

Plan de RSE como modelo de gestión para los procesos de Viñedos y Bodegas del Norte

Estefanía Montoya Villegas

Gabriela Montoya Moreno

Geraldine Ximena Cedeño Villarreal

Deiver Sánchez Araujo

William Albert Muñoz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Programa de Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo de 2022

Plan de RSE como modelo de gestión para los procesos de Viñedos y Bodegas del Norte

Estefanía Montoya Villegas

Gabriela Montoya Moreno

Geraldine Ximena Cedeño Villarreal

Deiver Sánchez Araujo

William Albert Muñoz

Asesora

Yudith Caicedo Domínguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Programa de Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo de 2022

Resumen Analítico Especializado

Título	Responsabilidad Social Empresarial
Autores	Estefanía Montoya Villegas, Deiver Sánchez Araujo, Gabriela Montoya Moreno, Geraldine Ximena Cedeno, William Albert Muñoz Trujillo
Tipo de documento	Trabajo de grado
Asesor	Yudith Caicedo Domínguez
Año	2022
Palabras clave	Conducta ética, estrategias, implementación, posicionamiento, prácticas justas, Responsabilidad empresarial
Resumen	<p>El tiempo en las organizaciones, ha dado a conocer la necesidad de implementar y aplicar estrategias que permitan su reconocimiento y colocación en el mercado sin abusar de los recursos que el ambiente y el entorno le brindan; actualmente, existen normas que rigen y califican el comportamiento de una compañía y su interacción con el entorno; así mismo, los seres humanos crean una buena percepción de algo cuando ello, actúa en beneficio de todos; por ello, se hace necesario, que una organización aplique en sus actividades, la responsabilidad social, así como la inclusión de un código ético interno que permita que los procesos de manera se efectúen de manera eficiente. Es por ello, que a continuación se presentará por medio de este documento, la investigación aplicada a la empresa Viñedos y Bodegas del Norte, como cumplimiento de trabajo de grado del Diplomado de profundización de la UNAD en la que se trabajó el análisis de cada variable fundamental que conforma la RSE según la “Norma ISO 26000”, esto, teniendo en cuenta las debilidades y fortalezas de la compañía, que dieron lugar al análisis y desarrollo de estrategias que al ser aplicadas, permitirán el fortalecimiento de la organización en el corto plazo.</p>
Problema de investigación	Deficiencia en la gestión y divulgación de la Responsabilidad social Empresarial
Metodología	Investigación Cualitativa aplicada por medio de la entrevista
Principales resultados	<p>Desarrollo y dominio de la documentación reglamentaria empresarial</p> <p>Disminución de sanciones por parte de las entidades que controlan ciertos aspectos de las empresas</p>

Incremento de recursos y oportunidades de inversión
 Aumento de la reputación de la empresa en los implicados (internos y externos)
 Incremento en el reconocimiento, posicionamiento y acreditación de la empresa en prácticas de RS
 Aumento en la eficiencia de las políticas administrativas y de comunicación
 Tareas y labores correspondientes al cargo de los trabajadores
 Motivación e interés en la coordinación de los procesos por parte de los involucrados
 Contratación de personal calificado para los cargos correspondientes en la organización
 Desarrollo de programas de capacitación al personal con temas relacionados en prácticas sociales y ambientales
 Mayor autoridad de la gobernanza en la organización
 Reducción de inconsistencias en las decisiones y en la comunicación de la información
 Aumento en la participación de la compañía en proyectos sociales
 Motivación y cambio social en las partes involucradas.

Conclusiones

La responsabilidad de la empresa con el entorno ambiental y de proteger el planeta, comienza con la participación de la organización en los temas de RS, expresada a través de actividades específicas en el área de evaluación de impacto de las actividades productivas de la organización hacia el entorno ambiental

Las empresas actualmente deben desarrollar un funcionamiento integral que no solo se centre en la parte económica, sino que también abarque la parte cultural, ambiental y social dándole a la sociedad ejemplo de buenas prácticas donde impere el cuidado del ser humano y ambiente, desarrollando practicas sostenibles que provoquen un mejor futuro a las generaciones venideras.

La aplicación de la RS en una empresa requiere de una inversión considerable, sobre todo en esfuerzo y dedicación, puesto que el reflejo de este arduo trabajo se visualiza en mayor productividad y rendimiento económico, pues al ser mejor reconocido en el mercado, mayor cantidad de personas querrán vincularse a la empresa, es decir, que entre mayor sea la RS de la empresa con el medio, mayores serán los beneficios para la empresa y para cada grupo de interés.

En base al estudio realizado en Viñedos y Bodegas del Norte, se puede apreciar, que la mayoría de las microempresas y emprendimientos en el país, no cumplen debidamente con la “Norma ISO 26000”, no aplican una RS ejemplar que les permita

evolucionar y obtener un reconocimiento en el mercado, como por ejemplo, en la empresa estudiada, se logró conocer que existen muchas personas residentes en Tuluá, que no tenían conocimiento de la existencia de la compañía, contando con que ésta, lleva más de 70 años en el comercio vínico, esto, es un gran ejemplo de la falta de posicionamiento de la empresa y la falta de reconocimiento por parte de las personas, debido a la falta de publicidad y aplicación de la RS con el entorno.

Es indispensable que, para el inicio de las actividades empresariales, se aplique y se trabaje en función a la Norma, puesto que es la manera más sencilla de cumplir objetivos, pues la estrategia más eficaz que puede existir para una empresa es aplicar y trabajar de acuerdo con la Norma ISO 26000 y muchas otras normas en las que se deben enfocar para que la productividad y rendimiento, sean los esperados, cumpliendo siempre con una RSE ejemplar que beneficie a todo su grupo de interés.

Referencias

- Andr, C., & Velandia, A. (2021). “Responsabilidad Social Empresarial RSE Relación entre el contenido publicitario en motores de búsqueda y los indicadores de efectividad publicitaria online y su efectividad en SEM en una empresa de productos plásticos colombiana”. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10608/ArtilaCarlos2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Argandoña, A., (2011). ISO 26000, Una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0320.pdf>
- Arévalo-Martínez, R. I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Web organizational communication of the ethics in the organizations of the third sector. *Profesional de La Información*, 28(5), 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.22>
- Avendaño, R., (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. Publicado en *Rev. Lasallista Investigación* Vol. 10. No. 1 Caldas. (p. 152-163). Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492013000100014
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73–91. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Cansino C., y Morales, M. (2008). Responsabilidad Social empresarial. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cansino_Morales_2008.pdf
- Chernev & Blair., (2015). Hacer el bien haciendo el bien: el halo benévolo de la responsabilidad social empresarial. https://academic-oup-com.translate.goog/jcr/article/41/6/1412/2379575?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 35, 152–181. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Chávez Martínez, G. (2003). *El pensamiento del estratega*. Plaza y Valdés, S.A. de C.V. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/75568>
- Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de

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

- Díaz de la Cruz, C., & Fernández, J. L. (2016). Conceptual Framework of Ethics and Corporate Social Responsibility: An Anthropological and Strategic Approach. *Revista Empresa y Humanismo*, XIX (2), 69–118. <https://doi.org/10.15581/015.xix.2.69-118>
- Etkin, Jorge y Schvarstein Leonardo. (1989). Identidad de las organizaciones. (p.81). https://www.academia.edu/32251858/Etkin_Schvarstein_Identidad_de_Las_Organizaciones_pdf
- Estefany, Robles. 2019. “Responsabilidad Empresarial Endógena: Una Perspectiva Para Calidad Empresarial.” *Institución Entidad Micro Crediticia Bancamia, Colombia*.
- EXPOK, (2016). Responsabilidad social empresarial. Un año Prometedor en sustentabilidad. <https://www.expoknews.com/2016-un-ano-prometedor-en-sustentabilidad/>
- ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN Leonardo. Identidad de las Organizaciones: Invariancia y cambio. Barcelona: Editorial Paidós, 1989. p. 81.
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo TT - Human Sustainable Development at a Local Level - How Territory has been included in Theories of Development. *Economía y Desarrollo*, 162(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S02528584201900020003&lang=es%0Ahttp://scielo.sld.cu/pdf/eyd/v162n2/0252-8584-eyd-162-02-e3.pdf
- Franco, M., (2012). El pensamiento estratégico en los Gerentes Basado en la Filosofía de los Institutos Autónomos del Sector público. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v7-n3/7\(3\)46-58.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n3/7(3)46-58.pdf)
- François, R. (2012) ISO 26000: 7 materias fundamentales para la Responsabilidad Social Empresarial: ¿cómo medirlos? <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/#:~:text=1.-,Gobernanza%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.y%20valores%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.>
- García, J. (2014). Argumentos a favor y en contra de la responsabilidad social empresarial. <https://www.clubensayos.com/Negocios/ARGUMENTOS-A-FAVOR-Y-EN-CONTRA-DE-LA/1960716.html>
- García-Marzá, D. & González Esteban, E. (2014). Ética. D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/51754>
- Gallopin. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico.(p.125) <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5763>
- González, A (2007). “Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo”. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González, 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. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- Julia, Maxima Uriarte. 2019. “Responsabilidad Social Empresarial.” Caracteristicas.Co
- Labarca, N. (2008). Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. *Opción*, 24(55), 47–68.
-

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=es

- López, C. (2021). Estas son las empresas con mayor responsabilidad social. <https://www.elcolombiano.com/negocios/estas-son-las-empresas-con-mayor-responsabilidad-social-MH14759566>
- Maña, E. (2021). Estas son las empresas con mayor responsabilidad social. <https://www.elcolombiano.com/negocios/estas-son-las-empresas-con-mayor-responsabilidad-social-MH14759566>
- Madroñero, S., Guzmán T., (2018). Desarrollo Sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias recuperado de: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0379-39822018000300122&script=sci_arttext&tlng=es
- Martínez Herrera, H. (2010). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/69172>
- Marulanda, N., & Rojas, M. D. (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. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642019000300269>
- Medina (2006). “análisis de las competencias”. (p.76).<file:///E:/escritorio/Downloads/DialnetLosProcesosDeObservacionDelPracticum-1973266.pdf>
- Medina, M & Moreno, C (2009). “Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A”. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Michael E. Porter Mark R. Kramer (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre la ventaja competitiva y la responsabilidad social corporativa', Harvard Business Review, diciembre. (p.3). <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315259277-8/michael-porter-mark-kramer-2006-strategy-society-link-competitive-advantage-corporate-social-responsibility-harvard-business-review-december-pp-79-92-neil-gunningham>
- “MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce y LAMPEL, Joseph. (1999). Safari a la estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A”
- Montoya, E. (2021). Reseña Histórica y macro localización de la empresa Viñedos y Bodegas del Norte. <https://xn--viedosybodegasdelnorte-lec.com/>
- 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*. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.C521C2B8&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. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005
-

-
- OCDE., (2013). Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales. <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>
- OIT., (1977 y 2000). “Declaración tripartita sobre las empresas multinacionales y la política social”. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/publication/wcms_124924.pdf
- ONU. (1999). Global Compact o Pacto Global. La búsqueda de soluciones para Retos Globales. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- ONU. (2000). Declaración del Milenio. Resolución aprobada por la Asamblea general. <https://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>
- Orozco Martínez, I., & Orozco Martínez, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac Journal*, 20(1), 76–105. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>
- Oyarce, J., (2013). Excelencia empresarial y competitividad. ¿Una relación fructífera? Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/399/39929212006.pdf>
- Patiño Berdugo, D., (2018). Marco legal de la responsabilidad social empresarial. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1068/1129581808.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU ENFOQUE AMBIENTAL: UNA VISIÓN SOSTENIBLE A FUTURO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169–178. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- “PORTER, Michael E y KRAMER, Mark R. Estrategia y Sociedad. En: Harvard Business Review América Latina. (diciembre, 2006); p. 3”.
- Prado, G., (2016). La moral y la ética: piedra angular en la enseñanza del derecho. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483019.pdf>
- Ramírez Molina, R, LAY, N y Sukier, H. (2020). Gerencia estratégica para la gestión de personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica*, Recuperado de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/6315>
- Ramos, S., Sevillano C., Román B., (2020). Sobre las definiciones de ética, legislación y deontología. Recuperado de: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-80462019000500013
- Red de Árboles. (2018, 1 noviembre). Qué es Responsabilidad Social Empresarial. <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/321/1/que-es-responsabilidad-social-empresarial>
- Robayo Nieto, N. (2015). Cómo Gestionar La Responsabilidad Social Empresarial Desde Las Pymes En Colombia. *XX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/12.01.pdf>
- Ruiz, C., Silva V., Vanga A., (2008). Ética empresarial y el desempeño laboral en las organizaciones de Alta Tecnología (OAT). Recuperado de: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842008000300006#:~:text=Asimismo%20expone%20P%C3%A9rez%201998%3A%2032,lo%20afectado%20por%20el%20plan.
- Salazar, R. (2004). Principales autores de la Estrategia Empresarial, Recuperado de, <https://www.gestiopolis.com/principales-autores-estrategia-empresarial/>
- Salazar, A. (2021). Planeación estratégica de mercadotecnia, Resúmenes de Mercado Financiero, Recuperado de <https://www.docsity.com/es/planeacion-estrategica-de-mercadotecnia/7846572/>
- 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 de 2020]. ISSN: 1317
8822. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

- Sarmiento, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas. [file:///E:/escritorio/Downloads/Dialnet-GestionEstrategicaClaveParaLaResponsabilidadSocial-3990453%20\(1\).pdf](file:///E:/escritorio/Downloads/Dialnet-GestionEstrategicaClaveParaLaResponsabilidadSocial-3990453%20(1).pdf)
- Uribe, C., (2004). Desarrollo social y bienestar. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/791/79105802.pdf>
- Universidad Eafit. (2016). Un panorama de la responsabilidad social empresarial y el desafío de su implementación en Colombia. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12183/camiloandres_bohorqueztoro_2016.pdf?sequence=2&isallowed=y
- Universidad de los Andes. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. [https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#:~:text=\(2008\)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%20E2%80%9D%20\(p.](https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#:~:text=(2008)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%20E2%80%9D%20(p.)
- Viñedos y Bodegas del Norte. (2022). Marco Institucional de la empresa. Información ofertada por el Director administrativo de la empresa. <https://xn--viedosybodegasdelnorte-lec.com/>
-

Resumen

El tiempo en las organizaciones, ha dado a conocer la necesidad de implementar y aplicar estrategias que permitan su reconocimiento y colocación en el mercado sin abusar de los recursos que el ambiente y el entorno le brindan; actualmente, existen normas que rigen y califican el comportamiento de una compañía y su interacción con el entorno; así mismo, los seres humanos crean una buena percepción de algo cuando ello, actúa en beneficio de todos; por ello, se hace necesario, que una organización aplique en sus actividades, la responsabilidad social, así como la inclusión de un código ético interno que permita que los procesos se efectúen de manera eficiente. Es por ello, que a continuación se presentará por medio de este documento, la investigación aplicada a la empresa Viñedos y Bodegas del Norte, como cumplimiento de trabajo de grado del Diplomado de profundización de la UNAD en la que se trabajó el análisis de cada variable fundamental que conforma la RSE según la “Norma ISO 26000”, esto, teniendo en cuenta las debilidades y fortalezas de la compañía, que dieron lugar al análisis y desarrollo de estrategias que al ser aplicadas, permitirán el fortalecimiento de la organización en el corto plazo.

Palabras Clave: Divulgación, estrategia, gestión, indicadores, plan de acción, responsabilidad social empresarial

Abstract

Time in organizations has revealed the need to implement and apply strategies that allow their recognition and placement in the market without abusing the resources that the environment and surroundings provide; currently, there are rules that govern and qualify the behavior of a company and its interaction with the environment; likewise, human beings create a good perception of something when it acts for the benefit of all; therefore, it is necessary for an organization to apply social responsibility in its activities, as well as the inclusion of an internal code of ethics that allows processes to be carried out efficiently. That is why, through this document, the research applied to the Viñedos y Bodegas del Norte company will be presented below, as a completion of the degree work of the Deepening Diploma of the UNAD in which the analysis of each variable was worked on. fundamental that makes up CSR according to the "ISO 26000 Standard", this, taking into account the weaknesses and strengths of the company, which gave rise to the analysis and development of strategies that, when applied, will allow the strengthening of the organization in the short term.

Keywords: Disclosure, strategy, management, indicators, action plan, corporate social responsibility

Tabla de Contenido

Capítulo 1. Antecedentes	16
Introducción	16
Problema	17
Objetivos	18
Capítulo 2. Marcos Referenciales	19
Marco conceptual	19
Marco Teórico	31
Marco institucional	40
Marco Legal	47
Capítulo 3. Resultados	52
Diagnóstico	52
Variable: Gobernanza de la Organización	52
Variable: Derechos humanos	55
Variable: Prácticas Laborales.....	58
Variable: Medio Ambiente.....	60
Variable: Prácticas justas de operación.....	63
Variable: Asuntos de Consumidores.....	65
Variable: Participación activa y desarrollo de la comunidad.....	67
<u>Resultado General en %</u>	<u>69</u>
Matriz de Marco Lógico.....	73
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	88
Plan de Acción y de Seguimiento	88
Conclusiones	94
Referencias.....	97
Anexos	107

Lista de Tablas

Tabla 1. Línea de tiempo sobre el pensamiento estratégico.....	23
Tabla 2. <i>Marco Institucional Viñedos y Bodegas del Norte</i>	41
Tabla 3. <i>Resultado Indicador Gobernanza de la organización</i>	53
Tabla 4. <i>Resultado Indicador Derechos humanos</i>	55
Tabla 5. <i>Resultado Indicador prácticas laborales</i>	58
Tabla 6. <i>Resultado Indicador medio ambiente</i>	60
Tabla 7. <i>Resultado Indicador prácticas justas de operación</i>	63
Tabla 8. <i>Resultado Indicador asuntos de consumidores</i>	65
Tabla 9. <i>Resultado Indicador participación activa y desarrollo de la comunidad</i>	67
Tabla 10. <i>Resultado General de los indicadores</i>	69
Tabla 11. <i>Stakeholders Internos Viñedos y Bodegas del Norte</i>	74
Tabla 12. <i>Stakeholders Externos Viñedos y Bodegas del Norte</i>	75
Tabla 13. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	89
Tabla 24. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	91
Tabla 35. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	93

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Logo de la empresa Viñedos y Bodegas del Norte</i>	40
Figura 2. <i>Principios de la RES</i>	49
Figura 3. <i>7 materias fundamentales de la RES</i>	50
Figura 4. <i>Calificación indicador Gobernanza de la Organización</i>	53
Figura 5. <i>Calificación indicador Derechos humanos</i>	56
Figura 6. <i>Calificación indicador prácticas laborales</i>	58
Figura 7. <i>Calificación indicador medio ambiente</i>	61
Figura 8. <i>Calificación indicador prácticas justas de operación</i>	64
Figura 9. <i>Calificación indicador Asuntos consumidores</i>	66
Figura 10. <i>Calificación indicador Participación activa y desarrollo de la comunidad</i> ...	68
Figura 11. <i>Gráfico general de los indicadores para la empresa</i>	70
Figura 12. <i>Stakeholders para Viñedos y Bodegas del Norte</i>	74
Figura 13. <i>Árbol de problemas para Viñedos y Bodegas del Norte</i>	76
Figura 14. <i>Árbol de objetivos para Viñedos y Bodegas del Norte</i>	80
Figura 15. <i>Mapa estratégico para Viñedos y Bodegas del Norte</i>	84

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	107
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	107

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

El nombre “Responsabilidad social empresarial” tuvo sus inicios desde la época de 1919 aproximadamente, sin embargo, desde hace poco tiempo, su nombre adquirió gran relevancia en las organizaciones, lo que significa que la RSE se ha convertido en la herramienta número uno “para el desarrollo adecuado de los procesos de una compañía”, es de esta manera, que a través de un pacto global, se logra implementar la Norma ISO 26000 que integra cada uno de los elementos esenciales de la RSE que debe incluir una organización para que sus procesos sean justos y trabajen en función a la sostenibilidad de la empresa con el entorno y el medio que los rodea. La aplicación de la RS en las prácticas empresariales de las organizaciones, surge a raíz de la escasez de recursos naturales y el deterioro ambiental que ha explotado el ser humano a lo largo del tiempo, por esta razón, se hace necesario que las empresas trabajen con los recursos que le brinda el medio ambiente y el entorno para que a su vez, éstos sean retornados a manera de agradecimiento con aportes significativos sociales y ambientales que beneficien a la sociedad en general, es decir, que las compañías deben contribuir con recursos propios aportes a la sociedad y al medio ambiente, por tomar prestado de alguna manera, lo que el medio les brinda.

En el desarrollo del presente documento se puede apreciar el estudio de la RSE de acuerdo con la “Norma ISO 26000 y sus materias fundamentales”, por medio de este estudio, se logra analizar la problemática principal de Viñedos y Bodegas del Norte y las posibles estrategias propuestas por medio de un plan de acción que puedan implementar como prácticas de eficiencia en temas de RSE para su fortalecimiento y reconocimiento con una mayor captación de clientes.

Problema

Para la obtención de los resultados, fue necesario ingresar a la planta de Viñedos y Bodegas del Norte para aplicar una entrevista semiestructurada con preguntas abiertas a 5 integrantes de la compañía, los cuáles permitieron abordar el análisis de un estudio cualitativo, del cual, resulto un problema principal que compromete gran parte de los procesos y la falta de aportes a la RSE

Se obtuvo como problema central, una deficiencia en la gestión y divulgación de la RSE que son fuente principal del origen de muchos acontecimientos que intervienen en la eficiencia de los procesos de la compañía.

La mayoría de las organizaciones carecen de responsabilidad social en sus prácticas y por lo que se ha analizado, Viñedos es una de estas, pese a que lleva tantos años en el mercado, no ha logrado evolucionar en cuanto al tema de la RSE.

Es desconcertante saber que, en la actualidad, existen aún muchas empresas en el mercado que no han realizado ningún aporte social o ambiental en su trayectoria, es decir, que este aspecto, no es muy significativo para los empresarios de la época, pues en sus intereses predomina el beneficio propio, pero no común, estas acciones se ven reflejadas, no solamente para la parte externa de la compañía, sino interna como lo son por ejemplo, los trabajadores, que en muchas ocasiones, deben soportar inconformidad laboral, por conservar el trabajo y poder sobrevivir. Sería indispensable e importante que cada empresa contara con un código ético que sea de igual manera supervisado y controlado por algún ente empresarial en específico, en el que se tome evidencia de los procesos y conducta organizacional, de acuerdo con su código, con la finalidad de no vulnerar los derechos de las personas, permitiéndose prácticas justas en la operatividad y un equilibrio entre todos los grupos de interés.

Objetivos

Objetivo General

Proponer y elaborar un Plan de RSE como modelo de gestión para los procesos de Viñedos y Bodegas del Norte que permita plantear en la compañía, la dirección metodológica de la RSE de manera adecuada con el propósito de cumplir a cabalidad con la “Norma ISO 26000”

Objetivos Específicos

Identificar por medio de un diagnóstico, el problema central que presenta la compañía en cuanto a la falta de gestión de la RS en sus procesos

Brindar soluciones estratégicas a partir del problema identificado, por medio de un árbol de objetivos que permita la propuesta de alternativas que mejoren la condición actual de la compañía

Proponer por medio de un mapa estratégico, la adopción de ideas que promuevan las prácticas de RSE en sus procesos, conforme a las tres dimensiones (económica, social y ambiental) que conforman la Norma

Proporcionar a la compañía la construcción del código de ética empresarial, de acuerdo a los lineamientos estudiados en la empresa, que permita su implementación real en el desarrollo de sus procesos

Construir un Plan de acción y de seguimiento que permita la proposición de objetivos y estrategias en cada dimensión, que mejoren en el corto plazo, la gestión de los procesos de la compañía con respecto a la adopción y aplicación de la RSE.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

El marco de referencias evidencia conceptos y acontecimientos sobre la temática del proyecto; en este, se presentan los principales conceptos de la ética empresarial que debe abordar una organización para la eficiencia en sus procesos; estos conceptos están estrechamente relacionados con la evolución que ha tenido el pensamiento estratégico a través del tiempo.

Marco conceptual

El marco conceptual, es el texto que relaciona los conceptos principales tratados en el proyecto; en él, se aprecia una definición de conceptos propios relacionados con la ética empresarial y el pensamiento estratégico, estos términos definen el sentido de la palabra y la relación que tienen con las actividades personales y laborales específicamente en una empresa.

Ética.

La ética en las organizaciones, tal y como lo menciona el artículo De la Cruz, C & Fernández, J no sólo demuestra los principios individuales de cada integrante de la compañía, sino la manera de actuar con su labor y su comportamiento con el medio y las personas que le rodean, el aprovechamiento adecuado de los recursos para el crecimiento y bienestar propio y de la organización en la cual ejerce sus funciones. “(Díaz de la Cruz, C., & Fernández, J. L. 2016)”

Ética Empresarial.

“La ética empresarial” es una parte integral de las actividades empresariales y es muy necesaria para el desarrollo idóneo de un ambiente laboral; son todas aquellas normas que una empresa debe impartir para lograr una buena metodología en el desarrollo de las actividades

propias del trabajo, inculcando las buenas practicas comunitarias. Es necesario que se sientan partícipes y conscientes de este tipo de normas desde el primer momento, para que también ellos puedan ponerlas en práctica y delegarlas en sus funciones. (Davis, 2003).

Pensamiento Estratégico.

Una organización es sólida cuando adopta estrategias que impulsan su desarrollo y evolución justa ante la competencia, para ello, es indispensable planear para el futuro y sobre todo las actividades que se deben realizar en el ahora, para lograr los resultados esperados; la estrategia es un panorama que abre horizontes, permite a un líder, saber actuar ante los imprevistos y sobre obtener éxito en ello, pensar en lo que pueda pasar o adelantarse al futuro, es una cualidad necesaria para tomar decisiones acertadas antes de que los acontecimientos ocurran. (Chávez, G. 2003)

Desarrollo Social.

“El desarrollo social” es el avance continuo que impacta de manera positiva a la sociedad y al medio ambiente; se enfoca principalmente en el bienestar y desarrollo de una comunidad, es aquí donde radica la ética empresarial, pues por medio de ella, evolucionan los intereses sociales y económicos de las personas y del entorno. (Cortina, 2008)

Desarrollo Sostenible.

