

Plan de Responsabilidad Social Empresarial Calypso de Caribe S.A.

Santiago Castillo Chavarro
Jaider Alexander Rodríguez Navarro
Sandra Bibiana Becerra Pulido Monica
Andrea Martin Serna Sandra Patricia
Arciniegas Chavarro

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo 2021

Plan de Responsabilidad Social Empresarial Calypso de Caribe S.A.

Santiago Castillo Chavarro
Jaider Alexander Rodríguez Navarro
Sandra Bibiana Becerra Pulido Monica
Andrea Martin Serna Sandra Patricia
Arciniegas Chavarro

Docente:
Rodolfo Ñañez Salazar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial
Mayo 2021

Tabla de Contenidos

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Objetivos	8
Capítulo n° 2. Marcos Referenciales.....	9
Marco conceptual	9
Marco Teórico.....	11
Marco Institucional	12
Marco Legal	16
Capítulo n° 3. Resultados	21
Diagnóstico.....	21
Matriz de Marco Lógico.....	24
Capítulo n° 4. Plan de Mejoramiento	28
Plan de Acción y de Seguimiento	28
Conclusiones.....	34
Referencias.....	35
Anexos	39

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	32
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	32
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	33

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Árbol de problemas para la empresa xx</i>	25
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos para la empresa xx</i>	26
Figura 3. <i>Mapa Estratégico para la empresa xx</i>	27

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	38
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	38

Resumen Analítico y Especializado

Título	
Autores	Santiago castillo Chavarro, Jaider Alexander Rodríguez Navarro , Sandra Bibiana Becerra Pulido, Mónica Andrea Martin Serna , Sandra Patricia Arciniegas Chavarro.
Tipo del documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Rodolfo Ñañez
Año de elaboración	2021
Palabras clave	Apoyo, ambiental, conocimiento, cuidado, compromiso, comercio,
Resumen	Responsabilidad social Empresarial Calypso del Caribe
Problema de investigación	Alteración de la inocuidad de los productos.
Metodología	Recolección de información mediante encuesta
Principales resultados	Fortalecimiento de la RSE
Conclusiones	Propuesta Plan de RSE Calypso del Caribe S.A.
Referencias	

Resumen

La gerencia estratégica y la responsabilidad social permite involucrar una serie de aspectos relevantes que van ligados entre las empresas y su entorno en este caso es importante tener presente que estas tienen compromiso a apoyar las comunidades, cuidar el medio ambiente, ayuda social, apoyo cultural, empleabilidad entre otros. la responsabilidad social busca ayudar al crecimiento de las personas y su entorno teniendo en cuenta las necesidades y su vulnerabilidad en este caso el económico, cultural, social, ambiental, hospitalarios, se tienen en cuenta algunas variables como la ubicación, el clima, la infraestructura, así como aspectos culturales, así pues mediante la evaluación de actividades que realizan las empresas como al económica, la comercial la humana la social entre otras podemos determinar cómo afectan positiva o negativamente el entorno mediante la siguiente investigación daremos a conocer cómo se encuentra comprometida la empresa Calypso del Caribe S.A en sus puntos fuertes y débiles, un punto importante para esta investigación es que medida del tiempo las empresas buscan mejorar sus intereses y relaciones, por lo cual se están reinventando para la mejora continuamente , la responsabilidad empresarial permite las relaciones entre empresas, comunidades y el medio ambiente aumente sus posibilidades de éxito.

Palabras Clave:

Apoyo, ambiental, conocimiento, cuidado, compromiso, comercio, crecimiento, comunidad, desarrollo, deber, entrega, empresas, empalme, matriz, madurez, obligación relaciones.

Abstract

“investigación, gerencia estratégica y la Responsabilidad Social Empresarial Calypso del Caribe S.A”

Calypso del Caribe S.A. es una empresa dedicada producción de comidas congeladas con presencia en territorio nacional del Colombia, por cuestiones netamente comerciales busca mejorar todos los aspectos negativos que hacen que se sienta represada en la distribución de los productos y su comercialización , mediante la implementación de la RSE correlacionada con la gerencia estratégica se realizara una investigación que permita demostrar todos los aspectos negativos, en el impacto del entorno interno y externode la misma, así pues mediante esta investigación mostraremos el diagnostico la evaluación y la solución para que la empresa mejore todos estos aspectos.

Keywords

Comercial, distribución, diagnostico, evaluación, gerencia, investigación, importación, producción, responsabilidad, social.

El problema se basa en la alteración de la inocuidad de los productos el cual se define como un problema de calidad, la planta genera toneladas de producto terminado al cual le faltan controles eficientes presentando muchas consecuencias no solo de tipo calidad sino posibles problemas de salubridad en el consumidor; además del mal funcionamiento de la información en los inventarios, mala rotación de la mercancía, no tener el personal idóneo para las actividades, no contar con su sistema organizacional más eficiente, así pues como se informó anteriormente un problema netamente de calidad el cual afecta al producto antes y después de salir a un mercado tan exigente y delicado.

Objetivos

Objetivo General

Dar a conocer la formulación de un código de ética y de un el plan de acción y seguimiento a partir de la compilación de los análisis realizados de manera que se tomen las decisiones gerenciales apropiadas que puedan fortalecer de manra positiva la empresa Calypso del caribe S.A.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la RSE de la empresa Calypso del caribe S.A, con el propósito de mejorar. a

- Crear el árbol de problemas para determinar de una manera más acertada cual es el verdadero aspecto negativo de la empresa.
- Buscar a que se quiere llegar una vez realizado el análisis del árbol de problemas
- Realizar estrategias mediante la información obtenida para mejorar y llegar a donde se quiere. (mapa estratégico)
- Analizar las variables negativas definidas y estudiadas y brindar un plan de mejoramiento que determine que hacer para que la empresa no se vea afectada.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco conceptual

Generalidades

Mediante el transcurso de los años ha evolucionado la forma de administrar y pensar el todo lo relacionado en los temas organizacionales de los cuales se derivan de argumentos y acciones que han permitido que la gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial puedan ir creciendo en su desempeño basado en las necesidades que se presentan diariamente , de una u otra manera, mejorar y realizar las cosas de una forma más intuitiva inteligente y

transparentes, así pues permanecer en sintonía con el entorno y cumplir objetivos y metas propuestas (estrategia empresarial).

