

**Responsabilidad Empresarial y Análisis de su Aplicación en la Empresa de Diseño y
Confección De Ropa Infantil Luisa María**

David Camilo Perez Galindo

Karen Robins Valencia

Carmen Yuliana Figueroa Pascuaza

Mireya Esperanza Zemanate Muñoz

Yonier Gaviria Caicedo

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

Noviembre 2021

**Responsabilidad Empresarial y Análisis de su Aplicación en la Empresa de Diseño y
Confección De Ropa Infantil Luisa María**

David Camilo Perez Galindo

Karen Robins Valencia

Carmen Yuliana Figueroa Pascuaza

Mireya Esperanza Zemanate Muñoz

Yonier Gaviria Caicedo

Henry Hurtado

Asesor

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

Noviembre 2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	6
Palabras Claves	6
Abstract.....	7
Keywords	7
Capítulo 1. Antecedentes	8
Introducción	8
Problema	8
Objetivos	10
Capítulo 2. Marcos Referenciales	11
Marco conceptual.....	11
Marco Teórico.....	14
Marco institucional	23
Marco Legal	25
Capítulo 3. Resultados	28
Diagnóstico	28
Matriz de Marco Lógico	37
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	41
Plan de Acción y de Seguimiento	42
Conclusiones.....	46
Referencias.....	48
Anexos	51

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	42
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	43
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	43

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Árbol de problemas para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil</i> <i>Luisa María</i>	38
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil</i> <i>Luisa María</i>	39
Figura 3. <i>Mapa Estratégico para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil</i> <i>Luisa María</i>	41

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	50
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	50

Resumen Analítico Especializado

Título	Responsabilidad Empresarial Y Análisis De Su Aplicación En La Empresa De Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María
Autores	David Camilo Perez Galindo , Karen Robins Valencia, Carmen Yuliana Figueroa Pascuaza, Mireya Esperanza Zemanate Muñoz, Yonier Gaviria Caicedo.
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Henry Hurtado
Año	2021
Palabras clave	Cliente, empresa, estrategias, implementación, responsabilidad, social, sostenibilidad.
Resumen	Este documento se trata de un estudio realizado a la empresa confecciones de ropa infantil Luisa María con el fin de buscar el desarrollo de un plan que mejore la implementación de RSE, que logre obtener estrategias y beneficios, en su toma de decisiones, manteniendo su punto de equilibrio entre éxito de la empresa y aporte a la sostenibilidad.
Problema de investigación	La empresa confecciones de ropa infantil Luisa María no promueve la creación de objetivos y estrategias para ser socialmente responsable;
Metodología	Para el desarrollo del presente estudio, primeramente nos guiamos con la norma ISO 2600 para conocimiento de la implementación de RSE y con ello poder continuar con la creación y aplicación de un instrumento de recolección de información, el cual es analizado para determinar hallazgos y proceder a das solución por medio de un plan de acción.
Principales resultados	Implementación de estrategias, beneficios y oportunidades que obtendrá confecciones Luisa María logrando éxito y buena posición en el mercado con fidelidad de sus clientes por medio de la realización de prácticas socialmente responsables.
Conclusiones	Mediante la RSE nos podemos dar cuenta que es una herramienta de vital importancia la cual nos enseña y nos conlleva a obtener mejores resultados frente a los productos, empleados y el medio ambiente en general ya que aporta a la sostenibilidad y crea impacto positivo a nivel empresarial.
Referencias	“Norma ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf ”

Resumen

En este documento se comprende un análisis de la situación actual de la empresa confecciones Luisa María y se propone un plan para mejorar con lo que se busca Implementar estrategias en las decisiones y actividades realizadas que permitan lograr mayores beneficios, fidelidad de los empleados, sostenibilidad en el tiempo, aceptación y liderazgo.

Después de realizar un diagnóstico y además un análisis del mismo en cuanto a las prácticas que actualmente lleva la empresa, se identifica que confecciones Luisa María no promueve la creación de objetivos y estrategias para ser socialmente responsable; principalmente por falta de incentivos a los empleados y apoyo al personal, inadecuado manejo de residuos contaminantes, ausencia de licencias ambientales para una buena gestión y regulación de precios; además de deficiencia en cuanto a herramientas de control o seguimiento, por ende se plantea un plan de mejora que subsane los problemas actuales y genere un impacto en el ámbito social que ayude a producir eficientemente y mitigar la contaminación ambiental, así mismo se formula un código de ética basado en los principios y valores empresariales, colaboradores y stakeholders que fomente una adecuada cultura organizacional.

Palabras Clave: Empresa, estrategias, implementación, RSE, sostenibilidad.

Abstract

This document includes an analysis of the current situation of the company confecciones Luisa María and proposes a plan for improvement with which it seeks to implement strategies in the decisions and activities carried out to achieve greater benefits, employee loyalty, sustainability over time, acceptance and leadership.

After conducting a diagnosis and an analysis of the company's current practices, it is identified that Luisa María clothing does not promote the creation of objectives and strategies to be socially responsible; mainly due to lack of incentives to employees and support to personnel, inadequate management of polluting waste, absence of environmental licenses for good management and price regulation; Therefore, an improvement plan is proposed to remedy the current problems and generate an impact in the social sphere that helps to produce efficiently and mitigate environmental pollution, as well as a code of ethics based on business principles and values, collaborators and stakeholders that promotes an adequate organizational culture.

Keywords: Company, strategies, implementation, RSE, sustainability, Sustainability

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

La RSE surge como pilar para alcanzar metas del área económica dentro de una empresa, además que es una buena forma de que todos los colaboradores externos e internos se vean involucrados dentro de todo el proceso para aportar al desarrollo socioeconómico; esto partir de la implementación de buenas prácticas empresariales, entre las cuales podemos decir que la empresa debe estar comprometida con aportar en pro del mejoramiento social, ambiental y económico, por ello para que una empresa sea responsable socialmente debe cumplir con factores de calidad que se encuentran reglamentados bajo la norma ISO. La implementación de la RSE permite a la empresa u organización que se incremente su valor añadido, además de que la empresa entraría a ser más competitiva y crearía importante impacto social, ambiental y económico.

La empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María pertenece al sector textil y de confección del Cauca, pues se dedica a diseñar y confeccionar prendas de vestir infantiles siempre buscando la satisfacción de sus clientes. La administración de esta empresa son los encargados de estar atentos a todos los movimientos de la empresa y en conjunto con el trabajo de los colaboradores cuidan y protegen su bienestar.

A partir de un previo estudio a la empresa antes mencionada, se analiza si esta es o no una empresa socialmente responsable, detectando fallas en ese aspecto por medio de una recolección de información y por tanto se crea un plan de acción en donde se plantean estrategias para combatir ciertas falencias en la implementación de la RSE y así hacer de “Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María” una empresa amable ambiental, social y económicamente.

Problema

Dentro de la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María se identifica como problema principal el hecho de que no se promueve la creación de objetivos y estrategias para ser responsable socialmente, esto ya que la empresa no ha actuado de manera significativa para hacer aportes en pro del mejoramiento del medio ambiente y la comunidad. Este problema identificado puede traer consigo más inconvenientes para la empresa a largo y a corto plazo, pues la empresa puede incurrir en una disminución de clientes, minoría de la rentabilidad, ser menos competitiva en el mercado, su reputación también se verá sumamente implicada y cada uno de estos puede hacer que la empresa no progrese y por el contrario se vea sumamente afectada hasta llegar a la quiebra por ello es importante darle manejo a esta situación por medio de la implementación de buenas practicas éticas.

Por lo anterior la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María debe crear un plan de acción con estrategias dentro de sus metas organizacionales que se deben llevar acabo para hacer posible la implementación de la RSE dentro de la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Mejorar la implementación de la RSE dentro de la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María

Objetivos Específicos

Identificar la situación real de la empresa por medio de la recolección de información.

Identificar los problemas de la empresa.

Plantear objetivos a partir de los problemas identificados.

Crear estrategias dentro de la empresa para ser responsable socialmente.

Hacer un plan de acción para llevar a cabo por la empresa para la implementación de la RSE.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Los marcos referenciales son unos puntos importantes y necesarios en nuestra investigación dentro de la empresa Diseño y Confección De Ropa Infantil Luisa María ya que nos permite conocer los antecedentes, conceptos entre otras, por lo cual a partir de ellos nos permiten identificar interrogantes dentro de la investigación.

Marco conceptual

Ética.

La ética es una disciplina que estudia el comportar de los humanos, por tanto se podría decir que trata de una serie de principios que conllevan a distinguir entre comportamientos buenos o malos para el ser humano para con ello se entablen relaciones con esencia única de cada persona. Cortina, A. (1994), Maturana, H. y Várela, F. (2002), Betanzos (2017, p. 16)

Ética Empresarial.

La ética empresarial abarca un conjunto de comportamientos y valores que se deben tener en cuenta dentro de una organización, donde cada integrante debe aportar lo mejor de el para hacer posible el logro de los objetivos propuestos a nivel comunitario. Cortina (1998), Aristóteles

Pensamiento Estratégico.

El pensamiento estratégico es visualizar el futuro, es decir de acuerdo a las metas que se tengan propuestas, centrarse en crear estrategias concretas y un plan de acción con el fin de lograr lo que se desea para más adelante; es asegurarse y trabajar por aquello que se quiere crear para el futuro, para ello se hace necesario utilizar la creatividad, ser innovador y realista.

