

Rompiendo estereotipos, la responsabilidad social empresarial un reto para la Industria
Panificadora La Gitana, Palmira.

Daniela Granada Agudelo

David Calderón García

Sandra Milena Pérez

John Brayan Osorio

María Isabel Canacuan

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, financieras y de negocios ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo de 2021

Rompiendo estereotipos, la responsabilidad social empresarial un reto para la Industria
Panificadora La Gitana, Palmira.

Daniela Granada Agudelo

David Calderón García

Sandra Milena Pérez

John Brayan Osorio

María Isabel Canacuan

Tutor

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, financieras y de negocios ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo de 2021

Tabla de contenido

Lista de tablas.....	4
Lista de figuras.....	5
Resumen analítico especializado (RAE).....	7
Capítulo 1 - Antecedentes.....	8
Introducción.....	8
Problema.....	10
Objetivos.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Capítulo 2 - Marcos Referenciales.....	12
Marco conceptual.....	12
Marco teórico.....	1
Marco institucional.....	5
Marco Legal (Ensayo con sus palabras de la Norma ISO 26000).....	8
Capítulo 3 - Resultados.....	9
Diagnóstico (Resultados y análisis a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información).....	9
Matriz de marco lógico.....	17
Mapa estratégico y explicación a partir de la dimensión económica, social y ambiental e inclusión de los stakeholders.....	19
Capítulo 4 - Plan de mejoramiento.....	21
Plan de acción y de seguimiento (con sus respectivas explicaciones).....	21
Conclusiones.....	25
Referencias.....	26
Anexos.....	31
Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	31
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	31

Lista de tablas

Tabla 1. Marco institucional	5
Tabla 2. Cuadro de stakeholders	20
Tabla 3. Plan de seguimiento	24

Lista de figuras

Figura 1. Marco conceptual	1
Figura 2. Árbol de problemas	17
Figura 3. Árbol de objetivos	18
Figura 4. Mapa estratégico.....	19

Lista de gráficos

Gráfico 1	9
Gráfico 2	9
Gráfico 3	10
Gráfico 4	11
Gráfico 5	12
Gráfico 6	12
Gráfico 7	13
Gráfico 8	13
Gráfico 9	14
Gráfico 10	14
Gráfico 11	15

Resumen analítico especializado (RAE)

Título del trabajo

Autores: Daniela Granada, David Calderón, Jhon Osorio, Isabel Canacuan, Sandra Pérez.

Resumen:

La responsabilidad social empresarial es una meta o una visión a futuro para la empresa La Gitana, este modelo es empleado actualmente a nivel mundial y su principal objetivo es buscar la mejorara de las condiciones de los trabajadores y del entorno social.

La Gitana es una empresa dedicada a la transformación de la materia prima es por esta razón que quieren mejorar las condiciones e implementar un modelo que les permita ser consientes y amigables con el entorno, se tendrá apoyo en el código de ética como herramienta práctica.

Palabras claves: sostenibilidad, responsabilidad social, compromiso, RSE, código de ética.

Abstract:

Corporate social responsibility is a goal or a vision for the future for the La Gitana company, this model is currently used worldwide and its main objective is to seek to improve the conditions of workers and the social environment.

La Gitana is a company dedicated to the transformation of raw materials, and for this reason they want to improve conditions and implement a model that allows them to be aware and friendly with the environment, they will have support in the code of ethics as a practical tool.

Keywords: sustainability, social responsibility, commitment, CSR, code of ethics.

Capítulo 1 - Antecedentes

Introducción

La responsabilidad social empresarial en cuanto al desarrollo sostenible, presenta 2 casos en los cuales se puede desarrollar de manera eficiente, por un lado, se tienen en cuenta las organizaciones de gran tamaño y por el otro las MiPymes, teniendo en cuenta que en estas últimas también se es posible desarrollar la RSE por medio de un análisis exhaustivo de la misma, ya que se tiene la creencia de que las empresas pequeñas no tienen la capacidad económica para llevarla a cabo, pero al realizar un análisis profundo se tiene como conclusión que la implementación de esta depende de su capacidad financiera más no de su tamaño.

Es por ello que a continuación se presenta un análisis inicial sobre la implementación de la RSE y la norma ISO 26000 dentro de la panificadora la gitana, la cual lleva a cabo sus funciones en el municipio de Palmira - Valle. Inicialmente se llevó a cabo un reconocimiento de la empresa y posterior a ello se realizó la aplicación de instrumentos de investigación con el fin de evaluar la ejecución de la RSE y la norma ISO 26000 dentro de dicha organización.

Vemos además de lo ya mencionado que lo que buscamos es crear una propuesta de implementación de Responsabilidad social empresarial para la empresa Industria Panificadora la Gitana ya que a nivel nacional son muchas las empresas que se han ido sumando a esta iniciativa que más que eso ha pasado a ser una reglamentación internacional y aquí en Colombia está regida por la ISO 26.000, este lo que ayuda es a buscar una mejor visualización de las personas y con esto ser una empresa y marca competitiva en el mercado no solo de Palmira sino del valle del cauca, uno de los objetivos principales de la RSE en nuestro trabajo es la de la construcción e implementación del código de ética y el plan estratégico de responsabilidad social empresarial y con este poder diversificar la empresa y

hacerla crecer, además de que con la recolección de información al grupo de trabajo y colaboradores de la empresa, pudimos definir ciertos aspectos importantes que nos permiten ampliar el concepto que queremos darle a la empresa en cuanto a la responsabilidad social y al plan estratégico, con este poder presentar el ya mencionado plan estratégico, el código de ética y la mejora de las desventajas y fortaleciendo la empresa a nivel laboral, económico, social y estratégico.

Al final con el plan estratégico de responsabilidad social y el código de ética empresarial lo que buscamos es encontrar un equilibrio entre un ambiente laboral bueno para su empleados y un impacto positivo para la sociedad en general, ya que se busca que no solo prime la rentabilidad de las ventas de la empresa sino más bien en la idea de proyección social y a la vez que este produzca un impulso bueno para todos los involucrados en la empresa como sus socios, dueños, trabajadores, proveedores, sociedad y entes gubernamentales.

Problema

El proceso productivo no ayuda alcanzar los objetivos de la empresa LA GITANA.

El problema que pudimos identificar en la empresa La Industria Panificadora La Gitana es El proceso productivo no ayuda alcanzar los objetivos de la empresa LA GITANA, esto en sí significa que los objetivos de la empresa y su plan estratégico debe cambiar ya que las actividades de Responsabilidad Social Empresarial involucran a los socios, empleados, comunidad y demás como parte importante y fundamental de ella, además que busca unas políticas y mejoras en los procesos productivos que involucren el medio ambiente y este sea protegido y es por este que la empresa buscará mejorar ciertas cosas e implementar estrategias en las diferentes áreas y sus procesos productivos, administrativos y económicos y con este llevar a cabo las estrategias de la RSE que están regidas bajo la Iso 26.000.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar, validar y diseñar el plan estratégico de responsabilidad social y el código de ética empresarial de la Industria Panificadora La Gitana con el cual se logre mejorar el ambiente laboral, el ambiente económico e implemente un impacto positivo en la sociedad en general.

Objetivos específicos

- Realizar el análisis de la encuesta e información brindada por el personal de la empresa la Gitana.
- Identificar y seleccionar los grupos de interés de la Industria Panificadora La Gitana para poder desarrollar e implementar el programa de responsabilidad social empresarial.
- Reconocer y argumentar en qué punto de RSE se encuentra la Industria Panificadora La Gitana.
- Identificar los principales problemas internos y externos que afronta la compañía y que no le permiten un mejor desarrollo económico y social.
- Elaborar el plan estratégico de responsabilidad social empresarial y el código de ética empresarial para la Industria Panificadora La Gitana.

