicio al asociado se realiza un seguimiento mensual de las PQRSF presentadas por los usuarios, trasladando oportunamente a la administración y consejo las que son de su competencia, con el fin

---

de ofrecer alternativas de solución lo más pronto y preciso posible.

Participación y desarrollo de la comunidad	Donaciones y patrocinios a la comunidad	Número de incentivos otorgados / Total de incentivos ofertados * 100	100%	La cooperativa ofrece incentivos a sus asociados como: participación en campañas promocionales y sorteos, asistencia médica y emocional telefónica, solidaridades, estímulo educativo, tasas de interés bajas, celebración de eventos especiales, etc.
	Fomento a la cultura y bienestar social	Número de estrategias implementadas / Total de estrategias planteadas * 100		Desde Fundacoop se estimula el desarrollo cultural y social de la comunidad a través de estrategias como: Escuela de profesionales, escuela saludable, escuela de padres, escuela de negocio, escuela cooperativa, etc.

---

*Nota.* Esta tabla muestra la relación entre las materias fundamentales de la norma ISO 26000

con los indicadores, la fórmula, el porcentaje de medición y el respectivo análisis de cada resultado obtenido en la entrevista aplicada en Coopprofesores. *Fuente.* Autoría propia

### ***Análisis general***

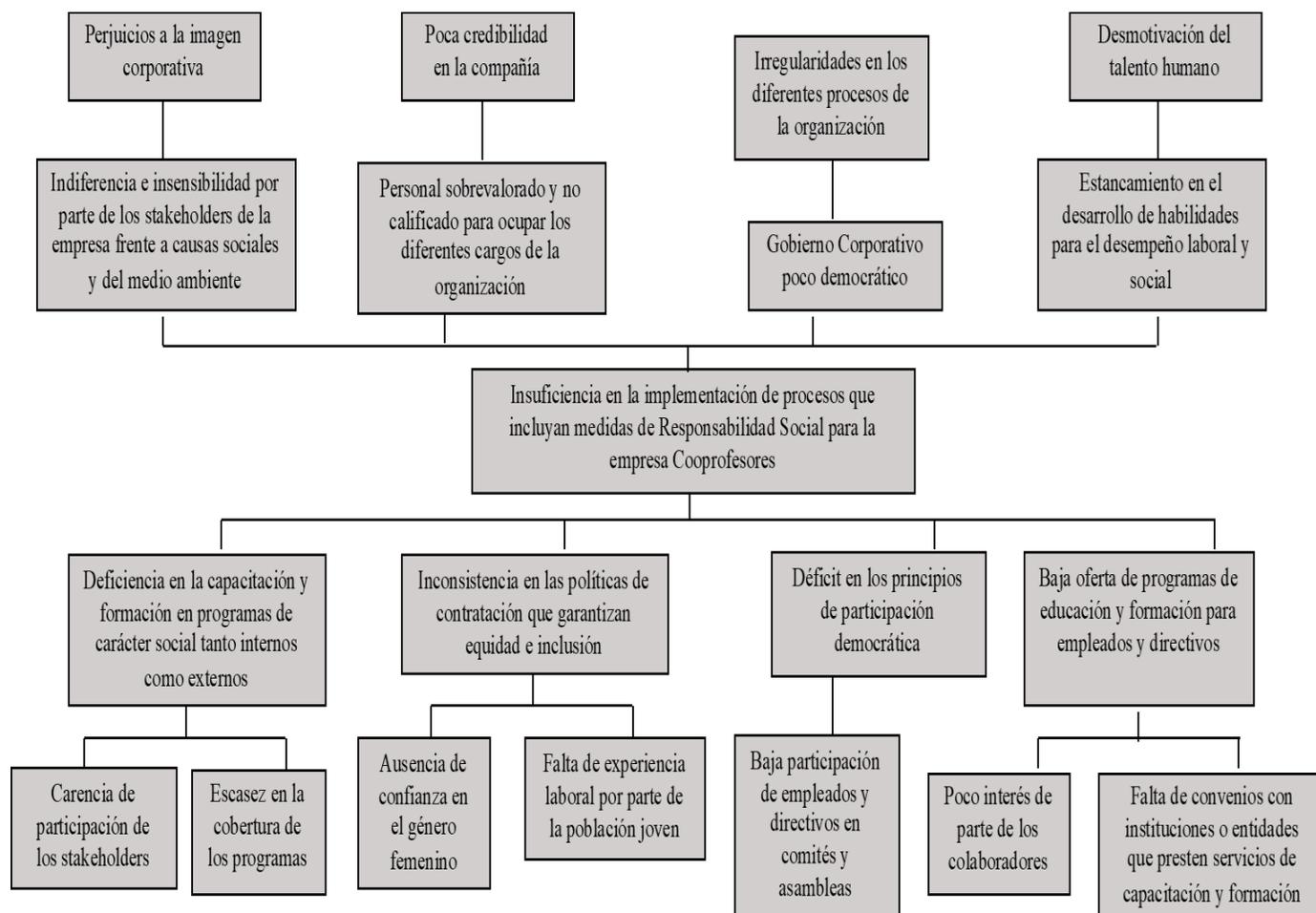
De acuerdo con los resultados generados a partir del instrumento y su posterior análisis por cada una de las materias, es preciso afirmar que la empresa Coopprofesores enfoca sus