Arellano (2004), García (2008)

Desarrollo Social.

Se puede definir al desarrollo social como aquel proceso que busca con el pasar del tiempo que se den mejoras en la calidad de vida de toda la humanidad en todos los aspectos de manera que haya igualdad económica y social. James Midgley (1995)

Desarrollo Sostenible.

El desarrollo sostenible es la armonía existente entre el crecimiento de los ámbitos económicos, ambientales y el desarrollo social; por medio de lo cual se le asegure las mismas oportunidades de tener una mejor vida a todo ser humano sin perjudicar el planeta. (Buarque 1993), (Brundtland 1987, 1997)

Excelencia Empresarial.

La excelencia empresarial consiste en alcanzar resultados de manera eficiente y que se planea para el futuro de tal manera que exista preparación para cualquier tipo de cambio inesperado, sin dejar de tener en cuenta la importancia de la innovación. Es decir la excelencia empresarial trata de saber reaccionar de manera efectiva y positiva frente a cualquier circunstancia, lugar y momento; teniendo en cuenta que para ello es primordial trabajar eficientemente en equipo con todos los colaboradores; donde cada logro de la empresa sea de beneficio para todos dentro de la organización, claro está teniendo en cuenta el bien social económico y el medio ambiente. (Freeman E., 1984), (WATERMAN Jr., 1989), Jones T., Felps W. y Bigley G., 2007

Grupos de Interés.

Los grupos de interés (stakeholders) son las personas o grupos que tienen relación e influencia con todas las tareas de una empresa y por ende que cooperan para su funcionamiento, de igual manera que también puede haber una amenaza por parte de ellos para la empresa, esto

en caso de no participar eficientemente en las tareas de la empresa. (Freeman, 1984), (Kettunen 2015), (Caballero, 2006; Savage, Nix, Whitehead, & Blair, 1991).

Sostenibilidad.

La sostenibilidad comprende el desarrollo de la gestión de los recursos con el fin de complacer las necesidades de la actualidad, esto llevado a cabo sin que las necesidades futuras se vean en riesgo, de tal manera que se logre armonía entre el crecimiento económico, el bienestar social y el medio ambiente. Bernal, E. (2010),

Estrategia.

Estrategia es un plan coherente de ideas para afrontar situaciones ante ciertos sucesos y con ello se trabaja en busca de alcanzar metas establecidas; si se realiza un buen planteamiento de estrategias, se aporta orden y solución determinada para una organización, además de alcanzar situaciones factibles para la misma. (Davies 2000), (Chandler 2003), Schendell y Hatten (1972)

Gerencia Estratégica.

La Gerencia Estratégica, es aquel instrumento para ejecutar, organizar y dirigir todo cambio o proceso, donde se deben crear planes de mejoramiento y acción para conseguir objetivos, de tal manera que toda decisión debe ser tomada de manera organizada para que no se incurra con cambios repentinos e inseguros que coloquen en riesgo la estabilidad empresarial. (Dirani 2018); (Fred, 2018); (Meyer y Xin, 2018); (León 2011).

Marco Teórico

Cuando nos referimos a la responsabilidad social empresarial (RSE), estamos hablando de otra visión para gestionar y hacer negocios por medio de la implementación de respeto y valores éticos en la empresa, buscando la sostenibilidad económica, social y medio ambiental, por ello la importancia de la RSE parte del beneficio mutuo para cada involucrado, ya que al cumplir con las necesidades de ellos, la empresa puede asegurar el alcance de sus metas y con ello el éxito, pues crea ventajas competitivas para la compañía; los resultados pueden ser reflejados a largo plazo pero traerán consigo significativas ganancias; para el logro e implementación de la misma es necesario tener conocimiento y trabajar en cada uno de los elementos que conforma la responsabilidad social empresarial (RSE) y poder hacer que la implementación de ella en una empresa alcance lo que se requiere, todo este proceso conlleva a la integración de la administración de la empresa en temas de gestión, políticas, estrategia, procesos de cuidados o prevenciones sociales, ambientales, económicos y la atención con respeto por los derechos humanos.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un compromiso responsable de manera voluntaria que se hace dentro de una empresa u organización, lo cual conlleva que al tomar decisiones se hagan con responsabilidad social, por tanto la empresa debe trabajar para que cada una de sus actividades realizadas dentro y fuera de ella sean agradables socialmente, es decir se encuentran centradas en el respeto por la humanidad y valores éticos con la finalidad de lograr sustentabilidad económica, ambiental y social, de tal manera que todos los intereses de diversos grupos con los que se encuentre vinculada sean reconocidos.

Según la Comisión Europea (2001) “la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Existen tres pilares en los cuales se establece la RSE, los cuales son: económico ambiental y social.

Actualmente la RSE es una ventaja competitiva para una empresa, ya que esta puede ser reconocida por la búsqueda práctica de desarrollo sostenible, de ahí la importancia de la misma; pues el beneficio en tal implementación es de manera mutua ya el beneficio será tanto para la sociedad como para el medio ambiente, lo cual impactara positivamente de manera interna y externamente la empresa. Por lo anterior la importancia de la responsabilidad social de las empresas se origina en que es una manera de crear negocios sustentables, pues su reputación con mejoras ante la sociedad ya que daría una visión de empresa empleadora, pues también aporta a la mejora de calidad del mercado laboral, la mejora del medio ambiente, todo basado en valores duraderos a largo plazo.

La RSE es importante dentro de una empresa y según la compañía Adecco (2019) los beneficios se presentan en áreas como las siguientes:

a) Retener personal: Una empresa es bien vista y admirada por las personas cuando se valora a los empleados y las generaciones nuevas muestran cierta preferencia por las empresas que están comprometidas social y ambientalmente.

b) Incremento en la productividad: Esta se da por medio de condiciones mejoradas para el cliente interno, conduciendo esto a encontrar mejores talentos y bajos índices de rotación.

c) Proveedores y clientes leales: Tanto los clientes como los proveedores demandan información en cuanto a la producción y otras áreas, por ello una empresa que sea responsable socialmente está en ventaja en esos aspectos.

d) Credibilidad: Si una empresa u organización respeta el medio ambiente y la sociedad en general, pues esto creara una buena reputación creando confianza en los clientes y sociedad comercial.

e) Fidelidad del consumidor: las personas tienen cierta admiración por organizaciones que brindan ayuda social o que se interesan por proteger el medio ambiente; por eso la RSE ayuda en cuanto a la lealtad del consumidor.

f) Valor de imagen y marca: La implementación de RSE da paso a aumentar valor a la empresa.

De Las prácticas y el desarrollo sostenible nace la Responsabilidad Social Empresarial; esto hace que la empresa tenga una postura de responsabilidad en lo económico, social y ecológico donde tengan un escenario de sus actuaciones. Manejando un contacto directo con la sociedad con toda los empleados y familia de cada uno.

El RSE nace de varios cambios de modelos corporativo, socioeconómico, la importancia de la responsabilidad social se sustenta bajo la sobrevivencia de la humanidad; Por tal motivo las organizaciones deben promover el RSE como algo imprescindible para la sobrevivencia del ser humano.

Esto hace que se base en las buenas prácticas; implementando leyes y decretos que crean incentivos.

En la actualidad las empresas hacen uso de la RSE para proteger adecuadamente el medio ambiente. En pocas palabras esto hace más sensibles y cercanos con la comunidad.

Generar un cambio de pensamiento que busque beneficio común impulsando la creación de empresas solidarias o de economía social. (Orrego-Correa; Arboleda-Álvarez, 2005).

“Se resalta una filantropía estratégica, que consiste en que la empresa debe realizar un gasto social en ámbitos enfocando a la implementación de futuros beneficios”. (Porter & Kramer, 2002)

Por ello se dice que la responsabilidad es un concepto que nace al momento que se cumple con prácticas obligatorias. Partiendo de que una empresa como función principal debe dar buen manejo a la rentabilidad de inversión, es decir, toda empresa espera el retorno de su inversión; Por esto se puede decir que al implementar RSE no pierden rentabilidades.

Aunque se debe tener en cuenta que las inversiones son importantes y significativas en la operatividad de la empresa.

Con esto se dice que su gran importancia radica en generar negocios sustentables y ser socialmente responsables hace que las medidas de cultura y Valores perduren por mucho tiempo haciéndolo un estilo de vida cotidiana.

La responsabilidad social empresarial, es la respuesta dada por las empresas respecto de sus acciones sobre la sociedad buscando ser sustentable en el ámbito económico, social y ambiental; entendiéndose, así como la integración voluntaria, por parte de estas, respecto de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus proveedores y clientes. La responsabilidad social empresarial refleja el compromiso continuo por parte de las empresas a comportarse de forma ética y contribuir al desarrollo económico sostenible, a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como de la comunidad local y la sociedad en general.

La responsabilidad social empresarial busca que exista un equilibrio entre las operaciones empresariales y todas aquellas actividades que brinden beneficios a la sociedad sea esta de carácter local, nacional o global, partiendo de prácticas responsables, adopción de adecuadas estrategias de marketing, compromiso en todos sus procesos enfocándose en acciones sociales como pilar fundamental para lograr ser competitiva además de contribuir en la creación de una sociedad mejor .