“El desarrollo sostenible”, permite que las comunidades consigan satisfacer sus propias necesidades, pero al mismo tiempo aseguren el cuidado del medio ambiente y se proyecten en el

tiempo para que dicho medio sea sostenible, es decir, para que los recursos naturales y el entorno ambiental sigan conservándose en buenas condiciones. (Madroñero S., y Guzmán T., 2018)

Excelencia Empresarial.

“La excelencia empresarial” es el desempeño de una compañía que enfoca sus actividades para satisfacer a los Stakeholders, a la contribución con el desarrollo social y a la protección del entorno medioambiental; son todos aquellos mecanismos que se ejecutan para obtener buenos resultados y cumplir sus objetivos. (Carillo González. 2011)

Grupos de Interés.

“Los grupos de interés”, son aquellos individuos que hacen parte indirecta o directa de una organización, y son afectados por los resultados positivos o negativos de la compañía, esto se debe, a que cada grupo de personas aporta determinadamente algún bien, activo o capital en particular, esperando maximizar las inversiones realizadas inicialmente; éstos grupos de interés están en la misma posición de tomar decisiones y dirigir, sin embargo, existen algunos grupos que aportan fuertemente a la empresa y son las opiniones de éstos, los que sobresalen o son a los que preferiblemente le prestan más atención, pues la administración de la empresa se vería afectada de tomar decisiones sin consultar antes a los grupos interesados. (Phillips, 2003)

Sostenibilidad.

La sostenibilidad, es el resultado de las decisiones bien tomadas en una compañía; cuando la actividad de una empresa es económicamente factible genera riqueza y promueva la equidad, tenga dentro de su política y cultura organizacional una responsabilidad social

generando bienestar entre sus grupos y además hace adecuado uso de los recursos naturales cuidando y preservando el medioambiente. (Business Roundtable, 2019)

Estrategia.

Una estrategia, es la habilidad de poder crear alternativas que innoven o resalten la marca de una compañía en el mercado; es la manera más adecuada para que una compañía se mantenga por encima de la competencia y logre persuadir un mayor número de personas hacia su destino comercial. (Chandler, 2003)

Gerencia Estratégica.

La gerencia estratégica dispone y genera una cultura organizacional eficiente y un ambiente laboral adecuado, que permite avances en la producción y en los recursos administrativos; un gerente con pensamiento estratégico plantea, proyecta y desarrolla actividades que permitan el desarrollo sostenible de la compañía para cumplir así con sus metas deseadas. (McDonnell et al., 2017)

Tabla 1. *Línea del tiempo pensamiento estratégico Fuente; Elaboración propia*
Evolución del Pensamiento Estratégico

Periodo	Acontecimiento
481	<p>“Sun t zu, fue uno de los generales chinos más influyentes en el pensamiento militar del mundo a lo largo de 25 siglos aproximadamente. De Sun t zu, se conoce que aconsejaba en lo que corresponde a la estrategia ofensiva para asegurar el camino a la victoria. Su influencia, con relación al pensamiento estratégico, encontramos algunas de sus citas a continuación”:</p> <p>“El supremo arte de la guerra es someter al enemigo sin pelear, los que son expertos en el arte de la guerra someten al ejército enemigo sin combate. (Sun t zu, 481 a.c, como se citó en Salazar, R. 2004)”</p>
1706	<p>“Benjamín Franklin, es conocido actualmente como el fundador de la marca personal, en los cuales, aplicaba un sistema de objetivos y labores previamente desarrollados. Sus aportes al pensamiento estratégico más relevantes encontramos:”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Marcarse lo que hoy llamaríamos una guía de conducta o mapa de valores. La condensó en 13 puntos o lo que él llamó en su autobiografía las 13 virtudes. 2. Aplicar un método de gestión de estas virtudes. 3. Ser fiel al ritmo marcado. (Franklin, 1706, como se citó en Salazar, R. 2004)”
1780	<p>“Karl Von Clausewitz, expuso las bases de una nueva estrategia y estudió la actividad bélica desde el punto de vista filosófico”. Algunas de sus citas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «En la estrategia no vemos con nuestros propios ojos ni siquiera la mitad de las cosas que vemos en la táctica, ya que todo debe ser conjeturado y supuesto». • “La guerra no es simplemente un acto político, sino un verdadero instrumento político, una continuación de las relaciones políticas, una

gestión de estas con otros medios. (Clausewitz, 1780, como se citó en Salazar, R. 2004)”

-
- 1841** “Henry Fayol, es el padre y fundador de los procesos administrativos, de los cuales propuso un sistema de funciones que lleva a cabo quien administra”. Algunos de sus argumentos sobre el pensamiento estratégico son:
1. “Prever el futuro mediante un programa y de hacer previsiones para llevarlo a cabo
 2. Movilizar los recursos humanos y materiales para un plan de acción
 3. Establecer orientaciones para los empleados
 4. Conseguir la unificación y la armonía de todas las actividades
 5. Verificar que las tareas se cumplan de conformidad (Fayol, 1841, como se citó en Salazar, R. 2004)”
-
- 1863** “Werner Sombart, fue aquel hombre que ideó el concepto de destrucción Creativa, que por un lado elabora una nueva realidad y un nuevo panorama que llega a ser parte del mercado, y, por otro lado, desaparece ese mismo producto. A este proceso, se le denomina doble acción o dirección, que supone una nueva metodología especialmente para las empresas, que son a quienes acuden los consumidores, para participar de esa nueva realidad o producto”.
-
- 1864** “Max Weber menciona que la excelencia, a través del tiempo adquiere un nuevo concepto, pues ya no se fija solamente en el rendimiento y resultados económicos de las organizaciones empresariales, sino que la excelencia exige adaptación hacia las necesidades del mercado, la sociedad, y el medio ambiente, contribuyendo al desarrollo sostenible por medio de la Responsabilidad Social Empresarial, que trabaja constantemente en el beneficio del entorno social y organizacional”.
-
- 1880** “Elton Mayo, es conocido principalmente por su aporte al estudio sobre la lógica del sentimiento de los trabajadores y su influencia en la eficiencia y rendimiento de las directrices organizacionales que se pueden convertir en conflictos dentro del ámbito laboral.

La producción eficiente y rentable se debía a factores como la moral y el trato a los trabajadores, las necesidades satisfechas entre los mismos y sus dirigentes, formando un equipo de trabajo con sentido de pertenencia”.

- 1883** “Joseph Alois Schumpeter. En su obra Teoría del desarrollo económico, empieza a transmitir el concepto de una forma dinámica, el funcionamiento del sistema capitalista que posteriormente lo compara con los modelos de la economía neoclásica. El autor, considera que el desarrollo económico es posible cuando se aplican dos fuerzas, una por factores productivos como lo son: trabajo, tierra y capital (fuerza material) y otra por factores técnicos y sociales (fuerza inmaterial). Schumpeter (1883).”
- 1900** - “Fortalecimiento de la estructura productiva
-Era de la producción en masa
-Producción de modelo 1
-Producción en todos los colores”
- 1909** “Peter F. Drucker, La administración y la estrategia son abarcadas prácticamente por el autor, entre ellas se encuentra el estudio de la motivación, cultura de negocios, liderazgo, organización industrial y Gerencias, brinda además aportes específicos sobre cómo analizar el mercado y cómo posicionar un negocio en él. Ha sido pionero en el estudio de mercados y productos, analizando sobre ellos lo obsoleto, improductivo, así como también mostró análisis sobre el abandono organizado de lo antiguo (Drucker, 1909 como se citó en Salazar, R. 2004).”
- 1920** - “Esquemas productivos basados en la planeación de elementos y vínculos, así como en la función financiera
-La productividad creciente es la dinámica de la economía estadounidense de la Primera Guerra Mundial”
- 1929** - “Cambios en condiciones de crecimiento de países desarrollados
-Producción y luego venta
-Estrategias de Push de mercado”
- 1930** - “Cambios anuales en empresas de automóviles
-Abandono de la estrategia Push del mercado

- Crecimiento a partir de la producción en masa
- Antecedentes como segunda revolución industrial
- Establecimiento de laboratorios de integración”

-
- 1940** - “Surgimiento de grandes instituciones y organizaciones internacionales
-Surgimiento de treinta grandes, con métodos de producción propuestos por Taylor y Ford
-Adelantos en el conocimiento, teoría de juegos, y otras estrategias organizacionales”

-
- 1941** “C. K. Prahalad es conocido como el más influyente pensador en estrategias corporativas posee grandes avances y experiencia en el campo de lo administrativo en empresas multinacionales diversificadas de gran posición, pues además de influir en ellas, sus estudios se enfocaron directa y principalmente hacia la creación de estrategias corporativas, lo que lo lleva a ser uno de los autores más influyentes de la línea de tiempo en los avances del pensamiento estratégico.”

-
- 1950** - “Economía en transformación e intensificación de las competencias en desarrollo de modelos
-Enfoque de las empresas contra la incertidumbre y facilitar la gestión de la administración
-Principales bases de las estrategias en las compañías
-Conciencia sobre la reducción de gastos y aumento en el margen de ganancias
-Implementación de la administración por objetivos
-Se abre paso a la organización empresarial como misión y visión de las empresas y otros pasos”

-
- 1954** “Gary Hamel, en el mundo occidental, el autor es considerado el pensador de estrategias más influyente, ha permitido la evolución y el desarrollo de nuevos enfoques y metodologías en muchas compañías exitosas a nivel internacional. En esa evolución, se encuentra la creación de estrategias que rompan las reglas, generándole a su vez cantidades millonarias de utilidades,

es decir qué manera un tipo de estrategias dinámicas que son reflejados en excelentes resultados económicos”.

- 1960** “Douglas McGregor, es el autor de la Teoría X y la Teoría Y, por medio de las cuales argumenta que los gerentes de una compañía perciban y abordan la motivación de los empleados. En dichas teorías, asume que las directrices de las empresas deben organizar, controlar y dirigir los recursos económicos y humanos para el beneficio de todos. Sin embargo, algunas de las actitudes en las empresas, son diferentes y no avanzan ni manejan la información de la misma manera”.
- “Kennet Andrews (1960), define la estrategia de una compañía como: Patrón de los objetivos, propósito o metas y las políticas y planes esenciales para alcanzar dichas metas, en el que se establecen en qué clase de negocio se está o se desea estar y qué clase de organización es o anhela ser”

- 1962** “Alfred Chandler, fue quien introdujo y popularizó el concepto de estrategia comercial, en las corporaciones demostró diferencias que motivaron a los sociólogos a investigar y criticar el trabajo del autor más de cerca, apareciendo casos en los que él asumió que las corporaciones estadounidenses actuaban por razones de eficiencia, cuando realmente operaban en un contexto de política o de conflicto. (Chandler, 1962, como se citó en Salazar, R. 2004)”

- 1965** “Igor Ansoff, Es conocido e incluido dentro de los gurúes por ser el padre de la Administración Estratégica. Simplifica el concepto de estrategia en dos oraciones:”
- “La clave de la estrategia es reconocer que, si una compañía está funcionando, entonces es parte del ambiente.”
 - “Cuando un administrador entiende el ambiente y reconoce que el ambiente está en constante cambio, entonces puede tomar las decisiones correctas liderando las organizaciones hacia el futuro. (Ansoff, 1965, como se citó en Salazar, R. 2004)”

1967 “Philip Kotler, Se le reconoce como el creador de las expresiones de marketing, segmentación, posicionamiento y definición de target; hasta el día de hoy, ha inspirado más de 25 libros ejemplares con Marketing Management. Menciona que el marketing no es cosmético para vender lo que se tiene, sino el arte de crear valor para el cliente. (Kotler, 1967, como se citó en Salazar, R. 2004)”

1970 “Se presentaron los siguientes acontecimientos:

- Herramienta de análisis estratégico
- Crecimiento del mercado
- Cuota relativa
- Toma de decisiones
- A largo plazo
- Énfasis importante en el análisis de portafolio de negocios
- Utilización matrices 2x2
- Análisis de cadena de negocios
- Consolida el pensamiento organizacional estratégico”

1975 “Kenichi Ohmae, recomienda que el primer paso en el proceso de abstracción es usar las tormentas de ideas y las encuestas de opinión para reagrupar y particularizar los aspectos en los cuales la empresa está en desventaja frente a sus competidores. Argumenta y recomienda también que los estrategas usen como método un proceso de abstracción, para demostrar lo que podría pasarle a una compañía que tiene una alta posición y larga trayectoria en el mercado, cuando empiece a mostrar signos de quiebra o declive. (Ohmae, 1975, citado en Salazar, R. 2004)”

1980 “Michael Porter, es el autor y creador de la Ventaja competitiva que formaría parte del discurso empresarial y político. Define que la esencia de la estrategia es elegir una posición única y valiosa basado en sistemas de actividades que son mucho más difíciles de armonizar; sostiene que el único objetivo que puede apoyar una estrategia fiable es una rentabilidad superior. Se le debe el modelo de las cinco fuerzas competitivas y el concepto de

estrategias genéricas. Porter (1980)”. En este año, además, surgen los siguientes acontecimientos:

- Nuevos modelos
- Separación de estrategias y finanzas
- Fallas en la planeación estratégica
- Análisis DOFA
- Cadena de Valor

1984 “Cene Andrews, le da a la estrategia el nombre de arte, más que disciplina; además consideraba que toda política empresarial tiene su origen en el estudio de las habilidades, actitudes y conocimientos de una organización. Para Andrews, los líderes de las empresas deben desarrollar tres funciones principales: Liderar la organización, ejercer un liderazgo en lo personal y ser los catalizadores de la consecución de los objetivos de la entidad. Andrews (1984)”

1990 - “Revolución de las Tics
 -Modo de vida de organizaciones
 -Políticas de libre comercio
 -Cambios en estructuras de las empresas
 -Estrategias organizacionales
 -Enfoque de direccionamiento y gestión por directrices”

1994 “Henry Mintzberg, ha contribuido en las principales publicaciones continuas en su campo, argumenta que el método usual de crear estrategia, la Planeación estratégica fallaba, porque incorrectamente asumía que las discontinuidades podían predecirse, porque los estrategas estaban desconectados de las operaciones y porque el proceso de hacer estrategia se había convertido en un rito formal. Aún más, dijo que la estrategia es síntesis y la síntesis junta organiza las ideas. (Mintzberg, 1994, citado en Salazar, R (2004)”.

- 2000** “Vivas, conceptualiza el pensamiento estratégico como una actitud y cultura orientada a ser proactivos, que adelanta posibles acontecimientos futuros que pueda sufrir una empresa y de esa manera, poder tener información general del negocio y lograr tomar medidas específicas eficaces ante esos posibles acontecimientos”.
- “Jatar (2000), el pensamiento estratégico es un hábito que permite observar la realidad desde una perspectiva distinta, y el entorno debe ser visto como parte de un sistema complejo” (Jatar, 2000, citado en Labarca, N. 2008).”

-
- 2011** Según “Idalberto Chiavenato, la administración inteligente de los recursos humanos es la pieza clave en una organización exitosa. El capital humano constituye el elemento esencial en cada componente de la organización, la administración eficaz se fundamenta en la responsabilidad de cada administrador (gerente, jefe sección, director) de las distintas áreas funcionales de la organización, ya sea la de finanzas, contabilidad, marketing, producción, compras, capacitación e incluso recursos humanos (Chiavenato, 2011)”

Link de acceso a la línea de tiempo completa <https://www.timetoast.com/timelines/2727842>

Marco Teórico

La responsabilidad social, ha logrado ser, uno de los conceptos con más número de debates que se han presentado en el mundo empresarial últimamente. De esta forma, el interés por su impacto está creciendo en varios países, ya que se trata no solo de contribuciones activas y voluntarias al desarrollo económico, sino también de aspectos relacionados con la sostenibilidad ambiental y poblacional. La RS, es la voluntad de servicio que la compañía tiene con la sociedad y el entorno que las rodea; es decir, que su enfoque está íntimamente relacionado con aspectos ambientales, sociales, económicos, culturales y laborales, apreciados en su mayoría, por el régimen jurídico de la actualidad.

Las empresas de hoy han incorporado en sus “modelos de gestión, la Responsabilidad Social Empresarial” (RSE), cuyos componentes permiten tener en cuenta una articulación entre el beneficio o factor económico, el social y el medio ambiental, propendiendo para ello, un manejo adecuado de recursos económicos, materiales y humanos, que permitan lograr de dicha gestión el reconocimiento en el mercado competitivo en los diversos ámbitos, sean el regional, nacional e internacional. Por lo anterior, el RSE y sus componentes son los determinantes para lograr un adecuado desarrollo sostenible que satisfaga a la compañía y a la sociedad en general.

“La responsabilidad social en términos generales no tiene una fecha de inicio exacta, sin embargo, existen varios indicios que llevan a los estudiosos de este campo a deducir que, en el siglo XIX aparecen los primeros documentos que constatan las primeras prácticas de las empresas en pro de sus trabajadores. Posteriormente nace la Organización de las Naciones Unidas y poco tiempo después se crean los derechos humanos, ambos sirven como el

fundamento que aumenta la conciencia social en las personas. EXPOK, (2016) citado en Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016) (p.170)”.

La RSE (Responsabilidad Social Empresarial), como se le llama ahora, tiene origen por diferentes conceptos y nombramientos que fueron construyendo el marco referencial, exponiendo a su vez, maneras de dar a entender su mecanismo, importancia y principalmente su aplicación en una organización para poder ser denominada socialmente responsable. De esta manera fue surgiendo un ente regulador que permite que las empresas se incluyan de manera voluntaria.

“La preocupación por las dificultades sociales de la población en numerosos países, llevó como respuesta a que surgieran diferentes instrumentos internacionales que establecen directrices para promover un tratamiento adecuado a la RSE en los diferentes países del mundo, encontrándose entre los más importantes a:”

“Global Compact o Pacto Global (ONU, 1999), considerada actualmente como la iniciativa más importante del mundo en el campo de la RSE. Este instrumento busca que tanto las empresas como las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que lo acogen voluntariamente, se comprometan a adoptar en la ejecución de sus funciones y actividades los diez principios que rigen el Pacto, garantizándose condiciones adecuadas para la población en materia de derechos humanos, derechos laborales, mecanismos anticorrupción y medioambiente. (citado en Patiño Berdugo, D, 2018. p.72)”

“Declaración del Milenio (ONU, 2000), que destaca la importancia de trabajar con empresas responsables para lograr la reducción de la pobreza, la desnutrición, el analfabetismo, entre otros. (Carrillo y Toca, 2014, citado en Patiño Berdugo, D, 2018. p.72)”

“Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales (OCDE, 2013). Establecen recomendaciones de los gobiernos dirigidas a empresas multinacionales para una conducta empresarial responsable dentro del contexto global; buscan guiar los comportamientos de las empresas para que a través de ellas se protejan y desarrollen las comunidades en lo que respecta a los derechos humanos, asuntos laborales, medioambientales, medidas anticorrupción, ciencia y tecnología. (citado en Patiño Berdugo, D, 2018. p.72)”

“Declaración tripartita sobre las empresas multinacionales y la política social (OIT, 1977 y 2000): dirigida a empresas y gobiernos, quienes pueden acogerse voluntariamente a esta. Fomenta el respeto de la soberanía estatal y el apego a las normas, usos y políticas nacionales en el desarrollo de sus operaciones, y promueve la ratificación y aplicación de las recomendaciones y convenios de la OIT. (citado en Patiño Berdugo, D, 2018. p.72)”

“Norma ISO 26000 Guía sobre responsabilidad social: sirve a las empresas para alcanzar el desarrollo sostenible, comportándose de modo socialmente responsable. Este instrumento se centra en el fomento de garantías a los derechos humanos, laborales y medioambientales, así como en temas relativos a prácticas justas de mercado, respeto y protección del consumidor, en aras de alcanzar el progreso social. (Argandoña, A., 2011 citado en Patiño Berdugo, D, 2018. p.72)”

“Adicional a la emisión de los anteriores instrumentos internacionales las empresas del mundo entero han empezado a adoptar programas de RSE, que en la mayoría de los casos depende del ordenamiento jurídico de cada uno de los países en los

cuales operan las empresas, así como de la situación cultural, social, laboral y ambiental propia de cada país. (citado en Patiño Berdugo, D, 2018. P.72)”

“Algunos autores como Chernev & Blair (2015) hicieron experimentos cuyas conclusiones refutan estas afirmaciones. Se mostró que los actos de RSE, incluso cuando no tienen relación con el núcleo del negocio, como en el caso de donaciones caritativas o para causas sociales, pueden influenciar la percepción que los clientes tengan sobre el desempeño de un producto. Para realizar el estudio usaron definiciones como el efecto aureola que se define como la tendencia de la evaluación general de una persona/objeto para influenciar las evaluaciones de las propiedades específicas de esta persona/objeto en el sentido que sea consistente con la situación general. (Citado en Andr, C., & Velandia, A. 2021. P.26)”

“De esta manera Chernev & Blair (2015) afirman que el efecto aureola se deriva del sentimiento oculto de las actividades de responsabilidad social de las empresas que puedan influenciar no solamente toda la imagen de la compañía sino también la percepción que se tiene sobre el desempeño de los productos, de tal manera que los productos hechos por empresas comprometidas con actividades pro-sociales, o con sentido de responsabilidad social, son percibidas como de mejor desempeño. Asimismo, es importante tener en cuenta que el efecto aureola puede ser una función no solamente de la motivación de las empresas sino también de la orientación moral del consumidor. Los resultados de Chernev & Blair (2015) lograron comprobar a partir de estos experimentos que la responsabilidad social puede ser usada como herramienta de competitividad en las empresas y no solamente para proyectar una imagen positiva o reforzar una imagen de marca. La RSE impacta en la percepción del desempeño que se

tiene del producto o servicio y este impacto es más fuerte cuando es motivado por la benevolencia. (Citado en Andr, C., & Velandia, A. 2021. P.27)”

Una organización es socialmente responsable, cuando demuestra de manera voluntaria y con madurez, acciones que procuren el crecimiento, desarrollo, bienestar a quienes laboren en ella y a la comunidad en general, sin necesidad de llevar al margen la normatividad que lo exige, son decisiones de carácter personal que asume cada compañía, que verdaderamente deberían realizar no sólo en una minoría de empresas, sino en todas, especialmente cuando recién se esté incursionando en el mercado, pues es más factible manejar todo desde el inicio, que llevar una trayectoria, e intentar aplicar una RSE con el tiempo, pues en muchas ocasiones, lo que no se empieza bien, no termina bien, o simplemente no se hace de manera responsable. Una estrategia eficiente de RS depende de la moral y honestidad de cada compañía con su entorno, se tiene que ser responsable en todo momento y no sólo cuando lo exijan, pues las acciones de sinceridad de las empresas permiten ganar aceptación y legitimidad ante la sociedad.

“Según (Julia, 2019) La responsabilidad social empresarial (RSE) se trata de un compromiso, una ética que adquieren las empresas para el mejoramiento social, ambiental y económico, con la finalidad de ser más competitivas, aumentar su valor añadido y generar un impacto social positivo”

“Avendaño W., (2013), afirma que la Responsabilidad Social es una expresión ética entre los individuos y su entorno; cuando se trata de un compromiso de esta dimensión, el autor dice que, la atención a las expectativas que se tiene sobre el comportamiento de las organizaciones y los diferentes grupos de interés, tienen como propósito contribuir a un desarrollo ambientalmente sostenible y económicamente viable. (p.152)”

Este enfoque está íntimamente relacionado con el entorno donde se desarrollan los procesos operativos y administrativos, ya que las acciones que realiza la organización y las decisiones que toma genera un impacto en la imagen de la empresa.

La RSE es una visión del negocio donde una empresa genera rentabilidad, y bienestar socio ambiental; todas las decisiones comerciales están dirigidas a lograr un balance entre las necesidades de todos. Cada compañía practica la RS de forma distinta, dependen, además, de muchos factores dentro de los cuales se encuentran su tamaño, actividad económica, principios corporativos y estrategias de la empresa. Reduce costes a través de la optimización de procesos, impulsando nuevos productos y maneras de consumo en el mercado, mejorando su imagen y liderazgo. Este modelo, puede ser practicado por pequeñas y medianas empresas y grandes corporaciones internacionales.

La RSE es altamente efectiva para la industria, brinda prestigio y valor de marca y representa un activo importante en muchos mercados. La investigación de mercado muestra que los consumidores se preocupan cada vez más por los principios éticos y morales en la aplicación de medidas relacionadas con cuestiones sociales, públicas y ambientales; espera que la promoción de objetivos éticos por parte del público sea aceptada y debe llevarse a cabo dentro de la empresa, de lo contrario es una estrategia de cambio de reputación y no un cambio completo. Esto significa que, como parte de este compromiso, la dirección de la empresa debe ser adecuada a las expectativas de la comunidad.

Así mismo, la RSE cuenta con unos ejes fundamentales como lo es el gobierno, los colaboradores, el Mercadeo, el medio ambiente, la comunidad, los proveedores y los clientes.

“De acuerdo con los ejes de la RSE, Sarmiento, S. (2010) citado por la Universidad de los Andes. (2016). considera 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 (p.26)”.

“Cansino C., y Morales, M. (2008) citando a McWilliams, Siegel y Wright, citado por la Universidad de los Andes. (2016). La RSE cuenta con situaciones en 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 (p.10).”

Por su parte “Para Medina (2006). (p.76), citado en Barroso Tanoira, F. G. (2008), la RSE debe ser parte de la esencia de la empresa y estar inscrita en la misión y visión de esta, implicando un cambio integral e invirtiendo para ello los recursos y esfuerzos necesarios para realizar un proyecto de renovación de la imagen corporativa por convencimiento propio, permitiendo la participación activa de los involucrados debido a que se trata de la búsqueda de la calidad en todas sus acciones”.

Los planes y decisiones empresariales no pueden ser independientes del medio ambiente, ya que tienen un impacto directo sobre las personas y el medio natural. De donde se da a conocer la importancia de comprender la realidad de las necesidades de la gente de cada país, independientemente de los intereses protegidos por grupos de poder. Por otro lado, está la identidad y el desarrollo sostenible, donde la ventaja competitiva del mercado puede ser valorada como un mecanismo de apoyo a la comprensión de lo que lo caracteriza; permitiéndole determinar cómo la metodología y estrategias implementados tienen influencia en el entorno ambiental, social y financiero.

