

Responsabilidad social empresarial un compromiso industrial

Carlos Orlando Molina Arévalo

Andrés Camilo Sierra Calderón

Erica Vanesa Gutiérrez Rojas

Jessica Alexandra Suarez Álvarez

German Mora Palacios

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Junio 2022

Responsabilidad social empresarial un compromiso industrial

Carlos Orlando Molina Arévalo

Andrés Camilo Sierra Calderón

Erica Vanesa Gutiérrez Rojas

Jessica Alexandra Suarez Álvarez

German Mora Palacios

Asesor

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Junio 2022

Resumen Analítico Especializado

Título	Responsabilidad Social Empresarial Un Compromiso Industrial
Autores	Carlos Orlando Molina Arévalo, Andres Camilo Sierra Calderon, Erica Vanesa Gutierrez Rojas, Jessika Alexandra SuarezAlvarez, German Mora Palacios.
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Henry Hurtado
Año	2022
Palabras clave	Responsabilidad social empresarial, plan de mejora, diagnostico, energías renovables.
Resumen	Mediante un diagnóstico a la Fábrica de licores del Tolima, se estableció que si bien la empresa desarrollo estrategias o programas ambientales. Se detecto una nula implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos ya sean productivos o comerciales.
Problema de investigación	Nula implementación de energías renovales en los procesos de producción y comercialización de la fábrica de licores del Tolima
Metodología	Investigación cuantitativa
Principales resultados	Plan de acción y seguimiento en los entornos económico, social y ambiental.
Conclusiones	<p>Gracias al diagnóstico por cuenta del instrumento de recolección de información, se detectó que si bien la Fabrica de Licores del Tolima desarrolla un par de estrategias o programas ambientales. Se evidencia una nula implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos ya sean productivos o comerciales</p> <p>Por medio del árbol del problema, se establecieron causas como; Insuficiente infraestructura eléctrica para interconectarse al sistema eléctrico existente, ausencia de programas de gobernabilidad, falta voluntad política, desconocimiento del uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática por parte de los colaboradores, Incremento de costos en procesos productivos y comerciales e ineficiente solución energética para la fábrica y sus grupos de interés</p> <p>Como solución a la problemática detectada, el árbol de objetivos establece unas metas económicas como: Reducir los costos en procesos de producción y comercialización, Incremento en los indicadores de desarrollo, cumplimiento de las expectativas creadas. Otros objetivos sociales, como: Obtener conocimientos sobre el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática, Sensibilizar por medio de campañas a los grupos de interés sobre el cambio climático, <u>Desarrollar programas de</u></p>

governabilidad y manifestar voluntad política de corregir la problemática. Por últimos, metas ambientales, como: Adquirir paneles solares aprovechando la energía solar térmica y Brindar solución energética para la fábrica y sus grupos de interés.

Se trazará un mapa estratégico para la Fábrica de licores del Tolima, teniendo en cuenta las 7 materias fundamentales contempladas en la normativa de la ISO 26000, en relación con la responsabilidad social empresarial: La gobernanza de la organización, Derechos humanos, Prácticas laborales, Medio ambiente, Prácticas justas de operación, Asuntos de consumidores, y Participación activa y desarrollo de la comunidad.

En el plan de acción se evidencian un conjunto de actividades a desarrollar por parte de la Fábrica de Licores del Tolima con el fin de subsanar el problema detectado, Y en cuanto al seguimiento, radica en el análisis y recopilación de datos alfanuméricos, a medida que avanza el plan de mejoramiento. El objetivo es solucionar y mejorar la problemática identificada. Implementado energías renovables a cambio de la energía convencional en algunos de sus procesos, la Fábrica de Licores del Tolima reducirá gastos y obtendrá un retorno visible en el tiempo. Capacitando al personal sobre el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática, es una herramienta útil para corregir la problemática. Además, es de carácter imperativo que la FLT, comience su transición al uso de energías renovables para cualquiera de sus procesos de producción o comercialización.