Capítulo 2 - Marcos Referenciales

Marco conceptual

El desarrollo y la implementación de la RSE es un proceso que reúne muchos factores y criterios dentro de la organización, para Industria Panificadora La Gitana es un reto a asumir porque si es claro que hace del grupo de empresas consideradas las PYMES, intenta asumir y dar un valor agregado a la compañía, teniendo en cuenta que la compañía se encuentra en un periodo transitorio de cambios, mejoras y fortalecimiento económico no es fácil este proceso.

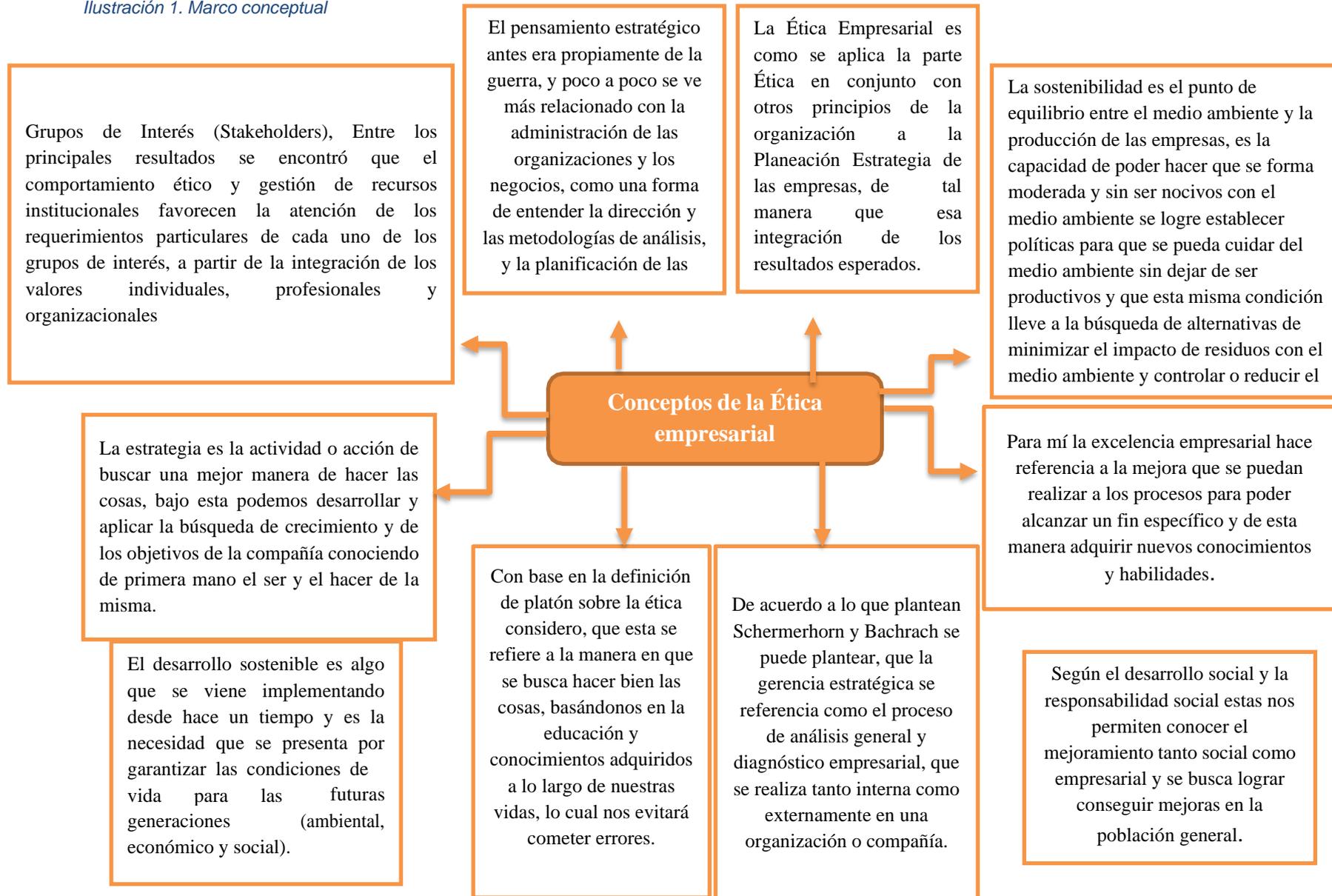
Industria Panificadora La Gitana trabaja en la generación de confianza entre la compañía las partes interesada, esta labor se refleja en el crecimiento de la empresa, la adopción y mejoras en cada una de las áreas que la integran, mejoras en los procesos productivos en cuanto al impacto ambiental y en la sinergia que debe haber entre sus colaboradores, además de unas condiciones laborales dignas que motiven a nuestro factor humano ser cada día mejor.

En el código de ética empresarial se plasma los alcances y el compromiso con los grupos de interés siempre apuntando a que industria Panificadora La Gitana sea una empresa sostenible que ofrezca productos de excelente calidad que genere alianzas siempre en función del crecimiento no solo a nivel interno sino a nivel local, regional y bajo sus proyecciones nivel internacional.

Así queda plasmado el compromiso de Industrias la Gitana con la puesta en marcha de RSE dentro de la compañía, es un camino por recorrer, es un reto de la compañía, en primer lugar, por las condiciones económicas, políticas, la competencia y el entorno, pero

para la compañía ocupar un lugar de reconocimiento por implementar la RSE en un compromiso con la sociedad.

Ilustración 1. Marco conceptual



Marco teórico

LA RSE, ¿buena intención o conveniencia?

La RSE es un tema sobre la mesa de cualquier organización que quiera surgir en medio de una economía globalizada, donde cada vez más se demuestra la importancia de impactar positivamente el entorno que la rodea y las personas. Adoptar este tipo de cultura o prácticas empresariales tiene muchas ventajas entre ellas conseguir una reputación empresarial diferenciadora, genera sentido de pertenencia en sus colaboradores, todo esto se ve reflejado en la productividad y representa crecimiento económico.

En un mundo cada vez más competitivo las empresas deben apostarle a ser más productivas, pero a la vez más sostenibles, integrando de manera voluntaria las diferentes dimensiones en sus operaciones de negocio.

La responsabilidad social empresarial (RSE) como método de gestión juega un papel importante frente a la sociedad en la medida que redunde en el bienestar social, partiendo de los grupos de interés y generando un impacto positivo en la sociedad, para que sea posible este resultado se debe combinar factores importantes de la empresa como son todos los temas internos (plan estratégico, misión, visión, valores corporativos, entre otros), además de los departamentos y áreas, abarca y además del factor económico, social y ambiental .

Se asume la RSE de la empresa a partir de la óptica de la capacidad de cada empresa, de implementarla poco ya que es una decisión que implica un rubro dentro de la empresa, además se debe evaluar y definir si realmente si está preparado para asumir el reto, ya que se debe tener en cuenta que dependiendo del tamaño, el desempeño financiero y el riesgo (como la capacidad de pago de la empresa como deuda y activos), estos factores son determinantes en la toma de decisiones porque por medio de un análisis se podrá determinar si es el momento,

aunque si bien es claro que a veces más que un gasto por decirlo de alguna manera será una inversión que se traducirá en beneficios para los grupos de interés y un reconocimiento a nivel social que en resultados serán beneficios para la empresa, ya que se habrá invertido en mejorar estratégicamente condiciones en general.

La RSE como concepto empresarial mundial y para el desarrollo sostenible expone las dos partes en las que podemos decir se puede implementar de manera oportuna, pertinente y eficaz en la empresa cuando se es una empresa de gran tamaño, pero también nos muestra cómo las empresa de menor tamaño tiene la oportunidad de implementar la RSE dentro de sus empresas haciendo un análisis exhaustivo de la situación de la empresa, ya que se tiene la convicción de que las empresas más pequeñas no tienen la capacidad económica de asumirla y ponerla en marcha, pero al analizar un análisis profundo se llega a la conclusión de que dependiendo del desempeño financiero será viable su implementación.