Por otro lado, “García, J. (2014), menciona, que las empresas deben enfocarse en obtener utilidades y dejar los problemas sociales y ambientales a las organizaciones sin fines

de lucro y al gobierno, así como también expresa que, si los gerentes invierten su tiempo en responsabilidades sociales, se alejarán de la meta principal de la empresa”.

“Para Gallopín (2003), citado por Madroñero, S & Guzmán T., (2018), brinda la definición más conocida de desarrollo sostenible como proceso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las propias. (p. 125)”, de la misma manera, entonces las empresas de hoy, tanto de índole internacional como nacional se preocupan por la sostenibilidad y el cuidado ambiental, y de la misma manera satisfacer las presentes y futuras necesidades de las comunidades.

Pero, hacer empresa va más allá de hacer dinero y enriquecer al gerente, pues una empresa implica tener responsabilidad con todas las personas que la conforman, es decir, clientes, trabajadores, proveedores y accionistas, no se trata sólo de intentar cumplir a un determinado grupo de interés, sino de analizar que cada una de las acciones en las que se encamine la empresa, repercuten de una u otra manera en el medio ambiente y en la sociedad. No es necesario que una compañía invierta cantidad de dinero en “Responsabilidad Social”, basta con que provea empleo y traten adecuadamente a su personal e incluyan, en su cultura organizacional, desarrollar actividades que no impliquen la explotación ni degradación del medio ambiente, estas acciones hacen parte del desarrollo social que requiere una sociedad. La RSE es el estándar de calidad cada vez más demandado por consumidores finales, clientes, gobiernos y comunidades para las empresas, y la exclusión de esta es vista como una de las principales amenazas que más perjudican el crecimiento empresarial.

“La integración de la RSE en la estrategia empresarial es un tema prioritario para la generación de un desarrollo sostenible. Los autores que más han contribuido a ello son probablemente Michael E. Porter Mark R. Kramer quienes plantean que la responsabilidad

social corporativa puede convertirse en una fuente de enorme progreso social, a medida que las empresas aplican sus vastos recursos, experticia y conocimiento a actividades que benefician a la sociedad. Porter, Michael y Kramer, Mark. (2006). (p.3), como se citó en Robayo, N. (2015). (p.10)”.

“Otros autores como Jorge Etkin y Leonardo Schvarstein plantean que el camino hacia la sostenibilidad implica profundos cambios. Siendo las empresas las formas asociativas y células básicas del modo social que hemos construido, ellas deben ser profundas dinamizadoras del cambio a nivel global. Etkin, Jorge y Schvarstein Leonardo. (1989). (p.81), como se citó en Robayo, N. (2015). (p.10)”.

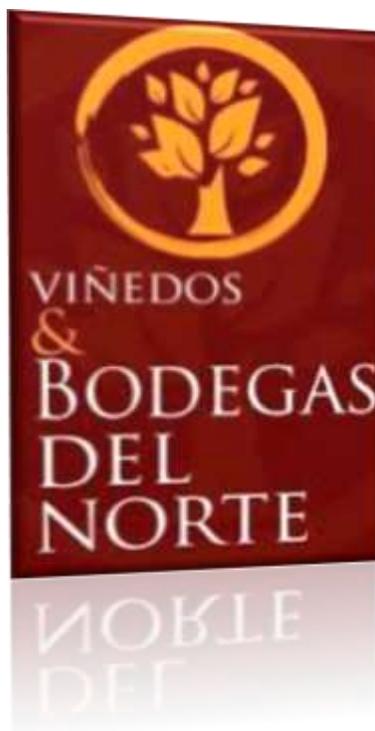
Por lo tanto, la RSE se convierte en un modelo para tener en cuenta para que todas las actividades de una empresa estén previamente encaminadas al desarrollo y sostenibilidad social, dando la debida importancia a principios como lo son la justicia y la ética empresarial. Es por ello por lo que una organización social responsable sería cualquier empresa que tenga en cuenta principalmente el desarrollo de las personas, cree mejores oportunidades para los empleados y no interfiera con la estabilidad del medio ambiente. Es preciso asumir un compromiso solidario y de protección del planeta, solo así se podrán lograr resultados sin obstaculizar el futuro de la humanidad.

Mediante la conciliación del punto de equilibrio entre la producción y el bienestar social y ambiental englobando practicas sistemas y estrategias en un funcionamiento tripartito como son trabajadores, comunidad y medio ambiente encontramos que las RSE son la oportunidad para el posicionamiento de marca que contribuye al mejoramiento continuo de formas de trabajo que estén integradas al pedido social de tener un mejor mundo que acceda en la concientización de un mejoramiento en el manejo de recursos cualquiera que sea la

actividad desarrollada sosteniblemente actuando en función a las expectativas de la comunidad. Tenemos elementos clave para la implementación de los procesos como son el análisis de los grupos de enfoque, encontrar la concurrencia entre los intereses de la compañía, las acciones a gestionar y controlar y las prioridades por el bien común para identificar áreas específicas para el desarrollo de un buen programa de RSE. Por ello, la RS infringe una fuerza importante en las organizaciones empresariales, que se necesitan adoptar para que siempre se preserve el “bienestar ambiental, social y empresarial,” buscando siempre la sostenibilidad a través del tiempo.

Marco institucional

Figura 1. *Logo de la empresa*



Fuente; <https://vinedosybodegasdelnorte.ecwid.com/>

Tabla 2. *Marco Institucional Viñedos y Bodegas del Norte*

Empresa **Viñedos y Bodegas del Norte**

Sector	“Es una empresa industrial del sector secundario de la economía”, donde se elabora y comercializa vino y otros productos con contenido alcohólico.
Ubicación	“Se encuentra ubicada en el perímetro urbano de la ciudad de Tuluá Valle en la Calle 43 # 27ª-24 Barrio la Bastilla” Montoya, E. (2021)
Misión	“Viñedos y Bodegas del Norte es una sociedad familiar líder en el mercado vínico por la fabricación, distribución y comercialización del producto y demás licores, reconocidos por la calidad y eficiencia en el servicio, ofreciendo variedad ante la demanda de consumo de nuestros clientes de manera eficaz y confiable, comprometidos con el equilibrio económico, social y ambiental del país”. Montoya, E. (2021)
Visión	“Convertirnos para el año 2025 en una empresa sustentable a nivel regional, liderando el sector vínico de la ciudad, comprometidos por incursionar a nivel nacional, diversidad de productos y sabores, que impulsen el desarrollo social de quienes comercializan nuestros productos, incrementando ingresos y satisfaciendo a su vez las preferencias y deseos de los consumidores” Montoya, E. (2021)
Valores	<p>Calidad: La Propiedad eficiente de los factores y aspectos que hacen posible el producto terminado en Viñedos y Bodegas del Norte; se lleva a cabo con el uso de materia prima, e insumos de excelente calidad, contando con certificaciones y especificaciones necesarias que generan confianza y seguridad a nuestros clientes.</p> <p>Compromiso: La obligación moral de los colaboradores de Viñedos y Bodegas del Norte con la sociedad, el medio ambiente y clientes, es el de ofrecer un producto de calidad, que no contamine, ni perjudique el entorno.</p> <p>Constancia: En Viñedos y Bodegas del Norte se determina y persevera para el logro de objetivos y proyectos que hacen posible la</p>

maximización de beneficios a los grupos de interés sobre los cuales influye nuestra actividad económica.

Excelencia: Viñedos y Bodegas del Norte ofrece productos de calidad que permite la efectividad económica y el reconocimiento de nuestra marca en el mercado, conocidos por la constancia en la excelencia al fabricar un producto seguro y apto para el consumo humano.

Integridad: Rectitud moral de las acciones entre los colaboradores de Viñedos y Bodegas del Norte dentro y fuera de las instalaciones, asumiendo un rol de Responsabilidad social con el entorno y los consumidores que acceden a nuestros productos.

Impacto Social: Desarrollo social que Viñedos y Bodegas del Norte brinda en la región.

Innovación: Promoción de productos nuevos en el mercado que Viñedos y Bodegas del Norte ofrece, con el fin de maximizar el retorno de las ganancias a los accionistas y a nuestros clientes, ofreciendo productos de diversa variedad, sabor, precio y calidad que permita la rotación constante de los mismos.

Respeto: Consideración que Viñedos y Bodegas del Norte tiene con las personas que prestan sus servicios y quienes hacen posible el desarrollo y crecimiento económico en la compañía, así como la valoración de cada una de las funciones que realizan, manteniendo un ambiente apropiado y un trato digno entre todos, independientemente de su jerarquía u ocupación.

Responsabilidad: Valor moral de Viñedos y Bodegas del Norte indispensable dentro las instalaciones de la compañía, que permiten el desarrollo adecuado de cada una de las actividades operativas, administrativas y sociales entre los grupos de interés para la sociedad en la que se desenvuelve la compañía.

Sentido de pertenencia: Expresión de cuidado y tolerancia que tiene Viñedos y Bodegas del Norte con las acciones de los trabajadores de la empresa, y éstos a su vez, con los bienes materiales e inmateriales con

los que realizan sus labores diarias dentro y fuera de las instalaciones de la planta.

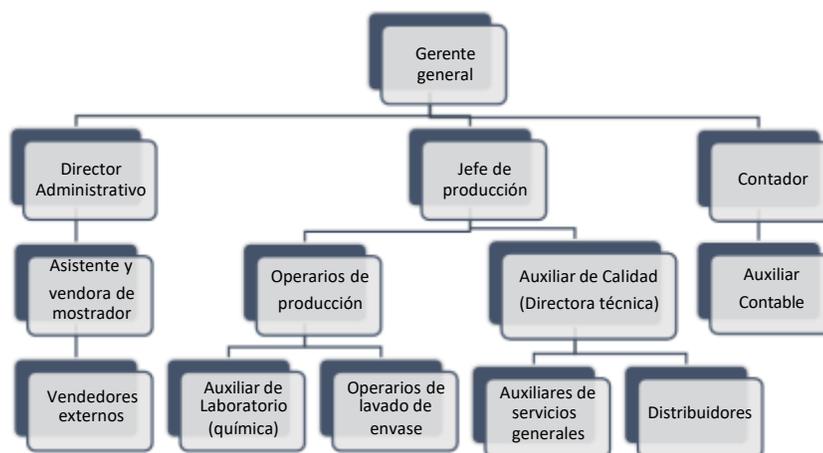
Sustentabilidad: Habilidad que ha demostrado la empresa Viñedos y Bodegas del Norte durante su trayectoria en el mercado, generando empleabilidad, y riqueza externa a los Stakeholders dentro de la comunidad regional, asumiendo un rol de desarrollo sostenible para para las generaciones familiares y no familiares a lo largo del tiempo.

Trabajo en equipo: Es la manera en la que en Viñedos y Bodegas del Norte cada grupo de trabajadores de cada área y en general, llevan a cabo sus funciones dentro de la jornada laboral, manejando un ambiente adecuado, próspero y sobre todo productivo en el menor tiempo posible, demostrando efectividad y calidad en los procesos.

Transparencia: Ética empresarial que ofrecemos a nuestra sociedad por medio del compromiso de comercializar productos aptos de excelente calidad, cumpliendo con la documentación y normatividad vigente que lo exige” Montoya, E. (2021).

Estructura

Organizacional



Estructura Organizacional Viñedos y Bodegas del Norte Fuente; organigrama de la empresa

Reseña

“Fábrica de vinos Viñedos y Bodegas del Norte se encuentra ubicada en el perímetro urbano de la ciudad de Tuluá valle del cauca en la Calle

43 # 27^a-58 en el Barrio La Bastilla. Este sector de ubicación es competente y estratégico, pues en la zona sur de la ciudad, es donde se encuentran las rutas de acceso de otros municipios y departamentos para el ingreso a Tuluá, la mayoría de los clientes nuevos y los existentes, han viajado desde otros municipios a degustar de los productos que ofrece la fábrica”.

“Viñedos y Bodegas del Norte, fue fundada en el año de 1948 por Pedro María Villegas. Bodegas del Norte es una empresa familiar la cual en este momento cursa por su tercera generación, manteniendo siempre el legado de fabricar los mejores vinos de la región. Su localización es estratégica y pertinente a una zona de alto flujo de tránsito de personas y vehículos, además la materia prima (Uva) es cosechada en el valle del Cauca, lugar donde se localiza la fábrica, pues la uva que se cosecha en la Unión Valle es una de las mejores que se obtienen en el país, pues cuenta con la variedad de uva necesaria para la elaboración de cada tipo de vino y cuenta con cosecha durante todo el año; la Unión es denominada como la capital vinícola de Colombia. Su ubicación además de estratégica es de tradición, pues en el año de 1948 la fábrica de vinos no solo era una bodega, sino una magnífica y gigantesca casa familiar, que contaba con 17 habitaciones y en ella residía toda la familia Villegas, los padres (fundadores de la fábrica) y sus hijos; es un terreno verdaderamente amplio. En la parte de atrás de la vivienda, se hizo una división para la fábrica, que desde en ese entonces se dio inicio a brindar al consumidor Tuluense, el más exquisito e inigualable sabor del vino, elaborado directamente en el lugar. Esta tradición familiar ha llegado a manos de la tercera generación y se ha mantenido en el mercado y en la misma ubicación por más de 73 años” (Montoya, E.2021).

Proveedores y prestadores

Prestador de servicios:

Agua: Centroaguas S.A. E.S.P.

Energía: Cetsa.

Gas: Pipa de proveedor particular.

Internet: Claro.

Proveedores de productos:

Materia prima (uva).

Azucar.

Levadura.

pHmetro.

Metabisulfito de potasio.

Clarificantes.

Empaques.

Productos

Vino blanco Rosalem.

Vino tinto.

Vino rosado.

Vino fino blanco.

Crema de wiskey.

Aperitivo de Aguardiente.

Principales Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial de licores en Cali. • El madejon en Cali. • Bodega la esperanza en Tuluá. • Distribuidores en los departamentos de Armenia y Pereira.
Áreas	<ul style="list-style-type: none"> • Planta de producción (Empleados de planta). • Área administrativa (Empleados administrativos). • Logística de transporte (Tercero).
Proyección Empresarial	<p>El direccionamiento estratégico está enfocado en lograr progresivamente un incremento de clientes, así mismo extender sus servicios a otras ciudades del país para así lograr un posicionamiento y reconocimiento más amplio en el mercado.</p>
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Bodega Tuluá Cra. 18a #31-35, Tuluá.

- La Cava carretera Tulua-Nariño.
- Vinos Don José Onofre ubicada en Bolivar Valle.
- Casa Grajales S.A ubicada en la Unión Valle.

Objetivos de la empresa	<p>Objetivos estratégicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos de posicionamiento: <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación en la calidad de los Vinos debido a los procesos y maquinarias en óptimas condiciones. • Generar varias líneas de productos para ampliar el portafolio de servicios y las opciones de captación de otros mercados. • Verificar el cumplimiento de la RSE dentro de los procesos empresariales • Proporcionar las capacitaciones pertinentes a los trabajadores para lograr su eficiencia y conocimiento en el proceso. - Objetivos de ventas: <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las ventas del producto al mayoreo, por medio de distribuidores e intermediarios. • Abrir mercado con los Departamentos Vecinos, comenzando por el Quindío. • Aumentar la eficiencia de la producción con la mejora de la tecnología aplicada. - Objetivos de rentabilidad: <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar los procesos de producción a mayor eficiencia para generar mejores márgenes de ganancia para el periodo siguiente. • Desarrollo de nuevos mercados, implementando planes de marketing y marketing digital para aumento de ventas y rentabilidad.
--------------------------------	---

Fuente; Montoya, E. (2021). Elaboración Propia.

Marco Legal

“La ISO 26000 es una Norma Internacional sobre Responsabilidad Social”, diseñada para que las organizaciones públicas y privadas obtengan una “guía”, sobre las acciones de responsabilidad que se deben ejecutar para el adecuado desarrollo de sus procesos empresariales, para beneficio no sólo de la compañía, sino, de los grupos de interés que la conforman; esta norma, sirve de base para la aplicación de procesos, que ayudan a prevenir y reducir la contaminación ambiental, contribuyendo a su vez con el desarrollo social del entorno.

“La Norma ISO 26000” es una guía voluntaria, que da pautas específicas que las organizaciones pueden implementar, a diferencia de otras normas, esta se toma como base para la ejecución de buenos procesos, pero no se impone por ninguna entidad en particular, sin embargo se considera necesario aplicar un control e imponer una obligación de la aplicación de esta norma en las empresas, para que el cambio social y ambiental se manifiesten de una manera más ligera, ya que actualmente, contamos con gran escases de recursos y un gran deterioro en el medio ambiente que en el mediano plazo, puede perjudicar a la población mundial. (ISO, 2010)

La necesidad de la ISO de implementar la RS en las organizaciones fue conocida en el año 2001 por primera vez por la ISO/COPOLCO; para el año 2003 se realizó una exhaustiva revisión sobre las acciones de RS a nivel mundial por parte del Directorio Técnico de Gestión (TMB). A finales del año 2004 se dio el aval para la creación de la Norma ISO 26000 sobre RSE por parte del Grupo de trabajo de ISO. (ISO, 2010)

“La guía provista en ISO 26000 es coherente y complementa a las declaraciones y convenciones pertinentes de las Naciones Unidas y sus mandantes, en particular la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con quien ISO ha establecido un Memorando de Entendimiento (MoU) para garantizar la coherencia con las normas laborales de la OIT. ISO también ha firmado

memorandos de entendimiento con la Oficina del Pacto Global de Naciones Unidas (UNGCO) y con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para mejorar su cooperación en el desarrollo de ISO 26000.” (ISO, 2010)

“ISO 26000, extiende la comprensión y la implementación de la RS mediante el desarrollo de un consenso internacional sobre lo que significa RS y los asuntos de RS que las organizaciones necesitan abordar, el aporte de una guía para la traducción de los principios en acciones efectivas y la afinación de las mejores prácticas que ya han evolucionado y la difusión de la información en todo el mundo para el bien de la comunidad internacional” (ISO, 2010)

Es muy favorable la aplicación de esta norma en las compañías; permite mejorar los procesos empresariales y la comunicación con los grupos internos y externos, así como el posicionamiento de la empresa frente a la competencia, que conlleva a una buena reputación y reconocimiento en el mercado, estableciendo conexión entre trabajadores/empresa y clientes/empresa, que permiten la motivación laboral, la eficiencia en los procesos y junto con ello rentabilidad. (ESAN, 2021)

La aplicación de la Norma en las organizaciones proporciona indirectamente el asumir los principios básicos de una RSE de acuerdo con sus recursos y objetivos, (ver figura 2) los cuáles se pueden identificar a continuación. (ESAN, 2021)

Figura 2. Principios de la RES



Fuente; Elaboración propia

Existen iniciativas y muchos programas relacionados con la RS; sin embargo, el reto, está en practicar estos principios y en ejecutar una RS de forma eficaz y eficiente, aun sabiendo lo que el significado de “responsabilidad social” significa, ya que éste varía de un proyecto a otro. La ISO 26000 no solo brinda orientación a las organizaciones empresariales sobre RS, sino que también orienta a varias organizaciones del sector público. (ISO, 2010)

“La Norma ISO, se especializa en la coordinación de un acuerdo global basado en un doble consenso: entre todos los países y los grupos de interés (ISO es una red de organismos nacionales de certificación estandarizado en 163 países) que proporciona una comprensión global de lo que se necesita y lo que debe hacer una organización para ser denominada socialmente responsable. (ISO, 2010)”

“La Norma ISO 26000, está conformada por 7 variables fundamentales” que las compañías deben fortalecer para ser socialmente responsables (ver figura 3)

Figura 3. 7 materias fundamentales de la RES



Fuente; Elaboración propia

Estas materias fundamentales, son los objetos específicos en el que la Norma ISO 26000 hace hincapié, ya que estos términos, son las acciones y áreas específicas en las que debe actuar una organización para llevar a cabo una RSE como debe ser, además, son las únicas materias que conforman una empresa, en base a este tipo de acciones, se dio definición a cada uno de los términos de las variables. (ISO, 2010)

No es suficiente con que una empresa llegue al mercado a cumplir con las expectativas de los clientes y los suyos; la RS va más allá del rendimiento económico, es decir, que todas las

funciones que se ejecuten, no deben perjudicar de ninguna manera a el grupo de interés externo; especialmente el social y ambiental. (ISO, 2010)

El éxito de las organizaciones depende de unas buenas prácticas de operación, evitando a toda costa, los fraudes contables o de evasión de impuestos, y la vulneración de los derechos de las personas

ISO 26000 se convirtió en una poderosa “herramienta de RS para ayudar a las organizaciones”, brindándoles la oportunidad de llevar las ideas a los hechos, actuar más y pensar menos, por el bienestar de las organizaciones, el medio ambiente y la sociedad.

Capítulo 3. Resultados

El Instrumento de Diagnóstico, fue aplicado en Viñedos y Bodegas del Norte de manera personal al Gerente general operarios y director técnico de la compañía; el estudio empleado en el proyecto es de carácter cualitativo, aplicando una entrevista con preguntas abiertas, de acuerdo con los indicadores que dan a conocer el resultado de las variables fundamentales que conforma la RSE según la Norma ISO 26000. De los resultados obtenidos del diagnóstico, se puede resaltar la escasa comunicación y autoridad en los procesos y la toma de decisiones, además, la compañía carece de programas de capacitación sobre RS y la mayoría de los funcionarios no tienen conocimiento del tema; la empresa obtuvo un resultado bajo entre la calificación de los indicadores; es decir, que se encontró una gran deficiencia en la gestión y divulgación de la RS en sus procesos.

Instrumento propuesto: Entrevista Semiestructurada con preguntas abiertas

Los resultados se presentan (ver figura 4 a la 10) por variable e indicador

Diagnóstico

Variable: Gobernanza de la Organización.

Objetivo: Identificar el nivel de eficiencia de la cultura organizacional en actos de RS y operatividad de la empresa y la autoridad que tiene la gobernanza en la organización.

Se asigna para cada Indicador, una calificación de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta respectivamente.

Año: 2022 – **Periodo:** Mayo

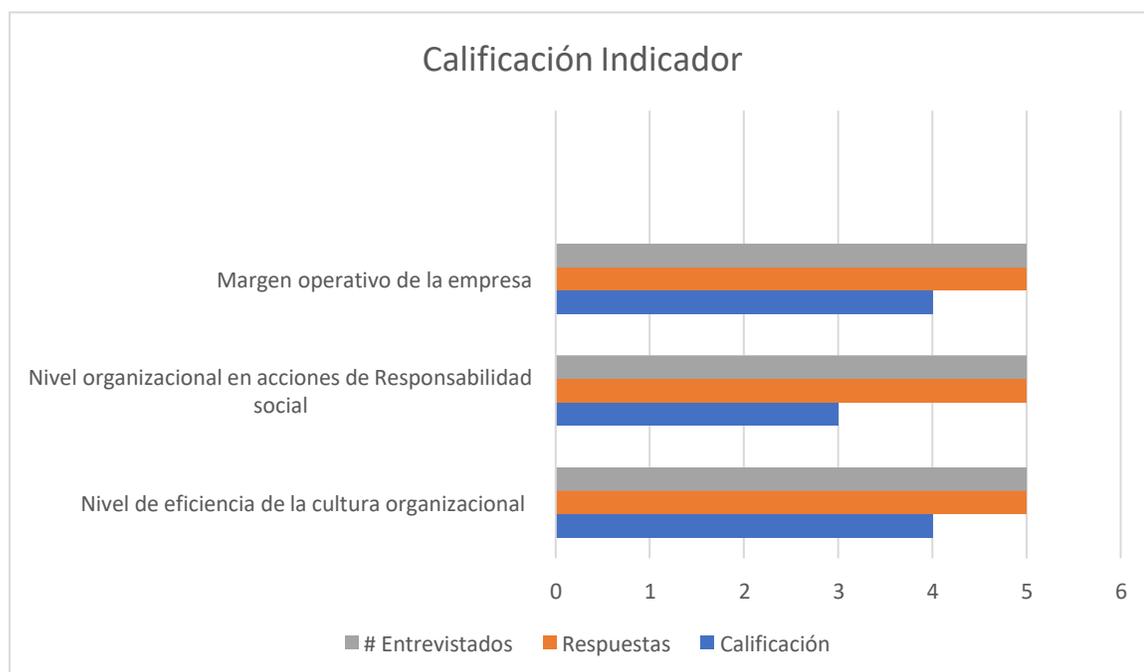
Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Nivel de eficiencia de la cultura organizacional	5	5	4
Nivel organizacional en acciones de Responsabilidad social	5	5	3
Margen operativo de la empresa	5	5	4

Tabla 3. *Elaboración propia*

Promedio Ponderado de la Variable	3,66
Rango de Cumplimiento	70%
Meta	95%

Fuente; Resultados en la Gobernanza de la Organización

Figura 4. *Calificación variable Gobernanza de la Organización obtenido de los resultados del diagnóstico*



Fuente: Elaboración propia

Esta información se construye con la participación de cinco (5) entrevistados de la empresa para la aplicación de la entrevista en los 3 indicadores de la variable gobernanza en la organización planteados por el Grupo.

La empresa cuenta con medidas regulares en materia de gobernanza, ya que de acuerdo a los resultados, estos manejan una toma de decisiones teniendo en cuenta opiniones ajenas y familiares, no existe una autoridad definida; además, cuenta con un nivel medio bajo en acciones de responsabilidad con la sociedad, pese a que cuentan con un buen margen operacional, no han implementado a cabalidad una estrategia que ayude al cumplimiento y adherencia de su cultura organizacional, así mismo, su contribución al desarrollo de sus trabajadores es bajo.

Según los valores obtenidos, se tiene un cumplimiento del 70%, obtenido principalmente por el nivel de eficiencia y el margen operativo, sin embargo, la meta a conseguir es del 95% para considerar los resultados óptimos.

Es importante que los trabajadores reconozcan sus deberes y derechos por medio de una cultura organizacional establecida, que incluyan la evolución social y el apoyo en acciones responsables a los trabajadores, pues la empresa está dentro del rango con un 70% de cumplimiento, es decir, que es necesario que fortalezcan más este indicador para que se logre cumplir detenidamente con las estrategias de la compañía.