Definición de conceptos:

Ética.

(Luño, 2009) Forma de ser que se adquiere a lo largo de la vida, filosofía moral.

Ética Empresarial.

(Herrera, 2011) Es la aplicación de los valores morales y los principios éticos al ámbito específico de la empresa como la transparencia, los valores, derechos humanos, generación de riqueza respetuosa.

Pensamiento Estratégico.

El pensamiento estratégico es la capacidad mental que tienen los administradores de empresa para crear estrategias que den respuesta a las necesidades y oportunidades que tenga una organización

Desarrollo Sostenible.

Es el perfeccionamiento de la empresa que busca a mejorar las condiciones futuras de una comunidad, sin afectar las condiciones actuales de dicha comunidad

Excelencia Empresarial.

La excelencia empresarial buscan mantener la eficacia y eficiencia de los procesos de la organización

Grupos de Interés.

Son la población objetivo con la cual se desea trabajar las políticas de RSE de la organización ya sean colaboradores o personal de la comunidad que rodea la empresa

Sostenibilidad.

Es la capacidad que puede llegar a tener una empresa para mantener en un largo plazo el buen funcionamiento administrativo – financiero – operativo y productivo de la organización

Marco Teórico**Importancia, características, modelos de gestión de RSE dentro de las organizaciones**

Una correcta gestión de la RSE es el elemento fundamental para la inclusión en mercados globales a nivel mundial

Dentro de las prácticas en RSE sus principales grupos son los clientes, los empleados y la comunidad, las investigaciones académicas quienes se enfocan en fortalecer los pilares financieros de la empresa

En las IES existe la Responsabilidad Social Universitaria que se centra en el compromiso e investigación de sus grupos de interés y el impacto social y ambiental que de estas investigaciones se desprenda por medio del asistencialismo, proyección Social y Extensión Universitaria.

Dentro de los modelos de gestión de la RSE se destaca el Cuadro de Mando Integral, su modelo se basa en 4 perspectivas que reflejan la cultura organizacional y las estrategias en objetivos medibles: objetivos financieros, usuarios y clientes

El modelo Baldrige Performance Excellence Program se centra en el perfil de las organizaciones: medio ambiente, relaciones y situación estratégica, busca un liderazgo por medio del planteamiento estratégico, enfoque en sus clientes, enfoque en las personas y gestión de procesos por medio de la medición, análisis y gestión del conocimiento de los resultados esperados para la organización

La RSE busca crear el impacto positivo que genere su implementación y puesta en práctica con la comunidad en general y garantizando la competitividad y sostenibilidad empresarial

La creación de valor compartido dentro de los modelos de RSE previene riesgos organizacionales y permiten anticiparse a los mismos. Díaz, N. (2014).

En la actualidad la RSE es un objetivo fundamental dentro de las nuevas tendencias de la Gerencia Estratégica a nivel global.

Marco Institucional

Descripción de la Empresa

Criterios de Selección de la Empresa

Empresa seleccionada: Calypso del Caribe S.A.

Razones:

- El sector alimenticio tiene mucha demanda y genera un impacto directo en las personas, esto hace que el saber la opinión del público y los colaboradores de la empresa se ajuste adecuadamente para aplicar los instrumentos de recolección de datos.
- El producto que ofrece es de primera necesidad, y permite poder analizar muy bien cada uno de los indicadores propuestos, en este caso el aplicar el instrumento de recolección nos permitirá obtener más resultados.
- Nuestro compañero quien propone la empresa trabaja en la compañía y se le facilita poder aplicar la encuesta que aplicaremos para recolección de la información.

Tabla 3. Selección de la empresa

Items	EMPRESA			Suma de Variables total 10 puntos
	A. & Cia SAS	B. SAS	C. SAS	
Posibilidades de acceso a aplicar los instrumentos (Calificar de 1 a 5)	5	3	2	10
posee un direccionamiento estratégico y una descripción, que puede ser incluida en el marco institucional del trabajo (Calificar de 1 a 5)	4	4	2	10
Posibilidad de evaluar las materias fundamentales del ISO 26000 (Calificar de 1 a 5)	2	6	2	10
Suma entre variables total 10 puntos	11	13	6	

El grupo de trabajo a partir de un debate selecciona la empresa más adecuada para aplicar el instrumento y el formato de recolección de información que van a aplicar. Para la selección de la empresa pueden aplicar la Tabla 3

CALYPSO DEL CARIBE S.A.**Marco Institucional**

Sector:

Industria de alimentos

Ubicación:

Tocancipá, zona industrial Tibitoc Bodega 44

Misión

Calypso del Caribe S.A. es una empresa que comercializa y fabrica alimentos apanados derivados del pollo y el pescado; son líderes en transformación de materia prima y producción de

productos alimenticios con alta calidad que buscan satisfacer los gustos gastronómicos consumidores.

Visión

En el 2023 Calypso del caribe S.A. quiere llevar sus productos con la versatilidad de los alimentos apanados a nuevos mercados internacionales suramericanos sin perder la más alta calidad que identifica a Calypso del Caribe S. A.