Si bien es claro que los factores determinantes de la RSE son:

El tamaño

El desempeño financiero

El riesgo

Son factores que en la mayoría de las veces juegan a favor o en contra dependiendo de la situación de cada empresa.

Ahora teniendo en cuenta la **Teoría de holgura** en la se establece que en la medida que hay mayores recursos en las empresas habrá mayor probabilidad de que las empresas inviertan en prácticas sociales, en este caso sería como una contradicción a lo antes expuesto, si bien es coherente la afirmación no siempre funciona de esa manera ya que tenemos como antecedente que todo depende de la capacidad y el manejo de cada empresa de sus factores

que son los que determinan la viabilidad de asumir y de implementar la RSE en cada empresa.

Así pues se las características de la RSE son realizar la reestructuración de los sistemas de gestión, que se puedan actualizar para que estos sean más ágiles, además sean flexibles y eficaces, también queda establecido que los elementos y formas de gestionar estratégicamente la RSE incluye el medio ambiente, la acción social, creatividad en formas de gestión de las empresas, la gestión de los recursos humanos, innovación y relación con recursos y comunicación, concluimos que la combinación del factor económico, social y ambiental genera en la empresas rentabilidad, liquidez, margen comercial que se traduce en ventaja competitiva que la hace sostenible a través del tiempo y viable.

Y es ahí donde me hago ciertas preguntas ¿se podría decir que la práctica de la RSE hace mejor a una empresa que la que no la práctica?, para mí no la hace mejor, pero si la hace más llamativa a la vista de la comunidad y de los clientes, ya que brinda beneficios en general, además de que se preocupa por su población, personal y su entorno en general, ¿Se consideraría importante que las empresas realicen prácticas de RSE? Para mi si es muy importante ya que permite a la empresa tener cierto sentido de pertenencia en su sociedad, entorno y en el medio ambiente brindándole posibilidades de crecimiento empresarial y rompimiento de barreras comerciales.

Por ejemplo McWilliams, Siegel y Wright dice que la responsabilidad Social Empresarial se define como: “situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley” y para Baltazar, C., considera la RSE como “(...) una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en

beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas”.

Un estudio de la responsabilidad social de las empresas demuestra que nueve de cada diez personas estarían dispuestas a pagar por productos que destinen sus ingresos a proyectos de características sociales, pero siete de cada diez personas pagarían más por productos que destinen sus ingresos a temas ecológicos. (Valenzuela Fernández, Jara-Bertin, y Villegas Pineaur, 2015).

A decir verdad, la RSE es un tema que muchos han adoptado por las puertas que abre y por la imagen que proyectan ante la sociedad, sin embargo, no todos se encargan de cumplir el rol de ser socialmente responsables, es por esta razón que se ha venido implementando desde un tiempo y con más personas interesadas en el campo ya que ahora no solo es por crear imágenes sino también para apoyar realmente a la sociedad.

Después de leer un poco de la responsabilidad social empresarial RSE podemos decir que las empresas deben orientarse no solo a la creación de lo económico sino a también a la mejora y ayuda al bienestar de sus colaboradores, entorno y el medio ambiente, valiéndose de sus valores corporativos y que permitan brindar una verdadera responsabilidad social empresarial.

Este nuevo contexto comunicativo organizacional está cambiando la forma en la que se entiende la comunicación de la RSE y los modelos que han inspirado su comunicación hasta ahora. Hace veinte años, Esrock & Leichty (1998) señalaron que las empresas estaban utilizando su presencia en internet para mejorar su reputación, a través de la comunicación de sus actividades de RSE. Autores más recientes como Kim (2019) agregan que la comunicación de los atributos sociales puede tener un impacto positivo en la reputación de

las organizaciones. Y algunos estudios indican que mayoritariamente los profesionales de la comunicación consideran que la comunicación de la RSE es muy importante y debe ser informada a los públicos (Navarro, Moreno & Al-Sumait, 2017). Sin embargo, los efectos positivos de la reputación se producen cuando los públicos participan en el proceso de comunicación y la formulación de estas actividades. Por esta razón, promover el diálogo con los públicos a través del proceso de comunicación es necesario para fortalecer la reputación corporativa. Paul Capriotti, Ileana Zeler (2020).

Marco institucional

Tabla 1. Marco institucional



Industria Panificadora La Gitana – Carlos A. Castañeda y CIA SCA.

Nombre de la empresa La industria panificadora la Gitana es una empresa de panificación industrial que fue fundada en 1951 en Palmira Valle del Cauca por los señores Carlos Alberto Castañeda Vargas y la señora Marina Esther Cadena Rodado, está desde sus inicios fue fundada como una panadería familiar donde una pareja de esposos trabajó arduamente para salir adelante y poco a poco ir creciendo y junto a su hijos seguir trabajando y siguiendo el legado y buscando ser la empresa con los mejores productos de panificación de la empresa.

- Sector** Es una pequeña empresa industrial del sector secundario de la economía, que fabrica productos de panificación industrializado, cuenta con 50 trabajadores, que son los encargados de la realización de la producción y despacho de la mercancía.
- Ubicación** Las instalaciones de la empresa y su planta de producción están ubicadas en la calle 29 # 22-53 del barrio la trinidad de la ciudad de Palmira Valle.
- Misión** Contribuir a la alimentación sana, nutritiva y económica de la familia colombiana, con sabrosos productos de panadería y pastelería de excelente calidad, a través del abastecimiento diario a los canales de distribución con marcas que generen rentabilidad a nuestros clientes y accionistas.
- Somos una empresa de tradición que trabaja día a día para consolidar nuestra posición como los líderes a nivel regional, fortalecernos a nivel nacional y conquistar un segmento del mercado Internacional.
- Visión** En el 2025 llegar a ser la segunda empresa de panificación más importante en Colombia, con productos de panadería y pastelería participando en los principales mercados nacionales, creciendo en el mercado internacional, apoyados en un excelente equipo humano.

- Valores** Panadería "La Gitana" es fundada el 22 de octubre de 1.951 con un pequeño punto de venta en la ciudad de Palmira y basada en valores fundamentales como:
- Rigurosa ética comercial.
 - Excelente relación con sus colaboradores, proveedores y clientes en general.
 - Cordiales y respetuosas relaciones con las autoridades en general.
 - Respeto: Valoración de la persona que se expresa a través del buen trato, el reconocimiento a la importancia de la diversidad y búsqueda de complementariedad.
 - Perseverancia y amor al trabajo: Fuerza que impulsa a disfrutar del trabajo; a realizarlo con disciplina, constancia y generosidad, dando lo mejor de sí para lograr los objetivos, superando los obstáculos con recursividad.
 - Honestidad: Recto proceder obrando con transparencia, cumpliendo las normas morales y de la empresa, siendo responsables y justos en el actuar.
 - Bienestar: Generar un buen ambiente de trabajo mediante un liderazgo que promueva la reciprocidad y el compromiso con el desarrollo empresarial y el logro de la misión.
 - Creatividad e innovación: Generación y estímulo a las ideas por parte del talento humano que contribuya a crear valor y diferenciación para los clientes; que se refleje en productividad para la organización, apoyados en una renovación continua de todas las actividades de la compañía.
 - Austeridad y cuidado de los recursos: Invertir en lo esencial con criterio de calidad y servicio, sin ostentación. Evaluar el aporte de cada inversión y cada gasto en la permanencia y desarrollo de la empresa.

**Estructura
Organizacio
nal**

Fuente: Autoría propia

Marco Legal (Ensayo con sus palabras de la Norma ISO 26000)

La panificadora la Gitana es una empresa ubicada en el municipio de Palmira Valle la cual presenta como pilar de seguimiento y desarrollo, la RSE y el cumplimiento con la Norma Iso 26000, teniendo una responsabilidad social establecida y definida de acuerdo al compromiso con el impacto que se pueda llegar a generar en su entorno de acuerdo a sus procesos y el desarrollo de sus actividades, contribuyendo con el desarrollo sostenible del medio ambiente y el bienestar en la comunidad.

