

**CONOCIMIENTO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS
PROVEEDORES DE LA UNIVERSIDAD EAN**

**ELABORADO POR:
LEYDI CECILIA BAUTISTA ARIAS
GUERLY YALILE VILLANUEVA
SOGAMOSO**

**UNIVERSIDAD EAN
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
POSGRADO
BOGOTÁ, 2022**

Resumen

En este documento se analiza una problemática sobre la Responsabilidad Social Empresarial, que está marcada por el nivel de conocimiento y aplicación de este compromiso social, financiero y ambiental, por parte de los proveedores de la Universidad EAN, en donde se llevará a cabo un proceso de selección de proveedores a evaluar para posteriormente aplicar un encuesta que determinará la conciencia y el discernimiento de la RSE y adhesión de los principios y normas de la misma, al día a día de las labores cotidianas y de las políticas empresariales de la organización. Una vez se lleguen a las conclusiones, la intención será brindar una formación por medio de MOOC'S que consistirá en el análisis del impacto que genera la prestación de servicios y producción de bienes en los diferentes pilares de la sostenibilidad, igualmente la implementación y puesta en marcha de los diferentes conocimientos adquiridos, lo cual le brindará una calificación que formará parte de la calificación para llegar a escoger un proveedor dentro de la Universidad.

Adicionalmente, se definen las variables del tema investigativo y se clasifica el tipo de investigación cuantitativa, con la finalidad de realizar la medición por medio de una encuesta a los proveedores que se encuentran creados actualmente como terceros de la Universidad Ean. Se busca a través de esta, verificar si conocen el concepto de RSE, si son conscientes de su importancia y que en cuanto a normas es un deber que lo aplique en su organización, ya que, “el enfoque de RSE estratégica es un mecanismo potencial para que las empresas se ocupen de problemas sociales y, al mismo tiempo, creen valor y generen ganancias económicas”. Raufflet, E., Barrera Duque, E., García de la Torre, C., Lozano Aguilar, J., Portales Derbez, L. (2017).

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad, conciencia, proveedores, compromiso social, MOOC'S, problemas sociales, empresas.

Tabla de Contenido

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Descripción del problema | 5 |
| 2. | Formulación del problema | 6 |
| 3. | Objetivo general | 6 |
| 4. | Objetivos específicos..... | 6 |
| 5. | Justificación..... | 7 |
| 6. | Marco Teórico | 8 |
| 7. | Marco institucional | 11 |
| 7.1. | Misión | 11 |
| 7.2. | Visión..... | 12 |
| 7.3. | Estructura Orgánica..... | 12 |
| 8. | Metodología Primer nivel | 13 |
| 8.1. | Enfoque, alcance y diseño de la investigación..... | 13 |
| 8.2. | Definición de Variables..... | 14 |
| 8.2.1. | Definición de variables: | 14 |
| 8.2.2. | Definición conceptual | 14 |
| 8.2.3 | Definición operacional | 16 |
| 9. | Segundo nivel | 17 |
| 9.1. | Selección de métodos o instrumentos para recolección de información | 17 |
| 10. | Resultados Encuesta..... | 18 |
| 10.2. | Conclusiones de la Investigación | 25 |
| 11. | Lista de referencias..... | 26 |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura No. 1: Organigrama Universidad Ean | 12 |
|---|----|

1. Descripción del problema

La globalización ha sido un fenómeno que ha logrado que todas las empresas a nivel mundial, se adapten a nuevas propuestas de comercialización y de ejercer de una forma diferente las actividades que habitualmente estaban acostumbrados a desarrollar.

En Colombia, este impacto ha generado cambios en la productividad y se ha realizado de forma paulatina, debido a que somos un país en vía de desarrollo y no todas las entidades han adoptado las tendencias que vienen junto a la globalización. Por ello, para (Flórez, 2020) seguir las prácticas de la RSE permite a las organizaciones desarrollar ventajas competitivas y tener buenas relaciones con los grupos de interés por lo que deja de ser una actividad independiente y privada, convirtiéndose en un eslabón más del aparato productivo pero enfocado en aportar a través de su objeto social para que las operaciones de la empresa sean éticas y beneficiosas para la comunidad. Una de estas tendencias se relaciona con la Responsabilidad Social Empresarial, que en adelante se denominará RSE y en Colombia son muy poca las empresas que se preocupan por conocer y también por implementar un plan que les permita mantener de manera continua las relaciones con los grupos de interés. Por lo tanto, para (Ean, 2022) “La Universidad Ean declara ser una institución académica cuyo propósito superior es aportar a la formación integral y del emprendimiento sostenible, considerando la investigación, el liderazgo y la innovación elementos fundamentales en la generación de abundancia para la humanidad”, es por esto, que surge la necesidad de investigar el nivel de conocimiento que los proveedores de la Universidad tienen al respecto sobre este tema tan importante, ya que la mayoría de ellos, son pequeñas y medianas empresas y en la actualidad la RSE para estos emprendimientos no es algo significativo o tiene mínimos conocimientos de los diferentes beneficios que conlleva crear y aplicar un plan de RSE.

2. Formulación del problema

Indagar sobre el nivel de conocimiento que tienen los proveedores de la Universidad Ean sobre la percepción y aplicación de las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE). Dada la importancia que tiene la Universidad Ean como entidad educativa, se requiere dar a conocer y analizar a través de una encuesta la información recogida con el objetivo de estudiar los hallazgos y realizar una propuesta para la creación de un curso en línea masivo y abierto (MOOC) sobre la temática mencionada anteriormente, para afianzar los conocimientos en el tema y mostrar la importancia de un comportamiento responsable.