Valores

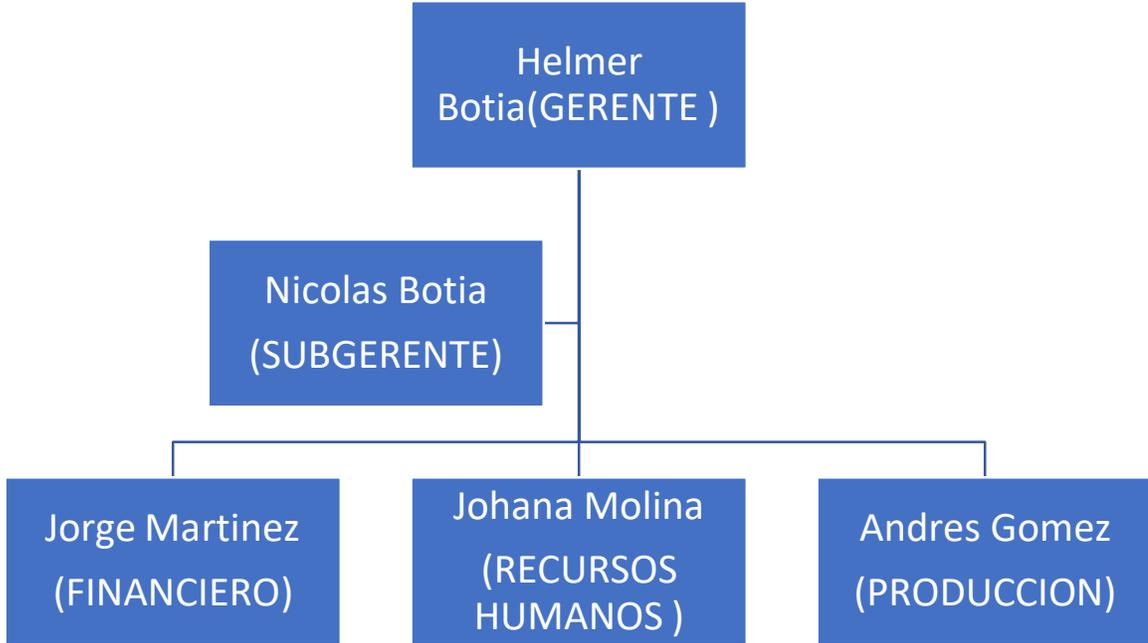
COMPROMISO: Permanecer al pendiente de nuestros clientes y productos para entregar siempre alimentos de calidad.

HUMILDAD: Para adquirir nuevos conocimientos y escuchar a nuestros clientes

RESPONSABILIDAD: es demostrar por medio del cumplimiento de los compromisos o acciones sobre los cuales desde los valores éticos y morales nos comprometimos a dar cumplimiento

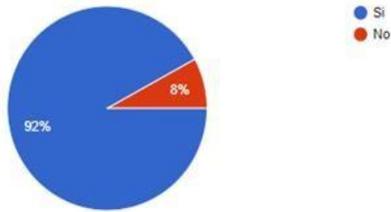
LEALTAD: Lealtad a nuestro valores y compromisos institucionales

Estructura Organizacional

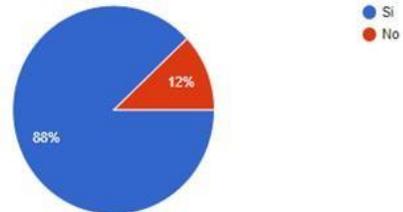


Marco Legal -Encuesta

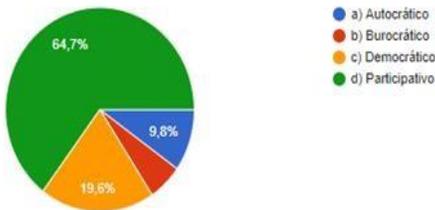
1. ¿La empresa cuenta con un sistema de calidad dentro de sus procesos?
50 respuestas



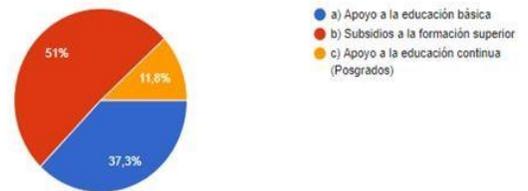
2. ¿Existe estandarización en todos los procesos de comunicación interna o externa?
50 respuestas



3. De los siguientes tipos de liderazgo ¿Cuál utiliza a la hora de delegar una función?
51 respuestas

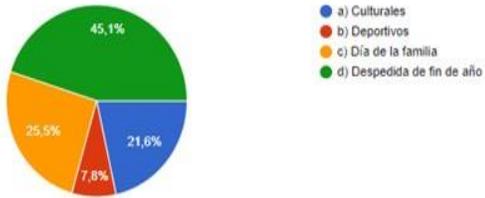


4. ¿Qué programas de educación continua realiza la empresa para el crecimiento profesional de sus empleados?
51 respuestas



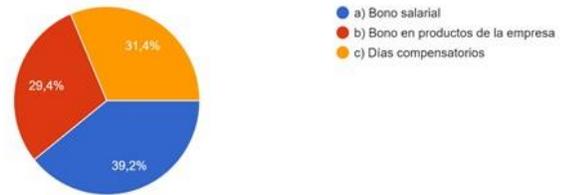
5. ¿En cuáles de las actividades que empresa realiza en fomento del bienestar laboral usted participa?

51 respuestas



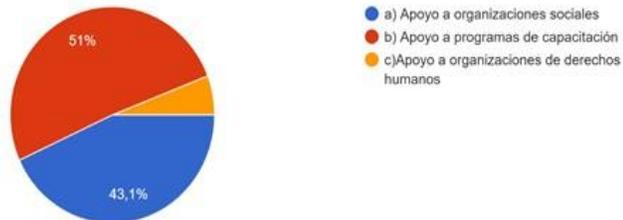
6. ¿Qué tipo de incentivos maneja la empresa para aquellos trabajadores que sobresalgan por la calidad de su trabajo?