Referencias

- Adeyeye, A. O. (2012). Corporate social responsibility of multinational corporations in developing countries: Perspectives on anti-corruption. Nueva York: Cambridge University Press.
http://www.gcsolutions.ir/fa/images/Corporate_Social_Responsibility_of_Multinational_Corporations_in_Developing_Countries.pdf
- Aldana, J., Reina, S. & Julia, j. (2017). Estrategias de responsabilidad social empresarial de multinacionales en países de economía emergente.
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/cife/article/view/3452>
- Arévalo-Martínez, Rebeca-Illiana; Ortiz-Rodríguez, Herlinda (2019). “Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector”. El profesional de la información, v. 28, n. 5, e280522.
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.22>
- Contreras, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Pensamiento & Gestión, núm.
-

-
- 35, julio-diciembre, 2013, pp. 152-181.
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Cajiga, J. (2014). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la filantropía.
https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Diario la Republica. (2013). “En Colombia todavía no existen empresas socialmente responsables”. *Responsabilidad Social*. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/en-colombia-todavia-no-existen-empresas-socialmente-responsables-2034130>
- Freeman, I. & Hasnaoui, A. (2011). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 419-43. DOI: 10.1007/s10551-010-0688-6
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-010-0688-6>
- Leff, E. (2000). Tiempo de sustentabilidad. *Ambiente & sociedad*, (6-7), pp. 5–14. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/240766090_Tiempo_de_sustentabilidad
- Guillén, M. (1996). La ética empresarial: una aproximación al fenómeno. *Empresa y Humanismo*. 58. <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-de-panama/filosofia/cuaderno-etica-empresarial/11730687>
- Mura, C., Gustavo, H., Reyes, P., & Isamel, J. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 78, enero-junio, 2015, pp. 40-54
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430004.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración, una perspectiva global y empresarial. En H. Koontz, H. Weihrich, & M. Cannice, *Administración, una perspectiva global y empresarial* (págs. 64 - 70). México: McGraw-Hill.
-

-
- https://www.soy502.com/sites/default/files/administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_14_edi_koontz.pdf
- OCDE – Unesco. (2002). *Financiamiento de la educación – Inversiones y rendimientos. Análisis de los indicadores mundiales de la educación. Resumen ejecutivo (Edición 2002)*. París: Ediciones OCDE y Ediciones UNESCO. Recuperado de goo.gl/Hn0rBD
- 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>
- Ramírez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. “Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile.” *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Rebeil-Corella, María-Antonieta; Arévalo-Martínez, Rebeca-Iliana (2017). “Las organizaciones y sus procesos de comunicación: una visión integral”. En: Arévalo-Martínez, Rebeca-Iliana; Guillén-Ojeda, Griselda (coords.). *La comunicación para las organizaciones en México*. México: Tirant humanidades, pp. 25-40. ISBN: 978 84 17069094
- Toro, F. (2007). *El desarrollo sostenible: un concepto de interés para la geografía*. <https://ugr.es/~cuadgeo/docs/articulos/040/040-008.pdf>
- Weston, M. (2020). *Strategic Planning in an Age of Uncertainty: Creating Clarity in Uncertain Times*. ELSEVIER, 1, 1. Obtenido de <https://pdf.sciencedirectassets.com/272968/1-s2.0-S1541461219X00087/1-s2.0-S154146121930357X/main.pdf?X-Amz-SecurityToken=IQoJb3JpZ2luX2VjEDwaCXVzLWVhc3QtMSJIMEYCIQDFuh2h26RiCfYC2ffCi7B27Hn380V9ExptjZr%2BsbsejgIhAJKx0QDvFO%2FF00K5nWn5tsdwxZazHUfnvfCHH3Ye>
-

Resumen

Mediante un diagnóstico a la Fábrica de licores del Tolima, se detectó que si bien la empresa desarrolla un par estrategias o programas ambientales. Se evidencia una nula implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos ya sean productivos o comerciales. De ahí nace la necesidad de generar un plan de mejora en términos de responsabilidad social empresarial en materias económicas, sociales y ambientales.