Es así como se da a conocer el planteamiento del problema; ¿Cuál es el nivel de conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas proveedoras de la Universidad Ean?

3. Objetivo general

Realizar un diagnóstico sobre el nivel de conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en los proveedores de la Universidad Ean, con el fin de realizar una propuesta de valor, por medio del diseño de un curso en línea masivo y abierto (MOOC) orientado en la adquisición de conocimientos y habilidades necesarias sobre el aprendizaje, diseño y acciones de responsabilidad social.

4. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de los proveedores de la Universidad Ean con respecto al tema de Responsabilidad Social.
- Identificar el nivel de percepción y conocimiento sobre Responsabilidad Social Empresarial en los proveedores de la universidad Ean.

- Promover y mejorar las buenas prácticas e iniciativas en materia de la Responsabilidad Social Empresarial para los proveedores de la Universidad Ean, a través del desarrollo un curso en línea masivo y abierto (MOOC) para incorporar la RSE en su gestión.

5. Justificación

Esta investigación surge a partir de la preocupación que existe acerca de la falta de conocimiento sobre la implementación de la Responsabilidad Social en los empresarios que proveen a la Universidad Ean. La idea de este tema será generar conciencia sobre los impactos de sus actividades sobre la comunidad, por ello, nace la estrategia de mejorar el conocimiento técnico y productivo de los pequeños productores, para desarrollar la construcción del sentido social y relaciones de confianza fortaleciendo el conocimiento para la implementación de la RSE.

Se identifica la Responsabilidad Social no solo como un compromiso en labores sociales sino como una necesidad en la calidad del producto donde la empresa asume la responsabilidad de forjar confianza en el consumidor. Así mismo, las prácticas están concentradas en las empresas proveedoras de la Universidad Ean, en búsqueda de un importante hallazgo sobre el nivel de conocimiento de la RS de las micro pequeñas y medianas empresas, con la finalidad de empezar a incentivarlos al reconocimiento de este tema, con la ayuda de un curso en línea masivo y abierto MOOC – Massive Open Online Course) con una modalidad de aprendizaje flexible, donde los partícipes pueden acceder desde cualquier lugar y momento, y avanzar a su propio ritmo sin afectar sus horarios laborales. Este ejemplar, estará liderado por la universidad Ean que ofrece contenidos de calidad de diferentes temáticas a numerosos estudiantes de todo el país y los proveedores de la Universidad que se inscriban al curso tendrán la oportunidad de certificare si lo desean y lo más importante desarrollan conocimientos en el tema.

Con la creación de esta propuesta sobre la RSE, la Universidad Ean no sólo se beneficiará de manera reputacional, sino también como ejemplo ante otras entidades de educación superior.

Finalmente, la comunidad será la beneficiada con la realización de este trabajo investigativo y la imagen de la universidad Ean quedará en el mercado como una entidad que realiza su objeto social en pro de la sostenibilidad, realizando actividades de una manera socialmente responsable.

6. Marco Teórico

El termino de Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado y tomado importancia en el transcurso de los años y el estudio de las relaciones entre los negocios y la sociedad no es nuevo, la investigación ha proliferado en las últimas décadas, es decir, la atención a dado a realizar negocios de una manera socialmente aceptable Carroll, A.B. (2015).

La RSE no se trata de un tema de moda, sino que se instituye en una tendencia, el cual adquiere cada vez mayor relevancia, puesto que su cumplimiento permite la transformación del desarrollo empresarial hacía el beneficio de los grupos de interés. En este sentido, Soaza Forero (2016). Afirma que “las empresas no deben limitar sus responsabilidades, sino ir más allá de lo que teóricamente les corresponda, para minimizar el daño hecho, actuando de modo que produzcan una mejora y bienestar para todos los que intervienen en su desarrollo”

Para considerar a una empresa socialmente responsable, esta no solo debe apoyar a la comunidad, sino que también debe mejorar la calidad de vida de su grupo de interés y contribuir para la satisfacción de sus consumidores, aplicando una estrecha y constante colaboración con las partes interesadas, logrando así equidad social y oportunidades mutuas, lo cual ocasionará ante las organizaciones ventajas sobre el mejoramiento de la competitividad. Tal como lo menciona Jimenez Devoz, M., Toro Urango, L., & Herrera García, K. (2016):

la Responsabilidad Social mejora la imagen de las empresas, las posiciona y las hace competitivas diferenciándose y garantizando su supervivencia, también vemos como ventaja las credibilidades otro punto a favor de una empresa socialmente responsable, pues si esta es respetuosa con las personas y el medio ambiente se ganará una reputación que le garantizará mayor sostenibilidad.

Cabe mencionar que, al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, conlleva a obtener la confianza y la fidelidad del cliente, puesto que hay clientes que optan por productos que sea vendido por empresas socialmente responsables, sin importar el precio de los mismos, lo que produce que este fenómeno ocasione un beneficio común. De acuerdo a esto Argandoña, A. (2017) expresa que: “Las empresas son un factor de transformación de la sociedad y los empresarios y directivos tienen la responsabilidad de llevar a cabo este cambio”.

Este tema tan relevante debe tratarse tanto en las organizaciones como en las instituciones por medio de cursos, foros o eventos en donde se perciba y valide la importancia de la implementación de dicho concepto, así mismo en conocer los beneficios y las diferentes condiciones que conlleva la implementación de este tema de interés. Así lo percibe (Pumacayo Palomino, Calla Vásquez, Yangali Vicente, & Vasquez, 2019) quienes consideran que:

el papel principal de la universidad es desarrollar las funciones de enseñanza, investigación y responsabilidad social; ello permite crear una visión más amplia de las necesidades en la comunidad generando profesionales competentes y causando impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.