51 respuestas



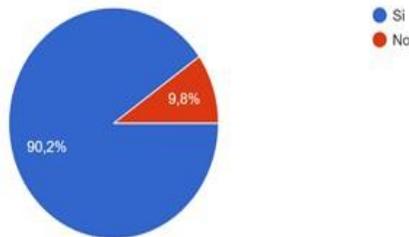
7. ¿Qué tipo de programas promueve la empresa Calypso del Caribe S.A.S para el desarrollo social y económico de la comunidad?

51 respuestas



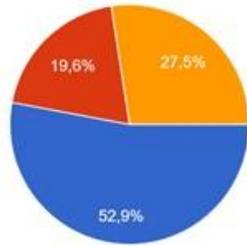
8. ¿Está dispuesto a formar parte de un programa creado por la empresa en algún tema de interés de la comunidad?

51 respuestas



9. ¿Cuál de las siguientes actividades ha realizado la empresa, que aporten positivamente al desarrollo de la comunidad?

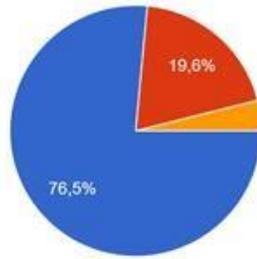
51 respuestas



- a) Convocatoria de empleo a habitante de la comunidad donde opera
- b) Patrocinio a eventos locales
- c) Voluntariado de sus empleados en causas sociales

10. ¿Cuál es su percepción sobre la compañía?

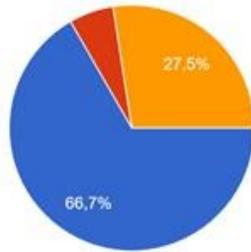
51 respuestas



- a) Es buena
- b) Es buena, pero conoce otras mejores
- c) No le agrada

11. ¿Cuándo ha presentado alguna queja o reclamo, le han dado solución de forma oportuna?

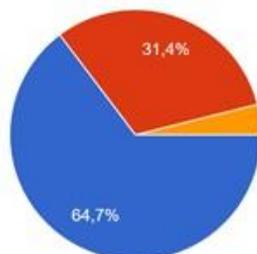
51 respuestas



- a) Sí, me dan solución rápida
- b) No prestan atención a mis solicitudes
- c) Nunca ha tenido que hacer ninguna reclamación

12. ¿La Organización cuenta con los contratos que tienen con las diferentes empresas o clientes?

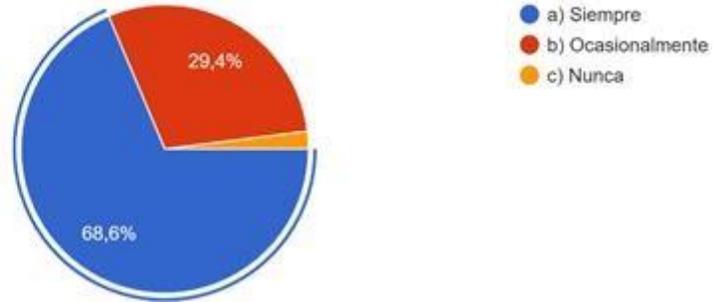
51 respuestas



- a) Siempre
- b) Ocasionalmente
- c) Nunca

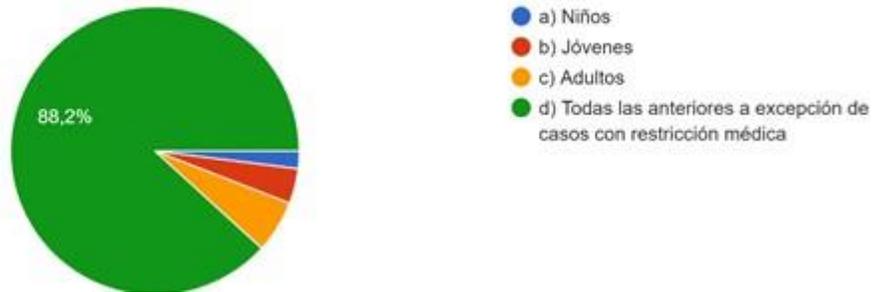
13. ¿Hay transparencia cuando se transforman los productos?

51 respuestas



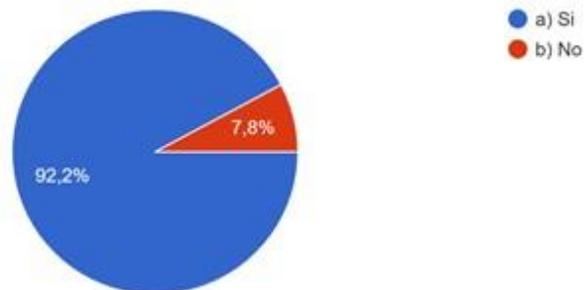
14. ¿El producto es apto para todo tipo de Público?

51 respuestas



15. ¿Los trabajadores realizan la separación de residuos?

51 respuestas



CALYSO DEL CARIBE S.A.