Como plan de acción para subsanar esta brecha en el indicador de gobernanza y pasar de ese 70% a un 95% como meta, hay que plantear una serie de actividades que a grandes rasgos estaría inmerso la implementación de un programa que impulse actividades de RSE en cada una de sus áreas y así mismo fortalecer su cultura dándole un enfoque social organizacional.

Variable: Derechos humanos

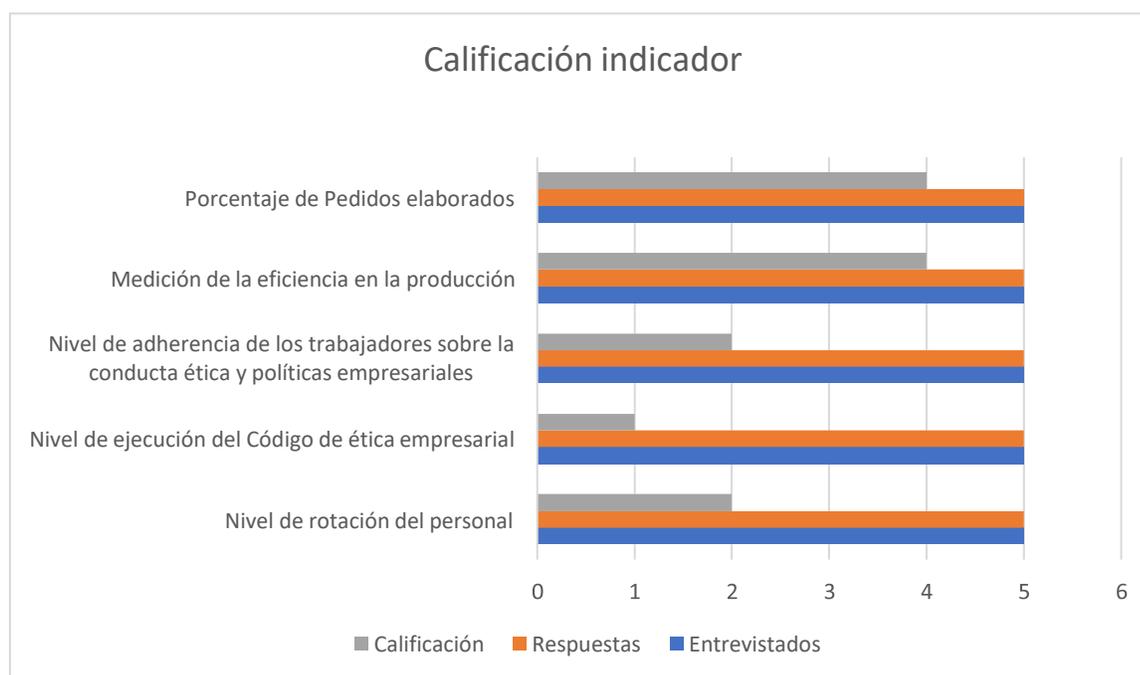
Objetivo: Identificar el nivel de rotación del personal, de pedidos elaborados, de ejecución del código de ética y el conocimiento que los trabajadores tienen sobre este tipo de políticas organizacionales.

Tabla 4. *Resultados Indicador Derechos Humanos.*

Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Nivel de rotación del personal	5	5	4
Nivel de ejecución del Código de ética empresarial	5	5	1
Nivel de adherencia de los trabajadores sobre la conducta ética y políticas empresariales	5	5	2
Medición de la eficiencia en la producción	5	5	4
Porcentaje de Pedidos elaborados	5	5	4
Promedio Ponderado de la Variable			3,2
Rango de Cumplimiento			60%
Meta			95%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. *Calificación variable Derechos Humanos obtenido de los resultados del diagnóstico.*



Fuente:Elaboración propia

El resultado de la entrevista da a conocer que la cultura de la compañía no se alinea correctamente a la RES, ya que la empresa no se ha involucrado debidamente en apoyar a la comunidad en los aspectos sociales y ambientales, sin embargo, brinda estabilidad laboral a quienes hacen parte de la compañía, y brinda oportunidades de empleo a personas mayores.

En la evidencia de los resultados de los indicadores, obtenemos un rango del 60% que significa, que la empresa no está dando cumplimiento satisfactorio en la implementación y divulgación de la RS ni manejan algún código de ética empresarial; además, los trabajadores no tienen conocimiento ni han sido capacitados sobre este aspecto tan importante de la empresa; a pesar de que cuentan con una visión y metas futuras, no están guiando a todos los involucrados con los principios organizacionales que deberían de darse a conocer.

Así mismo se refleja una rotación medio alta, no tanto por despidos, sino por renuncias voluntarias, que demuestran alguna inconformidad por parte de los trabajadores que

la gerencia desconoce, algo que va muy en contra de la RS, pues se debe tener total control y autoridad de la empresa y sobre todo el conocimiento de los acontecimientos que pasan en ella.

Con los resultados obtenidos podemos inferir que se debe trabajar en mejorar la eficiencia de políticas administrativas y comunicativas de la empresa, tanto para los trabajadores, como para la comunidad.

Es importante que la empresa contemple la construcción e implementación de una ética o manual de conducta ética, en el que se pueda encontrar básicamente la siguiente información:

- Lo que se debe y no se debe hacer en la planta
- Las obligaciones y derechos del trabajador
- Valores empresariales, principios y normas que se deben cumplir en la compañía

Todo lo anterior con el fin de tener definido los alcances del comportamiento dentro de la organización aplicable a todos los niveles jerárquicos de esta.

Así mismo, es de vital importancia evaluar una mejora para la medición de la productividad laboral, así como la oportunidad en esta.

De igual manera, sería ideal, que se tuvieran en cuenta prácticas en las que se implemente y divulgue la Responsabilidad Social en los trabajadores y asociados de la empresa, de esta manera, los procesos serán eficientes y las acciones irán encaminadas directamente hacia el cumplimiento de objetivos.

Variable: Prácticas Laborales

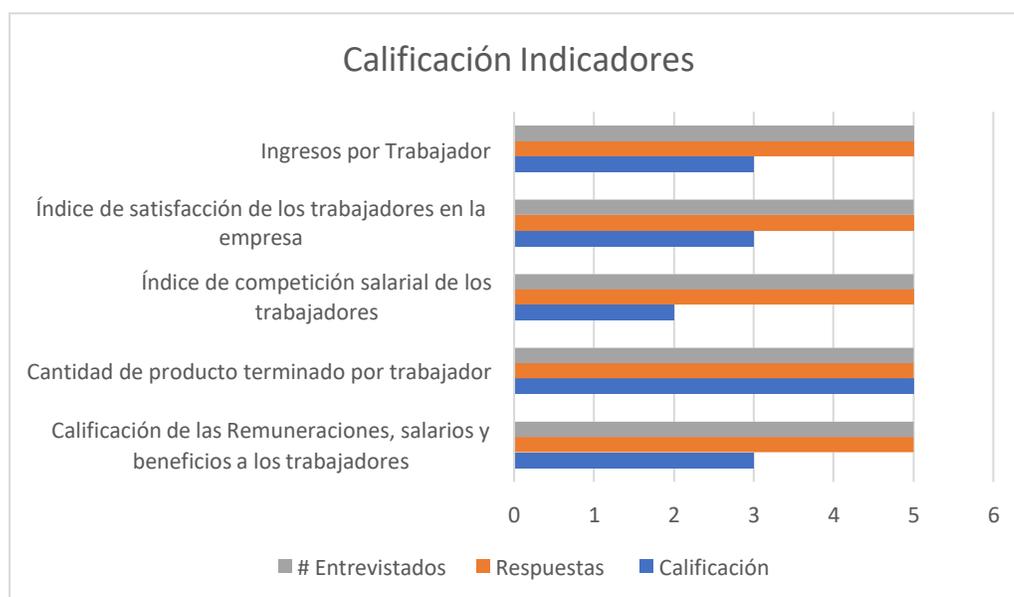
Objetivo: Identificar el índice de competición salarial, la satisfacción de los involucrados con la empresa y la calificación de las remuneraciones de los empleados.

Tabla 5. Resultados Indicador Prácticas laborales

Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Calificación de las Remuneraciones, salarios y beneficios a los trabajadores	5	5	3
Cantidad de producto terminado por trabajador	5	5	5
Índice de competición salarial de los trabajadores	5	5	2
Índice de satisfacción de los trabajadores en la empresa	5	5	3
Ingresos por Trabajador	5	5	3
Promedio Ponderado de la Variable			3,2
Rango de Cumplimiento			70%
Meta			95%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Calificación variable prácticas laborales obtenido de los resultados del diagnóstico.



Fuente: Elaboración propia

El resultado de la entrevista da a conocer que los trabajadores obtienen excelentes salarios, pero no reciben ningún tipo de remuneración o bonificación en eventualidades u ocasiones especiales, pues la gobernanza da a conocer que para ellos no es necesario compensar más al trabajador que con su salario, pues este es alto, sin embargo para los trabajadores, existe un desequilibrio entre los salarios, puesto que los trabajadores de áreas administrativas dan a conocer su descontento por tener que cumplir un horario normal de 8 horas, mientras que los operarios de producción, laboran los días en los que se requieran pedidos y adicional a ello reciben el mismo nivel salarial; a su vez, la única persona encargada de servicios generales manifiesta que la bodega es demasiado grande y el trabajo es sumamente pesado para la remuneración que recibe. Algunos en particular demuestran inconformidad al no contar con cobertura de una ARL, ni capacitaciones en cuanto a lo referente a la salud ocupacional o a la exposición a la que está expuesto un colaborador en su área de trabajo. Según los resultados es necesario desarrollar estrategias de beneficios al trabajador enfocados al esparcimiento que a su vez traiga sentido de pertenencia hacia la empresa y por lo tanto se vea reflejado en una mayor productividad pues se establecen mejores condiciones de trabajo.

Se obtuvo un índice de cumplimiento del 70% lo que significa que la empresa cumple parcialmente con estos indicadores, es decir que deben puntualizar mejor sus decisiones en cuanto a la responsabilidad social que tienen con los trabajadores en base a la Norma ISO 26000, lo que significa que, en este aspecto, aún les falta mucho por mejorar.

De acuerdo con los resultados, se evidencian brechas en la “percepción que tienen los trabajadores” en relación con sus funciones y remuneración. Se propone, para subsanar este

hallazgo, tener en cuenta la remuneración salarial de acuerdo con la normatividad vigente, tipo de contratación y funciones a realizar y en base a ello realizar un indicador de percepción que permita evaluar y hacer seguimiento a temas laborales de los trabajadores; esto, de la mano de una asertiva comunicación, con el fin de conservar un clima laboral armonioso.

Se sugiere implementar un comité de ética interdisciplinar para tratar temas de conflictos, quejas, reclamos e injusticias y demás situaciones que se presenten dentro de la compañía en cuanto al personal.

Implementar reuniones periódicas trimestrales o semestrales de acuerdo con la operatividad de la empresa, con el fin de socializar temas de interés general pero también indicadores de resultado idóneos para todo el personal, así mismo se sugiere contratar asesoría profesional que se especialice en temas de RS y de productividad que permita divulgar e implementar de a poco la RS en la empresa y en cada una de sus actividades.

Variable: Medio Ambiente

Objetivo: “Evidenciar la Responsabilidad social que tiene la empresa con el medio ambiente”

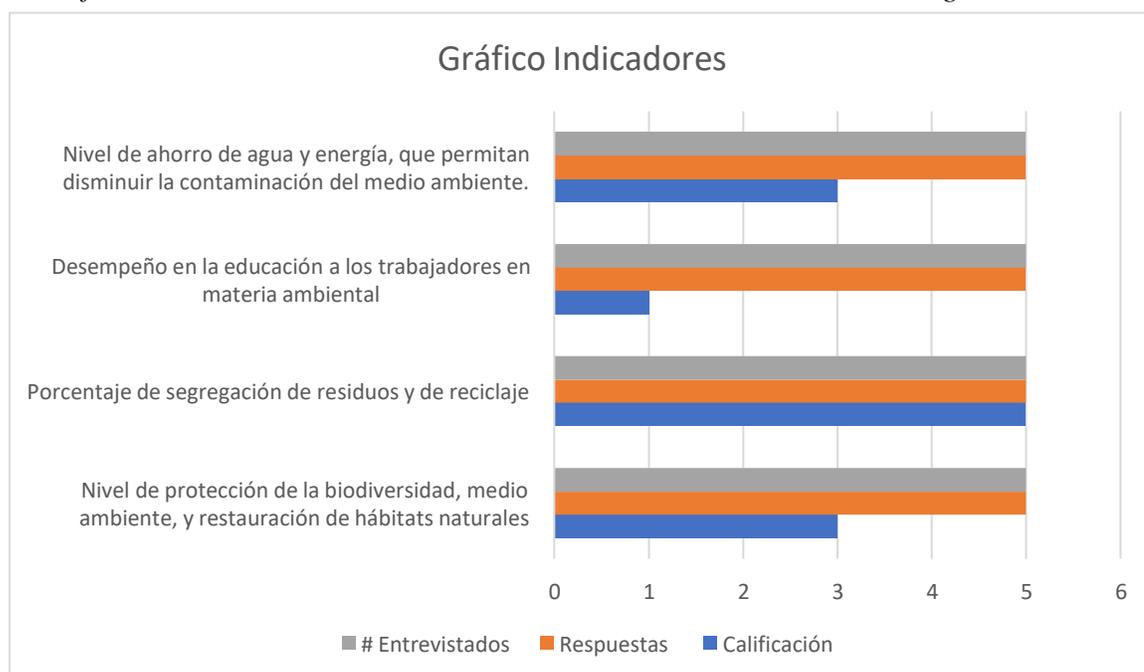
Tabla 6. *Resultados Indicador Medio Ambiente*

Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Nivel de protección de la biodiversidad, medio ambiente, y restauración de hábitats naturales	5	5	3
Porcentaje de segregación de residuos y de reciclaje	5	5	5
Desempeño en la educación a los trabajadores en materia ambiental	5	5	1
Nivel de ahorro de agua y energía, que permitan disminuir la contaminación del medio ambiente.	5	5	3

Promedio Ponderado de la Variable	3
Rango de Cumplimiento	60%
Meta	95%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Calificación variable medio ambiente obtenido de los resultados del diagnóstico



Fuente: Elaboración propia

En los resultados de la entrevista, se evidencia que la empresa ha tenido algunas contribuciones ambientales en cuanto a la descontaminación del medio ambiente, por medio de prácticas de reciclaje y reutilización de materiales específicos, a su vez, estas acciones contribuyen en la economía de aquellas personas que trabajan con el reciclaje; la empresa diariamente genera mucha cantidad de material plástico, de cartón, papel y otros, que son separados en canecas con su respectivo color, según la clase de material que se va a reciclar, así mismo, se hace entrega diaria a la persona que llame a la puerta por el material reciclado;

El reciclaje es un factor relevante para conservar el “medio ambiente”, sin embargo, algunos trabajadores expresan que la empresa no ha manejado ningún tipo de información medioambiental que les capacite en cuanto al tema, expresan que se les ha solicitado no dejar luces encendidas de manera innecesaria, ni gastar agua en exceso, con el fin de reducir costes en los servicios públicos y en la contaminación del ambiente. La persona que se encarga directamente de segregar los residuos es la ayudante en servicios generales y esto, debería ser una práctica, que cada uno de los colaboradores, debería ejercer, pues la RS es de uno y de todos, aquí es donde inicia una verdadera RS y un verdadero sentido de pertenencia por lo que nos rodea.

El aspecto ambiental es un tema de gran relevancia en las organizaciones, actualmente su aplicación proporciona credibilidad y a la vez respeto por un mundo que está en decadencia, es por esto, que la empresa debe tener como prioridad, el manejo adecuado de sustancias toxicas y aprovechamiento de elementos que puedan ser reciclables.

Ante estos aportes mínimos que ha tenido la empresa con el medio ambiente, se podría justificar, que van por muy buen camino, sin embargo, es importante también mantener bien informados e involucrados a sus trabajadores en este tipo de asuntos.

En el indicador medioambiental, se obtuvo un nivel del 60% de cumplimiento, es decir, que las acciones ejecutadas hasta el momento no conducen directamente hacia el 95% de meta que se espera obtener para cumplir con la Norma ISO 26000, se debe continuar trabajando fuertemente en este aspecto al igual que los otros, pues todas las materias fundamentales deberían estar en mínimo un 80% para que la organización llegue a considerarse socialmente responsable.

Acciones para tener en cuenta en esta variable, sería, implementar una campaña de correcta segregación de residuos a todos los niveles de la empresa para así lograr una adherencia a la norma, apuntar a la RSE en el corto plazo, divulgar e implementar la RS ambiental en los trabajadores, reducir los riesgos para el personal de aseo y definir la afiliación y el pago de ARL a todos los trabajadores, sin excepción.

De igual manera, sería conveniente, realizar campañas de concientización dentro de la organización para fomentar el apoyo en actividades sociales.

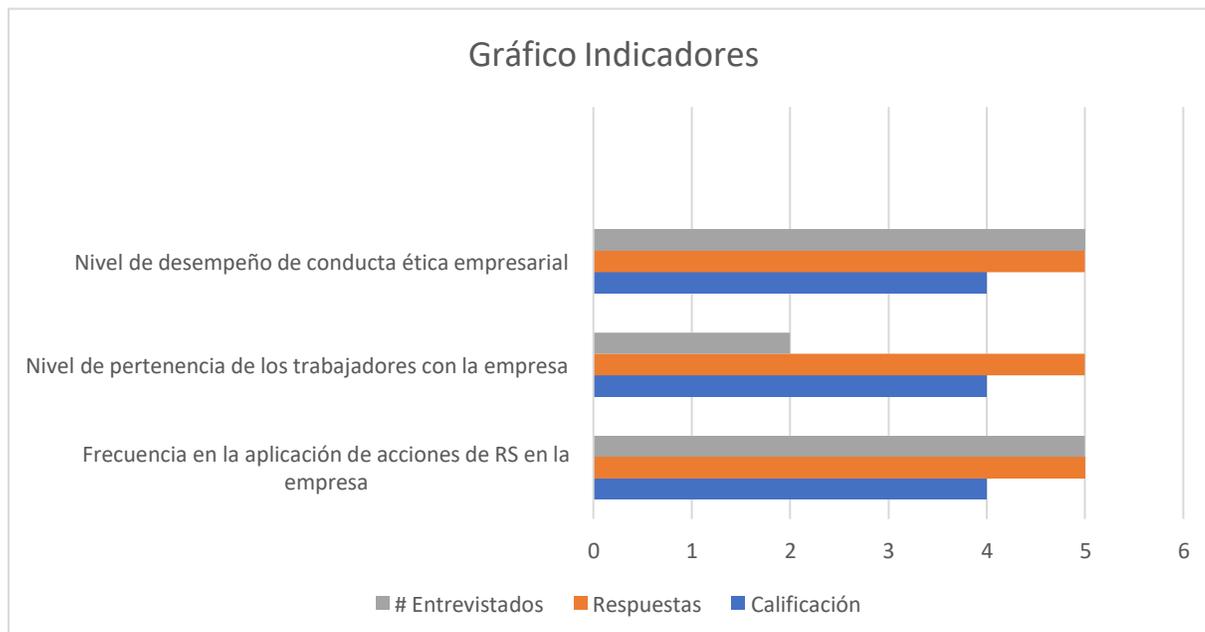
Variable: Prácticas justas de operación

Objetivo: Identificar acciones de operación justas en las actividades de la empresa.

Tabla 7. *Elaboración propia Fuente; Resultados Indicador Prácticas Justas de Operación*

Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Frecuencia en la aplicación de acciones de RS en la empresa	5	5	4
Nivel de pertenencia de los trabajadores con la empresa	5	5	4
Nivel de desempeño de conducta ética empresarial	5	5	4
Promedio Ponderado de la Variable			4
Rango de Cumplimiento			80%
Meta			95%

Figura 8. Calificación variable practicas justas deoperación obtenido de los resultados del diagnóstico



Elaboración propia Fuente;

De la entrevista se obtuvo, que la compañía realiza sus acciones de manera impecable, es responsable y cumplida con todos los asuntos tributarios y de ley, en cuanto a los consumidores, desde siempre se han enfocado en satisfacer a sus clientes, brindando productos de excelente calidad y de fácil acceso, maneja una buena relación con su competencia y el desempeño con las empresas a quienes provee, maneja una alianza amigable, pues son empresas clientes, desde que la fábrica abrió sus puertas.

En cuanto a los trabajadores, se les debe tener cierto grado de confianza, pero es importante que ellos cuenten con supervisión e inventario en cada uno de los procesos para que no se presenten inconvenientes tan graves como lo es el hurto de la mercancía. Se puede evidenciar que la empresa en este indicador presenta buenos resultados que reflejan una buena estabilidad laboral, la cual puede verse reflejada en la producción.

Entre las acciones para tener en cuenta, se sugiere la implementación de un programa de RSE que abarque todos los niveles de la compañía, con ello, se logrará aumentar el sentido de pertenencia o adherencia a las políticas internas.

Variable: Asuntos de Consumidores

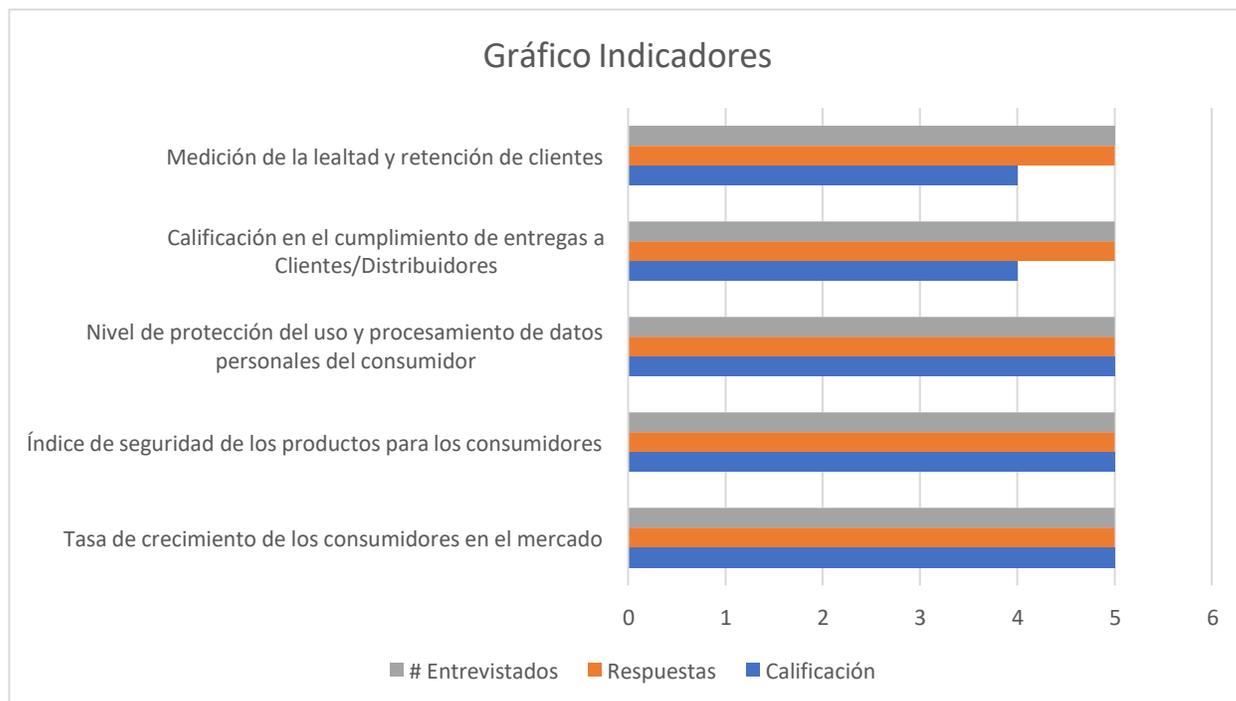
Objetivo: Conocer los “asuntos de consumidores” que aplica la empresa y los resultados en la satisfacción al cliente que han tenido en su experiencia.

Tabla 8. *Resultados Indicador Asuntos consumidores*

Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Tasa de crecimiento de los consumidores en el mercado	5	5	5
Índice de seguridad de los productos para los consumidores	5	5	5
Nivel de protección del uso y procesamiento de datos personales del consumidor	5	5	5
Calificación en el cumplimiento de entregas a Clientes/Distribuidores	5	5	4
Medición de la lealtad y retención de clientes	5	5	4
Promedio Ponderado de la Variable			4,6
Rango de Cumplimiento			93%
Meta			95%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. *Calificación variable asuntos consumidores obtenido de los resultados del diagnóstico*



Elaboración propia Fuente;

De los resultados, se logra apreciar que la variable de asuntos consumidores es la que mayor porcentaje de responsabilidad social obtuvo, y en base a lo obtenido en la entrevista, la empresa cumple y es sumamente responsable con todo lo referente al tema de consumidores, ofrece un buen servicio y es comprometida con sus pedidos, ofrece al cliente oportunidades de obtener mayores ingresos, ya que sus precios se manejan en escalas, es decir, que el precio de las unidades del producto, depende de las cantidades solicitadas; entre más cajas de vino se pidan, menor será el precio unitario del mismo; de igual manera, la empresa atiende las inquietudes de los clientes y da a conocer los beneficios o efectos que el producto puede traer en la salud, la empresa refleja organización y seguridad en el cuidado de información confidencial de clientes y proveedores lo cual genera confianza.

Acciones para tener en cuenta: Enfatizar y divulgar la RS y su importancia para mejorar la logística y obtener un cumplimiento en la Norma ISO 26000 en un 100%, así mismo, es necesario que la empresa, aborde nuevos clientes en otros departamentos del país, para que logre incrementar sus ingresos y de esa manera pueda contribuir más al “Desarrollo social y ambiental de la sociedad” aportando acciones que permitan el mejoramiento continuo del entorno.