Bajo esta premisa, se deriva el interés por indagar si la Universidad Ean desarrolla prácticas socialmente responsables que implique a satisfacer a sus partes interesadas, particularmente para este caso a sus proveedores, implicados en la generación de cambios efectivos en el operar de estas empresas. Por lo tanto, Jiménez Sierra, D. (2016) afirma que “Las empresas deben identificar y actuar en acuerdo con las demandas y expectativas de sus grupos de interés (consumidores, empleados, inversores, gobiernos, proveedores, miembros de las comunidades locales, ONG, etc.)”.

Del mismo modo Cubillos Calderón, C, Montealegre González, J y Delgado Cortés, A. (2016) precisan que “las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando

prestan atención a las expectativas que tienen sus diferentes grupos de interés, tales como accionistas, inversores, empleados, socios, clientes, proveedores, comunidades locales y atenciones al medioambiente.” De tal manera que de esta investigación se encuentre el efecto positivo que la Universidad ejercita ante los diferentes proveedores sobre temas de responsabilidad social. Esto lo argumentan Uribe-Macías, M. E., Orjuela Ramírez, D. F., & Moreno-Barragán, X. (2016)

La responsabilidad social es el conjunto de prácticas que una persona acomete con el fin de lograr sus propósitos y retribuir adecuadamente los impactos que estas generan en los diferentes actores con los que se relaciona para ello. En el caso de las universidades existen unas partes interesadas específicas que se relacionan con su quehacer investigativo, académico, administrativo y operativo y que, dada su naturaleza como institución educativa, debería generar cambios positivos en ellos.

En consonancia con esta visión, basado en los conceptos de responsabilidad social empresarial y responsabilidad social universitaria; relacionada con este tipo de investigación, en donde se aplican ambos conceptos con relación a la labor que efectuará la Universidad Ean con sus empresas proveedores a quienes se les suministrará el conocimiento, la interpretación y percepción real del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

Como lo determina González Espino, Y. (2017).

Las Universidades tienen la responsabilidad de proporcionar formación científica, profesional, humanística, [...] del más alto nivel, contribuir a la competitividad económica y al desarrollo humano sostenible; promover la generación, desarrollo y difusión del conocimiento en todas sus formas; a la preservación de la cultura nacional, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, reflexivas, innovadoras, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones del país y a la vigencia del orden democrático

Por ende, se pretende llevar a cabo la implementación de un curso masivo, abierto y en línea con la temática de la RSE, beneficiando así al grupo de proveedores registrados en la Universidad para que adquieran conocimiento sobre dicha temática.

Siemens (2015), afirmó que, debido a la penetración de la tecnología y al mundo de redes en donde la información es abundante y el conocimiento evoluciona, se requiere un nuevo acercamiento teórico distinto del conductismo, cognoscitivismo y constructivismo, ya que estas teorías no centran su interés en el valor de lo que se aprende y, en consecuencia, son insuficientes para abordar el aprendizaje mediado por la tecnología.

7. Marco institucional

La Universidad Ean es una institución de educación superior con más de 50 años de experiencia en el sector de la educación y sus inicios se dieron bajo el nombre de Escuela de Administración de Negocios y posteriormente adquiere su reconocimiento oficial como Universidad logrando la acreditación de alta calidad.

En la actualidad, la Universidad Ean presta diferentes servicios, tales como programas de educación superior, programas de educación continua, servicio de consultoría, servicios de alquiler de espacio y venta de productos eanista. Con el pasar de los años la Universidad ha mejorado el posicionamiento tanto en el ámbito académico como en el ámbito empresarial bajo el apoyo de diferentes emprendimientos.

7.1. Misión

La Universidad Ean tiene como misión contribuir a la formación integral de las personas y estimular su aptitud emprendedora, de tal forma que su acción coadyuve al desarrollo económico y social de los pueblos.

Estatutos Universidad EAN. Acuerdo No. 032 del 17 de septiembre de 2012. Artículo 5