Encuesta – Ficha Técnica

SOLICITADA POR:	Gerencia General Calypso del Caribe S.A.
REALIZADA POR:	Estudiantes Dip. Gerencia Estratégica y RSE UNAD.
NOMBRE DE LA ENCUESTA:	Encuesta de Diagnóstico Inicial de la Implementación ISO 26000 en la Empresa Calipso Del Caribe S.A.
UNIVERSO	Personal, Directivo, administrativo y operativo de la empresa Calypso del Caribe S.A.
UNIDAD DE MUESTREO:	Empresa Calypso del Caribe S.A.
FECHA CREACIÓN:	2021-03-23
ÁREA DE COBERTURA:	Nacional
LINK	https://docs.google.com/forms/d/1rPjipVh-IkerYTPEhV8S5_-lrh9YhalzOEO5yydPup0/viewform?edit_requested=true
OBJETIVO DE LA ENCUESTA:	Realizar el diagnóstico inicial de la Implementación ISO 26000 Empresa Calipso Del Caribe S.A.
Nº DE PREGUNTAS FORMULADAS:	Veinte(20)
TIPO DE PREGUNTAS :	Cerradas (20)

Ficha Técnica_ Encuesta de Diagnóstico Inicial de Implementación ISO 26000 en la Empresa Calipso Del Caribe S.A. Marzo 2021

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Resultados:

El problema está basado en la inocuidad de los productos, ya que al no brindar no excelente calidad las personas prefieren desistir ya sea por su conservación su empaque e incluso que el producto cause problemas en su organismo.

Anexos

En el ítem 1 el 92% de los encuestados sabe que la empresa cuenta con un Sistema de Calidad dentro de sus procesos, sin embargo, se debe reforzar una estrategia de capacitación interna para que el 100% de sus empleados conozcan el Sistema de Calidad dentro de sus procesos

En el ítem 2 el 88% del proceso de comunicación interna están estandarizados, sin embargo, se debe revisar en concordancia con el Sistema de Calidad que se maneja lo correspondiente al el 12% de procesos que todavía no están estandarizados.

En el ítem 3 el 64,7% de los encuestados indicaron que se maneja un liderazgo participativo, seguido por el 19,6% de liderazgo participativo.

En el ítem 4 la empresa Calypso del Caribe S.A. cuenta con programas de crecimiento profesional para sus empleados discriminados así: 51% subsidio para la educación superior, 37,3% apoyo a la educación básica y el 11,8% corresponde al apoyo de la formación pos gradual, lo que evidencia que se garantiza un crecimiento profesional enmarcados en varios niveles de formación para los colaboradores de la empresa

En el ítem 5 se evidencia que la empresa Calypso del Caribe S.A cuenta con diversos espacios que fomentan el Bienestar Laboral de sus empleados, al ser una empresa productora la gran mayoría de sus colaboradores participan activamente con un 45,1% de la despedida de fin de año, seguido con un 25,5% correspondiente al día de la familia

En el ítem 6 la empresa Calypso del Caribe S.A, fomenta la eficacia y eficiencia de sus colaboradores con bonos salariales (39.2%) seguidos de días de compensatorio y bonos salaria, cabe resaltar que estos incentivos dependen del nivel de producción y cumplimiento de la misma que tenga la empresa

En el ítem 7 el 51% de los colaboradores encuestados respondió que la empresa apoya los programas de capacitación y con un porcentaje muy parejo del 43,1% quienes respondieron que el apoyo se lleva a cabo a organizaciones sociales.

En el ítem 8 podemos ver como el 90,2% de los colaboradores encuestados de la empresa Calypso S.A.S formarían parte de los programas que se creen relacionados con temas de interés para la comunidad, mientras que el 9,8% no participaría en estos programas.

En el ítem 9 Podemos ver como la empresa con un 52,9% se preocupa por realizar convocatorias de empleo para los habitantes del municipio donde opera, seguido de un 27,5% de participación por parte de sus colaboradores en causas sociales y la participación del 19,6% en el patrocinio de eventos locales.

Al analizar esta respuesta podemos notar que la empresa tiene una capacidad de cumplimiento de una 64,7 % por lo cual tiene que mejorar en gran medida puesto que uno de los indicadores más importantes es el de cumplimiento en sus ventas o entregas de producto; así las cosas, un 31,4 % de sus ventas son aceptables por lo cual es necesario que se fijen más en el detalle para mejorar, por último el 3,9 % de la empresa no es eficiente en su cumplimiento aunque sea poco es muy relevante ya que la empresa cuanta con una demanda de mercado muy extensa.

Podemos determinar que para las personas que consumen y producen el producto, confían en la marca en una medida del 68,6% y un 29,4 % no siempre y un 2 % no confía por tanto es un punto a mejorar ya que de la transparencia y credibilidad de la empresa depende su futuro.

El producto es apto para todo público sin embargo las personas respondieron un 88,2% que es así, seguido de los adultos, luego jóvenes, y por ultimo niños, teniendo en cuenta que la empresa brinda un solución nutritiva de alimentos congelados podemos decir que las personas que no sean aptas para consumir el producto son aquellas que tengan restricciones médicas o alguna enfermedad que les impida poder consumir este tipo de productos, sin embargo hay que tener en cuenta que hay muchos productos que ofrece el mercado de Calypso S.A. como papas, comida marítima, carnes de pollo y cerdo, vegetales, tubérculos, verduras, productos pre cocidos, salsas entre otros.

Matriz de Marco Lógico

Es el resumen de información sobre un Proyecto en específico.