Variable: Participación activa y desarrollo de la comunidad

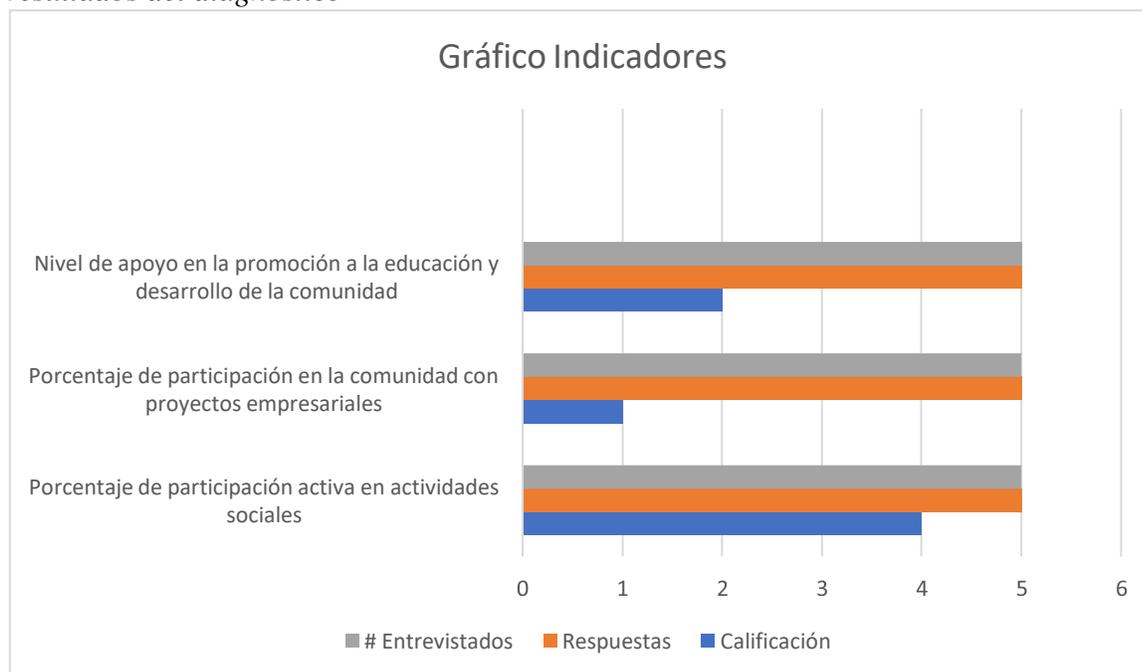
Objetivo: Evidenciar el nivel de participación de la empresa con la sociedad

Tabla 9. *Resultados Indicador Participación activa y desarrollo de la comunidad*

Indicador	Entrevistados	Respuestas	Calificación del 1 al 5
Porcentaje de participación activa en actividades sociales	5	5	4
Porcentaje de participación en la comunidad con proyectos empresariales	5	5	1
Nivel de apoyo en la promoción a la educación y desarrollo de la comunidad	5	5	2
Promedio Ponderado de la Variable			2,33
Rango de Cumplimiento			45%
Meta			95%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Calificación variable participación activa y desarrollo de la comunidad obtenido de los resultados del diagnóstico



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la última variable de la ISO 26000 es a la que menor importancia se le ha dado, puesto que la empresa no ha prestado mayor importancia a los requerimientos de los trabajadores, no presenta ningún apoyo al desarrollo profesional de sus colaboradores, esta información se deduce, según lo manifestado y observado durante las entrevistas; existe de igual manera, una falta de presencia en la sociedad muy alta, pues por medio del apoyo social, las empresas que la ejercen, logran tener mayor reconocimiento y fidelización por parte de las personas, es decir, logran captar un mayor número de clientes potenciales.

Acciones para tener en cuenta:

Aumentar la participación en actividades sociales y ambientales, brindar más apoyo al trabajador, dando la oportunidad de que ellos crezcan profesionalmente dentro de la compañía.

Resultados generales en porcentaje de la entrevista realizada en Viñedos y Bodegas del Norte de los indicadores propuestos en las siete materias fundamentales, sobre “la Responsabilidad Social en la ISO 26000”. (ver tabla 10).

Tabla 10. *Resultado general de los indicadores*

Resultado General en %		
Variable	Porcentaje	Estado
Gobernanza de la organización	70%	Cumplimiento parcial
Derechos humanos	60%	No cumple
Prácticas laborales	70%	Cumplimiento parcial
Medio Ambiente	60%	No cumple
Prácticas justas de operación	80%	Cumple
Asuntos consumidores	93%	Cumple
Participación activa y desarrollo de la comunidad	45%	No cumple

Fuente: Elaboración propia

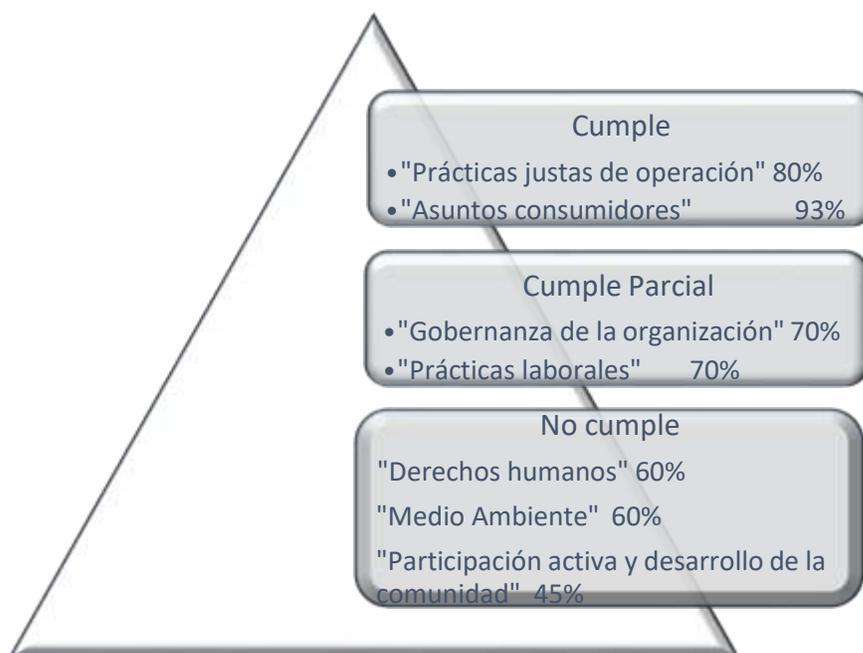
A nivel general, se pueden evidenciar los resultados y se pueden identificar 3 variables, que no cumplen con el porcentaje establecido; entre estas se encuentran: “Derechos Humanos, Medio ambiente, Participación y desarrollo de la comunidad”. Estas variables son materia fundamental para un desarrollo óptimo de la RSE dentro de la empresa, puesto que hacen parte de los pilares esenciales para que una organización sea socialmente responsable.

En un nivel medio, encontramos las variables de gobernanza y prácticas laborales, las cuales van de la mano y se complementan una con otra, pues bien, una empresa no podrá obtener buenos resultados en sus prácticas laborales si no está fortalecida su gobernanza organizacional.

En cumplimiento total se observan únicamente dos variables: prácticas justas de operación y asuntos consumidores, los cuales están netamente vinculados con la RSE pues unas prácticas justas de operación permitirán optimizar recursos propios y de otros.

A continuación, se muestra un gráfico (ver figura que permite comprender los resultados de la organización de una manera más adecuada.

Figura 11. *Gráfico General de los indicadores aplicados en la empresa*



Fuente: Elaboración Propia

Es necesario plantear estrategias para lograr incrementar los porcentajes del cumplimiento, ya que en la RSE es necesario precisamente, lograr “la participación y el desarrollo de la comunidad,” tener en cuenta el medio ambiente y los derechos humanos, siendo

estos tres ítems de gran importancia para lograr tener una empresa dentro de los parámetros de RSE y de forma competitiva en el mundo cambiante de hoy.

Aplicar la Norma ISO 26000 sobre la RSE en Viñedos y Bodegas del Norte es de suma importancia, no sólo para esta empresa, sino para todas en general, especialmente las que recién están abriendo sus puertas e incursionando en el mercado, pues es más sencillo aplicar desde el inicio la Responsabilidad social en todas sus prácticas, que tratar de enmendar errores en una trayectoria larga, pues la confianza que se debe generar en la comunidad y en los consumidores, debe trabajarse desde el inicio, y no sólo aplicarse, cuando todo se torne mal.

La implementación de la RS en la empresa en cada una de sus variables permitirá que se genere la evolución que desde hace años tuvo que haberse dado; las prácticas laborales favorecerán el trabajo en equipo y el reconocimiento o posicionamiento de la compañía, que le servirá de ventaja a la compañía, para entrar a competir a nuevos departamentos con sus productos.

La Responsabilidad social será tan favorable para la compañía, que mejorará en todos sus aspectos; en el mediano plazo, se podrá evidenciar la mejoría en sus procesos, dando cumplimiento a la norma, documentando cada práctica que ejerza para soportar ante la comunidad y los entes de control el nivel de eficiencia y aplicación de la “Norma ISO 26000.”

Recomendaciones Generales para la empresa a partir del Diagnóstico:

- Implementar programas de capacitación para el personal sobre RS, buenas prácticas laborales, trabajo en equipo y principalmente pautas para la “preservación y cuidado del medio ambiente,” tanto en el trabajo como en el hogar

- Documentar cada práctica de RS que ejecute la empresa en el aspecto legal, económico, social y ambiental
- Cumplir con los documentos y exigencias que expiden los entes de control (Invima, Rentas y otros) para comercializar el producto en el mercado, es decir, realizar prácticas justas en todas sus operaciones, no a la evasión de impuestos, ni a la difusión en la trazabilidad de los productos que elaboran
- Estructurar políticas administrativas que permitan un mayor control de la gobernanza en la organización
- Crear nuevas alianzas con clientes en distintos departamentos del país que maximice la utilidad de la empresa
- Crear un fondo anual de presupuesto destinado al aporte social y ambiental
- Implementar un comité de reuniones donde se den a conocer las inconformidades de los grupos de interés y de esta manera brindarles solución
- Proponer políticas que involucren a la motivación del personal, ya sean en aspectos recreacionales, de educación o posibilidades de acceder a un inmueble propio, por ejemplo
- Nombres líderes en diferentes áreas que permita que la producción sea eficiente y que se estimule el trabajo en equipo para beneficio de todos los grupos involucrados.

Matriz de Marco Lógico

“El marco lógico” funciona como un instrumento de planeación y recolección de información sobre las principales falencias que presenta una compañía, para el posterior planteamiento de objetivos que se pretenden ejecutar en un determinado plazo, con el fin de organizar ideas y proyectos de manera ordenada y poder así, llevarlos a cabo en el menor tiempo posible, con responsabilidad social y organizacional.

Para el cumplimiento de “la Norma ISO 26000,” es indispensable la construcción del Marco lógico, que permita la observación, planeación e implementación de propuestas viables que se puedan aplicar en la empresa o bien, que sirvan de orientación en base al tema de RSE.

La empresa debe entender que la globalización no es solo un se enfoca en lo empresarial o financiero, sino que también contiene aspectos de mayor innovación social. La actuación de la compañía en el mercado exige el logro de un alto grado de competitividad, en el marco del desarrollo sostenible, que debe ir custodiada de un mayor apoyo que les permita satisfacer las necesidades del entorno mediante iniciativas de alto nivel. impacto social. medio ambiente y economía.

Stakeholders

“Se presentan los principales grupos de interés de la organización tanto internos como externos que pueden aportar en el plan de mejoramiento de un plan de responsabilidad social empresarial para la organización Viñedos y Bodegas del Norte. (ver figura 12)”.

Figura 12. Stakeholders Viñedos y Bodegas del Norte

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Stakeholders Internos Viñedos y Bodegas del Norte

Grupos Internos	Intereses
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidades laborales Incentivos Comunicación asertiva Excelente ambiente laboral Salarios adecuados Motivación laboral Capacitación continua en RSE
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> Rentabilidad de acuerdo con la inversión Apertura de mercados Responsabilidad ambiental y social
Directivos	<ul style="list-style-type: none"> Manejo integrado de la RSE en la empresa Reconocimiento de las actividades ambientales de la empresa Mejora continua Sustentabilidad

Fuente:Elaboración propia

Tabla 12. *Stakeholders Externos Viñedos y Bodegas del Norte*

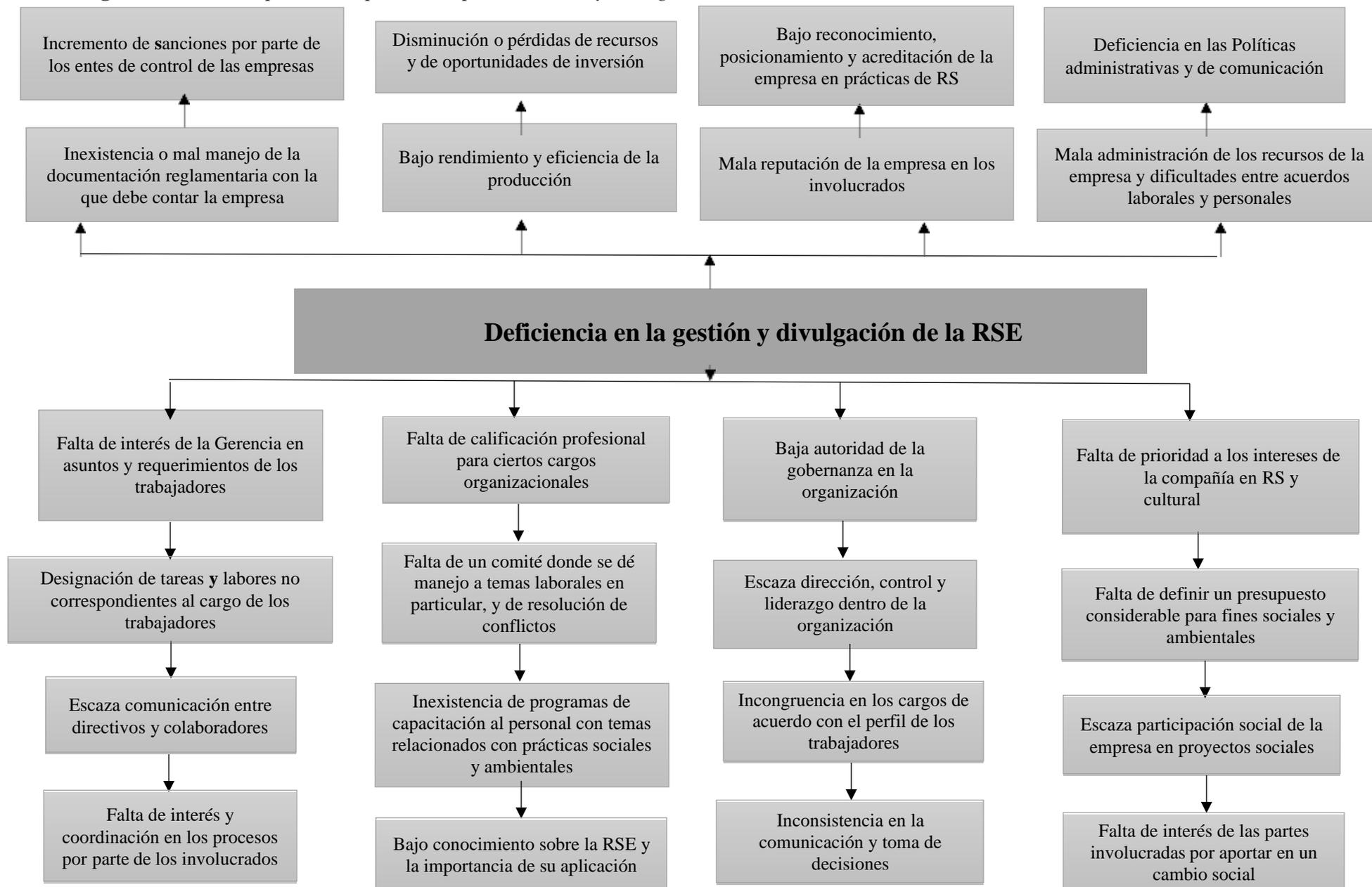
Grupos Externos	Intereses
Clientes	Recibir productos de calidad adaptado a las necesidades del cliente Mantener el gusto por la excelencia vinícola Mantener canales de comunicación para sugerencias por el servicio y productos recibidos
Proveedores	Cumplimiento con los pagos Órdenes de compra adecuadas y oportunas
Entidades de control	Cumplimiento de requisitos, incentivos por aplicación de la RSE, continua capacitación, convenios con proveedores regionales
Entidades financieras	Apoyo a proyectos de expansión
Comunidad Local	Intervención de la comunidad en las labores empresariales Opciones de trabajo directo e indirecto Compromiso social
Competencia	Competencia leal Compromiso ambiental y social

Fuente: Elaboración propia

Árbol del Problema

El mapa de problemas es el instrumento que representa de manera concreta, las dificultades o falencias de la compañía a raíz de un problema central o bien, de un problema grande, por el cual se desprenden tanto las causas como los efectos, con el fin de lograr identificarlos y de esta manera ajustar estrategias y objetivos que mejoren o eliminen ese problema base. (Ver Figura 13)

Figura 13. *Árbol de problemas para la empresa Viñedos y Bodegas del Norte*



Nota. Mapa de problemas propuesto para la empresa Viñedos y Bodegas del Norte, en base a los resultados del diagnóstico aplicado; en él se evidencian las causas principales y secundarias en base al problema central especificado, conociéndose además los efectos ordenados con una secuencia lógica.

A partir de la identificación del problema central “Deficiencia en la gestión y Divulgación de la Responsabilidad Social Empresarial”, se derivan las principales causas identificadas a partir de las falencias en la comunicación, interés, falta de capacitación y sobre todo la falta de interés por parte de la compañía en el correcto manejo de la RSE.

De los resultados obtenidos del diagnóstico, se logró extraer la problemática principal que enfrenta la compañía; a pesar de que cuentan con recursos que le permiten implementar una responsabilidad social y ambiental mejor, no lo gestionan.

De los resultados y la observación obtenidos del diagnóstico, se puede apreciar el manejo inadecuado y la falta de dominio que presenta la empresa en la documentación, no cuentan con el papeleo correspondiente e indispensable para contar con el Aval de algunos organismos de control que emiten a la compañía sanciones; entre estos entes, encontramos a Rentas y al Invima, que dan a determinar que la empresa no es socialmente responsable en sus prácticas.

La comunicación asertiva en una empresa entre todos involucrados es indispensable, sin embargo, existen muchas falencias en este aspecto organizacional, algunos de los operarios, son familiares de los directivos de la empresa y, por consiguiente, se combinan situaciones personales con laborales que congestionan el ambiente laboral y disminuye la productividad. De igual manera, existe personal administrativo ejerciendo cargos que no le

corresponden a su nivel de estudios, que incomodan a otros que si los tiene y de esta manera se crean controversias y polémicas que afectan la reputación de la organización.

Es probable que la empresa no quiebre, pero que tampoco crezca, pues sus ingresos se ven muy limitados en cuanto a la toma de decisiones administrativa; no existe liderazgo ni una gobernanza que permita a la organización ir proyectada y acorde a su cultura organizacional establecida.

Es una empresa con mucha trayectoria, que se ha logrado mantener en el mercado por más de 70 años, se ha sostenido y se ha mantenido estable ante la competencia, sin embargo, ha tenido muy poco avance a pesar de la experiencia y el tiempo transcurrido en el mercado, y junto con ello unas prácticas de RSE deficientes.

La baja organización y planificación en la aplicación de la RSE, refleja un grupo de trabajo “individualista”, sin sentido de pertenencia y sin motivación para centrarse en temas de conciencia social. Las empresas que contribuyen a la sostenibilidad influyen mucho en los clientes potenciales al elegirlos su proveedor de confianza.

Por ello sería ideal que la organización evolucionara por medio de la aplicación adecuada de la “Norma ISO 26000”, que le permita mejorar sus procesos y evolucionar en el corto plazo con nuevas estrategias sociales que le den reconocimiento, nuevas oportunidades y mayor utilidad, que puedan destinar para el desarrollo social y ambiental del entorno.

La creación del “árbol de problemas” es el primer paso para la identificación de problemas internos y externos que pueden estar entorpeciendo la correcta labor de la empresa en ámbitos de responsabilidad social, orientado bajo las normas ISO 26000, donde es necesario elaborar estrategias de mitigación a cada uno de los procesos que presenta falencias proyectado una mejora continua donde se tome como principal tema a tratar dentro de la

empresa Viñedos y Bodegas del Norte la mayor divulgación y capacitación a cada uno de los colaboradores sobre la RES.

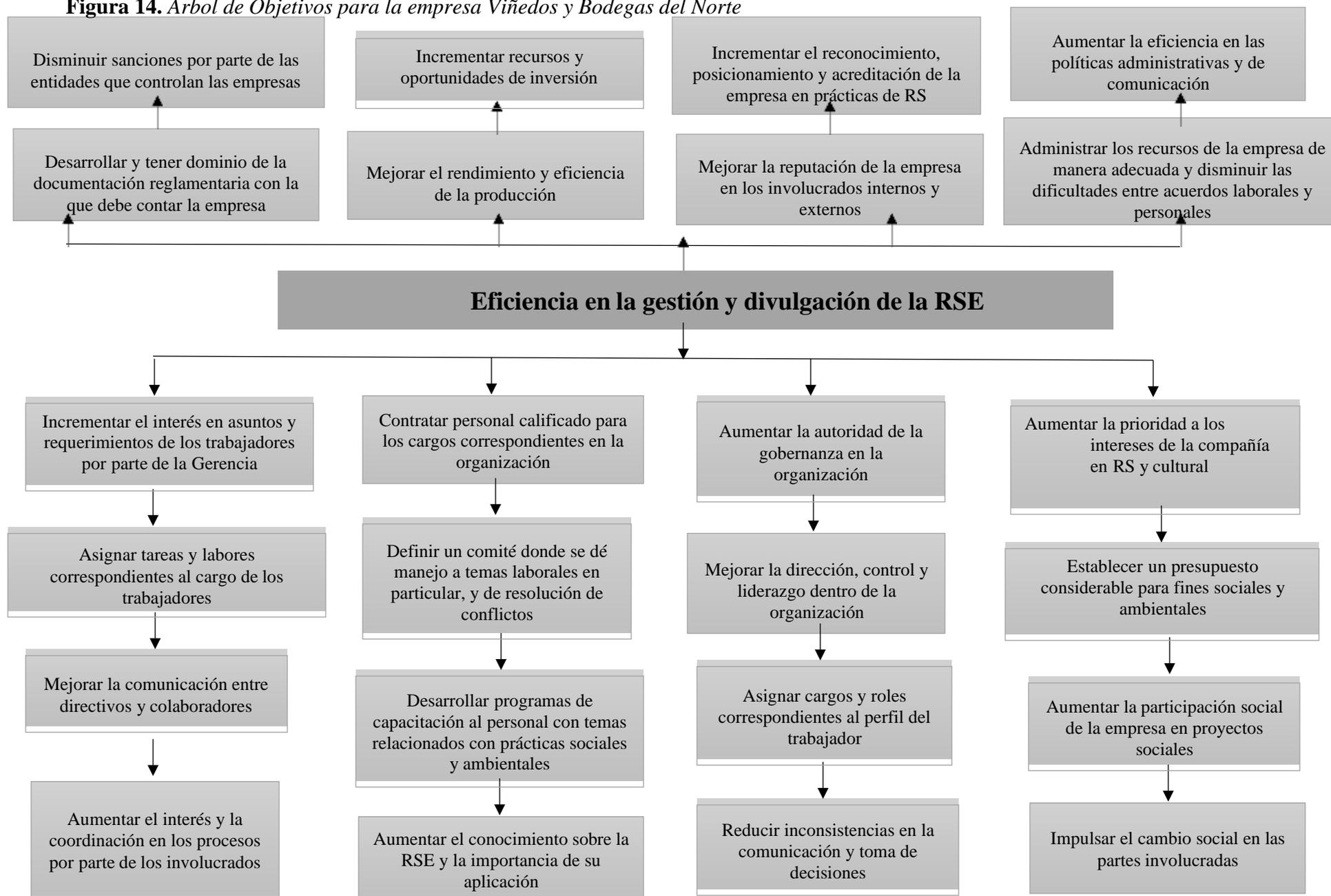
Árbol de Objetivos

Es aquella estructura que presenta las posibles soluciones ante las causas y efectos al problema central detectado en la evaluación del diagnóstico, en él se proponen diferentes alternativas que ayuden a la empresa a implementar la RSE de manera correcta.

En este contexto, la reputación se convierte en el núcleo de toda una empresa y en un activo profesional importante, ya sea impulsada por el precio de la marca o por un buen nombre. Una buena reputación entre los grupos de beneficio puede ser más valiosa que la propia empresa, ya que construir una buena reputación suele ser más difícil que desarrollar una marca en particular. Lo que conlleva a que la aplicación de las prácticas de acción y Socialización de la RES es muy importante para la empresa.

A continuación, se presenta el “Árbol de Objetivos” para la empresa Viñedos y Bodegas del Norte (Ver Figura 14).

Figura 14. *Árbol de Objetivos para la empresa Viñedos y Bodegas del Norte*



Nota. Mapa de Objetivos propuesto para la empresa Viñedos y Bodegas del Norte, en base al problema central diagnosticado; en él se puede evidenciar los objetivos propuestos de acuerdo con el problema central y las causas de este, sustraídos del diagnóstico realizado.

Para brindar solución al “problema identificado” en el diagnóstico, se propone manejar la eficiencia en la gestión y divulgación de la Responsabilidad social Empresarial en Viñedos y Bodegas del Norte, que permita mejorar su reconocimiento y marca en el mercado, al igual que su contribución como empresa para la sociedad en aspectos sociales y ambientales, con el fin de que cumpla a cabalidad con la ejecución general de la “Norma ISO 26000.”

La idea es que la organización analice los problemas internos y les dé oportuna solución, para que, de esa manera, logre llegar a nuevos clientes e incursionar en nuevos mercados, teniendo planteados sus objetivos con respecto al personal o grupos de interés internos que son partícipes de los acontecimientos externos que concrete la compañía.