La responsabilidad social es un área que tiene suma importancia puesto que es muy usada por las empresas en el actual siglo, esto para ejecutar economías sustentables que aporten a la sostenibilidad, además hay que tener en cuenta que actualmente hay cambios continuamente en el mercado, los consumidores, los recursos y materias primas razón por la que es necesario buscar nuevas formas de proteger con lo que actualmente cuentan las empresas para la adecuada ejecución de sus operaciones comerciales. Es así como se presentan diversas áreas donde la responsabilidad social empresarial genera gran impacto como en la ética empresarial, medio ambiente, en la sociedad entre otras que analizaremos a continuación.

Al hablar de que una empresa sustenta sus procesos productivos en una responsabilidad social empresarial se observa que su misión y visión está guiada por una ética empresarial, es decir integra valores como honestidad, respeto, justicia, entre otras en cada una de sus políticas, así como en todas sus prácticas y decisiones cumpliendo con todos las normas legales permitiendo lograr beneficios como mejora del desempeño financiero, compromiso de los trabajadores y calidad laboral.

En el ámbito ambiental la RSE permite que las organizaciones definan sus responsabilidades medio ambientales desde cada área operativa que hace parte de la misma, abordando cada proceso, servicio y producto; y con ello la adopción de políticas de

responsabilidad con respecto al manejo de desechos y emisiones contaminantes; minimización de recursos buscando disminuir todo efecto adverso sobre el medio ambiente con el fin de ayudar a la conservación de los recursos del planeta, buscando encontrar valor y ventaja competitiva mediante iniciativas medio ambientales como uso eficiente de la energía y desarrollo sustentable como un valor central del negocio en todos los niveles de sus operaciones.

En el ámbito social se busca implementar acciones que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en las que opera, apoyando iniciativas o causas sociales, reforzando la marca de las empresas, productos y valores en las comunidades locales maximizando el impacto de sus contribuciones en habilidades, recursos, tiempo, productos, servicios y administración de conocimiento.

A nivel comercial la RSE debe crear en los empresarios la gran necesidad de satisfacer primero los criterios claves de los consumidores, tales como precio, calidad, apariencia, sabor, disponibilidad, seguridad y conveniencia, generando confianza con lealtad y compromiso hacia los clientes. Es importante beneficiar la calidad y con ella la satisfacción de clientes ya que esto contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales.

Las empresas después de cumplir con su función económica también deben de saber cuál es su responsabilidad frente a la misma. Esta es una realidad que hoy no se puede ignorar, porque no se puede evitar. Las presiones sobre la empresa vienen de todos los ámbitos. El gobierno impone nuevas y mayores exigencias, porque la sociedad tolera menos los impactos negativos de la empresa sobre su calidad de vida; y los clientes, en este mundo de las redes sociales se han organizado y han adquirido un poder que hasta hace poco no tenían, porque, si bien antes sus experiencias individuales con la empresa eran eventos restringidos y desconocidos para el grueso

público, y no podían hacer valer el peso de sus grandes números, hoy la situación ha cambiado drásticamente. También hay un actor nuevo de gran poder sobre la empresa: las Organizaciones No-Gubernamentales (ONG), que pueden actuar con determinación cuando consideran que la acción empresarial está afectando adversamente algunos aspectos de la sociedad, muy particularmente lo que se refiere al equilibrio ecológico, y ejercen una enorme influencia sobre los cursos de acción que la empresa puede seguir. Hoy en día las empresas necesitan una licencia social para operar. No cabe duda de que el entorno y todas las fuerzas externas de la empresa tienen una profunda relevancia al momento de definir el curso de esta, y que, en el mundo actual, ella debe contar con una unidad especializada en relaciones con la comunidad y preguntarse qué le corresponde hacer además de maximizar el valor para los accionistas.

“obligación de responder ante hechos o situaciones”, la “obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado para todo su público, y con ello ser sustentablemente competitiva y mantener permanecía en el mercado y poder enfrentar a otras empresas competentes.

La responsabilidad social empresarial es un compromiso voluntario que se debe hacer y cumplir para beneficio de sí misma y su equipo de trabajo como también para proveedores y clientes en general. Esta responsabilidad social tiene como obligación responder ante la sociedad y antes algunos grupos en específico, esta debe entender y dar respuesta al conjunto de diversos grupos empresariales que las conforman.

La responsabilidad social siempre debe estar en la capacidad de comprender y no confundirse con diferentes practicas éticas o ambientales ni mucho menos con cualquier otro evento que no pertenezca a la misma ya que puede prestarse para hechos no convenientes a ella y

esto puede afectar a la misma. También podemos decir que la responsabilidad social empresarial es de vital importancia el camino del conocimiento y de mutua independencia de otros actores en el mundo empresarial, esta responsabilidad social se convierte en un desarrollo económico y mejora la calidad de vida de muchos especialmente la de su equipo de trabajo quienes son beneficiados a través de capacitaciones y bonificaciones las cuales llegan hasta sus familias para una mejor calidad de vida y un mejor conocimiento para beneficio personal, laboral y familiar. También se dice que es un valor agregado para el mundo competitivo empresarial pensando en que cada una lo hará a su ritmo y dependiendo de cada socio que hace parte de la misma. Es parte también de acercarse un poco más a el mundo de estrategias ya que debe enfocarse e integrarse con la comunidad y obtener una excelente planificación administrativa e interna y así llegar con diferentes estrategias empresariales para mantener una mejora continua con responsabilidad y calidad en el producto y servicio en general.

Hoy en día implementar un programa de responsabilidad social en las organizaciones es una necesidad estratégica de valor indispensable para las compañías y las empresas, si se quiere ser competitivo se debe contar con un sistema de responsabilidad social ya que tiene grandes beneficios para la compañía, mejorar marca, la comunicación de su compromiso para el desarrollo al cumplimiento de los objetivos sostenibles de la empresa.

La RSE es un compromiso se asume en una empresa ante impactos generados en sus comunidades y el medio ambiente, esto por la toma de decisiones y desarrollo actividades en sus comunidades y el medio ambiente, ser responsable es realizar las actividades de RSE una buena acción para la empresa, este tiene un gran beneficio para la compañía como reconocer a sus empleados para fidelizarlos, ser sustentable en el tiempo, mejorar la marca, y generar mayor liderazgo en el mercado objetivo.

Contar con un buen sistema de RSE le genera valor estratégico a la empresa con el fin de impactar a las comunidades estos son al final lo que evalúan, hoy el día en una sociedad cambiante los consumidores escogen sus productos que este bajo criterios éticos y ecológicos que aporten y al cuidado del medio ambiente.

Factores determinantes de la RSE como el tamaño, el desempeño financiero, riesgo. El tamaño ayuda positivamente para el desempeño de la responsabilidad social empresarial, pues una empresa que sea de mayor tamaño tiende más a desarrollar prácticas socialmente responsables ya que se generan resultados más notorios que la de menor tamaño y por ello son más susceptibles a dañar algo en su reputación.

Las empresas para implementar la responsabilidad social dentro de las organizaciones deben adquirir una norma ISO 26000 que es la responsabilidad de una organización ante sus impactos y sus decisiones y actividades que ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sostenible y sustentable, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

La RSE es una estrategia que busca sostenibilidad, liderazgo, mayor competitividad a mediano y largo plazo, para ellos se debe contar con la participación de todas las áreas funcionales de la organización tanto económicas, ambientales, y sociales y sus grupos de interés.

Los beneficios que adquiere las empresas a adquirir RSE:

Contar con alto talento humano e mayor inversión

Contar una mayor participación en el mercado

Mejorar la marca corporativa y reputación hacia el grupo de interés

Fidelización de cliente e incremento de ventas de los productos o servicios.

Mejora de procesos

Contar con comunicación efectiva

El cliente cada día es más exigente

La responsabilidad social empresarial es un modelo de gestión siempre alineada a la estrategia de negocio, la comunicación en las empresas debe ser fundamental como política empresarial, podemos decir que lo que no se comunica no existe.

En conclusión, la responsabilidad social empresarial se debe implementar en las organizaciones como objetivos principales la participación de las comunidades dentro de la empresa, con el fin de implementar mecanismos que permitan a la organización ser responsable y sustentante en el tiempo.

Marco institucional

Descripción de la Empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María

Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María es una empresa textil Caucana que se encarga de diseñar y confeccionar ropa para los más pequeños de casa, ofreciendo todo tipo de prendas de vestir infantiles en la región, trata siempre de trabajar comprometidamente con responsabilidad, eficiencia y eficacia para brindarle el mejor producto a sus clientes.

Sector

La empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María pertenece al sector textil, por tanto es parte del sector secundario y es una empresa privada.

Ubicación

La empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María se encuentra ubicada en el Municipio de Popayán departamento del Cauca.

Misión

Diseñar y confeccionar ropa infantil de alta calidad con el empleo del recurso humano altamente capacitado y comprometido con la empresa y los clientes para ofrecerles buenos productos que generen confianza, credibilidad y rentabilidad para nuestra empresa.

Visión

Ser una empresa de diseño y confección reconocida nacional e internacionalmente por su excelencia, desempeño innovador y por su amplia gama en productos de calidad y diversificados ofreciéndole a los clientes prendas de vestir para toda la familia, siendo tendencia en moda textil.

Valores

Respeto: Trabajamos con igualdad de trato para toda la comunidad y los colaboradores externos e internos de la empresa.