estrategias basándose en la responsabilidad social empresarial ya que posee una visión futurista y de sostenibilidad en la que involucra el sentir de sus clientes y atendiendo a una necesidad social de su entorno y la naturaleza. Trabaja para mejorar brindando herramientas que permitan una conexión con el cliente lo cual mejora sus prácticas y procesos laborales. La empresa Coopropesores implementa la norma ISO 26000, que, aunque como ya se sabe no es certificable, pero sí una guía fundamental que tienen las empresas, tanto privadas como públicas que las hace ser más incluyentes y flexibles, en este caso Coopropesores brinda empleos principalmente las mujeres y los jóvenes. Aplica los principios plasmados en sus valores corporativos, promueve una economía con sus proveedores más cercanos, tiene una alta responsabilidad con el tratamiento de los datos personales y todo esto ayuda a operar de una manera socialmente responsable y que por supuesto permite ser una empresa rentable y muy competitiva.

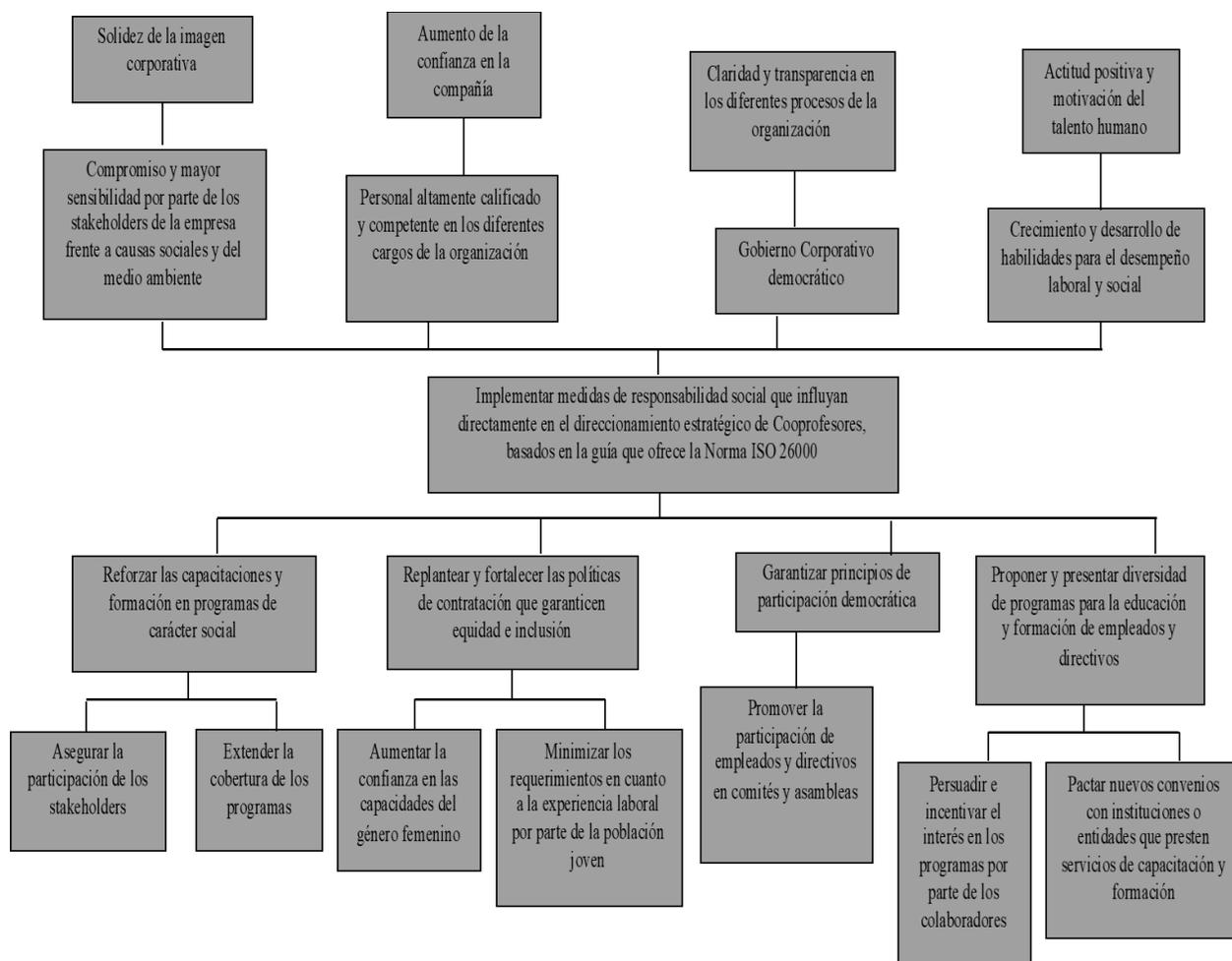
## Matriz de Marco Lógico

**Figura 4**

*Árbol de problemas de la empresa Coopprofesores*



Fuente. Autoría propia

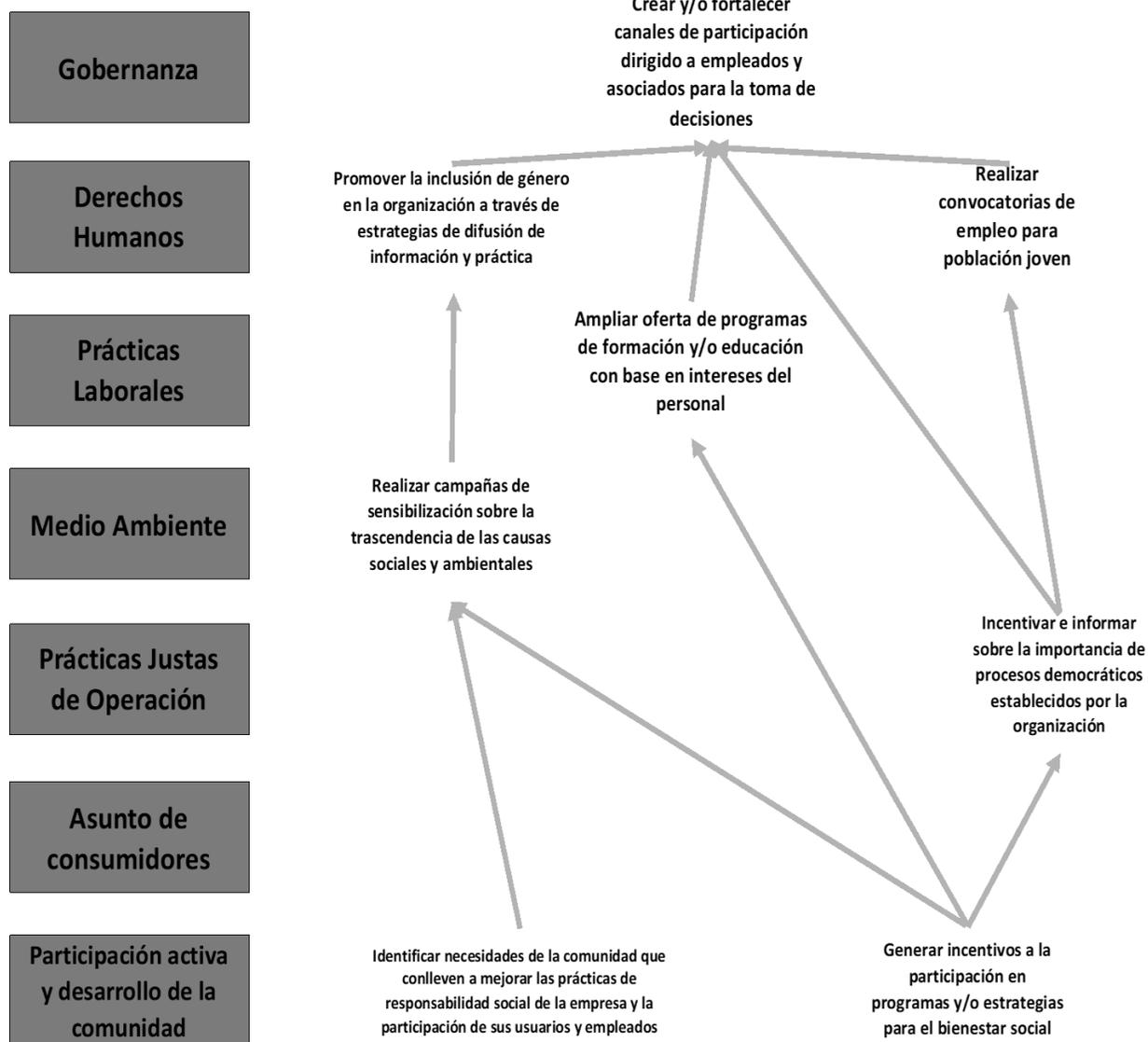
**Figura 5***Árbol de objetivos de la empresa Coopprofesores*