Por medio del compromiso con la Norma Iso 26000, se logra estandarizar y llevar a cabo el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial necesario tanto en las organizaciones públicas como privadas, las cuales adoptando esta norma generan desarrollo, progreso y respeto en la comunidad que se encuentran, teniendo en cuenta que no es obligatorio cumplir con ello, pero de llegar a cumplirla generan un gran consenso y ejemplo global

Capítulo 3 - Resultados

Diagnóstico (Resultados y análisis a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información)

Diagnóstico para la Industria Panificadora – La Gitana

Se realizó la encuesta a 11 personas directivas de la organización, se registraron de la siguiente manera.

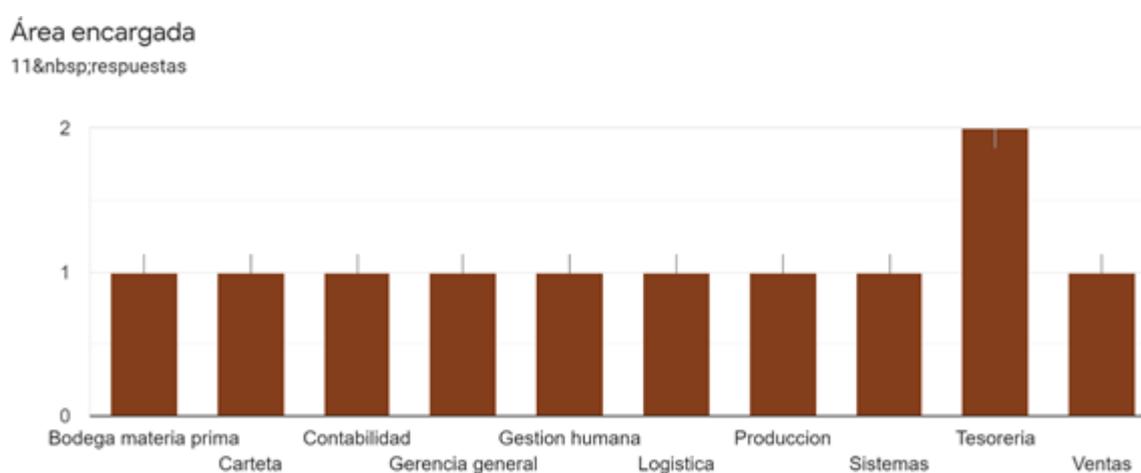


Gráfico 1

1. ¿Realiza seguimiento al impacto y alcance de la toma de decisiones?

11 respuestas

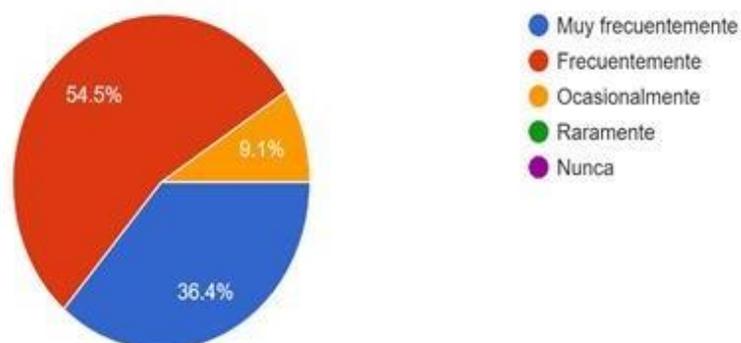


Gráfico 2

Industria Panificadora La Gitana cuenta con un grado de responsabilidad por que hace seguimiento al impacto y al alcance en cuanto a la toma de decisiones pero debe mejorar en este aspecto ya que lo hace de manera frecuente en un 36.4% y es de suma importancia que la alta gerencia ejerza control y seguimiento sobre todas las áreas de la empresa y cómo repercute en la sociedad y en los grupos de interés, además que debe tener bajo control todos los aspectos relacionados con el micro entorno y el macro entorno, así habrá un brecha más estrecha para poder realizar la implementación de la RSE y uno de los factores más importantes ya que siempre la empresa debe medir el impacto y el alcance de todas sus decisiones y de qué forma pueden afectar positiva o negativamente la empresa.

2. ¿El proceso productivo ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa y aportan a la RSE?

11 respuestas

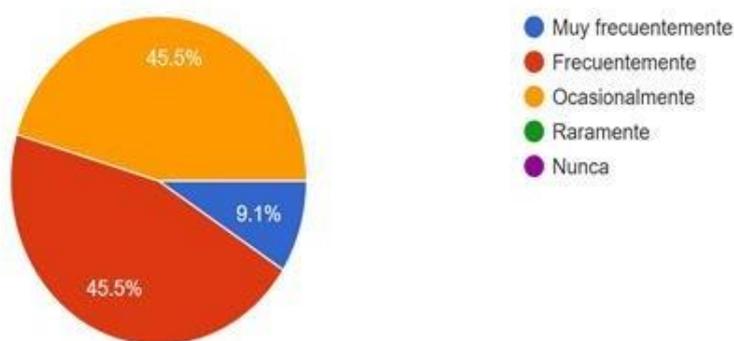


Gráfico 3

Vemos que la Industria Panificadora La Gitana tiende a cumplir los objetivos de la empresa aportando a la RSE con su proceso productivo ya que más del 45% lo ve ocasionalmente relacionado y otro 45% lo ve frecuentemente y con esto no dice que más del 90% en su totalidad cree que la compañía si cumple y ve relación directa con los objetivos y la RSE.

3. ¿Se brindan capacitaciones periódicas, sobre la RSE y la ISO 26000 en la organización?
11 respuestas

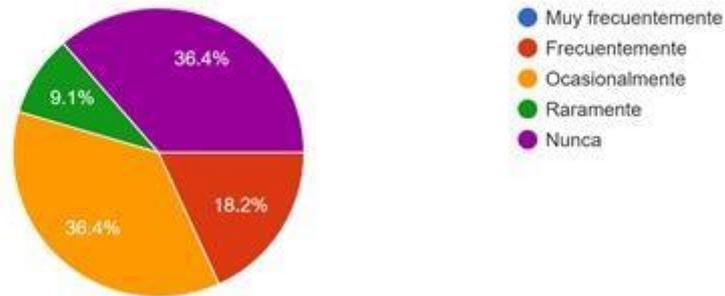


Gráfico 4

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada, se considera bastante preocupante el hecho de que la panificadora la gitana, no brinde con frecuencia capacitaciones periódicas sobre la norma ISO 26000, ya que el desempeño de una organización en temas de compromiso con la sociedad y su impacto en el medio ambiente, es un tema crítico al momento de medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz, teniendo en cuenta que la ISO 26000 proporciona la orientación necesaria sobre los principios y materias fundamentales de responsabilidad social dentro de una organización.

4. ¿Se fomenta el crecimiento personal y profesional de los colaboradores?
11 respuestas

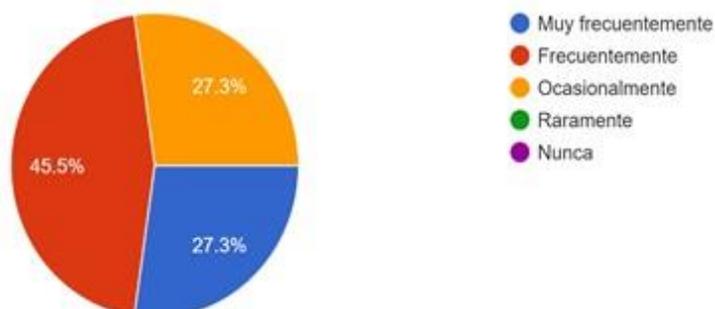


Gráfico 5

Vemos que la Industria Panificadora La Gitana tiende a fomentar el crecimiento de personal y profesional de los colaboradores ya que interpretando la información dada por los colaboradores diciendo que un 45.5% dicen que lo hacen frecuentemente, el 27.3% dijeron que ocasionalmente y el otro 27.3% muy frecuentemente y con esto podemos afirmar que la empresa si cumple con el fomento del crecimiento de sus colaboradores.