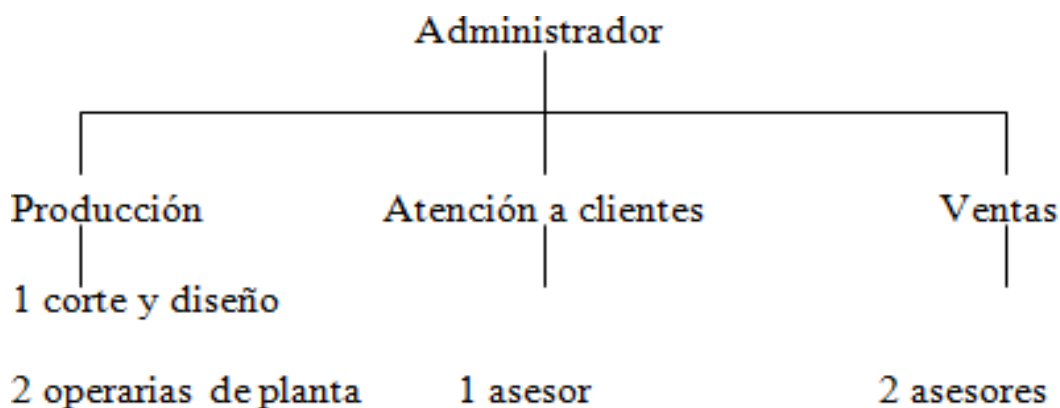
Honestidad: Actuamos de manera integrad con el fin de generar confianza a nuestros consumidores.

Responsabilidad: Trabajamos con el compromiso y protección del medio ambiente.

Compromiso: Estamos comprometidos con nuestros clientes a brindarles productos de alta calidad en diseño y confección para los pequeños y jóvenes de casa.

Trabajo en equipo: Disponemos nuestro equipo de trabajo para que desarrollen sus labores eficiente y eficazmente para complacer a nuestros clientes.

Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración propia

Marco Legal

La norma ISO 26000 es una guía hecha para ser implementada por empresas u organizaciones tanto de tipo privado como público, que se encuentren en cualquier país. El contenido de esta norma orienta a las empresas en su recorrido hacia trabajar por la sostenibilidad, lo cual hace que se trabaje socialmente responsable, por lo cual la norma da pautas para que una empresa sea amigable y aporte al mejoramiento de los ámbitos sociales, ambientales y económicos. Al implementar en una empresa lo que imparte la norma, se debe realizar de manera voluntaria por ello no se debe usar como norma de certificación. (Norma ISO (2010). ISO 26000)

La norma ISO 26.00, cuenta con 7 materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial las cuales son:

Gobernanza Organizacional: la norma ISO anima las empresas tomen decisiones y se hagan prácticas de gobierno, teniendo en cuenta la ética, la transparencia, la rendición de cuentas, esto con el fin de conseguir los objetivos empresariales. (François Robichaud 2012)

Derechos humanos: Este trata de la obligación moral de no arremeter sobre ninguno de los derechos como pueden ser sociales, económicos, culturales o civiles de ningún ser humano,

por tanto se encuentra basado en el respeto por los demás con el objetivo de brindar protección a las personas de cualquier tipo de abuso o discriminación que pueda existir. (François Robichaud 2012)

Prácticas laborales: Debe existir coherencia entre las políticas que tiene la empresa u organización con las prácticas laborales, por ello es importante tener en cuenta a los colaboradores de la empresa de una forma idéntica y que se les brinde condiciones de trabajo adecuadas, de modo que se respeten las jornadas laborales, su salario y que se brinde además incentivos u bonos por su desempeño laboral. (François Robichaud 2012)

Medio ambiente: La empresa debe ser conocedora de los impactos ambientales que se generan al realizar sus actividades productivas o de servicios por tanto es importante que haga su mayor esfuerzo por mitigar ciertos impactos ya que en una empresa es casi que inevitable el no atentar contra el medio ambiente pero si se debe trabajar eficientemente por una disminución de los mismos. (François Robichaud 2012)

Prácticas justas de operación: Una empresa debe tener relaciones respetuosas con otras empresas u organizaciones, de manera que no haya corrupción o por lo menos se la prevenga, además que se debe competir en el mercado limpiamente. La norma exige un trato ético con todos los stakeholders con el fin de obtener buenos resultados. (François Robichaud 2012)

Asuntos de consumidores: La empresa crea actividades para brindar un consumo sostenible y responsable, por tanto el consumidor siempre debe ser informado completamente del producto o servicio que va a adquirir y la empresa debe asegurarse que lo que esté llevando al mercado sea saludable y seguro, además que todos los datos que se manejen de los clientes, deben ser usados con responsabilidad y bajo permisos de los mismos. (François Robichaud 2012)

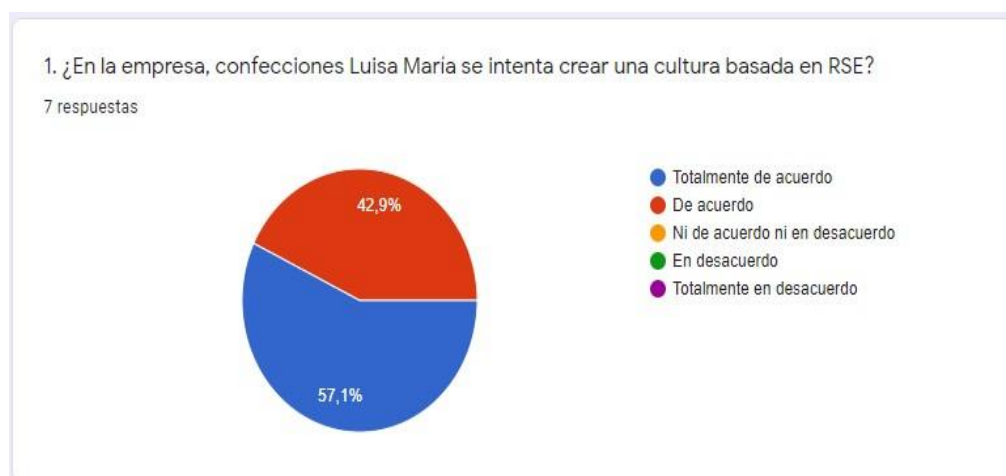
Participación y desarrollo de la comunidad: La empresa u organización crea planes para un beneficio colectivo, por ello es importante que se contribuya en cuanto al desarrollo de la comunidad donde se opera, pues es una excelente manera de encaminarse hacia una sociedad sostenible. (François Robichaud 2012)

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

El instrumento de diagnóstico que vamos a aplicar es una encuesta desarrollada a través de la plataforma Google Drive, serán preguntas de selección múltiple que nos permitirán recolectar información que no aporte para evaluar el comportamiento de la empresa en las materias fundamentales del ISO 26000.

Principales resultados:

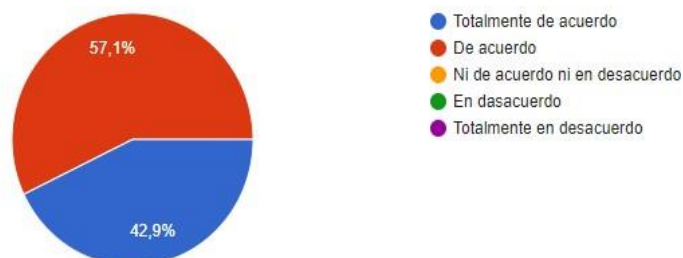


Al evaluar la cultura que implementa Confecciones Luisa María basada en Responsabilidad Social empresarial se observa que el 57,1% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo y el 42,9% está de acuerdo lo que refleja que existe un equilibrio entre los objetivos comerciales y las necesidades de los clientes lo que fomenta un adecuado ambiente laboral, y excelente imagen institucional.

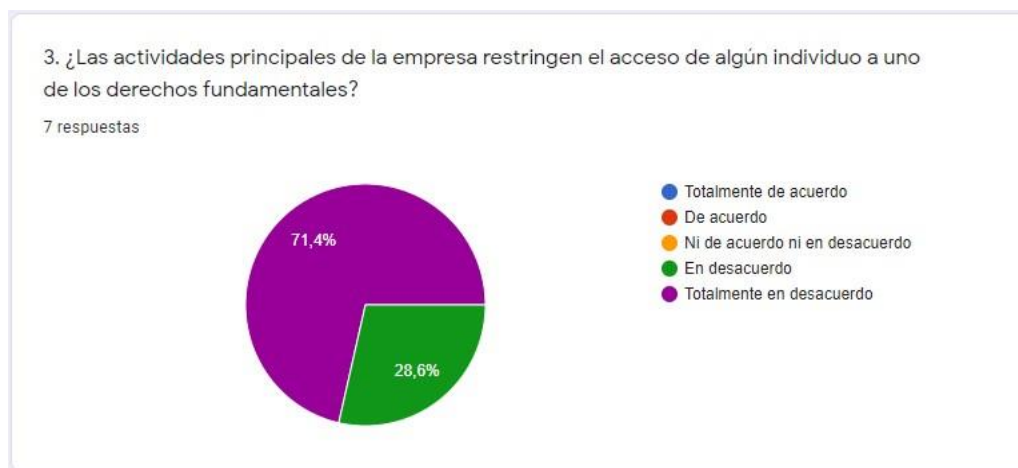
Es importante generar un sistema responsabilidad social empresarial en la empresa Diseño y Confesión de ropa infantil Confesiones Luisa María.

2. ¿Qué tan de acuerdo esta con la siguiente afirmación? la empresa confecciones Luisa María, impulsa estrategias y objetivos para un buen desempeño laboral con RSE.