*Fuente. Autoría propia*

## Mapa Estratégico

**Figura 6**

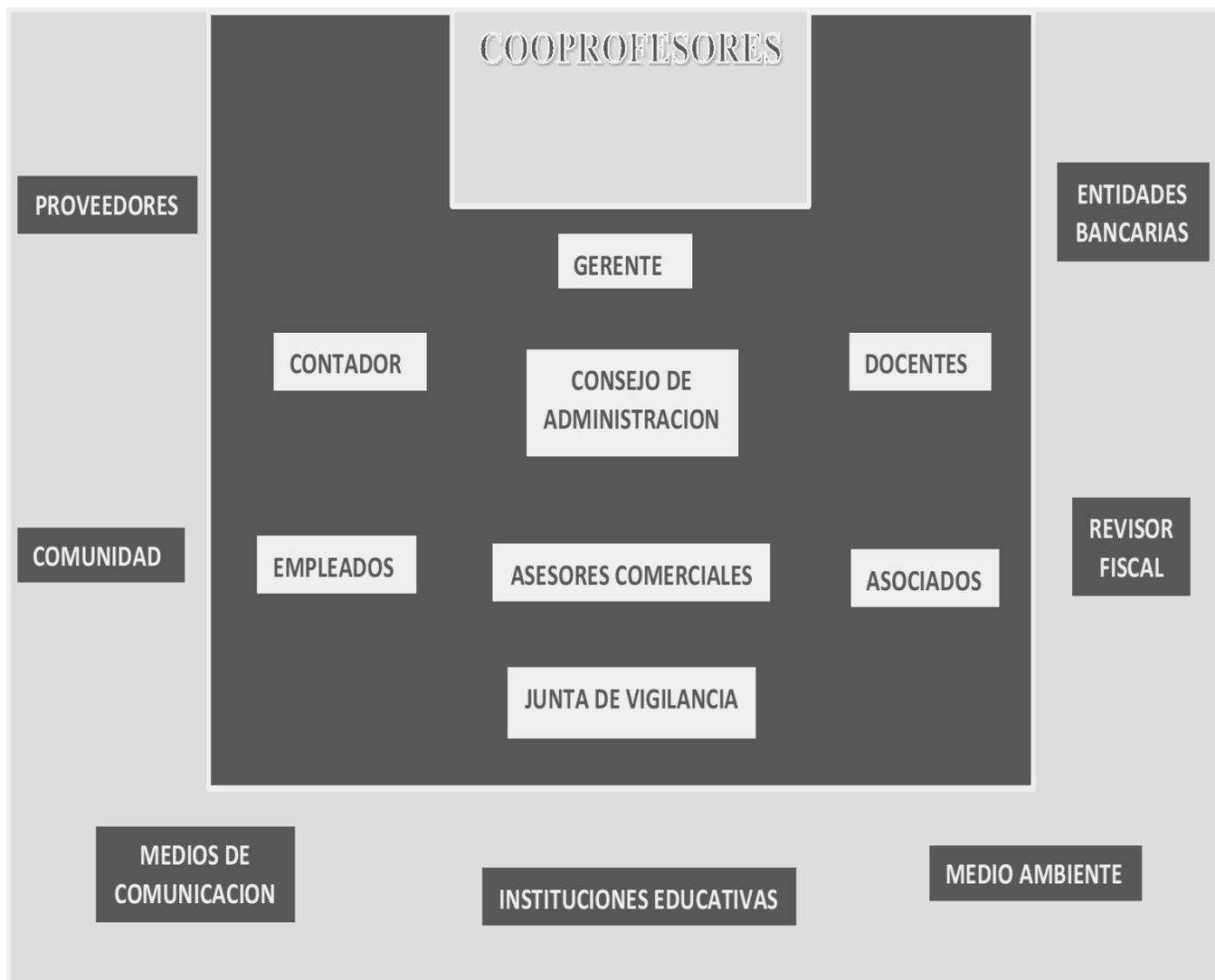
*Árbol de estrategias de la empresa Coopprofesores*



Fuente. Autoría propia

**Figura 7**

*Stakeholders de la empresa Coopprofesores*



Fuente. Autoría propia

## Plan de Mejoramiento

### Plan de Acción y de Seguimiento

El Plan de Acción y seguimiento diseñado a continuación tiene como fin impulsar e implementar un programa de responsabilidad social robusto encaminado al direccionamiento estratégico de la Cooperativa alineado a su misión, visión y valores corporativos.

**Tabla 2**

*Plan de acción de la empresa Coopprofesores*

<b>Dimensión</b>	<b>Stakeholders</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Social</b>	Asociados, empleados, proveedores y público en general	Reforzar las capacitaciones y formación en programas de carácter social al 100 % de los empleados	Socialización de buenas prácticas de transparencia y acceso a la información propias de la empresa, así como el uso de las herramientas disponibles para su consulta.	Anual	(Número total de empleados capacitados /Total de empleados) *100
	Empleados y asociados	Replantear y fortalecer las políticas de contratación con el fin garantizar la inclusión de un 40 % de población joven y mujeres con respecto al total de los empleados	Implementar una política de contratación inclusiva para mujeres y jóvenes en la Cooperativa.	Anual	(Número de mujeres y jóvenes contratados/Total de empleados) *100

Empleados y asociados	Garantizar principios de participación democrática al 100% de los asociados y empleados	Crear un comité que vele por los derechos y deberes tanto de los empleados como de los asociados y promueva las buenas prácticas de participación democrática	Anual	Número de empleados que integran el comité
Empleados y directivos	Proponer y presentar diversidad de programas para la educación y formación al 100% de empleados y directivos	Formar la totalidad de empleados en competencias laborales y sociales para contribuir a mejorar sus habilidades y su productividad.	Anual	(Número de empleados formados en competencias laborales y sociales/Total de empleados) *100