7.2. Visión

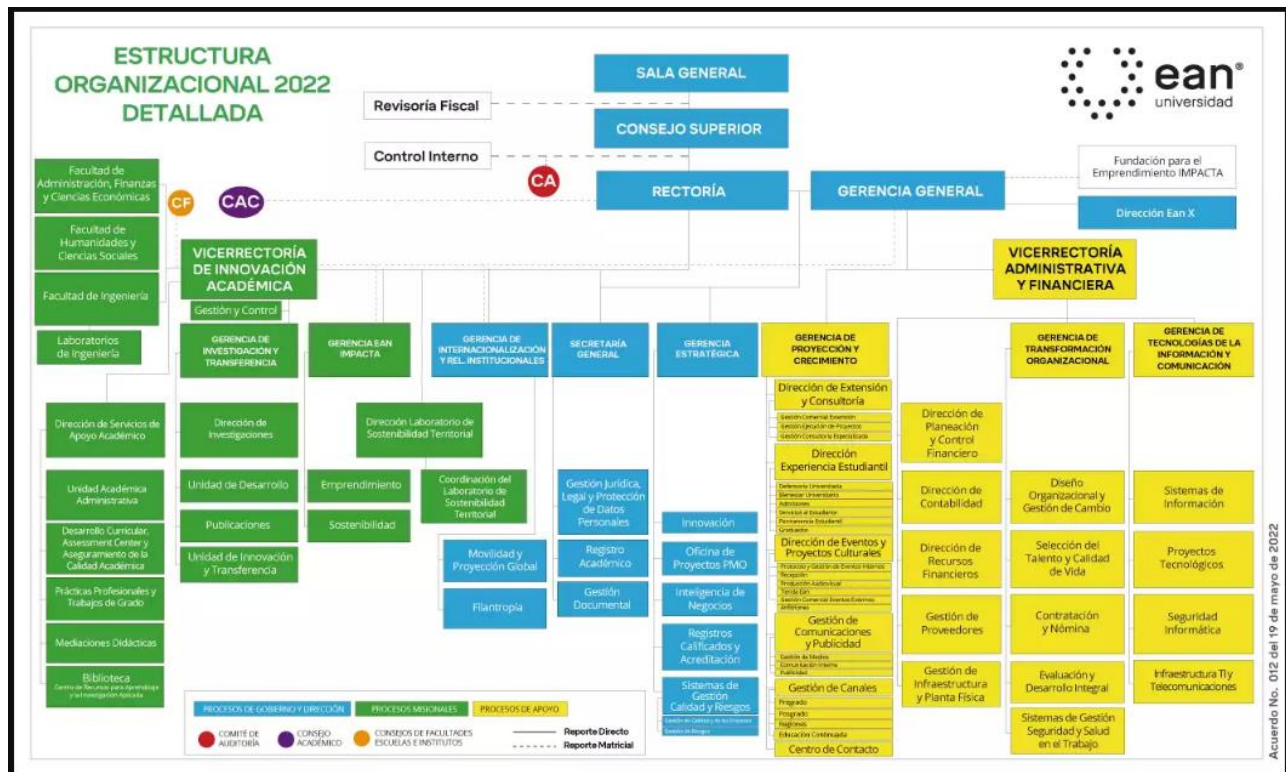
Para el 2027, la Universidad Ean será referente en la formación e investigación en emprendimiento sostenible, mediante una entrega innovadora del conocimiento.

Acuerdo No. 003 del 19 de enero de 2017 - Sala General Universidad EAN

7.3. Estructura Orgánica

La Universidad Ean cuenta con la siguiente Estructura Orgánica:

Figura No. 1: Organigrama Universidad Ean



Fuente: Tomado del Acuerdo de Consejo Superior número 012 del 19 de mayo de 2022

En la actualidad la Universidad Ean, se posiciona como una de las instituciones de educación superior con mayor prestigio en nuestro país, por su enfoque al apoyo con el emprendimiento sostenible para con sus estudiantes y por su aporte hacía la creación de empresa con responsabilidad al cuidado del medioambiente.

8. Metodología Primer nivel

8.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación

Actualmente se habla de responsabilidad social, económica, ambiental y practicas éticas en todo el mundo; sin embargo, por falta de conocimiento o de interés en el tema las empresas muchas veces tienen proyectos, pero estos no impactan de forma duradera en la construcción de una mejor sociedad. Nuestra hipótesis se basa en que existe un bajo nivel de conocimiento y aplicación de este compromiso social, financiero y ambiental por parte de los proveedores de la Universidad Ean, también una falta de conocimiento en cuanto a normas que los rigen.

Tipo y diseño de la investigación

El tipo de investigación es cuantitativa, enfocada en medir variables bajo el sistema número con análisis estadístico, con el fin de cuantificar y averiguar qué tanto conocen acerca de la Responsabilidad Social Empresarial los proveedores de la Universidad Ean. Como lo hace notar Martínez Ruiz, H. (2018), Por lo general emplea estudios de muestreo probabilístico y aplicación de cuestionarios, lo que quiere decir que se enfoca en obtener datos que puedan ser medidos y abordados de forma estadística.

8.2. Definición de Variables

Esta investigación es cuantitativa y por ende sus variables se producen por categorías, un orden de acuerdo con su importancia o unidad de medida. Se pueden realizar gráficas o tablas para representarlos, por ello, las empresas proveedoras de la Universidad Ean serán evaluadas por medio de una encuesta muy precisa, ayudando a enfocar sus variables al planeamiento del problema y realizar un análisis profundo con hechos sociales y determinar la manera de comprenderlos. Igualmente, al identificar estas variables que son: el tipo de empresa, los conocimientos, el interés, departamento encargado, implementación, seguimiento y retroalimentación, hace que, estos resultados se conviertan en una metodología fácil de manejar para analizar sus resultados y lo más importante que sean verídicos.

8.2.1. Definición de variables:

Conocimiento

Tipo de empresa

Tamaño de empresa

Interés

Departamento encargado

Implementación, seguimiento y retroalimentación

8.2.2. Definición conceptual

La responsabilidad social empresarial (RSE) es una política que está dirigida a todas las organizaciones, se concentra y tiene relación persistentemente entre la empresa y sus empleados, con el objetivo de asumir beneficios bilaterales, es así como éstas deben desarrollar actividades administrativas y económicas para el bienestar de la sociedad y de esa manera garantizar la protección del medio ambiente. Esta es una práctica que pocas empresas implementan, a causa de que no es una política obligatoria y no la ven necesaria dentro de las actividades administrativas y empresariales de sus empresas, por lo tanto, con estas políticas sociales reduciría los impactos negativos que sus actividades mercantiles.

Conocimiento de RSE: se seleccionó esta variable porque según el autor (Díaz, Lozano, Prez y Ocampo, Universidad Ean, 2016) la variable establece que en estudios se ha determinado que muchas veces hay contextos y situaciones de desconocimiento normativo y de responsabilidad social que normalmente afecta a pequeñas y medianas empresas, por esto es mucho más difícil que sea aplicado.