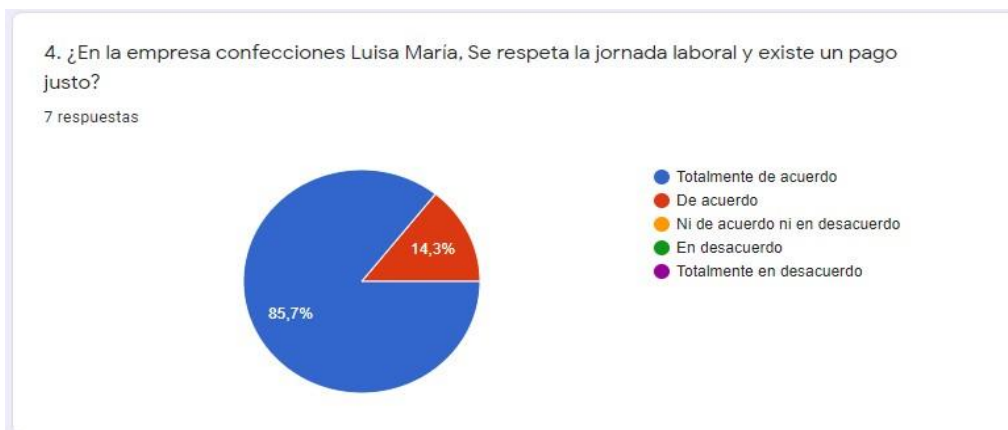
7 respuestas



Respecto de las estrategias y objetivos que impulsa Confecciones María Luisa el 57,1% están de acuerdo en que estas son la clave para un buen desempeño laboral con RSE y el otro 42,9% totalmente de acuerdo lo cual muestra que las estrategias y objetivos que se impulsan contribuyen día a día al adecuado funcionamiento de cada área y en general de la empresa.



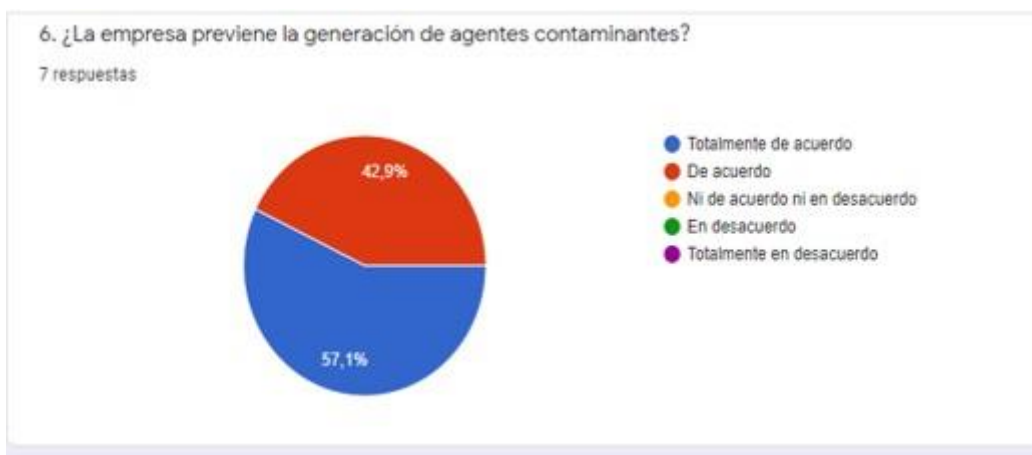
Analizando cada actividad principal de Confecciones Luisa María se observa que ninguna restringe ningún derecho fundamental de los individuos puesto que el 28,6 % está en desacuerdo y el 71,4% está totalmente en desacuerdo, puesto que en la empresa todos los derechos que posee las personas se reconocen y garantizan así como son respetados por Confecciones Luisa María como empleador en el ámbito de cualquier relación laboral o con los clientes.



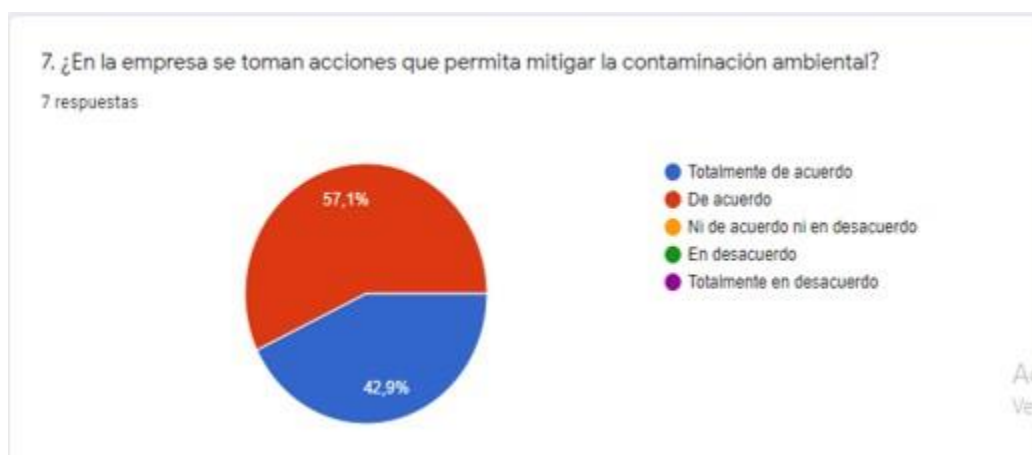
De acuerdo con las opiniones de los encuestados el 85,7% considera que están totalmente de acuerdo con que la empresa respeta la jornada laboral y es justa en cuanto a los pagos; así mismo el 14,3% está de acuerdo ya que Confecciones Luisa María programa de forma correcta las jornadas de trabajo definiendo el tiempo que debe destinar el trabajador a ejecutar sus labores y un reconocimiento al trabajador cuando este excede las horas de trabajo la jornada ordinaria.



Analizando los procedimientos de promoción e incentivos el 57,1 % está de acuerdo en que dichos procesos se realizan de forma efectiva y el 42,9% afirma que están totalmente de acuerdo con la forma de realizar promociones e incentivos ya que estos mantienen y mejoran sus niveles de productividad empresarial gracias a la motivación y reconocimiento de su esfuerzo por parte de la empresa.



De acuerdo a la encuesta se observa que Confecciones Luisa María previene la generación de agentes contaminantes puesto que el 57,1 % está totalmente de acuerdo y el 42,9% está de acuerdo en que día a día se lleva a cabo una prevención de la contaminación mediante el uso de materiales, procesos o prácticas que reducen la generación de estos lo que les ha ahorrado dinero y permitido brindar productos y servicios de calidad.



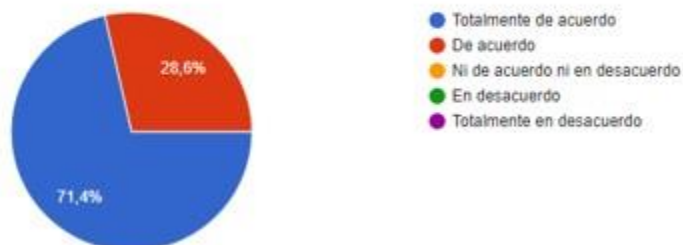
Confecciones Luisa María toma acciones para mitigar la contaminación ambiental lo que ha hecho que el 57,1% este de acuerdo con dichas acciones y el 42,9% este totalmente de acuerdo con las mismas.



Respecto de la competencia justa, regulación de precios y adquisición de licencias el 57,1% está de acuerdo con la forma en que Luisa María maneja dichos temas, adicional el 42,9% está totalmente de acuerdo en que la gestión de estos aspectos es adecuada.

9. ¿Se ofrecen productos seguros y saludables?

7 respuestas



En cuanto a opiniones del producto se observó con el desarrollo de la encuesta que el 71,4% están totalmente de acuerdo en que son seguros y saludables y el 28,6% está de acuerdo con la misma caracterización de los productos.

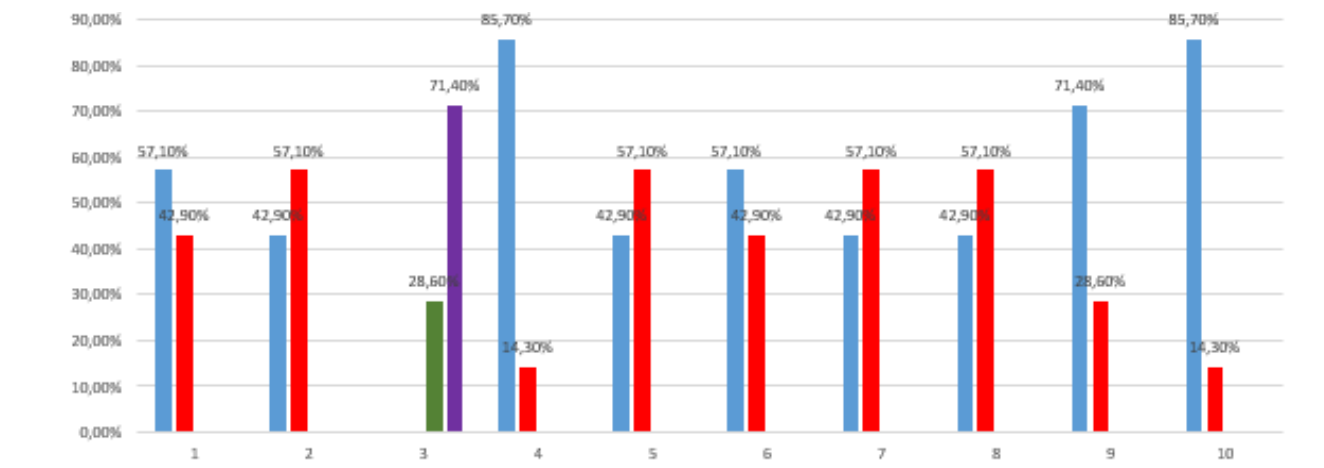


Se concluye que Confecciones Luisa María se caracteriza por escuchar atentamente las necesidades de la comunidad puesto que el 85,7% se encuentran totalmente de acuerdo y el 14,3% de acuerdo puesto que además de escuchar las apoya para aportar desarrollo y mejoramiento de su calidad de vida.