Es decir, es necesario e indispensable que todos integrantes de la organización concreten reuniones a menudo, que lleven a conocer las principales inquietudes de quienes hacen posible la producción, al igual que la administración, para concretar temas y llegar acuerdos que beneficien a todos, y de esta manera, lograr establecer condiciones de un ambiente laboral favorable en el que se puedan implementar bases y políticas que no contradigan la opinión de otros; así mismo, es importante que los trabajadores cumplan al pie de la letra la ordenanza de una buena autoridad y una gobernanza bien definida que no flaquee ante las adversidades y que proponga opciones para cumplir los objetivos que durante tantos años no se han logrado.

Por falta de conocimiento e implementación de la RS, la empresa no ha evolucionado significativamente en el mercado, pues para llevar más de 70 años, fuese para que su posición y reconocimiento en el mercado fuese alto.

Para que los grupos de interés obtengan algún beneficio con respecto a las decisiones de la organización, es necesario de igual manera capacitar a todo el personal y estar empapados del tema sobre la RS y su importancia para que entre todos se logre implementar de una manera más rápida y eficaz, logrando así, satisfacer las necesidades de cada uno, trabajando en conjunto por un objetivo general.

Se requiere que todo proceso que se desarrolle en la empresa esté documentado y archivado de tal manera en que se pueda dar a conocer ante los organismos de control la respectiva evidencia, de esa misma manera se aprecia una adopción de los cambios de una manera más fácil.

Es importante aumentar y mejorar la eficiencia de las políticas administrativas con la finalidad de que éstas, sean congruentes a la cultura organizacional y valores que fomenta la empresa, principalmente en la parte económica, pues es necesario manejar adecuadamente los recursos para poder destinar una cantidad especial con fines sociales y ambientales que se puedan ir implementando poco a poco, aprovechando los recursos y presupuestos de la manera más eficiente posible.

Se requiere inicialmente prestar especial atención a los objetivos culturales y sociales, puesto que del avance de estos dos, depende el cumplimiento eficiente de los otros, no se pueden tomar decisiones sin antes arreglar el aspecto social y definir opciones, no se puede mejorar económicamente si no se atienden los derechos humanos de manera responsable, y principalmente acorde a la cultura organizacional que identifica a la compañía.

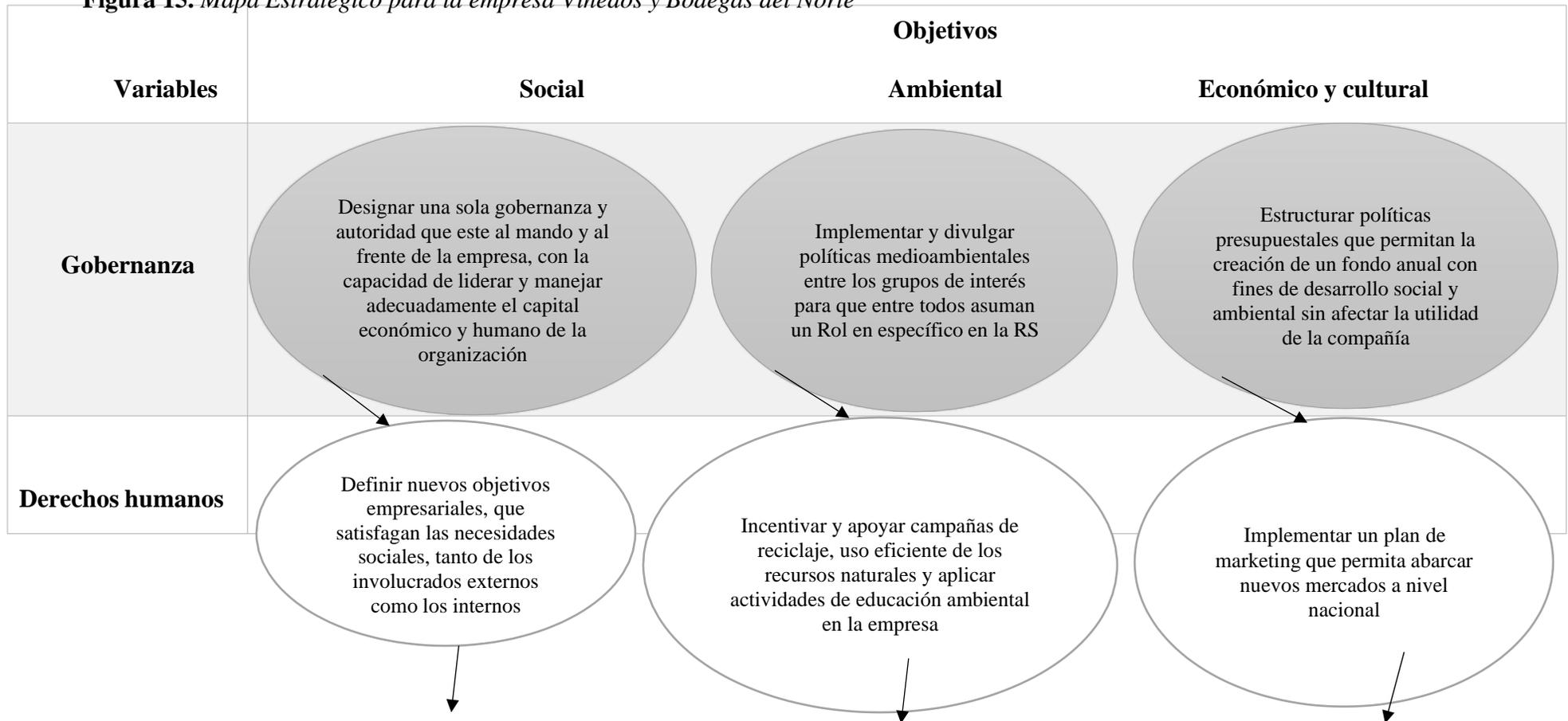
El uso de un marco de responsabilidad social corporativa desarrolla estrategias corporativas que pueden conducir a operaciones más eficientes, como un mejor manejo de energía y recursos, reducción de desechos o elaboración de materiales reciclables. Las operaciones comerciales también favorecen de mejores recursos de mano de obra; en la mejora a la retención de empleados, puede ahorrar dinero a las empresas al aumentar la productividad, reducir los costos.

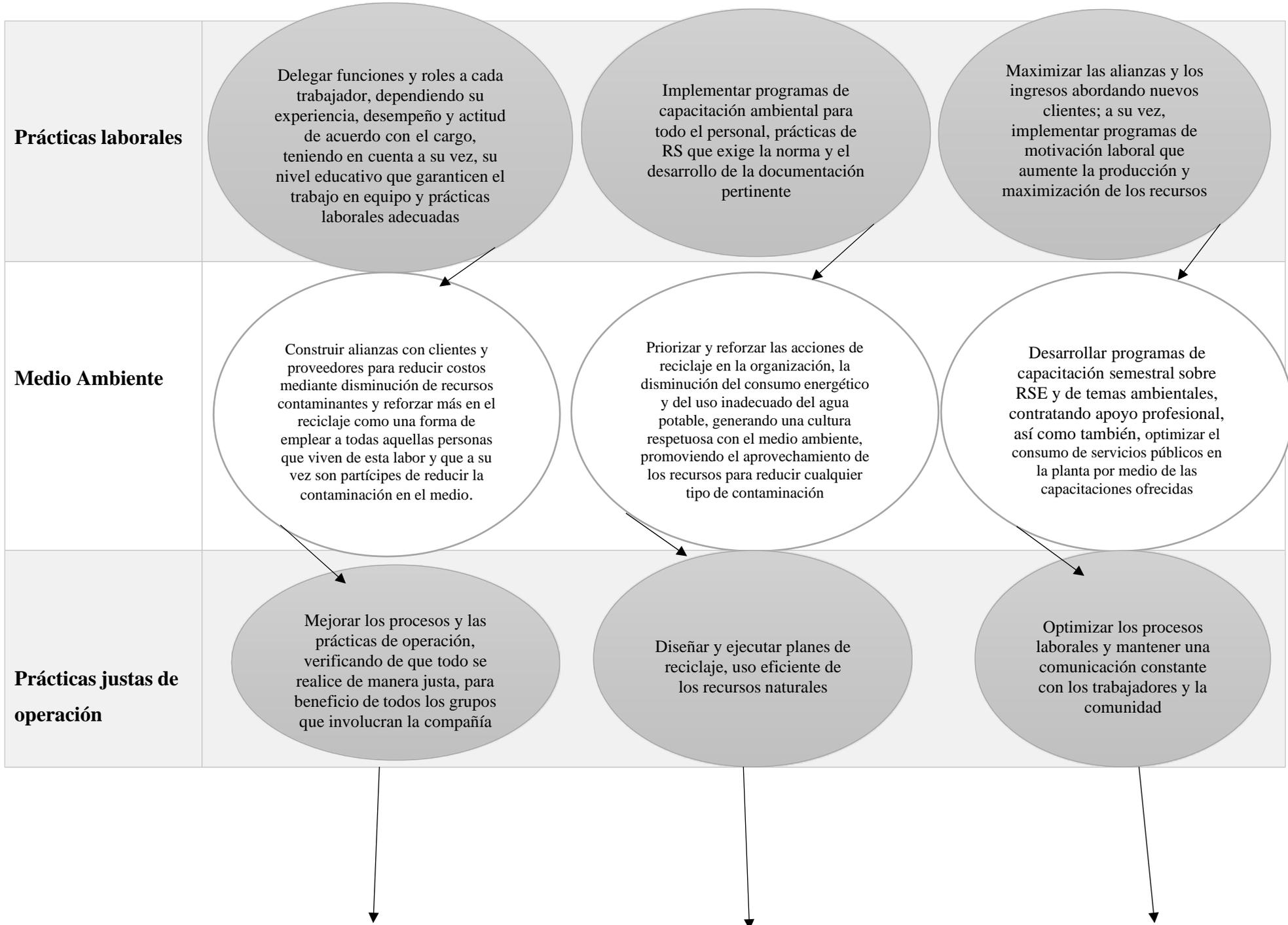
Por lo anterior, se busca, que la empresa, sea reconocida por aportes a la sociedad, además de comercializar un producto de calidad, se busca también fidelizar a los consumidores, por medio de estrategias sociales y ambientales que involucre a los “Grupos de interés” y lograr de esa manera una aplicación de la RS por parte de todos y para todos. Se concluye que los cumplimientos de cada uno de estos objetivos determinan el lineamiento de la organización a través del tiempo en cada uno de los aspectos que interfieran en el ordenamiento de la empresa. Viñedos y Bodegas del Norte tiene algunos rezagos en la implementación de la “Norma ISO 26000,” por lo tanto, es de vital importancia desarrollar y trabajar en cada uno de los objetivos trazados.

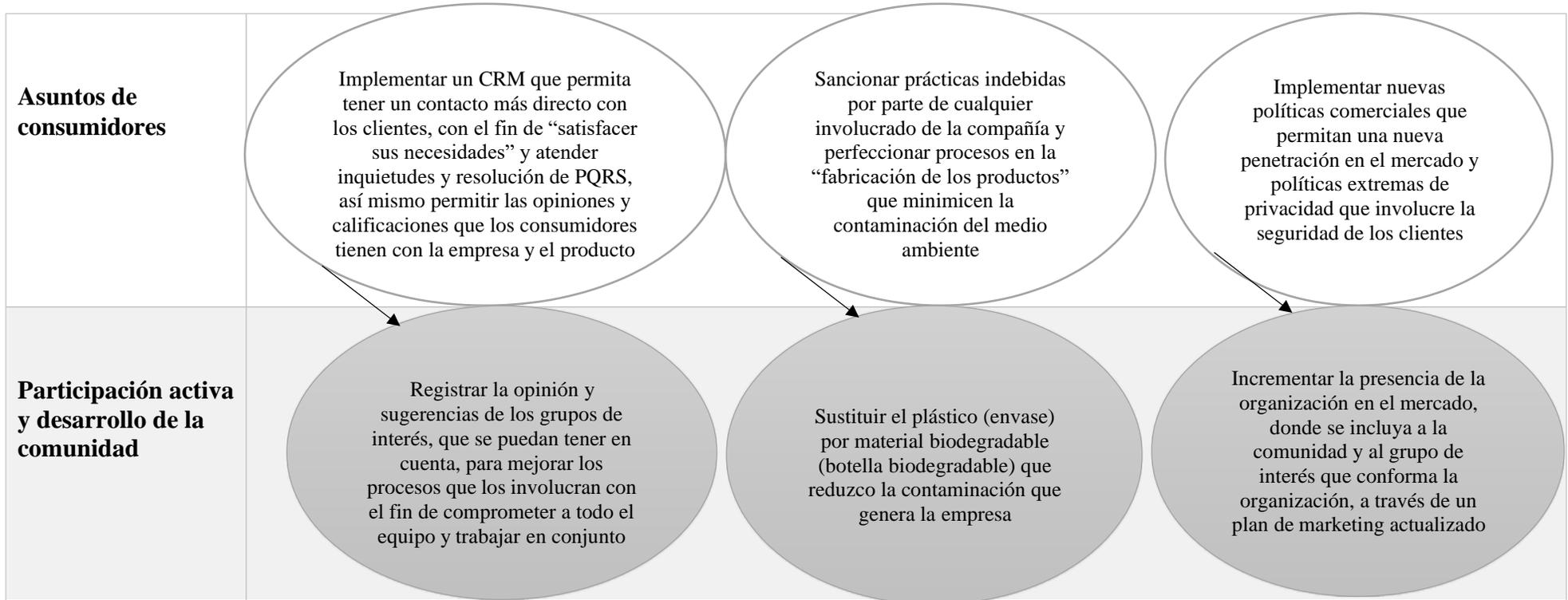
Mapa Estratégico

El mapa estratégico es la figura que muestra los objetivos planteados por una organización para tener el reflejo más específico de las actividades que deben desarrollar para llevar a cabo el cumplimiento de sus metas, es decir, que las estrategias planteadas en este mapa, se pueden visualizar de una manera más dinámica y comprensible, coordinados por los objetivos impuestos en cada materia fundamental que conforma a la organización. Se presenta a continuación el Mapa estratégico de la empresa Viñedos y Bodegas del Norte. (Ver Figura 15).

Figura 15. Mapa Estratégico para la empresa Viñedos y Bodegas del Norte







Nota. Mapa Estratégico propuesto para la compañía Viñedos y Bodegas del Norte, en base al árbol de objetivos propuesto, en él se puede evidenciar de manera concreta las actividades en materias fundamentales, coordinando objetivos con variables de manera descendiente.

En el mapa estratégico se puede evidenciar, la determinación de los puntos más determinantes que se pueden implementar en la compañía en el mediano plazo, para mejorar en su aspecto social, económico, ambiental y cultural, que le permita cumplir con

una Responsabilidad social justa, actuando de acuerdo con la Norma ISO 26000. En él, se hace hincapié en los objetivos más relevantes para transformar o mitigar las problemáticas que se han presentado en la empresa a lo largo de su trayectoria.

La aplicación de estos objetivos en la empresa, son un puente, para la ejecución de las estrategias faltantes, que se pueden ir implementando poco a poco, sin agotar esfuerzos ni recursos que desestabilicen a la compañía; los resultados que se reflejan en una empresa socialmente responsable son factibles e importantes para el reconocimiento de la compañía y su perdurabilidad en el tiempo. La implementación de esta herramienta permite a las organizaciones tener métricas que ayuden a medir el éxito de la estrategias y plan de trabajo en cada uno de los ámbitos a trabajar este mapa está enfocado en seguir el cumplimiento de las RSE, desarrollando cada vez mejores estándares de trabajo empresarial de la nueva era donde el medio ambiente es una factora fundamental para las prácticas empresariales.

Según, “(Maña, E. 2021 citado en López, C. 2021). Mencionó que la reputación es el camino hacia el liderazgo, que no se puede dejar afectar los valores corporativos pese a las adversidades, y que las empresas no hacen caridad, sino que intervienen a favor de la sociedad”

Por lo anterior, se hace necesario que una empresa, cree una reputación, a base de la confianza y de la seguridad que se le brinde al consumidor, al ofrecer un producto de calidad, que les permita obtener un beneficio en conjunto. La buena reputación de una empresa abre fronteras y permite adquirir posicionamiento y reconocimiento en el mercado.

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

El plan de mejoramiento es una estrategia, el documento rector, un conjunto de procedimientos y metas que se han diseñado de manera organizada, con la respectiva planeación y sistematización, con el fin de subsanar brechas.

Este proceso inicia con la identificación de brechas, el análisis de estas y del proceso como tal, para entonces proceder a organizar los procedimientos y metas que se han reformulado para mejorar o impactar positivamente estas brechas identificadas, pues bien, un plan de acción conlleva de todos estos pasos para lograrse, así mismo, se debe comunicar, ejecutar y por supuesto monitorear o supervisar en intervalos de tiempo ya definidos.

Plan de Acción y de Seguimiento

En el siguiente plan de acción, se dan a conocer los objetivos, estrategias, tiempo y costos propuestos para que la compañía Viñedos y Bodegas del Norte, logre implementar en sus actividades, acciones de RSE en el corto y mediano plazo, que les permita mejorar en sus procesos y posición en el mercado, favoreciendo su rendimiento económico y reconocimiento con la “Norma ISO 26000”

En la dimensión económica del plan de acción se establecen las estrategias que consisten en aumentar en un 10% los ingresos de la empresa, con ello poder tener la opción de incluir dentro del presupuesto anual un monto para la ejecución de la política RSE, así como también, podemos encontrar otras estrategias que permitirán que la empresa logre evolucionar en todo lo relacionado con la RSE (Ver Tabla 13).

Tabla 13. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica de la empresa

DIMENSIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR	SEGUIMIENTO
ECONÓMICA	Aumentar los ingresos en un 10%	Implementar un plan de marketing que permita abarcar nuevos mercados a nivel nacional	9 meses	\$12.000.000	Utilidad 2022+10% - (utilidad 2021) Porcentaje de aumento en los ingresos del presente año y del año 2023 (utilidad 2022+utilidad 2023+suma(utilidad año 2020 y 2021))	Es necesario realizar un seguimiento de tipo mensual, para lograr incrementar basado en la utilidad anterior, con un porcentaje no menor a 0,8% cada mes
	Contar con presupuesto para participar en actividades en pro de la RSE	Estructurar políticas presupuestales que permitan la creación de un fondo anual con fines de desarrollo social y ambiental sin afectar la utilidad de la compañía	18 meses	\$10.000.000	Utilidad neta/ingresos totales	Realizar una reunión administrativa cada fin de mes para la evaluación de los resultados económicos de la empresa con el fin de lograr la toma de decisiones, así mismo se realiza una reunión trimestral para evaluar los planes aplicados y su eficiencia
	Promover el conocimiento sobre las prácticas de acción de la RSE a los trabajadores	Desarrollar programas de capacitación semestral sobre RSE y de temas ambientales, contratando apoyo profesional para tal fin	6 meses	\$3.000.000	(Suma actividad de capacitaciones ejecutadas/suma de capacitaciones planificadas)*100	Evaluar semestralmente los efectos y conocimiento de las capacitaciones a los empleados sobre la RSE
	Incrementar la productividad para reducir costos	Optimizar los procesos laborales y mantener una comunicación constante con los trabajadores y la comunidad	6 meses	\$4.000.000	Ventas totales/gastos totales	Analizar el movimiento financiero cada mes, con respecto al mes anterior Reconocer la efectividad de los canales de comunicación dentro de la empresa a través de una reunión trimestral con los trabajadores
	Reducir los gastos generales para disminuir la contaminación del entorno ambiental	Optimizar el consumo de servicios públicos en la planta por medio de las capacitaciones ofrecidas a los trabajadores	12 meses	\$3.000.000	Ventas totales/gastos generales*100	Analizar los consumos de agua y energía mensualmente, para compararlos con los inmediatamente anteriores y verificar si las estrategias de cuidado ambiental están siendo efectivas

Mejorar los salarios y bonificaciones según el cumplimiento de las RSE	Establecer un plan de bonificación y salarial que este enfocado a premiar el cumplimiento de cada una de las disposiciones de las RSE ordenadas por la compañía	6 meses	\$7.000.000	Cumplimiento disposiciones RSE/bonificación del 1.5% sobre salario	Calificar el avance del RSE y de acuerdo al nivel, brindar una bonificación cada seis meses a partir de la evaluación y seguimiento de dicho cumplimiento
--	---	---------	-------------	--	---

Nota. En la dimensión económica se espera aumentar los ingresos y con esto, poder contar con un presupuesto definido, pues esta fue una de las brechas identificadas, por las cuales no se está ejecutando una política de RSE

En la Dimensión social del plan de acción se establece como estrategia aumentar la adherencia a la cultura de RSE dentro de la empresa, y el reconocimiento en el mercado, con el fin de que cada uno de los actores sea trabajador, directivo, proveedor, cliente estén enfocados en una cultura RSE y así facilitar su implementación y colaboración voluntaria en cada uno de las acciones del día a día y actividades con la comunidad. (Ver Tabla 14).

Tabla 14. *Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social de la empresa*

DIMENSIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR	SEGUIMIENTO
	Aumentar la adherencia a la cultura en RSE dentro de la organización.	Designar una sola gobernanza y autoridad que este al mando y al frente de la empresa, con la capacidad de liderar y manejar adecuadamente el capital económico y humano de la organización	9 meses	\$3.000.000	Análisis del desempeño organizacional actual Vs análisis de desempeño anterior	Verificar la organización y funcionamiento jerárquico sobre la autoridad y designación de responsabilidades en el RSE cada tres meses
SOCIAL	Ofrecer un excelente servicio y atención al cliente con el fin de generar reconocimiento e impacto positivo en el mercado	Implementar un CRM que permita tener un contacto más directo con los clientes, con el fin de “satisfacer sus necesidades” y atender inquietudes y resolución de PQRS, así mismo permitir las opiniones y calificaciones que los consumidores tienen con la empresa y el producto	12 meses	\$2.000.000	Cientes totales/clientes satisfechos Número de quejas propuestas- número de quejas resueltas	Crear un buzón de quejas, sugerencias y recomendaciones en el área de servicio al cliente. Evaluar el servicio al cliente a partir de encuestas realizadas aleatoriamente a un grupo de los mismos cada tres meses
	Mejorar el ambiente, remuneración y condiciones laborales de los trabajadores	Delegar funciones y roles a cada trabajador, dependiendo su experiencia, desempeño y actitud de acuerdo con el cargo, teniendo en cuenta a su vez, su nivel educativo	12 meses	\$2.000.000	Trabajadores totales-Total de trabajadores satisfechos/100	Realizar evaluación del desempeño cada seis meses, además de una encuesta de satisfacción laboral

que garanticen el trabajo en equipo y prácticas laborales adecuadas						
Desarrollar programas de RSE para los trabajadores	Creación de programas enfocadas a las RSE que sean difundidos por medio de capsulas virtuales y presenciales para el aprendizaje de la nueva normatividad que pueda desarrollarse dentro y fuera de la organización	12 meses	\$2.000.000	Número de programas ofertados/número de trabajadores		Evaluar la evolución de los programas implementados a través de reuniones semestrales en donde se evalúe la apropiación de normatividades y desarrollo del RSE en la empresa

Nota. Se establecen estrategias en la dimensión social, que se sintetizan en la satisfacción al cliente de acuerdo a la cultura organizacional establecida y se identifica la calidad del producto y servicio por medio del uso de herramientas tecnológicas que facilitan la comunicación directa con el cliente, permitiendo identificar su percepción y las fallas y fortalezas que tiene la empresa con la comunidad.

En la dimensión ambiental para la empresa, se propone eliminar o sustituir de a poco el uso de material plástico, por envase biodegradable para sus productos, que minimice la contaminación y genere un impacto en el mercado, al incursionar con un producto amigable con el planeta; a su vez, se plantean estrategias que proponen incrementar la participación ambiental en la comunidad, involucrando a los “grupos de interés” que la conforman (Ver Tabla 15), al igual que en las otras dimensiones, en este plan se estiman costos y el tiempo en el que se pueden ir desarrollando las estrategias propuestas.

Tabla 15. Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental de la empresa

DIMENSIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR	SEGUIMIENTO
	Aumentar la participación de tipo ambiental por parte de la empresa con un 30% con respecto al año anterior	Incentivar y apoyar campañas de reciclaje, uso eficiente de los recursos naturales y aplicar actividades de educación ambiental en la empresa	12 meses	\$4.500.000	$\frac{\text{colaboradores actuales}}{\text{Colaboradores año anterior} - \text{Actividades actuales}} \times \frac{\text{Actividades año anterior} - 1}{\text{Campañas educativas actuales} - \text{Campañas ed. año anterior} -}$	Verificar semestralmente los procesos de educación ambiental, uso de recursos y campañas llevadas a cabo en la empresa, así como su eficiencia en la reducción de consumo y residuos sólidos
	Promover la pertenencia en el cuidado medio ambiental a través del enfoque medio ambiental en la cultura organizacional de la empresa	Diseñar y ejecutar planes de reciclaje, uso eficiente de los recursos naturales	Trimestral	\$1.600.000 Anual	$\frac{\text{Participantes actuales}}{\text{total de empleados}} * 100$	Verificar la información dispuesta para enfatizar el reciclaje, cada tres meses
AMBIENTAL	Reducir la contaminación del entorno ambiental por parte de la empresa en un 70%	Sustituir el plástico (envase) por material biodegradable (botella biodegradable) que reduce la contaminación que genera la empresa	18 meses	\$8.000.000	Unidades de producto vendido (envase plástico) - unidades de producto vendido (envase biodegradable)	Verificar semestralmente los procesos de educación ambiental, uso de recursos y campañas llevadas a cabo en la empresa, así como su eficiencia en la reducción de consumo y residuos sólidos
	Capacitar al personal e iniciar una dinámica de apropiación a los normas de RSE	Desarrollar colaboradores preparados en el ámbito de normas RSE que lleven a la empresa a ser más competitiva	6 meses	\$6.000.000	Total de trabajadores/total de capacitaciones	Verificar la información dispuesta para enfatizar el reciclaje, cada tres meses
	Desarrollar acciones de recolección de desechos que puedan ser reutilizados	Dar inicio a un proceso de selección de residuos por medio de procesos en los que se clasifique el material aprovechable	12 meses	\$1.000.000	Cantidad de desechos reciclados/cantidad de desechos reutilizados	Verificar semestralmente los procesos de educación ambiental, uso de recursos y campañas llevadas a cabo en la empresa, así como su eficiencia en la reducción de consumo y residuos sólidos

Nota. Los objetivos estratégicos enfocados hacia la dimensión Ambiental se relacionan con los recursos económicos que se

utilizarán y los indicadores de medición para reconocer el cumplimiento de dichos objetivos

Conclusiones

La responsabilidad de la empresa con el entorno ambiental y de proteger el planeta, comienza con la participación de la organización en los temas de RS, expresada a través de actividades específicas en el área de evaluación de impacto de las actividades productivas de la organización hacia el entorno ambiental

Las empresas actualmente deben desarrollar un funcionamiento integral que no solo se centre en la parte económica, sino que también abarque la parte cultural, ambiental y social dándole a la sociedad ejemplo de buenas prácticas donde impere el cuidado del ser humano y ambiente, desarrollando practicas sostenibles que provoquen un mejor futuro a las generaciones venideras.