Departamento encargado: se eligió esta variable ya que según el autor (Díaz, Lozano, Prez y Ocampo, Universidad Ean, 2016) se debe contar con un equipo de líderes de proceso que acompañen al gerente en esta tarea, también puede ser necesario un asesor para que tengan acompañamiento y ayude a innovar y tener nuevas opciones.

Interés de RSE: Las empresas pequeñas suelen olvidar más el concepto de RSE, según el autor (Díaz, Lozano, Prez y Ocampo, Universidad Ean, 2016) se ha convertido en un desafío para las pequeñas y medianas empresas, por esto la RSE en estas tienen grandes retos por su misma necesidad de mejorar.

Implementación, seguimiento y retroalimentación: esta variable es seleccionada ya que sin estos pasos no es posible mantener proyectos de RSE, ni de ningún otro tema, según el autor (Díaz, Lozano, Prez y Ocampo, Universidad Ean, 2016) el proceso de comunicación permanente es requisito indispensable para que los cambios se logren y perduren.

Conocimiento proyectos RSE de la Universidad Ean: Así como lo expone Ganga y Navarrete (2016) se deben establecer relaciones e integrarse con la colectividad, entre ellos por su puesto los proveedores de la Universidad. Por esta razón es necesario que ellos sepan cuáles son los proyectos que entre ellos aplican la RSE.

Beneficio tributario por parte de gobierno: se seleccionó esta variable ya que según (Torres, 2017) en Colombia son muy pocas las empresas que realizan esta práctica y es por falta de conocimiento de los beneficios tributarios que tiene. En Colombia existen leyes que incentivan a las empresas a las empresas a practicar RSE como el derecho de deducir de la renta para donaciones que hayan realizado y demás según Decreto 124 del 30 marzo de 1989. (Camacho, Soaza, 2016).

Impacto positivo en los empleados: Según Verger, B. R. J. (2021) “los programas de responsabilidad social de las empresas permiten a los empleados liberarse de la rutina diaria desarrollando nuevas habilidades, lo que beneficia el desarrollo de su carrera. También fomenta relaciones sólidas y duraderas con la organización.”

8.2.3 Definición operacional

Para la medición de las variables aplicaremos una encuesta a proveedores de la Universidad Ean. Lo que buscamos a través de la misma es verificar si conocen el concepto de RSE, si son conscientes de su importancia y que en cuanto a normas es un deber que lo aplique en su organización. Adicional se identificará que proyectos tienen actualmente y si están dispuestos a tener capacitaciones en cuanto a este tema. Para ello surgieron las siguientes preguntas:

1. ¿Sabe usted que es responsabilidad social empresarial?
2. ¿La misión y visión de su empresa tiene incluidos parámetros de RSE?
3. ¿La empresa tiene algún departamento encargado de RSE?
4. ¿Actualmente están ejecutando un proyecto o plan sostenible?
5. ¿Conoce los lineamientos de cómo aplicar la RSE en su empresa?
6. ¿Siendo usted proveedor de la Universidad EAN, conoce el plan de RSE que maneja la institución?
7. ¿Si la Universidad EAN realizara una capacitación virtual curso gratuito de RSE, su empresa estaría interesada en tomarlo?

Nuestro propósito es conocer cuánto saben y que tanto están dispuestos a aplicar RSE en su empresa. Además, nuestra intención es generar reflexión y necesidad de conocimiento de la forma en la que se debe aplicar y así tener disponible un curso gratuito dentro de nuestro portafolio MOOCs.

9. Segundo nivel

9.1. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Teniendo en cuenta nuestra hipótesis y la pregunta a responder de si los proveedores de la Universidad Ean conocen o no, ¿qué es la responsabilidad social empresarial?, así como los lineamientos que la rigen y adicionalmente averiguar si dentro de la empresa que presta los servicios a la Universidad aplican estas políticas de RSE, hemos seleccionado un instrumento de medición que medirá estadísticamente las variables por medio de una encuesta con la cual se medirá el nivel de conocimiento e implementación de la RSE y que a través de estos se llevará a cabo el análisis de los resultados obtenidos.

Como lo expresa Martínez Ruiz, H. (2018)

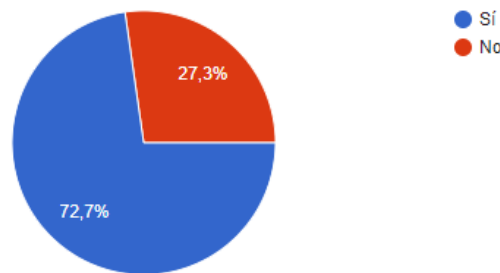
Es el instrumento que más utiliza la encuesta. La recolección de los datos se realiza por una única vez, en un solo momento, un periodo determinado, ya que cumple el propósito de identificar variables, describirlas y analizar su incidencia e interrelación para poder caracterizar la situación bajo estudio en un momento específico.

10. Resultados Encuesta

10.1. Análisis de resultados

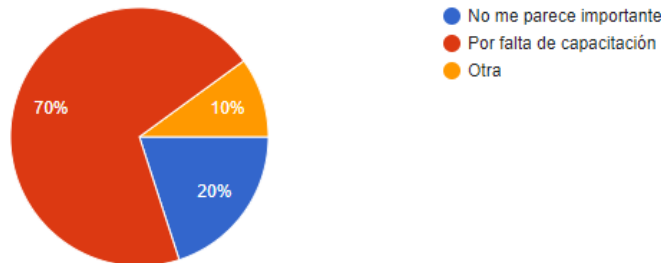
Las siguientes gráficas muestran los resultados de las encuestas aplicadas a 33 proveedores de la Universidad Ean con el fin de comprobar el nivel de conocimiento de RSE y así ratificar o desmentir nuestra hipótesis *“existe un bajo nivel de conocimiento y aplicación de este compromiso social (RSE), financiero y ambiental por parte de los proveedores de la Universidad Ean, también una falta de conocimiento en cuanto a normas que los rigen.”*, las respuestas fueron las siguientes:

1. ¿Sabe usted qué es responsabilidad social empresarial (RSE)?