Tabla de Frecuencia

No.	Encuesta	Encuestados	Totalmente de Acuerdo	Encuestados	De acuerdo	Encuestados	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Encuestados	En desacuerdo	Encuestados	Totalmente en desacuerdo
1	¿En la empresa, confecciones Luisa María se intenta crear una cultura basada en RSE?	4	57,10%	3	42,90%						
2	¿Qué tan de acuerdo esta con la siguiente afirmación? la empresa confecciones Luisa María, impulsa estrategias y objetivos para	3	42,90%	4	57,10%						
3	¿Las actividades principales de la empresa restringen el acceso de algún individuo a uno de los derechos							2	28,60%	5	71,40%
4	¿En la empresa confecciones Luisa María, se respeta la jornada laboral y existe un	6	85,70%	1	14,30%						
5	¿La empresa ofrece procedimientos de promoción	3	42,90%	4	57,10%						
6	¿La empresa previene la generación de agentes	4	57,10%	3	42,90%						
7	¿En la empresa se toman acciones que permita mitigar la contaminación ambiental?	3	42,90%	4	57,10%						
8	¿Existen lineamientos para la competencia justa, regulación de precios, adquisición de	3	42,90%	4	57,10%						
9	¿Se ofrecen productos seguros y saludables?	5	71,40%	2	28,60%						
10	¿La empresa escucha atentamente las necesidades	6	85,70%	1	14,30%						

Gráfico de barras



X_i	F_i	h_i	%	F
1	2	0,11111111	11,1111111	2
2	1	0,05555556	5,5555556	3
3	6	0,33333333	33,3333333	9
4	5	0,27777778	27,7777778	14
5	2	0,11111111	11,1111111	16
6	2	0,11111111	11,1111111	18
7	0	0	0	18
	18			

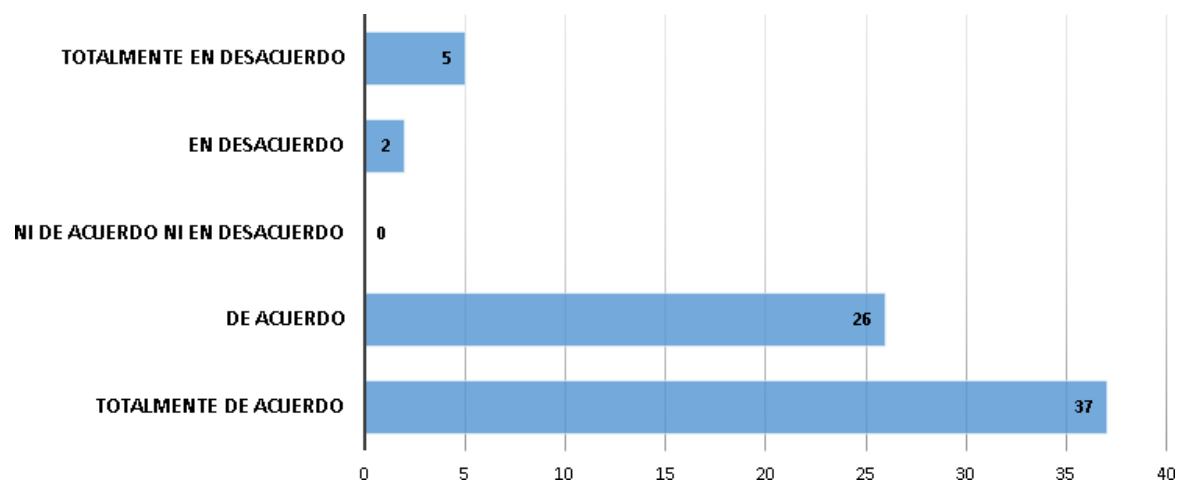
De acuerdo con el estudio realizado se presenta una tabla de frecuencia en la que se evidencian datos estadísticos organizados, los cuales están divididos en columnas, asignando a cada dato su frecuencia correspondiente.

Tabla de contingencia

ENCUESTA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
¿En la empresa, confecciones Luisa María se intenta crear una cultura basada en RSE?	4	3	0	0	0
¿Qué tan de acuerdo esta con la siguiente afirmación? la empresa confecciones Luisa María, impulsa estrategias y objetivos para un buen desempeño laboral con RSE?	3	4	0	0	0
¿Las actividades principales de la empresa restringen el acceso de algún individuo a uno de los derechos fundamentales?	0	0	0	2	5
¿En la empresa confecciones Luisa María, se respeta la jornada laboral y existe un pago justo?	6	1	0	0	0
¿La empresa ofrece procedimientos de promoción e incentivos?	3	4	0	0	0
¿La empresa previene la generación de agentes contaminantes?	4	3	0	0	0
¿En la empresa se toman acciones que permita mitigar la contaminación ambiental?	3	4	0	0	0
¿Existen lineamientos para la competencia justa, regulación de precios, adquisición de licencias?	3	4	0	0	0
¿Se ofrecen productos seguros y saludables?	5	2	0	0	0
¿La empresa escucha atentamente las necesidades de la comunidad?	6	1	0	0	0
TOTAL	37	26	0	2	5

Se realizó la encuesta a 7 personas; cada encuesta con 10 preguntas, para un total de 70 preguntas realizadas de las cuales 37 que corresponde al 53% del número de encuestados se respondieron de manera favorable para la empresa confecciones Luisa María aunque hay un gran porcentaje que se debe mejorar en cuanto a implementación de estrategias que permitan a la empresa contar con un buen desempeño laboral para los colaboradores con pagos justos y a tiempo, además de contar con escalas de crecimiento dentro de la estructura de la empresa, tener un programa que prevenga los agentes contaminantes y mitigar la contaminación ambiental.

Para los clientes se establece políticas organizacionales que permita la regulación de precios, productos que sean acordes a las necesidades de los clientes y contar con mecanismos que permitan a la comunidad participar de manera activa dentro de la empresa. Así mismo 26 de las preguntas que se realizaron correspondientes al 37% fueron respondidas diciendo estar de acuerdo con cada estrategia que Confecciones Luisa María implementa relacionadas con la RSE.



De las preguntas realizadas solo el 10% es decir 7 de las 70 preguntas se respondieron que están totalmente en desacuerdo con que la empresa restringe el acceso de algún individuo afectando los derechos fundamentales, así como la respuesta de 2 preguntas (3%) dicen que están en desacuerdo con la forma de implementas aspectos relacionados con RSE de Luisa María lo que es importante para la compañía ya que el deber es contar con políticas que permitan atender a todas las personas.

DETALLE	CATIDAD	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	37	53%
DE ACUERDO	26	37%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	7%
EN DESACUERDO	2	3%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	70	100%

Tabla de Contingencia

Matriz de Marco Lógico

El marco lógico es una herramienta que nos ayuda a analizar resultados de una investigación u estudio de determinado tema, en este caso el marco lógico nos ayuda a analizar los resultados después de hacer una recolección de información con respecto a la implementación de la RSE dentro de la empresa Diseño y Confección de ropa infantil Luisa María.

Stakeholders

Entre los stakeholders o partes interesadas que influyen en la empresa confecciones Luisa María se encuentran de forma interna los empleados y Administradores donde se incluyen los propietarios y de forma externa están proveedores, clientes, gobierno y comunidad; todos estos son fundamentales para el funcionamiento de la empresa, puesto que sus decisiones pueden afectar positiva o negativamente los resultados y objetivos de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial, razón por la que es importante definirlos con el fin de dar solución al problema identificado.