5. ¿La compañía vigila el desarrollo de las actividades en cuanto a seguridad Industrial, bienestar e higiene y se realiza el debido análisis de los acci...ajo y enfermedades laborales a través del COPASST?
11 respuestas

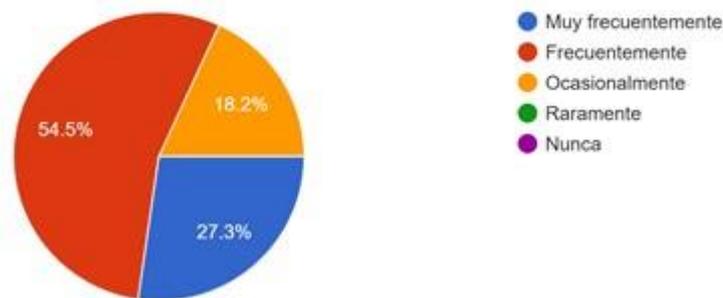


Gráfico 6

La Industria Panificadora La Gitana cuenta actualmente con el COPASST, sin embargo, requiere un fortalecimiento de los procesos que abarca, aunque se hace un seguimiento frecuente a las actividades que involucran la seguridad industrial, se evidencia una gran oportunidad de mejora, ya que la ejecución del COPASST debe estar al 100%.

6. ¿Contribuye actualmente al proceso sostenible y al impacto ambiental?

11 respuestas

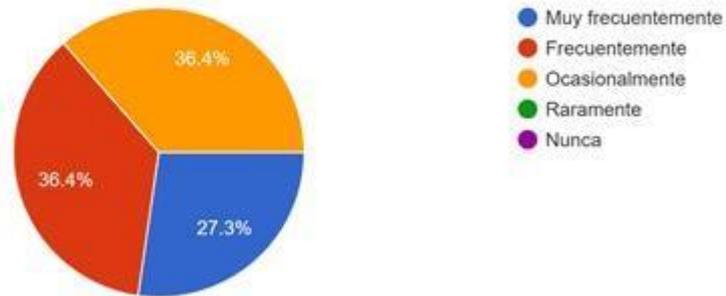


Gráfico 7

Actualmente Industria Panificadora La Gitana debe mejorar la contribución al proceso sostenible y al impacto ambiental ya que se observa que solo en un 27.3% lo hace de manera muy frecuente y debe incrementarlo de manera significativa teniendo en cuenta que dentro de la implementación de la RSE la empresa debe contribuir de manera significativa y pueda abarcar además de dar la importancia necesaria al tema del medio ambiente y la sostenibilidad.

7. ¿La empresa selecciona de manera responsable y ética sus proveedores, socios y contratistas, garantizando que estos cumplan con parámetros ambientales, sociales, para proteger su propia reputación?

11 respuestas

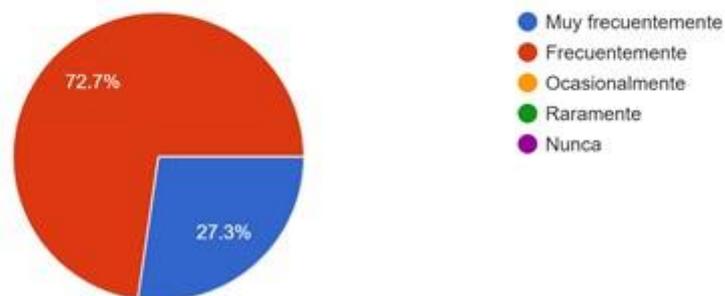


Gráfico 8

La Industria Panificadora La Gitana, mantiene unas prácticas justas de operación, las cuales implican una conducta ética en sus transacciones y relaciones con otras compañías u organizaciones, sus proveedores, clientes, socios y empleados, actualmente trabaja en el mejoramiento continuo de sus procesos de la cadena de Valor.

8. ¿Manejan políticas anticorrupción?

11 respuestas

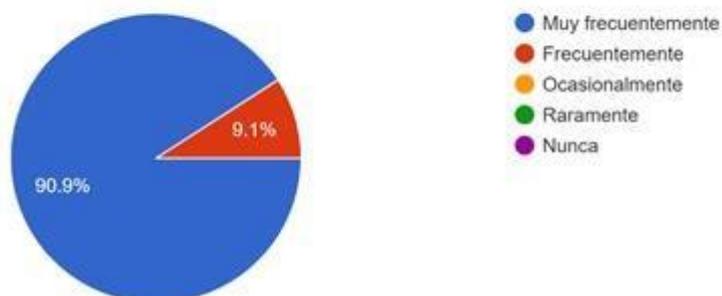


Gráfico 9

La Gitana es una microempresa que tiene muy en cuenta las políticas anticorrupción y es una de sus prioridades, así todas las partes con las que se tiene relaciones comerciales y sus trabajadores se sienten confiados al momento de negociar o tener relación con la compañía.

9. ¿Involucran a los consumidores al consumo responsable y sostenible?

11 respuestas

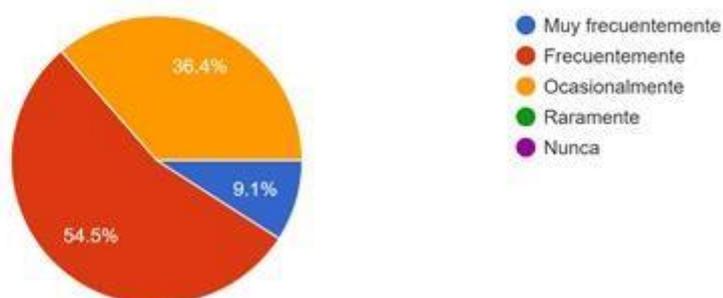


Gráfico 10

Los consumidores son parte fundamental de una organización al igual que sus trabajadores, la microempresa frecuentemente (54,4%) y ocasionalmente (36,4%) involucran a que tengan un consumo responsable y sostenible.

Cabe resaltar, que al realizar e incentivar estas prácticas responsables y sostenibles con los consumidores se crea un hábito que se acople a las necesidades actuales del planeta y su conservación.

10. ¿Se llevan a cabo programas de concientización sobre la importancia del desarrollo sostenible y el desarrollo de las buenas prácticas ambientales...ve la responsabilidad social en la cadena de valor?
11 respuestas

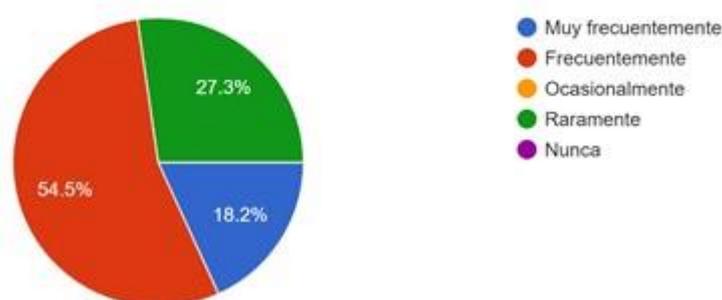


Gráfico 11

La responsabilidad social va más allá de leyes y normas que debe cumplir una organización, teniendo en cuenta que esta influye directamente en el medio ambiente y la sociedad en medio de la cual se llevan a cabo sus operaciones. Se puede observar de acuerdo a los resultados de la encuesta realizada, que la panificadora la Gitana muestra buenos resultados en cuanto a temas de participación activa y desarrollo de la comunidad, teniendo en cuenta que de acuerdo a las preguntas realizadas basadas en este tema, el 81,8% está de acuerdo con que en la organización se promueve con frecuencia la responsabilidad social en la cadena de valor, y se llevan a cabo programas de concientización sobre la importancia del

desarrollo sostenible y las buenas prácticas ambientales, teniendo ello como objetivo final el de mejorar la situación valorativa y competitiva de la empresa.