*Nota.* Esta tabla muestra el plan de acción desde la dimensión social teniendo en cuenta aspectos como los objetivos estratégicos, estrategias, indicadores de medición y plazos de ejecución dentro de la empresa Coopprofesores. *Fuente.* Autoría propia

**Tabla 3***Plan de seguimiento de la empresa Coopprofesores*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Seguimiento</b>
<b>Social</b>	Reforzar las capacitaciones y formación en programas de carácter social al 100 % de los empleados	Socialización de buenas prácticas de transparencia y acceso a la información propias de la empresa, así como el uso de las herramientas disponibles para su consulta.	Anual	(Número de asociados con buena percepción de la cooperativa/Total de asociados) *100	Comprobar mensualmente si se está dando cumplimiento a las socializaciones, una por mes, de no ser así, ajustar nuevamente la estrategia inicial.
	Replantear y fortalecer las políticas de contratación con el fin garantizar la inclusión de un 40 % de población joven y mujeres con respecto al total de los empleados	Implementar una política de contratación inclusiva para mujeres y jóvenes en la Cooperativa que nos garantice un 40 % de dicha población en la nómina de la organización.	Anual	(Número de mujeres y jóvenes contratados/Total de empleados) *100	Se realizará una revisión trimestral en las contrataciones realizadas durante ese periodo para evaluar si se está cumpliendo con la inclusión de mujeres y jóvenes la cual debe ser del 10% del total de los empleados, de lo contrario se procederá a reajustar las políticas de contratación.
	Garantizar principios de participación democrática al 100% de los asociados y empleados	Crear un comité que vele por los derechos y deberes tanto de los empleados como de los	Anual	Número de empleados que integran el comité	Evaluar trimestralmente las intervenciones del comité en pro del beneficio de los grupos de interés, en caso de que no se cumpla, revisar

	asociados y promueva las buenas prácticas de participación democrática			quienes lo integran y si es necesario reformar dicho comité.
Proponer y presentar diversidad de programas para la educación y formación al 100% de empleados y directivos	Dictar capacitaciones mensuales que nos permitan formar la totalidad de empleados en competencias laborales y sociales para contribuir a mejorar sus habilidades y su productividad añadiendo valor a nuestras operaciones y aumentando la rentabilidad en un 12% con respecto al año inmediatamente anterior.	Anual	(Número de empleados formados en competencias laborales y sociales/Total de empleados) *100	Realizar un control mensual que garantice la ejecución de los programas de formación, así como un registro que nos indique el porcentaje de rentabilidad mensual, el cual debe ser superior a 1% si pasado un semestre no se cumple el acumulado del 6% es necesario ajustar las estrategias

*Nota.* Esta tabla muestra el plan de acción con su respectivo programa de seguimiento para la empresa Coopprofesores. *Fuente.* Autoría propia

## Conclusiones

Las empresas se enfrentan hoy a diversos retos que le permite dentro de ese proceso, dos cosas, crecer como una compañía exitosa o caer con todo su peso. Cada vez son más las razones que tienes cientos de compañías para implementar un programa de RS, no solo porque recae una responsabilidad de cuidado al medio ambiente y al bienestar social, que es fundamental y que hace parte del compromiso que se debe asumir, sino porque estratégicamente involucra la mirada hacia un solo objetivo, posicionarse y mantenerse arriba.

Cooprofesores es una empresa que tiene reconocimiento de marca y que avanza según la demanda de su mercado, tiene grandes fortalezas, como que identifica perfectamente sus stakeholders y reconoce que es de la mano de ellos que sus estrategias cobran importancia; escucha y empatiza con cada uno de los empleados y asociados y siempre está en busca de alternativas

Pese a que, la empresa si se guía por la norma ISO 2600, tiene deficiencia en la implementación, tal como se identifica en el árbol de problemas y esto ha ocasionado algunos desaciertos tales como; un gobierno poco democrático, estancamiento en el desarrollo de habilidades para el desempeño laboral y social, ha perdido credibilidad, irregularidades en algunos procesos, entre otras.