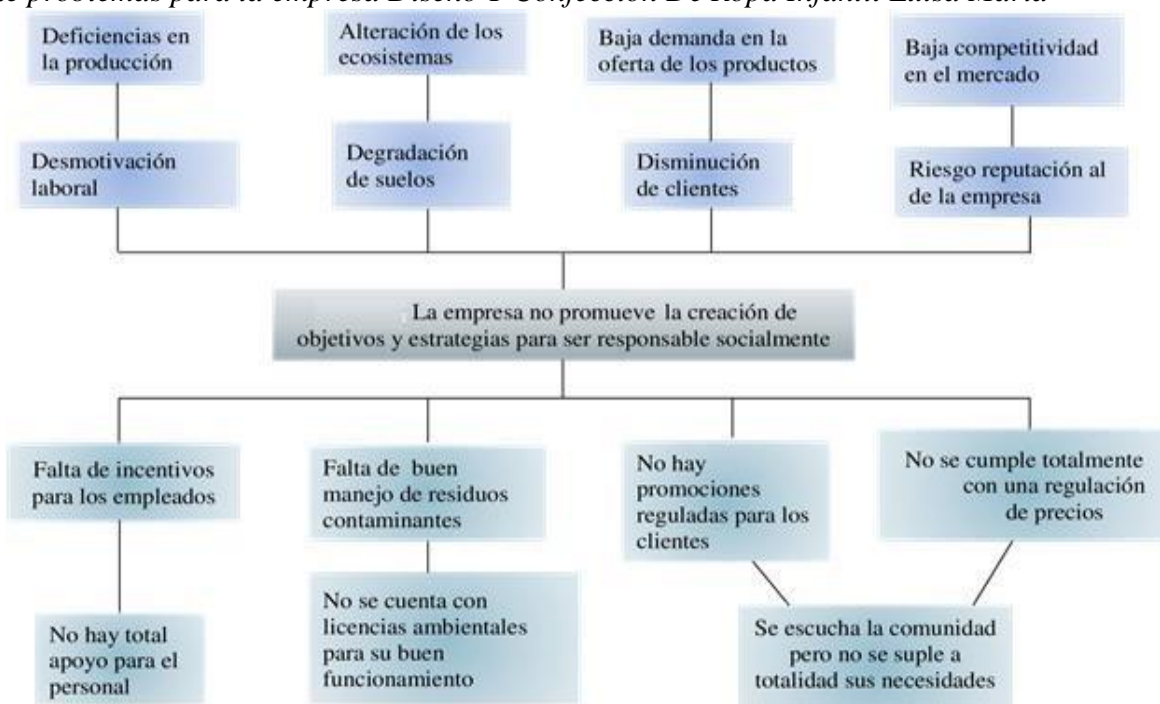
Árbol del Problema

El árbol de problemas propuesto parte de un diagnóstico realizado de forma previa, es así como presentan las falencias que se deben mejorar para alcanzar una aplicación satisfactoria de la RSE en confecciones Luisa María. El problema central es que en la empresa Confecciones Luisa María no se promueve la creación de objetivos y estrategias para ser socialmente responsable; entre las causas que generan este problema se encuentran la falta de incentivos a los empleados y apoyo para el personal, inadecuado manejo de residuos contaminantes además de la ausencia de licencias ambientales para una buena gestión, en cuanto a promociones para clientes estas no son reguladas, así mismo no se cumple con la regulación de precios, lo que hace

que no se supla las necesidades de estos en su totalidad. Entre los efectos negativos que produce el problema se encuentran deficiencia en la producción, desmotivación laboral, alteración de los ecosistemas, degradación de los suelos, baja demanda de la oferta de los productos, disminución de clientes, baja competitividad en el mercado y riesgo de pérdida de posicionamiento y valor de la marca por todos los anteriores efectos negativos. (Ver figura 1)

Figura 1.

Árbol de problemas para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María



Nota. Ilustración de árbol de problemas de la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María

Fuente. Elaboración propia

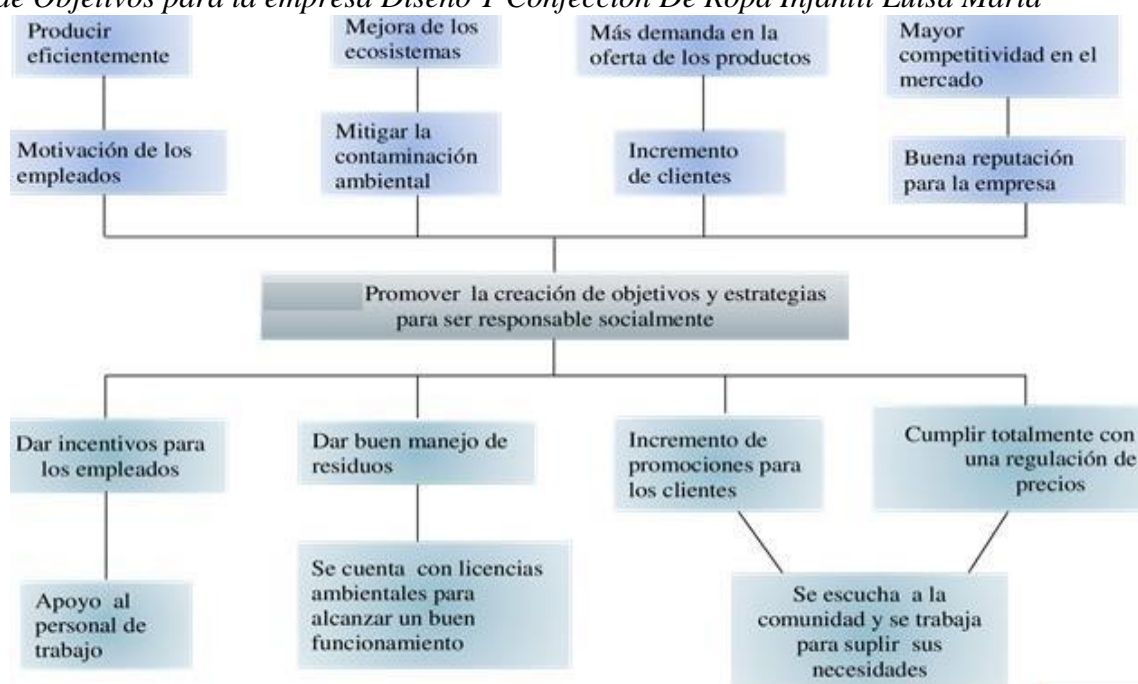
Árbol de Objetivos

Con el propósito de generar un impacto positivo frente a las condiciones negativas que se identificaron en el árbol de problemas se crea un árbol de objetivos que muestra las mejoras en las cuales nos debemos enfocar para llevar una adecuada implementación de RSE en confecciones María Luisa.

Es así como se busca implementar como soluciones al problema identificado dar incentivos a los empleados y apoyar su trabajo, llevar un adecuado manejo de los residuos gestionando las licencias ambientales correspondientes, incrementar las promociones para los clientes, regular los precios y escuchar a la comunidad todo esto con el fin de generar un impacto en el ámbito social que ayude a producir eficientemente, motivar a los empleados, mejorar los ecosistemas, mitigar la contaminación ambiental, lograr mayor demanda en la oferta de productos, aumento de clientes y mayor competitividad además de posicionamiento de marca (ver figura 2).

Figura 2.

Árbol de Objetivos para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María



Nota. Ilustración del árbol de objetivos de la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María

Fuente. Elaboración propia

Mapa Estratégico

El Mapa estratégico RSE de la empresa confecciones Luisa María, se establece actividades que realiza la empresa como el ámbito social y ambiental. Este beneficia a la comunidad, clientes, proveedores, accionistas, en general a todas aquellas personas que se vinculan con la empresa.

Gobernanza de la organización: Establece las actividades que las áreas funcionales de la empresa deben conocer para la eficiencia en la toma de decisiones, buscando garantizar el cumplimiento de los objetivos propuestos por los directivos de la empresa.

Derechos Humanos: Política que permite a la empresa atender a todas las personas en general sin importar su condición, raza, sexo, nivel educativo entre otras, siempre buscando la igualdad y buscando atender a las comunidades más vulnerables, ayudando con programas que involucren a la comunidad en actividades como talleres de elaboración de artículos de confecciones Luisa María.

Prácticas Laborales: Establecer mecanismos que permita la contratación de mujeres cabeza de hogar víctimas del conflicto armado o que presenten algún tipo de discapacidad para que realicen sus prácticas laborales dentro de la empresa confecciones Luisa María. Además de generar ambientes de trabajo justos para todos los empleados que permitan realizar pausas en la jornada laboral para evitar enfermedades físicas, buscando un ambiente laboral excelente. Garantizar el cumplimiento de entrega de incentivos para los empleados destacados mediante descansos remunerados, prima de vacaciones y bonificaciones.

Medio ambiente: Garantizar que todos los directivos, empleados, proveedores, comunidad en general de la importancia del cuidado del medio ambiente y preservación de ecosistemas, para confecciones María Luisa como política principal es el reciclaje de los materiales de la empresa, reducir las impresiones y dejar los equipos de cómputo y maquinaria

que se utiliza para la confección apagadas durante las jornadas no laborales para reducir el consumo de energía. Promover jornadas de recolección de basuras con la comunidad para reducir la contaminación ambiental.