La aplicación de la RS en una empresa requiere de una inversión considerable, sobre todo en esfuerzo y dedicación, puesto que el reflejo de este arduo trabajo se visualiza en mayor productividad y rendimiento económico, pues al ser mejor reconocido en el mercado, mayor cantidad de personas querrán vincularse a la empresa, es decir, que entre mayor sea la RS de la empresa con el medio, mayores serán los beneficios para la empresa y para cada grupo de interés.

En base al estudio realizado en Viñedos y Bodegas del Norte, se puede apreciar, que la mayoría de las microempresas y emprendimientos en el país, no cumplen debidamente con la “Norma ISO 26000”, no aplican una RS ejemplar que les permita evolucionar y obtener un reconocimiento en el mercado, como por ejemplo, en la empresa estudiada, se logró conocer que existen muchas personas residentes en Tuluá, que no tenían conocimiento de la existencia de la compañía, contando con que ésta, lleva más de 70 años en el comercio vínico, esto, es un gran ejemplo de la falta de posicionamiento de la empresa

y la falta de reconocimiento por parte de las personas, debido a la falta de publicidad y aplicación de la RS con el entorno.

Es indispensable que, para el inicio de las actividades empresariales, se aplique y se trabaje en función a la Norma, puesto que es la manera más sencilla de cumplir objetivos, pues la estrategia más eficaz que puede existir para una empresa es aplicar y trabajar de acuerdo con la Norma ISO 26000 y muchas otras normas en las que se deben enfocar para que la productividad y rendimiento, sean los esperados, cumpliendo siempre con una RSE ejemplar que beneficie a todo su grupo de interés.

En el mundo actual es necesario desarrollar ideas, negocios o ya sea emprendimientos, enfocados a buscar el bienestar del ser humano y el entorno que los rodea. Es por esto, que se han creado lineamientos que buscan que las empresas realicen acciones socialmente responsables, de acuerdo a la “Norma ISO 26000” que proporcione una guía para el cumplimiento voluntario de dichas proposiciones. La RSE se afianzó por medio de la transformación digital, la cual introdujo la conciencia ecológica en la cultura organizacional de las empresas, que así mismo, enfocaron los cambios en lo social y económico de las organizaciones; con la aplicación de la RSE, las empresas encuentran diferentes beneficios entre los cuales se encuentran, el tener un mejor ambiente laboral, ya que se imparte valores de respeto y tolerancia, también se genera confianza y posibles accionistas, ganando credibilidad en la compañía, también se genera mayor transparencia en las actividades comerciales y mayor reducción de los impactos ambientales. En este trabajo se seleccionó la compañía Viñedos y Bodegas del Norte con el fin de implementar las normas ya nombradas, lo cual fue importante para identificar falencias en la gestión de la RSE apoyados en el mapa estratégico y árbol de problemas que ayudaron a diagnosticar el actual estado de la empresa y así crear un plan

de mejora en diferentes dimensiones como lo social, ambiental y económico. Con esto desarrollamos una estrategia sostenible a través del tiempo el cual permita a la empresa implementar las RSE a cabalidad con diferentes inversiones y cambios en tiempos determinados con el fin de llevar a la empresa a un nivel de mayor posicionamiento en el mercado.

Referencias

- Antevenio. (2020). La responsabilidad Social Corporativa en tus estrategias de marketing digital. <https://www.antevenio.com/blog/2020/01/responsabilidad-social-corporativa/#>
- Andr, C., & Velandia, A. (2021). Responsabilidad Social Empresarial RSE” Relación entre el contenido publicitario en motores de búsqueda y los indicadores de efectividad publicitaria online y su efectividad en SEM en una empresa de productos plásticos colombiana. https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10608/ArdilaCarlo_s2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Argandoña, A., (2011). ISO 26000, Una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0320.pdf>
- Arévalo-Martínez, R. I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Web organizational communication of the ethics in the organizations of the third sector. *Profesional de La Información*, 28(5), 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.22>
- Avendaño, R., (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. Publicado en *Rev. Lasallista Investigación* Vol. 10. No. 1 Caldas. (p. 152-163).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492013000100014
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73–91. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Cansino C., y Morales, M. (2008). Responsabilidad Social empresarial.

https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf

Chernev & Blair., (2015). Hacer el bien haciendo el bien: el halo benévolo de la responsabilidad social empresarial. [https://academic-oup-](https://academic-oup-com.translate.goog/jcr/article/41/6/1412/2379575?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr)

[com.translate.goog/jcr/article/41/6/1412/2379575?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc](https://academic-oup-com.translate.goog/jcr/article/41/6/1412/2379575?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)

Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 35, 152–181.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Chávez Martínez, G. (2003). *El pensamiento del estratega*. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/75568>

Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>

Díaz de la Cruz, C., & Fernández, J. L. (2016). Conceptual Framework of Ethics and Corporate Social Responsibility: An Anthropological and Strategic Approach. *Revista Empresa y Humanismo*, XIX (2), 69–118.

<https://doi.org/10.15581/015.xix.2.69-118>

ESAN. (2021). ISO 2600: Los 7 principios básicos de la Responsabilidad Social.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/iso-2600-los-7-principios-basicos-de-la-responsabilidad-social>

Etkin, Jorge y Schvarstein Leonardo. (1989). Identidad de las organizaciones. (p.81).

https://www.academia.edu/32251858/Etkin_Schvarstein_Identidad_de_Las_Organizaciones_pdf

Estefany, Robles. 2019. “Responsabilidad Empresarial Endógena: Una Perspectiva Para Calidad Empresarial.” *Institución Entidad Micro Crediticia Bancamia, Colombia*.

EXPOK, (2016). Responsabilidad social empresarial. Un año Prometedor en sustentabilidad. <https://www.expoknews.com/2016-un-ano-prometedor-en-sustentabilidad/>

ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN Leonardo. Identidad de las Organizaciones: Invariancia y cambio. Barcelona: Editorial Paidós, 1989. p. 81.

Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo TT - Human Sustainable Development at a Local Level - How Territory has been included in Theories of Development. *Economía y Desarrollo*, 162(2).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S025285842019000200003&lang=es%0Ahttp://scielo.sld.cu/pdf/eyd/v162n2/0252-8584-eyd-162-02-e3.pdf

Franco, M., (2012). El pensamiento estratégico en los Gerentes Basado en la Filosofía de los Institutos Autónomos del Sector público. [http://www.spentamexico.org/v7-n3/7\(3\)46-58.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n3/7(3)46-58.pdf)

François, R. (2012) ISO 26000: 7 materias fundamentales para la Responsabilidad Social Empresarial: ¿cómo medirlos? <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/#:~:text=1.->

[.Gobernanza%20de%20la%20organizaci%C3%B3n,y%20valores%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.](#)

García, J. (2014). Argumentos a favor y en contra de la responsabilidad social empresarial.

<https://www.clubensayos.com/Negocios/ARGUMENTOS-A-FAVOR-Y-EN-CONTRA-DE-LA/1960716.html>

García-Marzá, D. & González Esteban, E. (2014). Ética. D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/51754](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/51754)

Gallopín. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico.(p.125)

<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5763>

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, 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. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>

ISO. (2010). ISO 26000 visión general del proyecto ISO - Organización Internacional de Normalización. *Iso*, 16.

file:///C:/Users/use/Desktop/tesis/iso_26000_project_overview-es.pdf

Julia, Maxima Uriarte. (2019). “Responsabilidad Social Empresarial.” Características.Co

Labarca, N. (2008). Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. *Opción*, 24(55), 47–68.

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=es

López, C. (2021). Estas son las empresas con mayor responsabilidad social.

<https://www.elcolombiano.com/negocios/estas-son-las-empresas-con-mayor-responsabilidad-social-MH14759566>

Maña, E. (2021). Estas son las empresas con mayor responsabilidad social.

<https://www.elcolombiano.com/negocios/estas-son-las-empresas-con-mayor-responsabilidad-social-MH14759566>

Madroñero, S., Guzmán T., (2018). Desarrollo Sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias

https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0379-39822018000300122&script=sci_arttext&tlng=es

Martínez Herrera, H. (2010). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Ecoe Ediciones.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/69172>

Marulanda, N., & Rojas, M. D. (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. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642019000300269>

Medina (2006). Los procesos de observación del prácticum: análisis de las competencias.

(p.76). <file:///E:/escritorio/Downloads/DialnetLosProcesosDeObservacionDelPracticum-1973266.pdf>

Medina, M & Moreno, C (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa

Micro Pneumatic

S.A. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Michael E. Porter Mark R. Kramer (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre la ventaja competitiva y la responsabilidad social corporativa', Harvard Business Review, diciembre. (p.3).

<https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315259277-8/michael-porter-mark-kramer-2006-strategy-society-link-competitive-advantage-corporate-social-responsibility-harvard-business-review-december-pp-79-92-neil-gunningham>

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce y LAMPEL, Joseph. (1999). Safari a la estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A

Montoya, E. (2021). Reseña Histórica y macro localización de la empresa Viñedos y Bodegas del Norte. <https://xn--viedosybodegasdelnorte-lec.com/>

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. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.C521C2B8&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. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005
- OCDE., (2013). Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales. <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>
- OIT., (1977 y 2000). Declaración tripartita sobre las empresas multinacionales y la política social. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/publication/wcms_124924.pdf
- ONU. (1999). Global Compact o Pacto Global. La búsqueda de soluciones para Retos Globales. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- ONU. (2000). Declaración del Milenio. Resolución aprobada por la Asamblea general. <https://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>
- Orozco Martínez, I., & Orozco Martínez, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac Journal*, 20(1), 76–105. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>
- Oyarce, J., (2013). Excelencia empresarial y competitividad. ¿Una relación fructífera? <https://www.redalyc.org/pdf/399/39929212006.pdf>

Patiño Berdugo, D., (2018). Marco legal de la responsabilidad social empresarial.

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1068/1129581808.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016). LA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU ENFOQUE

AMBIENTAL: UNA VISIÓN SOSTENIBLE A FUTURO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169–178.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>

PORTER, Michael E y KRAMER, Mark R. Estrategia y Sociedad. En: Harvard Business Review América Latina. (diciembre, 2006); p. 3.

Prado, G., (2016). La moral y la ética: piedra angular en la enseñanza del derecho.

<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483019.pdf>

Ramírez Molina, R, LAY, N y Sukier, H. (2020). Gerencia estratégica para la gestión de personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información*

Tecnológica. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/6315>

Ramos, S., Sevillano C., Román B., (2020). Sobre las definiciones de ética, legislación y deontología. [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-80462019000500013)

[80462019000500013](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-80462019000500013)

Red de Árboles. (2018, 1 noviembre). Qué es Responsabilidad Social Empresarial.

https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/321/1/que-es-responsabilidad_social_empresarial

Robayo Nieto, N. (2015). Cómo Gestionar La Responsabilidad Social Empresarial Desde Las Pymes En Colombia. *XX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/12.01.pdf>

Ruiz, C., Silva V., Vanga A., (2008). Ética empresarial y el desempeño laboral en las organizaciones de Alta Tecnología (OAT).

[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842008000300006#:~:text=Asimismo%20expone%20P%C3%A9rez%20\(1998%3A%2032,1o%20afectado%20por%20el%20plan.](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842008000300006#:~:text=Asimismo%20expone%20P%C3%A9rez%20(1998%3A%2032,1o%20afectado%20por%20el%20plan.)

Salazar, R. (2004). Principales autores de la Estrategia Empresarial.

<https://www.gestiopolis.com/principales-autores-estrategia-empresarial/>

Salazar, A. (2021). Planeación estratégica de mercadotecnia, Resúmenes de Mercado Financiero. <https://www.doccity.com/es/planeacion-estrategica-de-mercadotecnia/7846572/>

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 de 2020]. ISSN: 1317

8822. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Sarmiento, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas. [file:///E:/escritorio/Downloads/Dialnet-](file:///E:/escritorio/Downloads/Dialnet-GestionEstrategicaClaveParaLaResponsabilidadSocial-3990453%20(1).pdf)

[GestionEstrategicaClaveParaLaResponsabilidadSocial-3990453%20\(1\).pdf](file:///E:/escritorio/Downloads/Dialnet-GestionEstrategicaClaveParaLaResponsabilidadSocial-3990453%20(1).pdf)

Uribe, C., (2004). Desarrollo social y bienestar.

<https://www.redalyc.org/pdf/791/79105802.pdf>

Universidad Eafit. (2016). Un panorama de la responsabilidad social empresarial y el desafío de su implementación en Colombia.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12183/camiloandres_bohorqu](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12183/camiloandres_bohorqueztoro_2016.pdf?sequence=2&isallowed=y)
[eztoro_2016.pdf?sequence=2&isallowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12183/camiloandres_bohorquetztoro_2016.pdf?sequence=2&isallowed=y)

Universidad de los Andes. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela.

[https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#:~:text=\(2008\)%20cita](https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#:~:text=(2008)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20(p.)
[ndo%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20\(p.](https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#:~:text=(2008)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20(p.)

Viñedos y Bodegas del Norte. (2022). Marco Institucional de la empresa. Información ofertada por el Director administrativo de la empresa. [https://xn--](https://xn--viedosybodegasdelnorte-lec.com/)

[viedosybodegasdelnorte-lec.com/](https://xn--viedosybodegasdelnorte-lec.com/)

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor-storage.reedsy.com/books/626c350538f01c4388660bd8/exports/success/22047e2d-d945-49c3-8998-4d95398a1850/202204292228-codigo-de-etica-vinedos-y-bodegas-del-norte.zip>

Anexo B. Formato de Recolección de Información

Link de acceso al enlace del cuestionario empleado para la entrevista:

<https://forms.gle/Bc643jZdi4PgCz3u9>

Entrevistado # 1 Operario de Producción
Robinsón González

Operario de Producción

Teléfono: 3128441483

Robinsoncordero37@gmail.com

¿Con cuáles elementos de la cultura organizacional cuenta la empresa y cada cuanto se realiza seguimiento? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Visión Misión Objetivos Compromisos No tengo conocimiento de los tiempos de seguimiento

¿La cultura organizacional se alinea con la RSE? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

No se

¿Cómo calificaría el nivel de compromiso ético de la empresa con el entorno? Califique como excelente, medio o bajo y Justifique su respuesta. *

Nivel organizacional en acciones de Responsabilidad social

Medio Porque faltan ciertos ámbitos en los que se debe reforzar como lo son con el medio ambiente e igualdad para todas las zonas de trabajo

¿Considera que dentro del presupuesto de la empresa se pueda incluir en el mediano plazo el patrocinio de proyectos de desarrollo socio ambiental? *

Margen operativo de la empresa

Sí, pero se debe tener una planeación que sea acorde con otros proyectos y que no se vean afectados

¿De qué manera considera usted que la empresa ha sido socialmente Responsable en la contratación del personal? *

Nivel de rotación del personal + porcentaje de pedidos elaborados = Medición de la eficiencia en la producción

En reforzar las áreas en temporadas altas para abastecer las necesidades de producción y otras

¿Cuenta la empresa con un comité de ética definido para tratar situaciones de acoso laboral, injusticias etc.? *

Nivel de ejecución del Código de ética empresarial * nivel de conocimiento de los trabajadores sobre la conducta ética y políticas empresariales

No

¿Cuenta la empresa con incentivos laborales que fortalezcan la participación en actividades de RSE (horarios flexibles, compensaciones, capacitaciones, remuneraciones u otros)? *

Calificación de las Remuneraciones, salarios y beneficios a los trabajadores + Ingresos por colaborador = Medición de la cantidad de producto terminado por trabajador

Horarios flexibles si, más no compensaciones o remuneraciones, puesto que acá en la empresa es novedad el pago de la seguridad social, pues hace poco lo implementaron, porque anteriormente ninguno de los trabajadores de la parte de producción, contábamos con seguridad en salud y pensión, a pesar de que ya nos afiliaron a ellos, no estamos afiliados aún a una caja de compensación que es tan importante para mí como trabajador.

¿Cuenta la empresa con algún fondo, póliza o auxilio económico en caso de accidente, hospitalización o fallecimiento que le brinde la empresa? *

Índice de competición salarial de los trabajadores

No, otra falla que tiene la empresa, pues solamente los del área administrativa tienen el privilegio por así decirlo, de estar asegurados, nosotros los del área de producción no nos han mencionado sobre afiliarnos alguna o algo así.

¿Cuenta la empresa con campañas de prevención en salud y/o capacitaciones en cuanto a Salud y Seguridad en el Trabajo? *

Índice de satisfacción de los trabajadores en la empresa

No, pero si nos han indicados ciertos riesgos, ubicación de extintores, botiquín y salida de emergencia

¿Es participe la empresa de algún evento local donde se relacione con la comunidad para tratar temas de interés ambiental? *

Nivel de protección al medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales + Porcentaje de segregación de residuos y de reciclaje

No

¿Se Implementa en la planta campañas que promuevan la concientización ambiental? *

Desempeño en la educación a los trabajadores en materia ambiental

No

¿Cuenta con estrategias para disminuir el consumo de energía y agua en la empresa? *

Nivel de ahorro de agua y energía, que permitan disminuir la contaminación del medio ambiente.

Si, se habla sobre actos comunes y sencillos como revisar llaves de lavamanos o sanitarios que no tengan fugaz, además en recamaras o sectores en los que se puede manejar el uso de energía, ocuparla sólo en caso de ser necesarios y deshabilitar las en períodos de inactividad

¿Es conocedor del origen de la materia prima, insumos y suministros que obtiene la empresa de sus proveedores para fabricar el producto? ¿Cuenta con los respectivos Certificados de Calidad? *

Nivel de implementación de sistema de Sarlaft

Si tenemos conocimiento sobre los insumos o materia prima que se necesitan a diario, pero los certificados los obtienen directamente el jefe

¿Ha ignorado algunas de sus responsabilidades sociales? *

Nivel de desempeño de conducta ética empresarial

En ocasiones si, debido al alto flujo de tareas que se pasan desapercibidas

¿Alguno de los trabajadores ha ejecutado alguna practica injusta dentro de la empresa?

¿Cómo se ha actuado ante ello? *

Frecuencia en la aplicación de acciones de RS en la empresa + Nivel de sentido de pertenencia de los trabajadores con la empresa

Si, algunos trabajadores en ocasiones no están de acuerdo con las instrucciones dadas y prefieren esperar a que les expliquen a más detalles el porqué de las cosas a lo cual decido buscar a un encargado que tenga mayor entendimiento del tema y le dé manejo

¿Se maneja algún tipo de escala en los precios de venta, que permita que los distribuidores maximicen sus ingresos? *

Tasa de crecimiento de los consumidores en el mercado

Si, en temporadas específicas se dan ciertos precios que ayudan a la venta y la circulación del inventario

¿Cumple la empresa con informar a los consumidores los efectos del producto en la salud? *

Índice de seguridad de los productos para los consumidores

Si, cada producto está etiquetado con esta información

¿Tiene implementada la empresa alguna política de protección de datos al consumidor? *

Nivel de protección del uso y procesamiento de datos personales del consumidor

Esa información la manejan el área administrativa

¿La producción es eficiente y satisface la demanda actual? *

Calificación en el cumplimiento de entregas a Clientes/Distribuidores

En temporada normal si, para las fechas altas se requiere mayor mano de obra

¿El valor de la marca ha proporcionado fidelidad e incremento de clientes en su trayectoria en el mercado? *

Medición de la lealtad y retención de clientes

Si

¿Qué programas de bienestar social y laboral tiene proyectados para que la organización y el entorno tengan buenos resultados a largo plazo? *

Porcentaje de participación activa en actividades sociales

Se implementarán programas de recreación y deporte, más pausas activas

¿De qué manera ha desarrollado acciones de Responsabilidad social con la empresa y en la comunidad? *

Porcentaje de participación en la comunidad con proyectos empresariales

Esa información la maneja el área administrativa

¿Cuántos años lleva Laborando en la Empresa? *

3 años

Entrevistado # 2 Gerente General

Pedro Luis Villegas Peña

Gerente General

Teléfono: 301 220 5490

Correo: villegasluis87@hotmail.com

¿Con cuáles elementos de la cultura organizacional cuenta la empresa y cada cuanto se realiza seguimiento? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

La empresa cuenta con todos los elementos de una cultura organizacional, que nos ha permitido enfocar nuestros objetivos en el largo plazo, durante toda la trayectoria que ha tenido la empresa en el mercado Tuluëño y sus alrededores, contamos con una misión y visión específicas y viables de acuerdo con nuestra razón de ser.

¿La cultura organizacional se alinea con la RSE? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Si, ya que nuestras acciones van enfocadas especialmente a contribuir a la estabilidad económica de las personas, cuidando del medio ambiente y a su vez brindando estabilidad laboral y buenas condiciones de trabajo a quienes ingresan a laborar en la planta.

¿Cómo calificaría el nivel de compromiso ético de la empresa con el entorno? Califique como excelente, medio o bajo y Justifique su respuesta. *

Nivel organizacional en acciones de Responsabilidad social

El nivel de compromiso ético de la empresa con el entorno es alto, trabajamos con el fin de beneficiar no sólo a los recursos de la compañía, sino también a los recursos de quienes han hecho posible la evolución de la empresa durante tantos años, nos preocupamos por brindar a los clientes un excelente producto a un buen precio, así como también para nuestros trabajadores y distribuidores, ofreciendo excelentes salarios y horarios flexibles para cada uno, teniendo consideración con su situación personal y emocional, así como también somos conscientes y correctos con lo que se produce y se comercializa.

¿Considera que dentro del presupuesto de la empresa se pueda incluir en el mediano plazo el patrocinio de proyectos de desarrollo socio ambiental? *

Margen operativo de la empresa

A pesar de que la empresa lleva tantos años en el mercado, aún no hemos llegado al punto de equilibrio donde logremos reunir capital necesario para una inversión social de ese tipo, pues la idea de nosotros es abordar nuevos clientes en distintos departamentos del país, fuera de los que manejamos actualmente, para lograr generar mayores ingresos y en el largo plazo poder contribuir a contribuciones para proyectos de este tipo.

¿De qué manera la empresa ha sido socialmente Responsable en la contratación del personal? *

Nivel de rotación del personal + porcentaje de pedidos elaborados = Medición de la eficiencia en la producción

La mayoría de los contratos de los trabajadores han sido especialmente familiares y conocidos de generación en generación, sin embargo, actualmente ante tantos cambios y solicitudes en la norma, nos hemos visto en la necesidad de contratar personal externo que hasta el momento no ha tenido la mayor rotación, me refiero a que a las personas se les brinda estabilidad laboral y generalmente existen más casos de renuncia que de despido, sin embargo en algunas ocasiones se desconoce ciertamente la causa por la que las personas dejan la empresa, pues la mayoría de los trabajadores gana más de un salario mínimo y se maneja para todos horarios flexibles que les beneficia en gran medida con sus actividades personales.

¿Cuenta la empresa con un comité de ética definido para tratar situaciones de acoso laboral, injusticias etc.? *

Nivel de ejecución del Código de ética empresarial * nivel de conocimiento de los trabajadores sobre la conducta ética y políticas empresariales

El jefe de recursos humanos cuenta con personas en cada área encargadas de recolectar este tipo de información que les permita obtener datos necesarios sobre si se presenta algún tipo de conflicto, injusticia o acoso en cualquiera de las áreas por algunos de los trabajadores u otros

¿Cuenta la empresa con incentivos laborales que fortalezcan la participación en actividades de RSE (horarios flexibles, compensaciones, capacitaciones, remuneraciones u otros)? *

Calificación de las Remuneraciones, salarios y beneficios a los trabajadores + Ingresos por colaborador = Medición de la cantidad de producto terminado por trabajador

Si, contamos con horarios flexibles, concedemos todo tipo de permiso, en cuanto alguna eventualidad o situación de los trabajadores, contamos con apoyo de la Ingeniera química que brinda capacitaciones a todos los trabajadores sobre varios temas en específicos referentes a las buenas prácticas de manufactura que permite que todos estemos por enterado de lo que exige la norma y de lo que se debe y no se debe hacer en la producción y áreas en específico, lo que no se manejan son bonos o remuneraciones, pues consideramos que los trabajadores devengan un buen salario y no consideramos necesario, generar un gasto mayor a la empresa en compensaciones u otros

¿Cuentan los trabajadores con algún fondo, póliza o auxilio económico en caso de accidente, hospitalización o fallecimiento? *

Índice de competición salarial de los trabajadores

Actualmente, sólo el personal administrativo cuenta con una póliza de seguro de vida, falta incluir en ella a los trabajadores de la parte operativa y demás

¿Cuenta la empresa con campañas de prevención en salud y/o capacitaciones en cuanto a Salud y Seguridad en el Trabajo? *

Índice de satisfacción de los trabajadores en la empresa

No contamos en el momento con capacitaciones de este tipo, sólo con lo referente a materia de producción y buenas prácticas de manufactura, tampoco hemos realizado algún tipo de campaña que contribuya a que los empleados tengan conocimiento de los cuidados en deben tener para evitar alguna enfermedad laboral o accidente en el trabajo, hasta el momento todo se ha manejado con el sentido común de cada uno y los cuidados que cada trabajador considera pertinentes en su labor

¿Es participe la empresa de algún evento local donde se relacione con la comunidad para tratar temas de interés ambiental? *

Nivel de protección al medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales + Porcentaje de segregación de residuos y de reciclaje

No ha sido posible, pues el capital con el que cuenta la empresa es justo para la administración y operación de las actividades internas

¿Se Implementa en la planta campañas que promuevan la concientización ambiental? *
Desempeño en la educación a los trabajadores en materia ambiental

Si, a los trabajadores se les incentiva a que practiquen en la empresa y en casa el reciclaje, el ahorro de servicios públicos, que promuevan la protección y preservación del medio ambiente, brindamos total apoyo y colaboración a los temas referidos al cuidado del entorno que nos rodea

¿Cuenta con estrategias para disminuir el consumo de energía y agua en la empresa? *
Nivel de ahorro de agua y energía, que permitan disminuir la contaminación del medio ambiente.