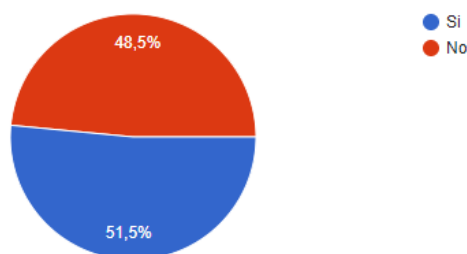
De acuerdo a la pregunta para evaluar el conocimiento del concepto en sí de RSE, encontramos que el 72,7% de los proveedores encuestados indican que si saben el significado de lo que abarca que una empresa se socialmente responsable. Sin embargo, encontramos que el 27,3% lo cual se acerca bastante al 30% de los encuestados desconocen el alcance del concepto en conjunto, lo que preocupa bastante al saber que nuestra Universidad tiene un enfoque sostenible y estas empresas hacen parte de la base de datos de los proveedores de la misma.

2. Si la respuesta es no, ¿cuál es la razón?



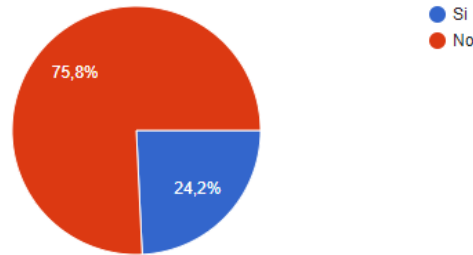
Tomando como muestra el 27,3% de las empresas que indicaron que desconocían el concepto de RSE, se evaluaron las razones del porqué de la negativa anterior y se evidencia que el 70% de los encuestados indica que es por falta de capacitación, solo el 20% indica que no le parece importante y el 10% dice haber otra razón. Por lo que es posible decir que hay interés en la RSE, pero no han tenido formación en el tema.

3. Si la respuesta es sí. ¿La misión y visión de su empresa tiene incluido parámetros de RSE?



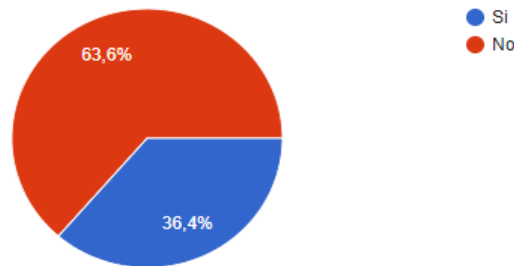
Tomando como muestra el 72,7% de los proveedores que respondieron que si conocían el concepto de RSE en la primera pregunta. Ahora deseamos saber si tentativamente la estarían aplicando a sus empresas o marcas, específicamente en la misión y visión de la organización, a lo que el 51,5% indican que sí y el 48,5% dicen no introducirlo en sus objetivos empresariales, por lo que se evidencia que a pesar de conocer el concepto de RSE, un poco menos de la mitad de los encuestados no lo incluyen en sus planes corporativos, como algo primordial.

4. ¿La empresa tiene algún departamento o proceso encargado de la RSE?



De acuerdo a los porcentajes obtenidos en estas preguntas se encuentra que el 75,8% de los encuestados no cuentan con un proceso que se haga parte de la RSE como algo de suma relevancia en la empresa, a pesar que incluso ciertos parámetros de los que habla la responsabilidad Social Empresarial son estrictamente obligatorios por la ley.

5. ¿Actualmente están ejecutando algún proyecto o plan que sea sostenible?



Se encuentra que la mayoría (63,6%) de los proveedores, no cuentan con proyectos o planes que involucren la sostenibilidad, a pesar de ser prestadores de servicios, bienes o materiales a la EAN la cual es precisamente reconocida por esta temática. Sin embargo, es interesante que el 36,4% de las empresas ya están desarrollando algún tipo de proyecto y muestran interés desde el principio en esta temática, lo que reanuda la coherencia de la elección de estos proveedores en la EAN.

6. Si la respuesta es si de una descripción breve del proyecto y continúe con la siguiente pregunta.

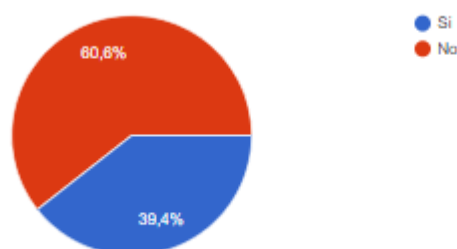
Respuestas:

- a. Cómo tal no tenemos un departamento interno encargado del proceso, contratamos una empresa que está manejando todo el proceso sostenible de nuestra empresa, han hecho bastantes cambios desde lo más sencillo hasta lo más importante, ellos nos ayudan en la parte ambiental y en la parte económica y de bienestar de nuestros trabajadores. Se basa en capacitaciones programadas, ejercicios a los trabajadores, pausas activas, sobre todo enfocado en la parte educativa.
- b. Creamos el programa Volver a VER, de donde hacemos retoma de los productos para dar un destino final según la materia prima. En el caso de banner tenemos la opción TRAZOS VERDES para que los usuarios finales o costureros afiliados al programa conviertan por tutoriales o patrones que suministramos, los banners de los pendones en productos como bolsas para mercado y semilleros entre otras opciones
- c. Emplear a mujeres cabezas de hogar
- d. Acciones destinadas a destinar recursos económicos a otros agentes sociales.
- e. Actividades destinadas a restaurar el medio ambiente fracturado
- f. Cadena de distribución que elimina los desperdicios de perecederos y cero usos de empaques de plástico y plástico de primeros.
- g. No tengo conocimiento cuál es el nombre del proyecto.
- h. Acreditarse en sostenibilidad, para crear un sello de cambio en el sector educativo.
- i. Elaboración de programas sociales que beneficien a la comunidad
- j. Contratación de personal con discapacidad
- k. Desarrollo de un modelo educativo replicable para el liderazgo y el Emprendimiento para niños y jóvenes de Comunidades en condición de vulnerabilidad.
- l. Eliminación de documentos físicos, todo manejo por medios digitales

En la respuesta a. evidenciamos que fue una de las empresas que indicó que no tenía departamento de RSE, pero es debido a que esta acción la tercerizan para poder cumplir con los pilares de la sostenibilidad.

Con respecto a las respuestas b, c, d, e, f, i, j, k y l, podemos concluir que las empresas únicamente entienden como RSE o bien el adecuado manejo de los desperdicios o la filantropía, lo que si bien si forma parte de lo que conforma todo el concepto en conjunto no es lo único. Nosotras evidenciamos que hace falta capacitación y conocimiento con respecto al tema.

7. ¿Conoce los lineamientos de cómo aplicar la RSE en su empresa?



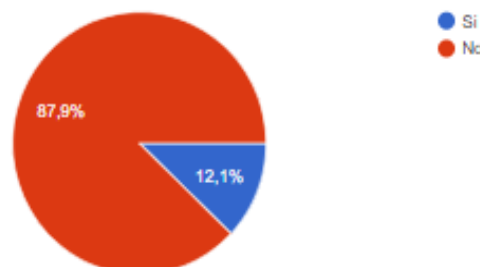
Como se puede observar en la gráfica un poco más de la mitad de los proveedores de la Universidad Ean no tienen conocimientos en cuanto a normatividad y lineamientos de la RSE, ya que el 60.6% aseguran que no saben cómo aplicarlo y un 39,4% tiene el conocimiento de cómo hacerlo.

SI: 13

NO: 27

33 respuestas

8. Siendo usted proveedor de la Universidad Ean, ¿conoce el plan de RSE que maneja la institución?



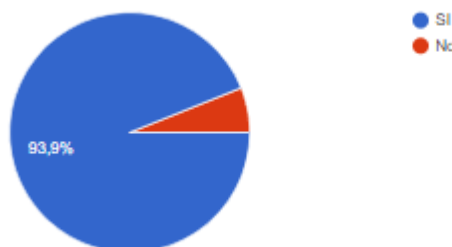
La gráfica indica que el 87% de los proveedores de la Universidad Ean no conocen el plan de RSE que tiene la institución y un 12.1% si tiene conocimiento del plan de RSE. Esto demuestra el desconocimiento que se tiene de esta práctica en la Universidad Ean

SI: 4

NO: 29

33 respuestas

9. Si la Universidad Ean dictará una capacitación virtual de RSE gratuito, ¿su empresa estaría interesada en tomarlo?



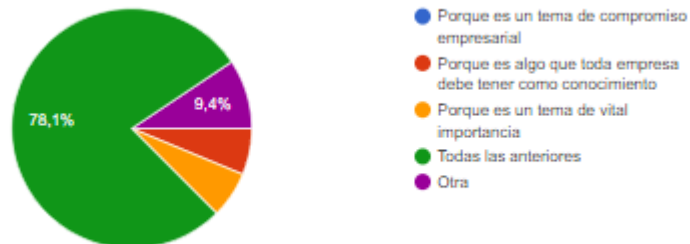
Según esta grafica se puede observar que la gran mayoría de los proveedores estaría dispuesto a realizar un curso gratuito acerca de RSE en la Universidad Ean con un 93.9% de aceptación.

SI: 31

NO: 2

33 respuestas

10. Si la respuesta es sí, ¿Por qué?



Según la gráfica el 78.1% de los proveedores saben que es un compromiso empresarial y saben que es un tema importante que deben aplicar en sus empresas.

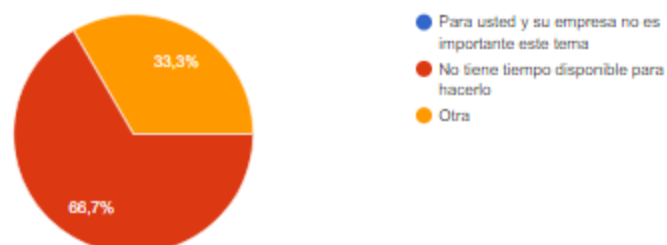
- Porque es un tema de compromiso empresarial: 0
- Porque es algo que toda empresa debe tener como conocimiento: 2
- Porque es un tema de vital importancia: 2

Todas las anteriores: 25

Otras: 3

32 respuestas

11. Si la respuesta es No, ¿Por qué?



Según la gráfica la razón por la que no aplican la RSE en sus empresas es porque no tienen tiempo disponible con un 66.7% de respuestas, sin embargo, como en este ítem solo contestaron 3 empresas no es un nivel muy alto con respecto al general.