Palabras Clave: Diagnostico, energías renovables, Procesos, Plan de mejora, Responsabilidad social empresarial.

Abstract

Through a diagnosis of the Tolima liquor factory, it was detected that although the company develops a couple of environmental strategies or programs. A null implementation of renewable energies was detected in any of its processes, whether productive or commercial. Hence the need to generate an improvement plan in terms of corporate social responsibility in economic, social and environmental matters.

Keywords: Diagnosis, renewable energies, Processes, Improvement plan, Corporate social responsibility.

Tabla de Contenido

Capítulo 1. Antecedentes.....	13
Introducción	13
Problema	13
Objetivos.....	14
Capítulo 2. Marcos Referenciales	15
Marco conceptual.....	15
Marco Teórico.....	18
Marco institucional	18
Marco Legal	23
Capítulo 3. Resultados	24
Diagnóstico	24
Matriz de Marco Lógico	24
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	28
Plan de Acción y de Seguimiento	28
Conclusiones.....	30
Referencias.....	32
Anexos	36

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Grupos de Interés internos y externos</i>	12
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	28
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	29
Tabla 4. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	29

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama Fabrica de licores del Tolima</i>	10
Figura 2. <i>Árbol de problemas para la empresa Fabrica de Licores del Tolima</i>	25
Figura 3. <i>Árbol de Objetivos para la empresa Fabrica de Licores del Tolima</i>	26
Figura 4. <i>Mapa Estratégico para la empresa Fabrica de Licores del Tolima</i>	27

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	36
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	36

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

La Fábrica de Licores del Tolima es una entidad industrial y comercial del sector público patrimonio de la Gobernación del Departamento del Tolima, la cual produce bebidas alcohólicas de alta calidad que se comercializan en la región y en zonas aledañas. Mediante el instrumento de recolección de información, se pudo detectar que, si bien la fábrica implementa programas ambientales, como la reutilización de sus botellas y políticas de “cero papel”. Esta carece totalmente de la implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos productivos y comerciales.

El deseo de migrar hacia un modelo de negocio sostenible dejó de ser una pretensión lejana. Primero porque es inevitablemente necesario ante los nuevos retos globales del Cambio Climático; segundo, porque ahora es posible para una empresa instalar un sistema de energía solar fotovoltaica a costos eficientes y un retorno visible en el tiempo. La ubicación geográfica privilegiada de Colombia para la irradiación energética, el desarrollo de nuevas tecnologías, el auge de nuevos mercados de energías renovables no convencionales y los beneficios tributarios de la Ley 1715 del 2014 han generado un entorno ideal para el desarrollo de pequeños y grandes proyectos basados en energía solar fotovoltaica. (Celsia, 2018, p.1)

Problema

Nula implementación de energías renovables en los procesos de producción y comercialización de la fábrica de licores del Tolima

Objetivos

Objetivo General

Identificar en términos de responsabilidad social empresarial el compromiso de la Fábrica de licores del Tolima frente a sus grupos de interés internos y externos.

Objetivos Específicos

Generar un diagnóstico por medio de instrumento de recolección de información.

Construir el árbol del problema.

Evidenciar el árbol de objetivos.

Diseñar el mapa estratégico

Trazar el plan de mejoramiento.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco conceptual

A continuación, se evidencian conceptos referentes a la responsabilidad social empresarial, con sus respectivos autores.

Ética.

De la Cruz, C & Fernández, J. (2016), consideran: “la ética como un conjunto de conceptos y principios que nos guían en la determinación de qué comportamientos ayudan o perjudican al ser humano, ofreciendo una sistematización, defensa y recomendación de determinadas conductas estimadas como buenas y el rechazo de otras consideradas como malas”. (p.86)

Ética Empresarial.

Surge así la ética empresarial como “disciplina managerial”, cuyo propósito será acercar expertos en filosofía moral a las escuelas de negocios, de modo que éstos se encarguen de diseñar un marco de trabajo y las herramientas conceptuales necesarias para que, los directivos, sepan dar respuesta a los conflictos morales propios de las organizaciones. (Guillén, 1996, p. 16).