Sí, como se practica en casa y en otros lugares, se encienden las luces que se necesitan, se gasta el agua necesaria, no se dejan llaves abiertas y se mantiene un tanque de 5000 MI de agua como reserva ante cualquier eventualidad, que es utilizada principalmente para las labores de limpieza y desinfección de la planta y lavado de envase u otros utensilios que se requieran

¿Es conocedor del origen de la materia prima, insumos y suministros que obtiene de sus proveedores para fabricar el producto? ¿Cuenta con los respectivos Certificados de Calidad? *

Nivel de implementación de sistema de Sarlaft

Si, contamos con los respectivos certificados de calidad de los insumos que se reciben en la empresa, cada que se recibe mercancía, el proveedor nos hace entrega del certificado y adicional a ello, manejamos un documento interno de recepción de insumos y materia prima donde evaluamos las condiciones de los productos y aceptamos o no, dependiendo de los hallazgos en cada uno, lo único que no cuenta con certificados de calidad, es la uva, pues el proveedor es un agricultor que desconoce mucho del tema sobre certificaciones o documentos de este tipo, pero desde que inició la empresa, nunca se han presentado problemas con la uva ni con el producto que se obtiene de ella

¿Ha ignorado algunas de sus responsabilidades sociales? *
Nivel de desempeño de conducta ética empresarial

La empresa ha cumplido de manera parcial con todo lo referente a la responsabilidad social, se ha implementado principalmente de manera interna y con los clientes

¿Alguno de los trabajadores ha ejecutado alguna practica injusta dentro de la empresa?

¿Cómo se ha actuado ante ello? *

Frecuencia en la aplicación de acciones de RS en la empresa + Nivel de sentido de pertenencia de los trabajadores con la empresa

Sí, uno de nuestros distribuidores, cargaba más producto del solicitado por el cliente, para venderlo a otros clientes y ganar ese dinero, pues en el área de producto terminado se encuentran en estibas torres de cajas de vino inventariadas, que los distribuidores debían cargar en los camiones de acuerdo a los encargos requeridos, pues esta acción no tenía supervisión de ningún tipo y fue allí que se presentó la oportunidad de esta persona para actuar de la manera inmoral; inmediatamente nos enteramos de lo sucedido, se finaliza el contrato laboral de esta persona

¿Se maneja algún tipo de escala en los precios de venta, que permita que los distribuidores maximicen sus ingresos? *

Tasa de crecimiento de los consumidores en el mercado

Si, se manejan precios distintos en cada departamento donde se comercializa el producto y los precios de los productos van disminuyendo de acuerdo con las cantidades solicitadas por el cliente, esto permite que entre más cantidades lleven, menor es el precio total y mayor será la utilidad para todas estas empresas que comercializan nuestro producto.

¿Cumple la empresa con informar a los consumidores los efectos del producto en la salud? *

Índice de seguridad de los productos para los consumidores

Si, como todo producto, en la etiqueta lleva la información necesaria que exige la ley y que necesitan conocer las personas que van a consumir el producto, de igual manera, hay muchos clientes que llaman a preguntar sobre los beneficios que el productos puede tener en la salud, pues está hecho a base de uva, también qué efectos puede tener el consumo del mismo sobre una enfermedad de base en particular y así progresivamente se van atendiendo inquietudes de nuestros clientes que llaman a la empresa en busca de respuestas

¿Tiene implementada la empresa alguna política de protección de datos al consumidor? *

Nivel de protección del uso y procesamiento de datos personales del consumidor

Si, los consumidores son la esencia de la empresa y, por ende, se debe brindar estricta seguridad y protección al trato de sus datos personales, pues esto asegura a la empresa de

contar con organizaciones legalmente constituidas y sobre todo legales, pues los datos proporcionados son utilizados con fines de comercio electrónico

¿La producción es eficiente y satisface la demanda actual? *

Calificación en el cumplimiento de entregas a Clientes/Distribuidores

Si, los operarios de producción trabajan al contrato, es decir que al recibir todos los pedidos solicitados por los clientes, ellos vienen a laborar y a producir el total de cajas correspondientes que se deban despachar para cada departamento o empresa, su salario es proporcional a la cantidad de cajas con producto terminado empacado, lo que supone que satisface a la demanda actual, sin embargo el interés por incursionar en nuevos mercados y generar mayores ventas, representan nuevas contrataciones y mayores posibilidades de empleo para las personas de la comunidad

¿El valor de la marca ha proporcionado fidelidad e incremento de clientes en su trayectoria en el mercado? *

Medición de la lealtad y retención de clientes

Si, la marca se ha posicionado de manera prometedora en el mercado, somos los únicos fabricantes de vino de la ciudad y somos los que más económico vendemos, a diferencia de otras marcas de productos, contamos además con un punto de venta ubicado en la misma fábrica, donde se vende gran cantidad de los productos, somos proveedores de las principales casas banqueteras de la ciudad y la razón de celebrar buenos momentos en familia con nuestro producto en ocasiones especiales

¿Qué programas de bienestar social y laboral tiene proyectados para que la organización y el entorno tengan buenos resultados a largo plazo? *

Porcentaje de participación activa en actividades sociales

Sí, tenemos planes de incorporar programas de atención psicológica, manejo del estrés, y actividades de recreación y deporte para los trabajadores y su familia, se pretende implementar en un plazo máximo de 2 años, pero aún no se participa activamente en alguna actividad en particular.

¿De qué manera ha desarrollado acciones de Responsabilidad social con la empresa y en la comunidad? *

Porcentaje de participación en la comunidad con proyectos empresariales

Aportando mis conocimientos y contribuyendo al crecimiento de la compañía en el mercado, permitiendo el desarrollo social por medio de la generación de empleo, y estabilidad económica de nuestros clientes, así como aportes a la protección del medio ambiente, promoviendo acciones de reciclaje, sirviendo de apoyo para las personas que se acercan a la compañía a llevar el reciclaje y venderlo.

¿Cuántos años lleva Laborando en la Empresa? *

20 años

Entrevistado # 3 Jefe de Recursos Humanos

Pedro Villegas Amezquita

Jefe de Recursos Humanos

Teléfono: 3175944456

Correo: pedrovamezquita@hotmail.com

¿Con cuáles elementos de la cultura organizacional cuenta la empresa y cada cuanto se realiza seguimiento? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Con todos los elementos cuenta la empresa

¿La cultura organizacional se alinea con la RSE? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Si, fue estructurada principalmente pensando en el bienestar y desarrollo de todos en general

¿Cómo calificaría el nivel de compromiso ético de la empresa con el entorno? Califique como excelente, medio o bajo y Justifique su respuesta. *

Nivel organizacional en acciones de Responsabilidad social

Excelente, se trabaja de manera ética en todos los aspectos, como lo mencioné anteriormente, la cultura organizacional fue definida para beneficiar a todos, además la eficiencia de la empresa se debe al compromiso moral que ha tenido durante toda su trayectoria en el mercado

¿Considera que dentro del presupuesto de la empresa se pueda incluir en el mediano plazo el patrocinio de proyectos de desarrollo socio ambiental? *

Margen operativo de la empresa

La empresa necesita incrementar sus ingresos y tener mejor solvencia económica que le permita respaldar proyectos tan significativos.

¿De qué manera la empresa ha sido socialmente Responsable en la contratación del personal? *

Nivel de rotación del personal + porcentaje de pedidos elaborados = Medición de la eficiencia en la producción

Se brinda oportunidad laboral sin ningún tipo de distinción, pero principalmente se pretende dar empleo a personas mayores a quienes se les hace más dificultoso encontrar empleo en la ciudad, además en las actividades de la empresa, son quienes mejor rendimiento y eficiencia han demostrado en la empresa, la producción es eficaz y la rotación del personal es un poco alto, no existen muchos casos de despidos en los archivos, hay más renunciaciones en este caso, pues la idea es brindar estabilidad laboral

¿Cuenta la empresa con un comité de ética definido para tratar situaciones de acoso laboral, injusticias etc.? *

Nivel de ejecución del Código de ética empresarial * nivel de conocimiento de los trabajadores sobre la conducta ética y políticas empresariales

Soy encargado de analizar este tipo de inconvenientes y conflictos entre los trabajadores, existe un vocero en cada área que me brinda la información necesaria para darme por enterado, sobre algún caso de injusticia y de esa forma tomar las medidas necesarias para solucionar la situación, la empresa no ha fomentado en los trabajadores un tipo de conducta ética en particular, pues no cuentan con un código de ética en el cuál apoyarse

¿Cuenta la empresa con incentivos laborales que fortalezcan la participación en actividades de RSE (horarios flexibles, compensaciones, capacitaciones, remuneraciones u otros)? *

Calificación de las Remuneraciones, salarios y beneficios a los trabajadores + Ingresos por colaborador = Medición de la cantidad de producto terminado por trabajador

El salario mensual de los trabajadores de la empresa varía dependiendo su función por ello a ningún trabajador se le remunera ni se le recompensa adicionalmente algún esfuerzo, se les recompensa de alguna u otra manera con concederles permisos personales y manejando horarios flexibles para todos

¿Cuentan los trabajadores con algún fondo, póliza o auxilio económico en caso de accidente, hospitalización o fallecimiento? *

Índice de competitividad salarial de los trabajadores

No todos, sólo el personal administrativo, por el momento no se ha formalizado incluir a los demás trabajadores en algún tipo de beneficio de este tipo

¿Cuenta la empresa con campañas de prevención en salud y/o capacitaciones en cuanto a Salud y Seguridad en el Trabajo? *

Índice de satisfacción de los trabajadores en la empresa

No se manejan aún este tipo de capacitaciones, pero sería lo ideal, pues los trabajadores están expuestos a ciertos riesgos dentro de la planta, que se deben calificar y asegurar

¿Es participe la empresa de algún evento local donde se relacione con la comunidad para tratar temas de interés ambiental? *

Nivel de protección al medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales + Porcentaje de segregación de residuos y de reciclaje

La empresa realiza aportes ambientales contribuyendo al reciclaje de materiales, dando la oportunidad a los que ejercen el reciclaje, que obtengan algún ingreso por esa acción

¿Se Implementa en la planta campañas que promuevan la concientización ambiental? *

Desempeño en la educación a los trabajadores en materia ambiental

Se les habla mucho a los trabajadores sobre el ahorro en el consumo de los servicios públicos, tanto de la planta como de los hogares

¿Cuenta con estrategias para disminuir el consumo de energía y agua en la empresa? *

Nivel de ahorro de agua y energía, que permitan disminuir la contaminación del medio ambiente.

La gerencia tiene manejo y control sobre ello, pero básicamente es el no desperdiciar agua, ni energía, ni dejando luces encendidas de manera innecesaria

¿Es conocedor del origen de la materia prima, insumos y suministros que obtiene de sus proveedores para fabricar el producto? ¿Cuenta con los respectivos Certificados de Calidad? *

Nivel de implementación de sistema de Sarlaft

Si, cada producto cuenta con su respectivo sello o certificado de calidad y componentes de los insumos

¿Ha ignorado algunas de sus responsabilidades sociales? *

Nivel de desempeño de conducta ética empresarial

No, soy completamente responsable con el medio, las personas, el trabajo y todo lo que me rodea, de igual manera la empresa ha cumplido a cabalidad con sus obligaciones empresariales

¿Alguno de los trabajadores ha ejecutado alguna practica injusta dentro de la empresa?

¿Cómo se ha actuado ante ello? *

Frecuencia en la aplicación de acciones de RS en la empresa + Nivel de sentido de pertenencia de los trabajadores con la empresa

Se ha despedido al personal de los cuales se han conocido casos de inmoralidad y falta de sentido de pertenencia por los intereses comunes

¿Se maneja algún tipo de escala en los precios de venta, que permita que los distribuidores maximicen sus ingresos? *

Tasa de crecimiento de los consumidores en el mercado

Si, toda la información de precios más específicos los maneja directamente la gerencia, pero soy conocedor de que existen rangos en los precios que son directamente proporcionales a las cantidades sugeridas

¿Cumple la empresa con informar a los consumidores los efectos del producto en la salud? *

Índice de seguridad de los productos para los consumidores

Si, totalmente

¿Tiene implementada la empresa alguna política de protección de datos al consumidor? *

Nivel de protección del uso y procesamiento de datos personales del consumidor

Si, la gerencia tiene total manejo de ello

¿La producción es eficiente y satisface la demanda actual? *

Calificación en el cumplimiento de entregas a Clientes/Distribuidores

Si, totalmente, el cumplimiento de entregas y satisfacción del cliente se ha manejado de forma eficiente

¿El valor de la marca ha proporcionado fidelidad e incremento de clientes en su trayectoria en el mercado? *

Medición de la lealtad y retención de clientes

Viñedos y Bodegas del Norte es una empresa consolidada, de no estar fidelizada, no tendría tanta experiencia y demanda en el mercado, soy conocedor de que vienen personas de otros municipios hasta el punto de venta para degustar y adquirir los productos

¿Qué programas de bienestar social y laboral tiene proyectados para que la organización y el entorno tengan buenos resultados a largo plazo? *

Porcentaje de participación activa en actividades sociales

Proyectos de recreación y deporte para los trabajadores y programas de apoyo psicológico hasta donde tengo conocimiento

¿De qué manera ha desarrollado acciones de Responsabilidad social con la empresa y en la comunidad? *

Porcentaje de participación en la comunidad con proyectos empresariales

Desde que destapo un dulce y guardo del empaque en mi bolsillo, para luego arrojarlo a la basura, soy responsable socialmente con el ambiente, así como cuando cumplo con la labor de contratar al personal y brindar empleo y alivio económico, soy socialmente responsable, en muchas maneras lo somos y como profesional que soy y como parte de la empresa, soy responsable en cumplir con los requerimientos que disponga para mi función

¿Cuántos años lleva Laborando en la Empresa? *

10 años

Entrevistada # 4 Auxiliar Contable

Liliana Henao Díaz

Auxiliar Contable

Teléfono: 350 2023800

Correo: lilihedi92@hotmail.com

¿Con cuáles elementos de la cultura organizacional cuenta la empresa y cada cuanto se realiza seguimiento? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Cuando ingresé a trabajar me dieron a conocer la misión y la visión de la empresa, lo del seguimiento lo sabe la gerencia

¿Considera que La cultura organizacional de la empresa se alinea con la RSE? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Si, la empresa ha servido de mucho en la sociedad, a mí y mi familia, por ejemplo, pues yo a la edad de 39 años ingrese a laborar en la empresa y siempre han sido muy responsables con todo lo que tenga que ver con los trabajadores y los clientes

¿Cómo calificaría el nivel de compromiso ético de la empresa con el entorno? Califique como excelente, medio o bajo y Justifique su respuesta. *

Nivel organizacional en acciones de Responsabilidad social

Excelente, son muy honrados y comprometidos con nosotros los trabajadores

¿Considera que dentro del presupuesto de la empresa se pueda incluir en el mediano plazo el patrocinio de proyectos de desarrollo socio ambiental? *

Margen operativo de la empresa

No lo creo, a menos de que se comprometan para ello, pues no considero que el capital que manejan no es suficiente para suplir sus obligaciones y contribuciones sociales

¿De qué manera la empresa ha sido socialmente Responsable en la contratación del personal? *

Nivel de rotación del personal + porcentaje de pedidos elaborados = Medición de la eficiencia en la producción

Contrata a personas con dificultades para encontrar empleo, pues escasamente en otros lugares contratan a personas mayores de 40 años y con buen ambiente y trabajo en equipo, logramos abarcar pedidos muy grandes

¿Cuenta la empresa con un comité de ética definido para tratar situaciones de acoso laboral, injusticias etc.? *

Nivel de ejecución del Código de ética empresarial * nivel de conocimiento de los trabajadores sobre la conducta ética y políticas empresariales

Mi compañera es quien está al tanto de ese tipo de asuntos que suponen conflictos entre nosotros los trabajadores o injusticias, gracias a ella, contamos actualmente con beneficios y comodidades que anteriormente no teníamos, pero, a decir verdad, un comité de ética como tal conformado, no, no se maneja

¿Cuenta la empresa con incentivos laborales que fortalezcan la participación en actividades de RSE (horarios flexibles, compensaciones, capacitaciones, remuneraciones u otros)? *

Calificación de las Remuneraciones, salarios y beneficios a los trabajadores + Ingresos por colaborador = Medición de la cantidad de producto terminado por trabajador

El horario es muy bueno al igual que los pagos, pero no nos dan nada más que eso, no tenemos compensaciones por trabajar, en varias ocasiones, unas horitas de más o por llevar tanto tiempo en la empresa, por ejemplo, en lo que, si estoy en desacuerdo, es que los operarios de producción ganen lo mismo que los administrativos y en menos tiempo de trabajo, ese tipo de contratos en ocasiones es incómodo para los demás empleados.

¿Cuentan los trabajadores con algún fondo, póliza o auxilio económico en caso de accidente, hospitalización o fallecimiento? *

Índice de competición salarial de los trabajadores

Sí, los del área de aquí de administración, contamos con póliza de seguro de vida en suramericana, falta incluir más adelante a los operarios de producción, pero hasta la fecha, el gerente no ha dado la orden de inclusión todavía.

¿Cuenta la empresa con campañas de prevención en salud y/o capacitaciones en cuanto a Salud y Seguridad en el Trabajo? *

Índice de satisfacción de los trabajadores en la empresa

Han explicado lo básico, pero no a fondo, no hemos tenido capacitaciones sobre esos temas, pero son muy interesantes y necesarios para nosotros que permanecemos todos los días aquí

¿Es participe la empresa de algún evento local donde se relacione con la comunidad para tratar temas de interés ambiental? *

Nivel de protección al medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales + Porcentaje de segregación de residuos y de reciclaje

Hasta el momento no

¿Se implementa en la planta campañas que promuevan la concientización ambiental? *

Desempeño en la educación a los trabajadores en materia ambiental

Mis compañeros y yo hablamos seguido del tema, somos conscientes del cuidado al medio ambiente y lo practicamos diarios en nuestros hogares y acá mismo en la fábrica

¿Cuenta con estrategias para disminuir el consumo de energía y agua en la empresa? *

Nivel de ahorro de agua y energía, que permitan disminuir la contaminación del medio ambiente.

La empresa nos ha enseñado unos protocolos claves para el ahorro de agua y energía y de igual forma, uno aplica lo que hace en casa también para economizar y minimizar la contaminación del medio ambiente

¿Es conocedor del origen de la materia prima, insumos y suministros que obtiene la empresa de sus proveedores para fabricar el producto? ¿Cuenta con los respectivos Certificados de Calidad? *

Nivel de implementación de sistema de Sarlaft

Si, cumple con certificaciones y es totalmente confiable

¿Ha ignorado algunas de sus responsabilidades sociales? *

Nivel de desempeño de conducta ética empresarial

No ninguna, siempre he sido responsable con mi trabajo y con todo lo relacionado al respeto y cuidado del medio ambiente

¿Alguno de los trabajadores ha ejecutado alguna practica injusta dentro de la empresa?

¿Cómo se ha actuado ante ello? *

Frecuencia en la aplicación de acciones de RS en la empresa + Nivel de sentido de pertenencia de los trabajadores con la empresa

Si, se conoció un caso de un compañero que estaba robando la mercancía de la empresa, esa persona fue despedida de inmediato

¿Se maneja algún tipo de escala en los precios de venta, que permita que los distribuidores maximicen sus ingresos? *

Tasa de crecimiento de los consumidores en el mercado

Si, se manejan

¿Cumple la empresa con informar a los consumidores los efectos del producto en la salud? *

Índice de seguridad de los productos para los consumidores

Si, cumple

¿Tiene implementada la empresa alguna política de protección de datos al consumidor? *

Nivel de protección del uso y procesamiento de datos personales del consumidor

Si lo maneja

¿La producción es eficiente y satisface la demanda actual? *

Calificación en el cumplimiento de entregas a Clientes/Distribuidores

Sí, es eficiente, son productivos y tienen total manejo y control de la mercancía que se debe alistar para el despacho

¿El valor de la marca ha proporcionado fidelidad e incremento de clientes en su trayectoria en el mercado? *

Medición de la lealtad y retención de clientes

Si, son muchas las personas que conocen los productos, pero faltan más vendedores que los lleven a otras partes de Colombia y sobre todo publicidad, la empresa no cuenta con mucha información en redes sociales o en internet

¿Qué programas de bienestar social y laboral tiene proyectados para que la organización y el entorno tengan buenos resultados a largo plazo? *

Porcentaje de participación activa en actividades sociales

Hasta donde tengo entendido, piensan apoyar la recreación de los trabajadores y su familia

¿De qué manera ha desarrollado acciones de Responsabilidad social con la empresa y en la comunidad? *

Porcentaje de participación en la comunidad con proyectos empresariales

Soy responsable y respetuosa con mi trabajo y con lo que no es mío, tengo buena relación con mis compañeros de trabajo y me adecuo a trabajar frente a las normas y condiciones que nos exigen los jefes para no tener inconvenientes, soy amigable y cuidadosa con el medio ambiente y trato en lo más posible de ayudar a las personas que lo necesitan

¿Cuántos años lleva Laborando en la Empresa? *

12 años

Luz Marina Botero

Director técnico

Teléfono: 3187946848

[email:lboteroordonez@hotmail.com](mailto:lboteroordonez@hotmail.com)

¿Con cuáles elementos de la cultura organizacional cuenta la empresa y cada cuanto se realiza seguimiento? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Respeto, comunicación, manejo de conflictos

¿La cultura organizacional se alinea con la RSE? *

Nivel de eficiencia de la cultura organizacional

Si

¿Cómo calificaría el nivel de compromiso ético de la empresa con el entorno? Califique como excelente, medio o bajo y Justifique su respuesta. *

Nivel organizacional en acciones de Responsabilidad social

Excelente ya que se maneja un programa de buenas prácticas al interior y exterior de la empresa y la gente y la comunidad son importantes para la empresa.

¿Considera que dentro del presupuesto de la empresa se pueda incluir en el mediano plazo el patrocinio de proyectos de desarrollo socio ambiental? *

Margen operativo de la empresa

Es importante participar en estos proyectos.

¿De qué manera la empresa ha sido socialmente Responsable en la contratación del personal? *

Nivel de rotación del personal + porcentaje de pedidos elaborados = Medición de la eficiencia en la producción

Les brinda estabilidad a los empleados y está directamente relacionada con el nivel de producción así apoya la gente de la zona.

¿Cuenta la empresa con un comité de ética definido para tratar situaciones de acoso laboral, injusticias etc.? *

Nivel de ejecución del Código de ética empresarial * nivel de conocimiento de los trabajadores sobre la conducta ética y políticas empresariales

No

¿Cuenta la empresa con incentivos laborales que fortalezcan la participación en actividades de RSE (horarios flexibles, compensaciones, capacitaciones, remuneraciones u otros)? *

Calificación de las Remuneraciones, salarios y beneficios a los trabajadores + Ingresos por colaborador = Medición de la cantidad de producto terminado por trabajador

Horarios flexibles

¿Cuentan los trabajadores con algún fondo, póliza o auxilio económico en caso de accidente, hospitalización o fallecimiento? *

Índice de competición salarial de los trabajadores

Tema direccionado por la Gerencia

¿Cuenta la empresa con campañas de prevención en salud y/o capacitaciones en cuanto a Salud y Seguridad en el Trabajo? *

Índice de satisfacción de los trabajadores en la empresa

Tema direccionado por la Gerencia

¿Es participe la empresa de algún evento local donde se relacione con la comunidad para tratar temas de interés ambiental? *

Nivel de protección al medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales + Porcentaje de segregación de residuos y de reciclaje

No

¿Se Implementa en la planta campañas que promuevan la concientización ambiental? *

Desempeño en la educación a los trabajadores en materia ambiental

No

¿Cuenta con estrategias para disminuir el consumo de energía y agua en la empresa? *

Nivel de ahorro de agua y energía, que permitan disminuir la contaminación del medio ambiente.

Si

¿Es conocedor del origen de la materia prima, insumos y suministros que obtiene de sus proveedores para fabricar el producto? ¿Cuenta con los respectivos Certificados de Calidad? *

Nivel de implementación de sistema de Sarlaft

Si

¿Ha ignorado algunas de sus responsabilidades sociales? *

Nivel de desempeño de conducta ética empresarial

No

¿Alguno de los trabajadores ha ejecutado alguna practica injusta dentro de la empresa?

¿Cómo se ha actuado ante ello? *

Frecuencia en la aplicación de acciones de RS en la empresa + Nivel de sentido de pertenencia de los trabajadores con la empresa

No

¿Se maneja algún tipo de escala en los precios de venta, que permita que los distribuidores maximicen sus ingresos? *

Tasa de crecimiento de los consumidores en el mercado

Si

¿Cumple la empresa con informar a los consumidores los efectos del producto en la salud? *

Índice de seguridad de los productos para los consumidores

Si

¿Tiene implementada la empresa alguna política de protección de datos al consumidor? *

Nivel de protección del uso y procesamiento de datos personales del consumidor

No tengo conocimiento

¿La producción es eficiente y satisface la demanda actual? *

Calificación en el cumplimiento de entregas a Clientes/Distribuidores

Falta hacer algunas mejoras en el plan de producción

¿El valor de la marca ha proporcionado fidelidad e incremento de clientes en su trayectoria en el mercado? *

Medición de la lealtad y retención de clientes

Si

¿Qué programas de bienestar social y laboral tiene proyectados para que la organización y el entorno tengan buenos resultados a largo plazo? *

Porcentaje de participación activa en actividades sociales

Tema manejado por la Gerencia

¿De qué manera ha desarrollado acciones de Responsabilidad social con la empresa y en la comunidad? *

Porcentaje de participación en la comunidad con proyectos empresariales

Tema direccionado por la Gerencia

¿Cuántos años lleva Laborando en la Empresa? *

2 años