Análisis

La Industria Panificadora La Gitana cuenta con un grado de responsabilidad por que hace seguimiento al impacto y al alcance en cuanto a la toma de decisiones pero debe mejorar en este aspecto ya que lo hace de manera frecuente en un 36.4% y es de suma importancia que la alta gerencia ejerza control y seguimiento sobre todas las áreas de la empresa y cómo repercute en la sociedad y en los grupos de interés, además que debe tener bajo control todos los aspectos relacionados con el micro entorno y el macro entorno, así habrá un brecha más estrecha para poder realizar la implementación de la RSE y uno de los factores más importantes ya que siempre la empresa debe medir el impacto y el alcance de todas sus decisiones y de qué forma pueden afectar positiva o negativamente la empresa.

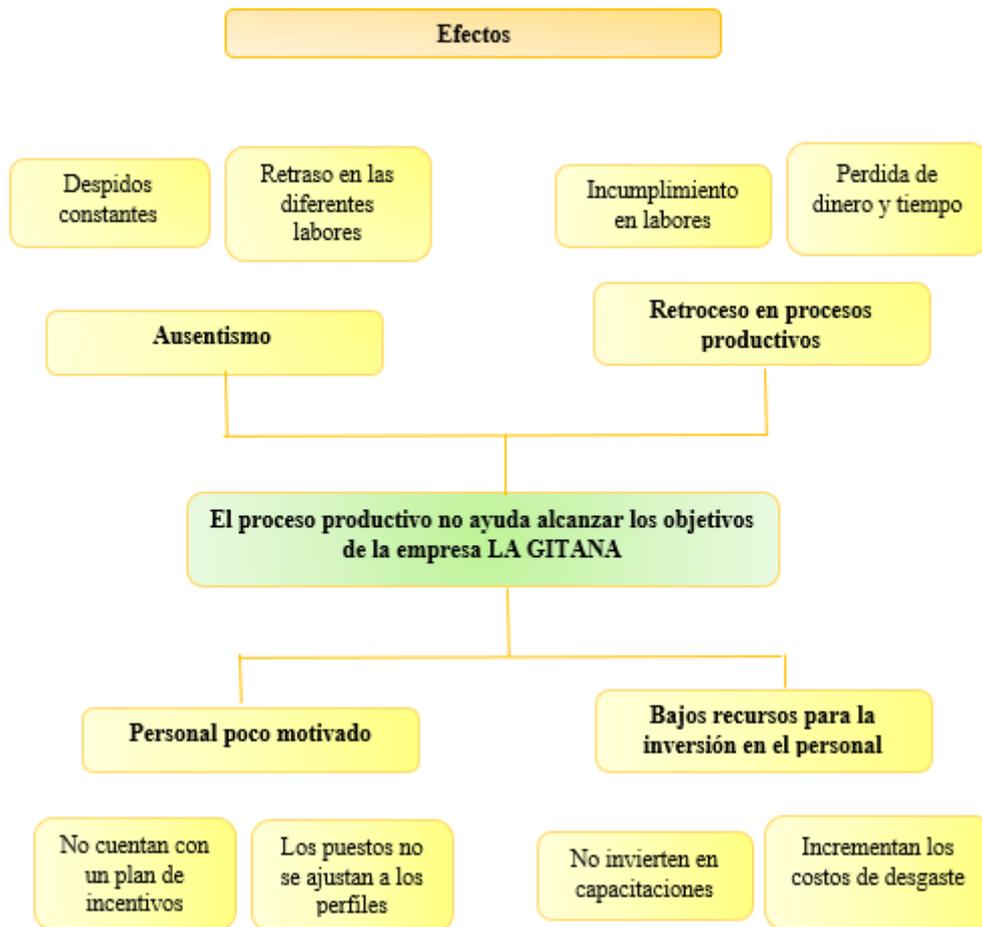
La Gitana, es una microempresa del sector secundario que contribuye con la responsabilidad social, sin embargo, en algunos aspectos se debe mejorar, para los directivos es importante sus trabajadores, también las relaciones que establecen con terceros como proveedores o clientes y cómo sus prácticas afectan al medio ambiente y la sociedad.

Dentro de los aspectos a mejorar cabe aclarar que la Industria Panificadora la Gitana debe ceñirse a los requerimientos para poder la implementar de manera formal la RSE, el compromiso de la alta gerencia frente al tema es primordial al igual que los ajustes y los controles estrictos al alcance y al impacto y consecuencias de cada decisión que se tome dentro la empresa.

Vemos que la Industria Panificadora La Gitana busca que su proceso productivo ayude a la empresa a cumplir los objetivos de la misma y más que pueda ayudar a fomentar

las prácticas basadas en la RSE, pero por ejemplo en el tema del crecimiento del personal es muy favorable, esta compañía se identifica y compromete con el este y que su personal crezca tanto personal como profesionalmente.

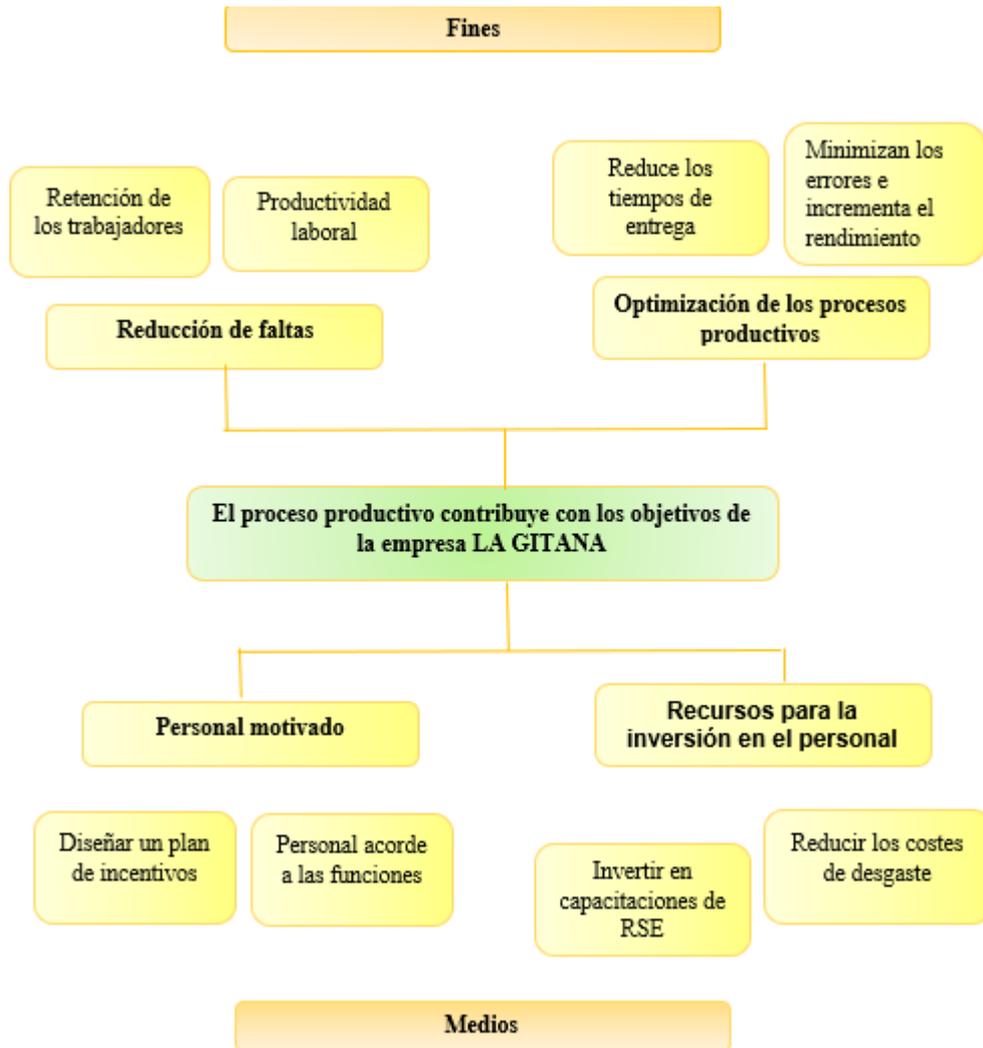
Matriz de marco lógico



Fuente: autoría propia (2021)

Ilustración 2. Árbol de problemas

Mediante el árbol de problemas podemos identificar la razón central o de mayor impacto de manera negativa, seguido se realiza una clasificación de causas y efectos que tienen un impacto en el desarrollo de la gestión en la empresa La Gitana.