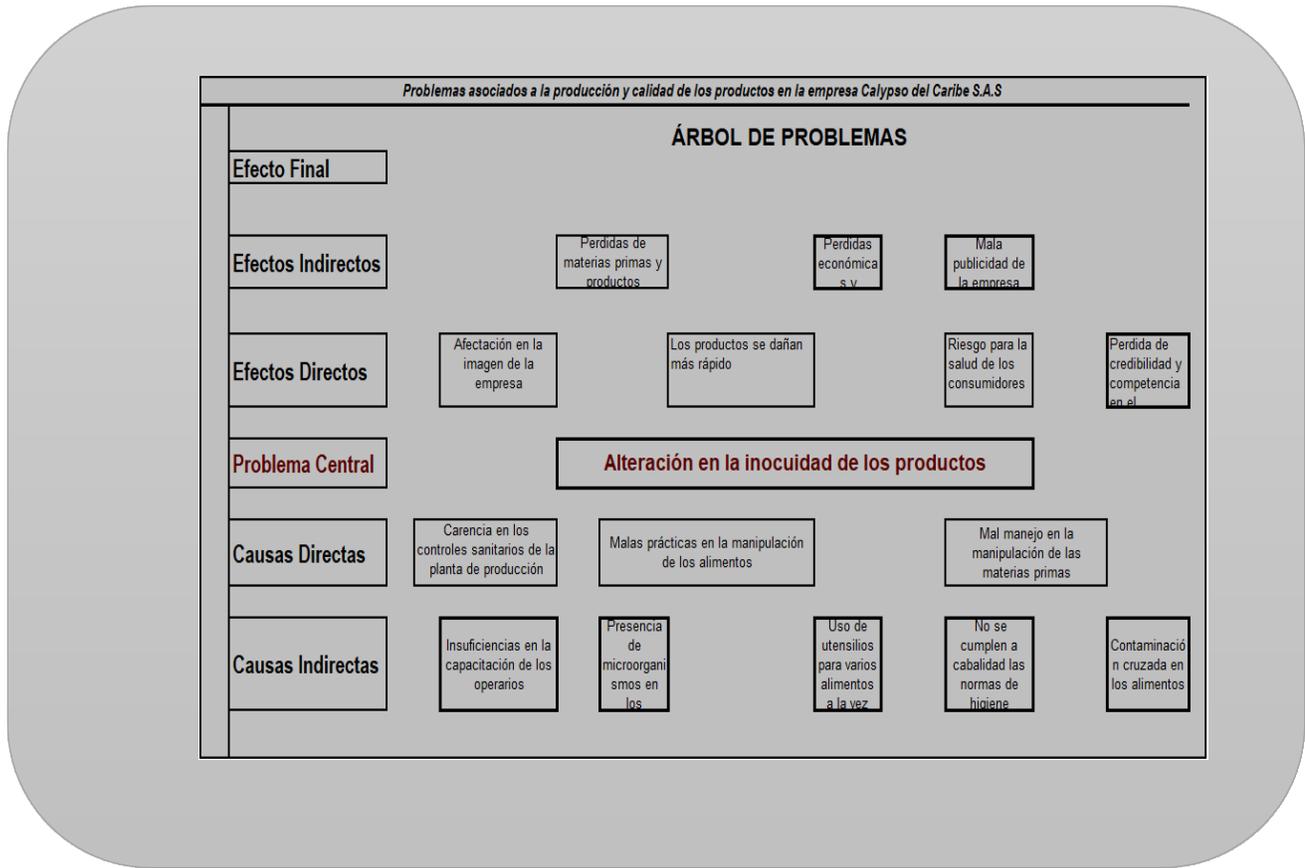
Stakeholders

- Empleados
- Socios
- Proveedores
- Clientes
- Gobierno
- Comunidad

Árbol del Problema

El árbol de problemas nos permite identificar el problema relevante por el cual se está viendo afectado una empresa u organización en específico.

Figura 1.
Árbol de problemas para la empresa Calypso del caribe S.A.



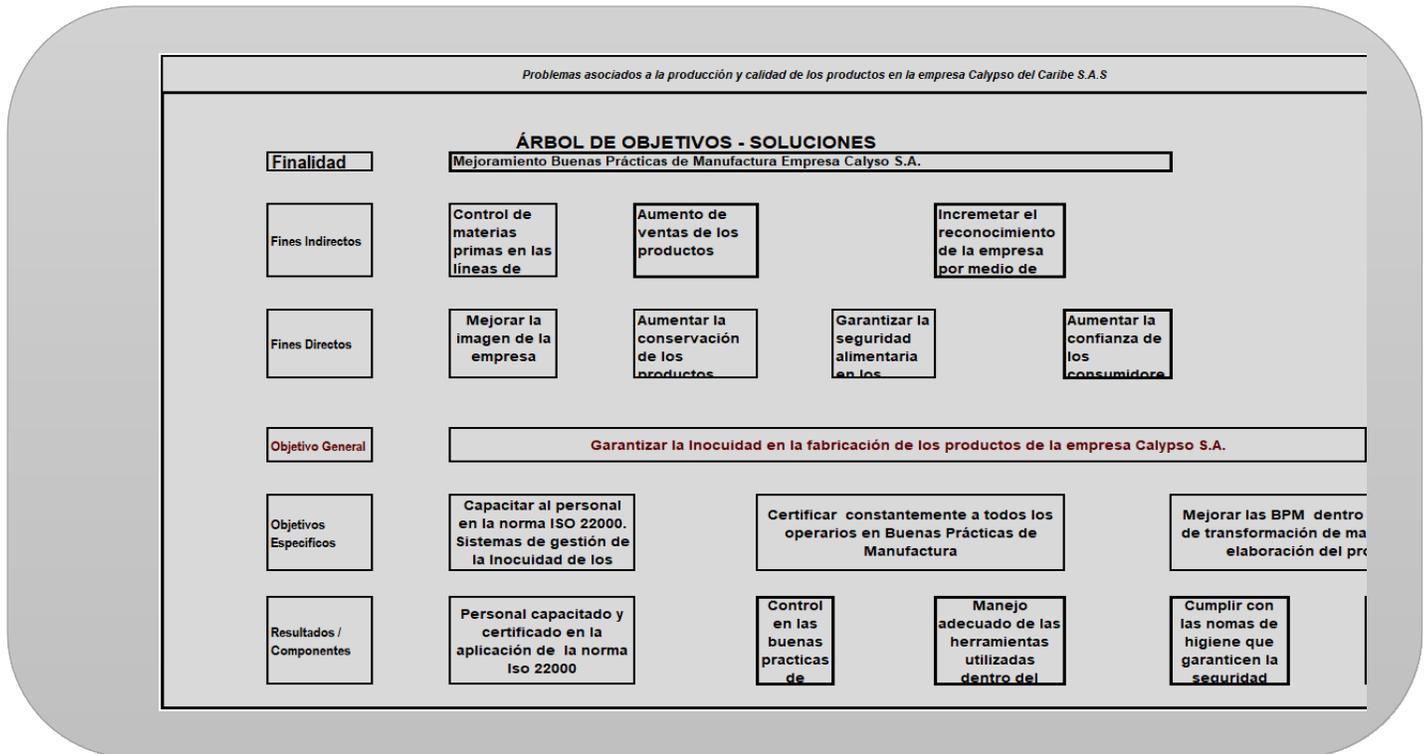
La figura nos permite determinar que la empresa Calypso de caribe S.A. tiene un problema central y es la alteración de la inocuidad de los productos de este se derivan otros problemas con