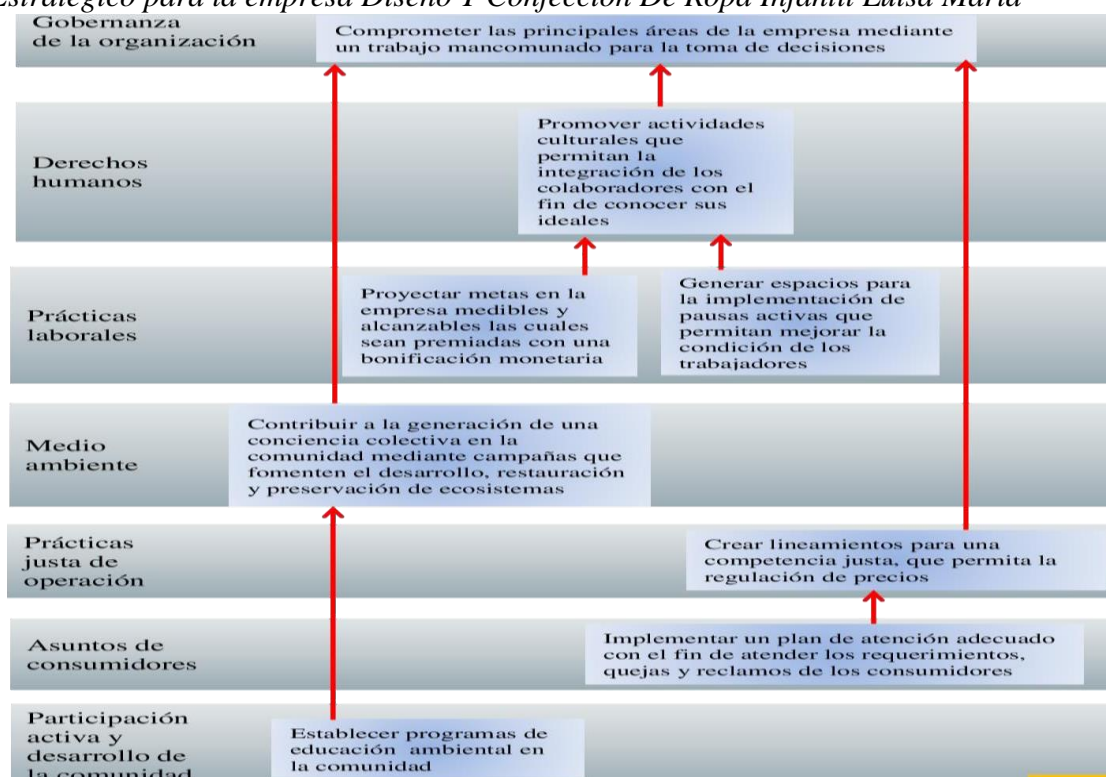
Prácticas justas de Operación: Se establece políticas que permita la competencia justa con precios asequibles hacia los clientes, siempre ofreciendo productos de calidad.

Asuntos de consumidores: Canal de atención exclusivo para peticiones, quejas, reclamos y felicitaciones para los clientes, estableciendo respuesta dentro de los tiempos establecidos.

Participación y desarrollo de la comunidad: Programas de participación activa con la comunidad más vulnerable de la región. (Ver Figura 3).

Figura 3.

Mapa Estratégico para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María



Nota. Ilustración del mapa estratégico para la empresa Diseño Y Confección De Ropa Infantil Luisa María

Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Un plan de mejoramiento es aquel grupo de actividades que se plantean de forma organizada dentro de una empresa en pro de mejorar algún hallazgo de cualquier tipo que este impidiendo el buen funcionamiento, rentabilidad y competitividad de la empresa.

Plan de Acción y de Seguimiento

Un plan de acción y seguimiento es como una especie de guía que se crea en una empresa para estar en continuo monitoreo de cada actividad que se propone para cumplir cierta meta u objetivo dentro de la empresa.

La dimensión económica para nuestra empresa seleccionada es de vital importancia, ya que nos permite medir el desempeño y desarrollo económico de la empresa, en el plan de acción y seguimiento para esta dimensión se busca que la empresa incremente su valor así como también sus clientes y rentabilidad. (Ver Tabla 1)

Tabla 1.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Incrementar el valor de la empresa y la cantidad de clientes.	Disminución de costos e incremento de promociones, descuentos y beneficios para los consumidores.	6 meses	\$ 1.000.000	Índice de crecimiento en clientes
					$\frac{\text{Numero de nuevos clientes}}{\text{numero de clientes meta}} * 100$
	Crear más rentabilidad para la empresa.	Ajustar y regular los precios de manera activa, además de brindar ofertas flexibles con precios	12 meses	\$ 1.000.000	Índice de rentabilidad
					$\frac{\text{Rentabilidad historica}}{\text{Rentabilidad en 12 meses}} * 100$

variados.

Nota. En la tabla se da a conocer el plan de acción en cuanto a la dimensión económica, con cierto plazo que nos permitirá evaluar si en la empresa hubo crecimiento de clientes y de la rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia

La dimensión social se conforma por las actividades que realiza la empresa y el impacto que estas crean para la comunidad, por ello la empresa Diseño y Confección De Ropa Infantil – Confecciones Luisa María crea su plan de acción y seguimiento en esta dimensión con el fin de aportarle a la comunidad con educación en temas de interés para algunos habitantes y escuchar las necesidades de los mismos. (Ver Tabla 2)

Tabla 2.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	Aportar a la comunidad con programas educativos.	Creas espacios a grupos de la comunidad para que se integren y aprendan sobre la actividad textil.	12 meses	\$ 8.500.000	$\frac{\text{Numero de personas educadas}}{\text{total habitantes de la comunidad}} * 100$
	Atender las necesidades de la comunidad	Implementar un buzón de sugerencias en la empresa para conocer las opiniones de la comunidad y sus clientes, además de estar atentos y abiertos al cambio que la	6 meses	\$ 2.000.000	$\frac{\text{Numero de necesidades atendidas}}{\text{total sugerencias de comunidad}} * 100$

comunidad
requiera a
través de la
evolución
del tiempo,
modas, entre
otras

Nota. En la tabla se da a conocer el plan de acción en cuanto a la dimensión social, con cierto plazo que nos permitirá visualizar la participación de la empresa en la comunidad.

Fuente: Elaboración propia

La dimensión ambiental se conforma por aquellos efectos ambientales que se generan en nuestra empresa seleccionada a raíz de la producción y todo el proceso para la comercialización de sus productos; en la siguiente tabla se diseña un plan con el fin de incentivar a las personas de cuidar el medio ambiente y de manera interna dar un buen manejo a todos los residuos contaminantes generados por la empresa. (Ver Tabla 3)

Tabla 3.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Crear una campaña incentivando a las personas a que reciclen.	Los directivos se encargan de realizar panfletos, vallas, anuncios radiales promoviendo el reciclaje.	3 meses	\$ 4.000.000	$\frac{\text{personas participes}}{\text{comunidad en general}} * 100$
	Establecer un plan de manejo adecuado de los residuos de la empresa.	Al interior de la empresa se diseña un plan a seguir para darle buen manejo a todos los residuos de producción contaminantes de la empresa.	3 meses	\$ 2.000.000	$\frac{\text{total de residuos}}{\text{residuos reciclados}} * 100$

Nota. La tabla muestra un plan de acción de la empresa para la dimensión ambiental que permitirá evaluar el cambio para el medio ambiente después del desarrollo de las estrategias mencionadas.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Las Empresas continuamente se mantienen en alerta debido a las debilidades que se presentan y que al pasar del tiempo se puedan volver una amenaza en cada proceso. Debido a esto conlleva a identificar cada oportunidad para comenzar a desarrollar estrategias eficientes; Para esto, se requiere operar con ética y transparencia en cada proceso para ser rentables y tener una permanencia exclusiva en el mercado. Por ello la recolección de información es una pieza de vital importancia ya que de ella parte una base de nuevas oportunidades y valor.

El objetivo principal del Código de ética y conducta es establecer un marco de valores de comportamientos deseables; aplicables a proveedores, clientes, accionistas etc. Esto permite evitar acciones inapropiadas que afecta a la sana convivencia entre los trabajadores y el actuar de forma ética en los diferentes escenarios de la compañía.

En cada objetivo identificado se evidencia una estrategia para capacitar y buscar el mejoramiento de cada eslabón de la empresa y la optimización de los recursos.

Desarrollando cada una de las estrategias y su continuo proceso dentro de la organización; esto hace que se tome un rumbo al manejo de datos que permitan identificar las debilidades y amenazas para volverlas oportunidades y fortalezas.

La implementación del RSE, contribuye a que toda medida genere un valor al medio ambiente y/o a la sociedad. Realizando un cambio y una apropiación en cada deficiencia encontrada; Esto hace que se mantenga el constante monitoreo en cada situación evidenciada y que lleven al planteamiento coherente del compromiso social y redefinición de cada una de las metas. Con el objetivo de promover una cultura de legalidad, voluntariedad y de ética. Haciendo que, en cada seguimiento a cada plan, garantiza la calidad del plan.

Por ello es importante tener muy en claro cada objetivo planteado para actuar enfocado en cada estrategia.

Referencias

- 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.
- Calderón J (s.f)El concepto de la responsabilidad empresarial. Cemefi, centro mexicano para la filantropía. Recuperado de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Compañía Adecco (2019). Importancia de la responsabilidad social para las empresas. Recuperado de <https://blog.adecco.com.mx/2019/10/22/importancia-responsabilidad-social-empresarial/>
- 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.
- 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, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. 1-70. Recuperado de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>
- 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 metalmeccánico 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. *LibrosUniversidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.

- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.
- González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- Hax, A & Majluf, N. (2014). Lecciones en estrategia : hacia una gestión de excelencia. Ediciones UC. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1
- 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.
- Ortegón, G., Castrillón, O y Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- 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>

- Peiro, U. (2016). Grupos de interés – Stakeholders. Economipedia.com. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/grupos-de-interes.html>
- Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=89472258&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.
- Robichaud (2012). ISO 26000: 7 materias fundamentales para la Responsabilidad Social Empresarial: ¿cómo medirlos? Recuperado de <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Sarmiento (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. Vol. 9 No. 2 págs. 6-15. Recuperado de: <file:///C:/Users/krobins/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialEmpresarial-3965840.pdf>
- 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://www.canva.com/design/DAEwJL7AcGs/9Zmlt0NBF0Lp5hWAITfYWw/view?utm_content=DAEwJL7AcGs&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Anexo B. Formato de Recolección de Información

https://docs.google.com/forms/d/1trHd9h76gTrxMfP6BhFbhrPr6SAmJN6qyBpa_DK-N3w/edit