Para usted y su empresa no es importante este tema: 0

No tiene tiempo disponible: 2

Otra: 1

3 respuestas

10.2. Conclusiones de la Investigación

Confirmamos nuestra hipótesis, pues en varias de las respuestas se evidencia que los proveedores de la Universidad no cuentan con el conocimiento de los lineamientos de la RSE y lo más importante no cuentan con programas o planes de acción para desarrollar el tema de la sostenibilidad, adicionalmente confirmamos que si se brindara un curso gratuito virtual (MOOC) la mayoría de los proveedores mostraría interés en tomarlo.

También evidenciamos la falta de conocimiento de los proveedores de la Universidad Ean a los proyectos que actualmente maneja la universidad en cuanto a RSE y la falta de regulación que existe en Colombia frente a este tema. La RSE es de vital importancia para todas las empresas sean pequeñas o grandes, especialmente en las pequeñas empresas hay este déficit de conocimiento a las normas y lineamientos, y demás beneficios que pueden adquirir al cumplir con esta importante labor.

11. Lista de referencias

Universidad Ean (30 de septiembre de 2022) Procesos. Recuperado de <https://universidadean.edu.co/la-universidad/quienes-somos/procesos>

Verger, B. R. J. (2021). Iniciativas empresariales en pro de la sostenibilidad y análisis del impacto de la Responsabilidad Social Corporativa en el bienestar de los empleados.

Mayagoitia, N. I. M., & Varela, M. A. M. (2019). Equipos de enseñanza en MOOC: un acercamiento a cuatro universidades mexicanas\Teaching Teams in MOOC of Mexican Universities: a first approach. Apertura: Revista de Innovación Educativa, 11(1), 136–149. <https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2111/10.32870/Ap.v11n1.1474>

Martínez Ruiz, H. (2018). Metodología de la investigación. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=6401>

Martínez Ruiz, H. (2018). Metodología de la investigación. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=6401>

Raufflet, E., Barrera Duque, E., García de la Torre, C., Lozano Aguilar, J., Portales Derbez, L. (2017). Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial. Pearson Educación. <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=7358>

Argandoña, A. (2017). Construir un mundo más justo: El deber de las empresas. IEEM Revista de Negocios, 20(2), 90–94. <https://search-ebshost-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122863714&lang=es&site=eds-live&scope=site>

González Espino, Y. (2017). ¿Cómo evaluar la competencia investigativa desde la responsabilidad social universitaria? *Revista Cubana de Educación Superior*, 36(2), 4–13. Retrieved from

<http://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2054/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=126117209&lang=es&site=ehost-live&scope=site>

Diana Torres (2017) La responsabilidad social empresarial y sus beneficios tributarios. Universidad militar Nueva granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17294/TorresLeonDianaPatricia2017.pdf;jsessionid=7FE67E00817B470615F365F4A2943C93?sequence=3>

Cubillos Calderón, C, Montealegre González, J y Delgado Cortés, A. (2016). Responsabilidad social empresarial y stakeholders en organizaciones de tamaños y actividades diferentes. Corporación Universidad de la Costa. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2354/Responsabilidad%20social%20empresarial%20y%20stakeholders%20en%20organizaciones%20de%20tama%C3%B1os%20y%20actividades%20diferentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Camacho Parra, N. d., y D.L. Soza Forero (2016). Los beneficios que genera ser una empresa socialmente responsable en Colombia. *Revista de la Universidad de La Salle*, (70), 203-227. - <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1495&context=ruls>

Jimenez Devoz, M., Toro Urango, L., & Herrera García, K. (2016). La responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva. *Brújula Digital*, 1(1), 1–14. Recuperado a partir de <https://revistas.curn.edu.co/index.php/brujula/article/view/913>

Jiménez Sierra, D. 2016. Análisis de las prácticas y acciones de responsabilidad social; un estudio de casos en la corporación CUN regional Magdalena. *Sotavento M.B.A.* 27 (nov. 2016), 94-110. DOI:<https://doi.org/10.18601/01233734.n27.07>.

Uribe Macías, M. E., Orjuela Ramírez, D. F., & Moreno Barragán, X. (2016). Rse De La Universidad Del Tolima Frente Al Stakeholders “Proveedores.” *Dimensión Empresarial*, 14(2), 115–126.

<https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2111/10.15665/rde.v14i2.458>

Nelson Díaz, Luz J. Lozano, Rafael I. Pérez y David Ocampo G. (2016) MIIGO - Modelo de Intervención e Innovación de la responsabilidad social empresarial. *Revista de la Universidad Ean*.

<http://edicionesean.universidadean.edu.co/index.php/component/content/article/44-miigo/528-miigo-modelo-de-intervencion-e-innovacion-de-la-responsabilidad-social-empresarial>

Mackey, A., y Gass, S. (2016). *Second language research*. New York: Routledge. Disponible en <https://goo.gl/ekqoY7>

Camacho Parra, N. d., y D.L. Soaza Forero (2016). Los beneficios que genera ser una empresa socialmente responsable en Colombia. *Revista de la Universidad de La Salle*, (70), 203-227.

<https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1495&context=ruls>

Carroll, A.B. (2015) *Corporate Social Responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks*. *Organizational Dynamics*, 44, 87-96.

<https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>

Hernández-Arteaga, R., Alvarado-Pérez, J., & Luna, J. (2015). Responsabilidad social en la relación universidad-empresa-Estado. *Educación y Educadores*, 18(1), 95-110. Recuperado

de <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/4424/3856>

Mackey, A., y Gass, S. (2016). *Second language research*. New York: Routledge. Disponible en <https://goo.gl/ekqoY7>

Hernández-Arteaga, R., Alvarado-Pérez, J., & Luna, J. (2015). Responsabilidad social en la relación universidad-empresa-Estado. *Educación y Educadores*, 18(1), 95-110.

Recuperado

de <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/4424/3856>