los que están lidiando hoy en día (mala calidad del producto, presentación de bacterias, pérdida de fidelidad de la empresa para el consumo, inconformidad con el producto, consumido insatisfecho)

Árbol de Objetivos

Mediante el árbol de problemas se identifica las variables que garantizan que hacer para que el problema central se empiece a resolver.

Figura 2.
Relación Árbol con Objetivos de la empresa Calypso del caribe S.A

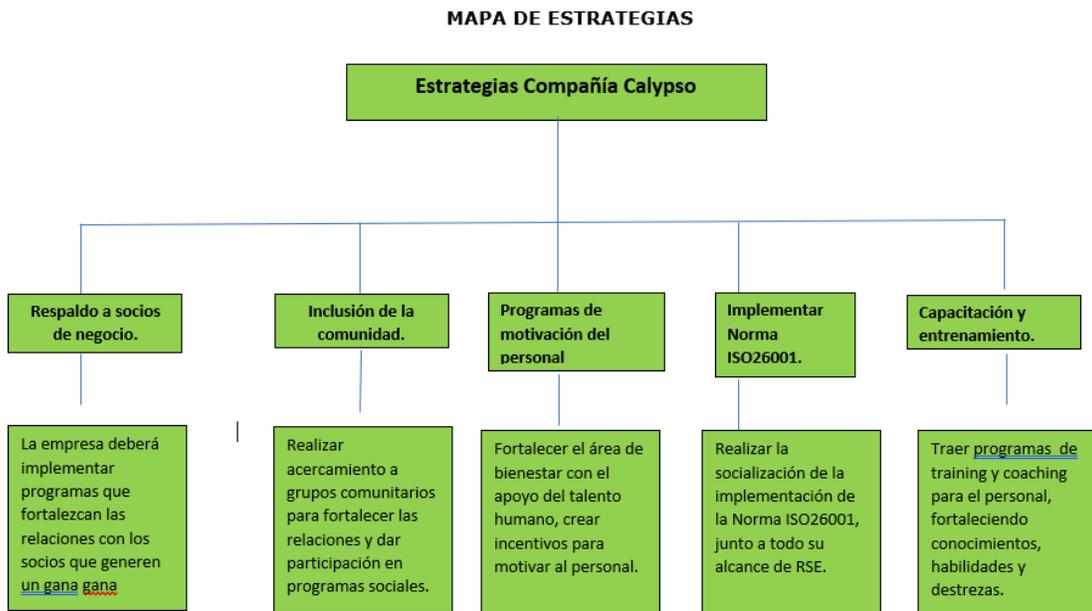


Mapa Estratégico

El mapa estratégico de la compañía Calypso del Caribe, presenta los principales pilares o materias fundamentales sobre el cual está basado el direccionamiento estratégico y su plan de mejora. (Ver figura 3)

Figura 3.

Mapa Estratégico para la empresa Calypso del Caribe.



Capítulo nº 4. El Plan de Mejoramiento

El plan de mejoramiento es un conjunto de estrategias que pueden medirse corto, mediano o largo plazo cuyo objetivo principal es convertir las debilidades de las empresas en fortalezas dentro del marco de la planeación estratégica

Los planes de mejoramiento buscan fortalecer a la compañía a futuro dentro de sus pilares financieros, administrativos y operativos, buscando siempre la eficiencia y eficacia dentro de los procesos de la empresa

Plan de Acción y de Seguimiento

El plan de acción plasma las estrategias que utilizará la empresa para mejorar aquellos procesos o procedimientos donde después de un diagnóstico inicial se pueda establecer los puntos débiles o a fortalecer de la compañía ya sea de índole gerencial, administrativa, operativa o productiva.

Los Planes de acción buscan también la optimización de los recursos financiero y humanos dentro de la compañía, sin embargo, para llevar a cabo el plan de acción se debe realizar un seguimiento continuo a la ejecución de las estrategias planteadas en pro del mejoramiento continuo.

Tabla 1 Plan de acción y de seguimiento RSE Calyso del Caribe S.A

Dimensiones	Objetivos estratégicos	Estrategias	Plazos	Costos	Indicadores
Económica	Manejo adecuado de las herramientas utilizadas dentro del proceso de producción	Capacitar e implementar nuestro personal con las instituciones X, universidades XX, el Sena...sobre las mejores herramientas dentro del proceso de producción	3 meses	\$ 3.000.000	Alcance 90% en empleados
Económica	Controlar las materias primas en las líneas de Producción	Integrar la Gestión documental y control en el proceso de producción (materias primas e insumos)	6 meses	\$ 9.000.000	Evidencia en el 90% de los procesos
Social	Garantizar la seguridad alimentaria en los consumidores	Producir y distribuir alimentos inocuos para nuestro mercado, destinando un 5% para la seguridad alimentaria de los consumidores de bajos	12 meses	\$ 36.000.000	100% de los productos

		recursos por medio de la Acción Comunal de las zonas de trabajo			
Social	Minimizar los riesgos alimentarios al consumidor final	Implementar y controlar la calidad de los alimentos y protegiendo al consumidor final	6 meses	\$ 6.000.000	99% de los consumidores
Ambiental	Capacitar al personal en la norma ISO 22000.	Gestionar la certificación en la norma ISO 22000,	6 meses	\$ 5.400.000	100% alcanzar la certificación
Ambiental	Cumplir con las normas de higiene que garanticen la seguridad alimentaria al consumido	Conformar un equipo de control de calidad y cumplimiento de las normas de higiene que garanticen la seguridad alimentaria al consumidor	1 año	\$ 12.000.000	Lograrlo en 100% de los alimentos