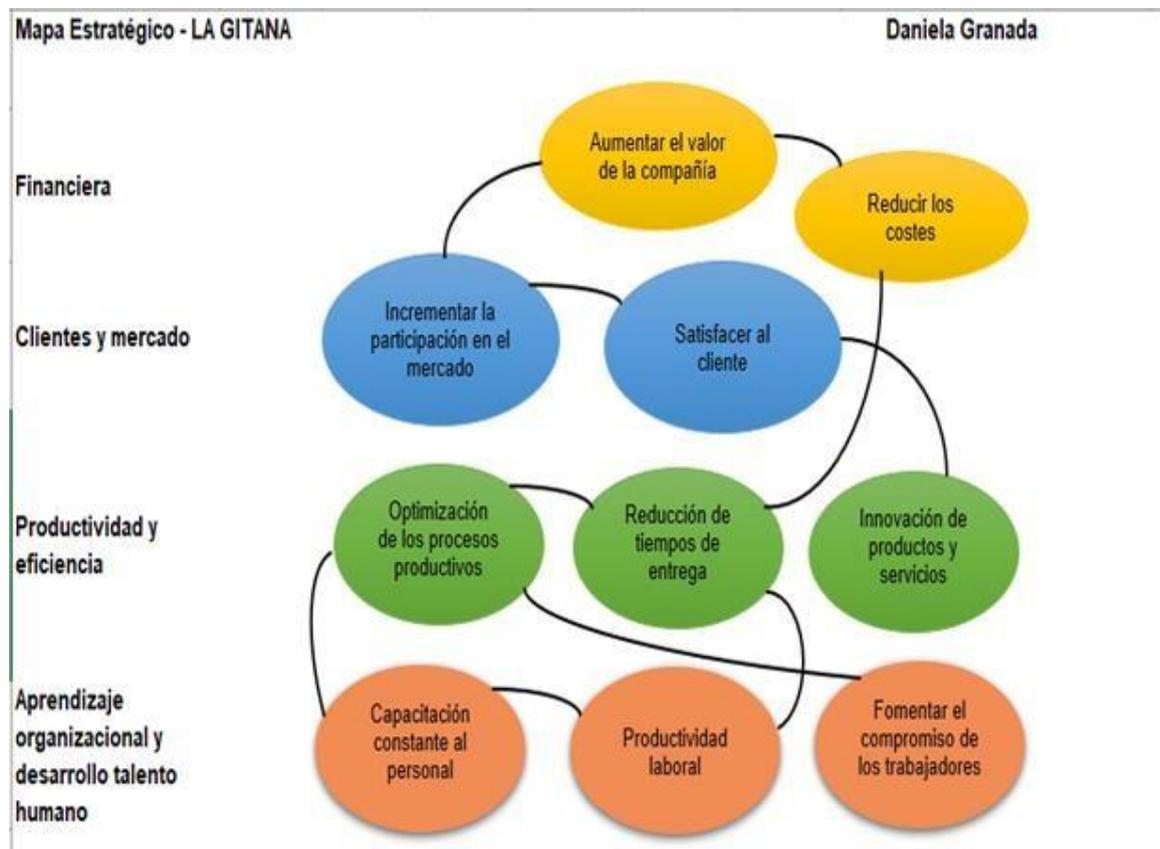


Fuente: autoría propia (2021)

Ilustración 3. Árbol de objetivos

Mediante el árbol de objetivos podemos identificar la razón central y transformarla para lograr una buena gestión en la empresa La Gitana.

Mapa estratégico y explicación a partir de la dimensión económica, social y ambiental e inclusión de los stakeholders.



Fuente: autoría propia (2021)

Ilustración 4. Mapa estratégico

En el mapa estratégico podemos visualizar las estrategias que se deben llevar a cabo para el alcance de los objetivos planteados, también vemos que cada una de las estrategias se entrelazan con otras, esto con el fin de identificar las relaciones y cómo se influyen directamente.

STAKEHOLDER INTERNO**STAKEHOLDER EXTERNO**

Junta directiva	Entes gubernamentales
Colaboradores	Acreedores
Acreedores	Marcas de la competencia
	Proveedores
	Clientes
	Almacenes de Cadena

Fuente: autoría propia (2021)

Tabla 2. Cuadro de stakeholders

La tabla anterior identifica los grupos de interés relacionados con la industria panificadora la gitana.

Capítulo 4 - Plan de mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento (con sus respectivas explicaciones)

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Inversión de recursos en incentivos y capacitación de personal	<p>Detectar las necesidades e irregularidades presentadas en los procesos de producción de la empresa, identificando cuáles serán los puntos específicos en los cuales se debe capacitar y preparar el personal, teniendo en cuenta las necesidades e innovación de la planta, logrando la identificación de la ejecución y el programa de capacitación adecuado, y así finalmente y por medio de la identificación de los recursos necesarios, llevar a cabo el proceso de capacitación en el grupo de trabajo, Por otro lado, y de acuerdo a los incentivos para los trabajadores, se deberán establecer metas de producción y venta teniendo en cuenta que, al obtener incentivos por lograr estos objetivos, se llevará a cabo un aumento en la producción. 1. la producción mensual es aproximadamente de 50'000.000 de pesos y al año serian 600'000.000 de pesos. 2. Se llevará a cabo la entrega de 5'000.000 de pesos mensuales en incentivos por cumplir la meta de superar la producción actual en un 20%.</p> <p>3. Se llevará a cabo una capacitación anual la cual tiene un costo de 2'000.000 de pesos.</p> $p(\text{Aumento producción}) = \frac{x}{n} \times 100 = \frac{120'000.000}{600'000.000} \times 100 = 20 \text{ - } p(\text{Producción normal}) = 100 - p(\text{Aumento producción})$ $= 100 - 20 = 80$	1 año	62'000.000 pesos anuales	Llevando a cabo esta estrategia se realizará un aumento anual del 20% en la producción, la cual sería igual a 120'000.000 de pesos x año.
Social	Proyecto de Promociones Especiales pague 1 lleve 2 en todos los productos nuevos de Panadería.	Se espera que con la implementación de este proyecto las ventas se dupliquen y el porcentaje de ventas crezca. Se producirán 1000 unidades de promociones. En los 3 meses de ejecución de la Promoción se vendieron 800 Unidades en total, de las cuales 680 unidades fueron productos de Promoción y 120 unidades fueron productos de línea sin la oferta.	3 meses	\$50,000,000	

P (Promociones) = $x/n * 100 = 680/800 * 100 = 85 \%$
 P (Productos de línea sin promoción) = $100 - P$
 (Promociones) = $100 - 85 = 15 \%$

$$p = \left\{ \begin{array}{l} x \\ x \end{array} \in R, \frac{x}{n} * 100, n \neq 0, x \leq n, 0 \leq p \leq 100 \right.$$

Ambiental

Optimización de los procesos productivos

Llevar a cabo un proceso de producción por medio del cual se generen actividades productivas y de servicios, aplicando una estrategia ambiental que presente enfoques de administración eficientes y preventivos en los recursos ambientales, por medio de la minimización en el uso de los recursos naturales, para llevar a cabo esta estrategia se debe tener en cuenta los siguientes valores: 1. la compañía realiza el pago en servicios de agua, energía y gas natural anualmente por un valor de 25'000.000 de pesos aprox. 2. inicialmente se debe realizar una inversión de aproximadamente 3'000.000 de pesos para capacitación al personal y adecuación en el proceso de producción.