El plan de acción diseñado ha analizado y detallado los aspectos negativos de la compañía y ha incorporado una serie de mejoras involucrando los stakeholders con sus respectivas estrategias. Se ha tenido en cuenta la inclusión de personal joven y mujeres en al menos en un 40%. También dentro del plan de acción se refuerza la capacitación del personal en

competencias laborales y sociales, esto con el fin de brindar valor a las operaciones y aumentar la rentabilidad en al menos un 12%. También se ha hecho énfasis en generar una participación democrática más activa, por tanto, se crea un comité que permite velar por los derechos de cada uno de los empleados y accionistas, esto garantiza que sean escuchados y por su puesto le aporta valor a la compañía. En general el plan de acción enfoca sus estrategias en mejorar los procesos que anteriormente se venían desarrollando con el fin mitigar aspectos que no favorecen a la compañía. Su efectiva ejecución garantiza el cumplimiento de sus objetivos como organización dándole sentido y coherencia a su misión y visión.

### Referencias Bibliográficas

- Arroyo, J. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional De Administración*, 9(1), 87-103.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rori/v20n2/v20n2a11.pdf>
- Calvo, Patrici. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos (México)*, (47), 199-232.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-66492014000200008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-66492014000200008)
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182009000100003](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000100003)
- Quinto, I (2015). Elaboración del plan de responsabilidad social empresarial para Astilleros Navales Ecuatorianos. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9959/1/UPS-GT000984.pdf>
- Ruiz-Lozano, M & Araque-Padilla, R (2015). Códigos éticos y gestión de valores empresariales. Un estudio sectorial comparado en España. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXI(3),295-310. ISSN: 1315-9518. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28042299002.pdf>
- Junta de Galicia (2012). Plan Gallego de Responsabilidad Social Empresarial.  
[http://www.gemcat.eu/wp-content/uploads/2018/03/Plan\\_Estrategico\\_Gallego\\_RSE\\_es.pdf](http://www.gemcat.eu/wp-content/uploads/2018/03/Plan_Estrategico_Gallego_RSE_es.pdf)

## Apéndice

### Apéndice A

#### *Formato de Recolección de Información*

Preguntas	Instrumento y población objeto de estudio
¿Cuál es la cobertura de los programas de beneficios y/o RS con los que cuenta la empresa?	Entrevista al subgerente administrativo financiero
¿Existe una sección de transparencia o acceso a la información en la página web de la empresa?	
¿Existe en la organización un principio que garantice la inclusión de género?	Entrevista al director de talento humano
¿La empresa promueve la inclusión de población joven dentro de su talento humano?	
¿La empresa cuenta con programas de capacitación y/o formación para sus empleados y directivos?	
¿Los empleados y directivos de la empresa tienen acceso a beneficios de servicios médicos, salud ocupacional y/o bienestar social?	
¿De qué manera se promueve la sostenibilidad ambiental desde la organización?	Entrevista al director de seguridad y salud en el trabajo
¿Qué iniciativas lidera la empresa para contribuir a la conservación del medio ambiente?	
¿Qué mecanismos de participación democrática se implementan en la empresa?	

---

¿Cómo se fomenta la participación de proveedores locales?

---

¿Con que políticas y/o reglamentos cuenta la empresa para la protección de datos personales?

Entrevista al subgerente administrativo financiero

---

¿Qué tratamiento se le da a las PQRS radicadas por los usuarios?

---

¿Qué incentivos económicos o en especie se brindan a la comunidad?

---

¿Cuáles estrategias implementa la empresa para el desarrollo cultural y social de la comunidad?

---

*Nota.* Este anexo corresponde al instrumento de recolección que se utilizó para captar la información sobre el plan de responsabilidad social que maneja la organización Coopprofesores.

*Fuente.* Autoría propia