Anexo B. Presupuesto de la Acción¹				
Gastos	Unidad	# de unidades	Coste unitario (en miles de \$)	Costes (en miles de \$)
1. Talento humano Recursos Humanos				
1.1 Salarios (importes brutos, personal local) ⁴				
1.1.1 Personal operativo (supervisores de calidad)	Por mes	6	\$ 1.000.000	\$ 6.000.000
1.1.2 Personal administrativo evaluacion de resultados	Por mes	6	\$ 1.500.000	\$ 9.000.000
1.1.3 Personal Otro (ej. Asesores) Capacitadores	Por mes	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
1.1.4 Personal Otro (ej. Asesores) Asesor de calidad	Por mes	12	\$ 450.000	\$ 5.400.000
Subtotal Recursos Humanos				\$ 23.400.000
3. Equipos y Materiales				
3.1 Materia Prima	ateria Prin	12	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
3.2 Equipos informáticos	or equipoc	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
3.5 Otros (licencias varias y de equipos)	or equipoc	6	\$ 135.000,00	\$ 810.000
Subtotal Equipos y Material				\$ 39.310.000
4. Oficina local/Costes de la Acción				
4.1 Alquiler de oficina	Por mes	2	\$ -	\$ -
4.2 Material de oficina	erial de of	6	\$ -	\$ -
4.5 Otros servicios (telefono, internet, energía, agua, administración)	Por mes	6	\$ 600.000	\$ 3.600.000
Subtotal Oficina local/Costes de la Acción				\$ 3.600.000
5. Otros costes, servicios⁸				
5.1 Pólizas	Por póliza	6	\$ 420.000,00	\$ 2.520.000
5.2 Servicio Financiero	Por cuen	1	\$ -	\$ -
				\$ -
Subtotal Otros Costes/Servicios				\$ 2.520.000
7. Subtotal costes directos (1.-5.)				\$ 68.830.000
8. Provision la reserva de imprevistos (máximo 5% del				\$ 3.441.500
9. Total de costes directos				\$ 72.271.500

A continuación, se describe el plan de acción y seguimiento aplicado a la compañía, Ver (Tabla 1)

Tabla 1.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Manejo adecuado de las herramientas utilizadas dentro del proceso de producción	Capacitar e implementar nuestro personal con las instituciones X, universidades XX, el Sena...sobre las mejores herramientas dentro del proceso de producción	3 meses	\$ 3.000.000	Alcance 90% en empleados

Nota. En la dimensión económica se presenta como objetivo el uso eficiente de los recursos técnicos como herramientas dentro del proceso de producción. (Ver tabla 1)

Fuente: Corresponde a la elaboración propia

Tabla 2.

Representación del Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Social	Minimizar los riesgos alimentarios al consumidor final	Implementar y controlar la calidad de los alimentos y protegiendo al consumidor final	6 meses	\$ 6.000.000	99% de los consumidores
---------------	--	---	---------	--------------	-------------------------

Nota. La tabla de la dimensión social nos presenta el objetivo estratégico, garantizar la seguridad alimentaria de cada consumidor. (Ver tabla 2)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Ambiental	Capacitar al personal en la norma ISO 22000.	Gestionar la certificación de la norma ISO 22000	6 meses	\$ 5.400.000	100% alcanzar la certificación
------------------	--	--	---------	--------------	--------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

- Permitir a la compañía un mejor control en las materias primas en cada línea de producción, garantizando inocuidad de cada producto.
- Generar un impacto en empleados y clientes que permita mejorar la imagen de la empresa.
- El presente plan de mejora permite a la compañía garantizar la seguridad alimentaria en cada cliente y consumidor de los productos.
- Incrementar el crecimiento e imagen de la empresa, aportando a la visión y lineamientos definidos por el direccionamiento estratégico de la compañía.
- Mostrar un incremento de las ventas por la confianza que genera el plan de mejora en cada consumidor.

Referencias

- Alcívar, R. (2015). Modelo de gestión para el despliegue de estrategias organizacionales para empresas de clase mundial. Estudio de caso Nestlé Purina Pet Care Company (NPPC). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F9389503&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. *Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE)*, 13(4), 18–32. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114010442&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- 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.
- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.

- Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector 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>
- González, Y., Manzano, O & Torres, 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. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3137>
<https://www.eltiempo.com/economia/las-empresas-con-mas-responsabilidad-corporativa-en-colombia469748#:~:text=Bancolombia%2C%20Grupo%20Nutresa%2C%20Alpina%2C,de%20reputaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas.>
- León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15–29. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.

- Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Medina, M y Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 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. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.
- Ortegon, G., Castrillon, O y Ruiz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. *CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 137–178. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140495890&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.

Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor-storage.reedsy.com/books/6096a50ba3d734a580f8a232/exports/success/c8f09bb7-cf17-4f06-8e5c-afcc8d981b35/202105081722-consolidado-codigo-de-etica-calypso-de-caribe-s.zip>

Anexo B. Formato de Recolección de Información

https://docs.google.com/forms/d/1rPjipVh-IkerYTPEhV8S5_-lrh9YhalzOEO5yydPup0/edit