1 mes

3'000.000 pesos

Desarrollando esta estrategia se realiza un descuento anual del 20% en el pago de los servicios de agua, gas y energía por un valor de 5'000.000, realizando el pago de solo el 80% del dinero que se paga habitualmente cada año.

$$\begin{aligned}
 (\text{Descuento servicio}) &= \frac{x}{n} * 100 = \frac{5'000.000}{25'000.000} * 100 = 20 \therefore p(\text{Pago servicios}) = 100 - p(\text{Descuento servicios}) = 100 - 20 \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

Fuente: autoría propia (2021)

Tabla 3. Plan de seguimiento

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial es un reto para muchas de las empresas y micro empresas Colombianas, en la actualidad no hay una ley estipulada para la implementación de este modelo y es totalmente voluntario, sin embargo, muchos han optado por seguir los lineamientos de la RSE ya que es importante y tiene cambios significativos en la gestión de las empresas.

Por último, este documento contiene información de la Industria Panificadora La Gitana donde se evidencia la carencia de la responsabilidad social dentro de las diferentes áreas de la compañía, partiendo desde el problema principal como base del desarrollo y la elaboración de un plan de acción y seguimiento con tres áreas fundamentales (económico, social, ambiental) con durabilidad de 12 meses.

Referencias

Baca, Dr VICTOR GIUDICE «TEORIAS DE LOS CICLOS ECONOMICOS [1] » s.f., 21.
https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/VGiudiceV/publ/TeoriasCiclosEconomicos.pdf

Bermúdez-Colina, Y., Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=132586094&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Bienestar Social, Económico y Ambiental para las Presentes y Futuras Generaciones. Accedido 8 de febrero de 2021.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642013000200013.

Biografía de Max Weber. Accedido 13 de febrero de 2021.
https://www.biografiasyvidas.com/biografia/w/web_er_max.htm.

Calvo, Patrici. «Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos». *Tópicos (México)*, n.º 47 (diciembre de 2014): 199-232.
 Recuperado de,
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-66492014000200008#_ftnref10

Capriotti, Paul, Ileana Zeler, Paul Capriotti, y Ileana Zeler. «Comunicación de la responsabilidad social empresarial de las empresas de América Latina en Facebook: estudio comparativo con las empresas globales». *Palabra Clave* 23, n.º 2 (junio de 2020). <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.2.7>.

CepymeNews. «Estrategias competitivas genéricas de Michael Porter». Text. CepymeNews. <http://www.upthemedias.com>, 26 de marzo de 2020.
<https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter/>.

Contabilidad 360, Olga Alfonso Martínez en. «Gerencia estratégica y sus componentes», 30 de octubre de 2016.

<https://contabilidad360.wordpress.com/2016/10/30/gerencia-estrategica-y-sus-componentes/>.

Desarrollo Social. Recuperado de:

http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_dsocial.htm#_ftn1.

Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. Recuperado de

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>

Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuadernos de Administración. 29(52), 196-206. Recuperado de

<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>

Ética Según Varias Definiciones De Diferentes... | Monografías Plus.

<https://www.monografias.com/docs/%C3%89tica-Seg%C3%BAAn-Varias-Definiciones-De-Diferentes-Autores-PKC39X3RL9CP>.

Franco, Franco de, y María Josefina. «EL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO EN LOS GERENTES BASADO EN LA FILOSOFÍA DE LOS INSTITUTOS AUTÓNOMOS DEL SECTOR PÚBLICO» . . . ISSN, s. f., 15. Recuperado de,

[http://www.spentamexico.org/v7-n3/7\(3\)46-58.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n3/7(3)46-58.pdf)

García, O. (2016). Fundamentos teóricos de la planeación estratégica. [Formato de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/9476>

González, Jorge, Flor Salazar, Raúl Ortiz, y Darwin Verdugo. «Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones». *Telos* 21, n.º 1 (7 de enero de 2019): 242-67. <https://doi.org/10.36390/telos211.12>

González, Y., Manzano, O. y Torres, M. (2018). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria.

Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia, [S.l.], p. 53 – 76.

Recuperado de

<http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3138>

González, Y., Manzano, O & 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>

Industria panificadora la gitana. Recuperado de <https://www.lagitana.com.co/>

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

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

La administración de las organizaciones de profesionales: una perspectiva neoclásica:

A la memoria de Peter F. Drucker.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33232010000100004.

La estrategia en la administración • gestiopolis. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/la-estrategia-en-la-administracion/>.

«¿La excelencia empresarial es un gran reto para las organizaciones?»

<https://www.isotools.org/2017/04/17/excelencia-empresarial-gran-reto-organizaciones/>.

La Teoría clásica de la Administración: orígenes, principios y funciones -

Aprendiendo Administración. Accedido 9 de febrero de 2021.

<https://aprendiendoadministracion.com/la-teoria-clasica-la-administracion/>.

Medina, M & 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>

Miranda, Taymer, A. Suset, Aida Cruz, Hilda Machado, y Maybe Campos. «El Desarrollo sostenible: Perspectivas y enfoques en una nueva época». *Pastos y Forrajes* 30, n.º 2 (junio de 2007): 1-1. Recuperado de,

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03942007000200001

Morales, W. (2018). Ética "compromiso con la verdad". Recuperado de:

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/23731>

Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). *Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto "Contigo en tus finanzas en aula" del Banco de Crédito del Perú*. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.AF49E844&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Navarrete, Angélica Patricia Samboni, y Juan Guillermo Blanco Torres.

«HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE INTERESADOS UTILIZADAS EN LAS ETAPAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS», s. f., 49. Recuperado de,

http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/2549/1/Herramientas_Interesados_Gestion_Etapas_Control_Proyectos_Samboni_2015.pdf

- Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: Entramado, 11(2). 72-90. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>
- Pensamiento estratégico, Análisis Portafolio, 28 de marzo de 2017 | Opinión | Portafolio <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/pensamiento-estrategico-analisis-portafolio-28-de-marzo-de-2017-504503>.
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. Folletos Gerenciales, 22(3), 180–189. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. Visión Gerencial, (2),328-343. [fecha de Consulta 2 de marzo de2020]. ISSN: 1317-8822. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>
- Tavira, Dr Enrique Guadarrama. «Teorías de la Organización y Pensamiento Estratégico», s. f., 98. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69959/secme-3416_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valenzuela Fernández, L., Jara-Bertin, M., & Villegas Pineaur, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, Reputación Corporativa y Desempeño Financiero. Revista de Administración de Empresas, 17.
- Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. Revista de Administração de Empresas, 55(3), 329-344. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329

Villalaz, Ing Luis Pimentel, y Septiembre de. «PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA»,
s. f., 13

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf

Villalaz, Ing Luis Pimentel, y Septiembre de. «PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA»,
s. f.,

13.http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

https://docs.google.com/document/d/1DM4-FpU_fzxsSn7-4ipvUui_quhhlBnbE-ORIFbe9lo/edit?usp=sharing

Anexo B. Formato de Recolección de Información

Encuesta (Diagnostico – Industria panificadora La Gitana)

https://docs.google.com/document/d/1DM4-FpU_fzxsSn7-4ipvUui_quhhlBnbE-ORIFbe9lo/edit?usp=sharing