Pensamiento Estratégico.

Según Weston (2020) la planeación estratégica se define como: “Un proceso reflexivo y sistemático para determinar una dirección y un curso de acciones para lograr un futuro deseable. La planificación estratégica delinea un estado futuro deseado y una dirección clara y prioridades en forma de un conjunto escrito de metas, objetivos, acciones y resultados para lograr ese futuro. Finalmente, el plan estratégico debe enfocar la atención de las personas y guiar la asignación de recursos en la organización” (p.1)

Desarrollo Social.

“El desarrollo de personas, de mejores oportunidades para sus grupos de interés y la creación de espacios que generen beneficios o aportaciones para todos” (Rebeil-Corella; Arévalo-Martínez, 2017, p. 30).

Desarrollo Sostenible.

Ricalde, «et al.» (2005) coinciden que la definición de desarrollo sostenible se ha ido ajustando gradualmente al irse incrementando condiciones sociales en donde el ser humano es parte de un sistema y no dueño de este, en un proceso que armonice el crecimiento económico, la preservación de los recursos naturales, la reducción del deterioro ambiental, la equidad social todo en un contexto de gobernabilidad política en todos los niveles, local, regional, nacional y global. (p.4)

Excelencia Empresarial.

“En la actualidad la representación de la excelencia de las empresas emerge como un asunto de la mayor importancia por tres razones fundamentales: las limitaciones de una representación sustentada exclusivamente en la contabilidad financiera, la exigencia de tomar en cuenta la necesidad de un desarrollo sustentable, y la mayor exigencia de responsabilidad de los dirigentes no solamente ante sus accionistas sino también ante la sociedad y el conjunto de los grupos de interés o partes involucradas”.(Pigé, B., 2012, p.1).

Grupos de Interés.

“Los grupos de interés son aquellos individuos o grupos que pueden afectar o son afectados por los objetivos de la organización; por ende, deben considerarse en el proceso de

planeación estratégica” (Freeman, 1984; Freeman, 2010, como se citó en Marulanda y Rojas, 2019).

Sostenibilidad.

Villamizar (s.f.) señala que el desarrollo sostenible es el término que se le da al equilibrio del manejo del Planeta en tres ámbitos: ambiental, social y económico. (Villamizar (s.f), como se citó en Mura, «et al.», 2015)

Estrategia.

Contreras Sierra (2013), concluyó: “la estrategia es una apuesta en un mundo globalizado en el que las empresas luchan por lograr mantenerse en el mercado utilizando todas las herramientas que poseen, estableciendo políticas flexibles y agresivas de gestión que les permitan posicionarse y tener continuidad en el futuro”. (p.153).

Gerencia Estratégica.

“La gerencia estratégica ha tenido soportes transdisciplinarios para el adecuado manejo de la gestión de personas que involucra la organización como centros de estudios, ante las competencias del ser humano como activo intangible generador de valor en el mercado emergente, todo esto ha pasado por etapas, a través de la historia, escuelas, disciplinas y enfoques, consolidándose en las organizaciones como un factor que contribuye notoriamente al logro sistémico de las metas corporativas, donde lo integral y transdisciplinar, guarda un lugar irremplazable en el talento humano, y por tanto en su accionar” (Ramírez et al.,2019, como se citó en Ramírez, et al, 2020).

Marco Teórico

Responsabilidad social empresarial (en adelante denominada RSE) se define como “las acciones desarrolladas por negocios para consolidar sus relaciones con las sociedades en las que actúan” (OCDE, 2002, p. 5). No existe un concepto unificado de RSE; por ejemplo, según Adeyeye (2012), “cubre un amplio espectro y no hay consenso sobre el significado del término. Surgió de la necesidad de abordar el comportamiento empresarial equivocado respecto a asuntos sociales o cuestiones que no inciden directamente en las operaciones del negocio” (p. 7). Las diversas conceptualizaciones de RSE se deben, en parte, al uso de términos ambiguos en las definiciones y porque en muchos intentos formales de definición llevados a cabo por países o entes internacionales, la preocupación se ha centrado más en definir y profundizar en aspectos de gobierno corporativo (Freeman y Hasnaoui, 2011). No obstante, gran parte de los autores están de acuerdo en que la RSE parte del reconocimiento del papel central y de los impactos que tienen las actividades de las empresas en la sociedad. (Adeyeye, 2012; Freeman y Hasnaoui, 2011, citado en Aldana, Reina y Juliao, 2017).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, actualmente se ha transformado en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la organización se encarga de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad. (Cajiga, J., 2014, p. 2). Para Cajiga Calderón (2014), los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial

responden a principios empresariales universales, y es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa: Respeto a la dignidad de la persona, empleo digno, solidaridad, subsidiariedad, contribución al bien común, corresponsabilidad, confianza, ética en los negocios, prevención de negocios ilícitos, vinculación con la comunidad, transparencia, honestidad y legalidad, justicia y equidad, empresarialidad y desarrollo social. (p. 6)

Varios materiales bibliográficos coinciden en que estamos ante la presencia de diversos tipos de estrategias de RSE dirigidas al bienestar de grupos de interés, en temas sociales, económicos y ambientales, todas en busca del desarrollo sostenible de la región. En la investigación de (Aldana, Reina y Juliao, 2017) identifican cuatro estrategias genéricas: 1. Las de beneficio social, 2. Aquellas dirigidas a grupos afectados directamente por las operaciones de la empresa, 3. Las de educación y 4. Las de salud. Las motivaciones que conducen a las organizaciones a llevar a cabo actividades de RSE son diversas y dependen del entorno que la empresa deba afrontar. Dentro de las más importantes están la creación de legitimidad, la obtención de algún tipo de beneficio, presiones del gobierno local, apertura de nuevos mercados, competitividad y presiones que ejercen los interesados. Llama la atención ver cómo la filantropía real no entra en el grupo de las motivaciones de más impacto, aun así, existen algunas entidades que llevan a cabo estas prácticas solo por beneficiar a sus comunidades. (Aldana, Reina y Juliao, 2017, p. 133).

Sin embargo, en el transcurso del proceso de estructuración de este ensayo, surge el siguiente interrogante: ¿En Colombia existen empresas u organizaciones socialmente responsables? Si bien, hoy en día la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha llegado conquistando espacios en la economía mundial, tanto que se han estipulado políticas en las

economías del primer mundo para extender esta tendencia; lo cierto es que las empresas en Colombia todavía no ven como prioridad apadrinar una estrategia de negocios sostenible aplicando correctamente RSE. En el 2013, Claudia Toca, Jesús Carrillo y Merlin Grueso, autores del libro Responsabilidad Social Empresarial, en una entrevista concedida al diario La República, afirmaron que en Colombia no existen empresas realmente responsables, solo se llevan a cabo obras filantrópicas que en esencia no hacen a una organización socialmente responsable; para ello, la actividad de la empresa en relación con este tema debe ser permanente, dentro de un programa estructurado que genere impactos reales dentro de la sociedad. Una empresa socialmente responsable debe ser identificada como tal por la sociedad. Actualmente, la responsabilidad social ha sido distorsionada o mal interpretada e incluso, 'autoasignada' entre las empresas. Más que una etiqueta de una institución debe ser ese reconocimiento que le manifiestan los diferentes grupos de interés de una compañía. Más que un slogan interno es una actitud y un compromiso frente a las dimensiones económica, social y ambiental de su región.

Las compañías líderes en el mundo han incorporado la RSE a su plan de negocios como elemento diferenciador y como ventaja competitiva, con resultados financieros positivos. Cada vez más estudios, realizados en distintas partes del mundo, comprueban la correlación positiva entre los resultados económicos y financieros y el comportamiento socialmente responsable de la empresa. La opinión pública espera hoy que la empresa sea parte de un cambio positivo en la sociedad, contribuyendo de manera sustentable al desarrollo de las comunidades. No olvidar que la empresa debe considerar los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones, y reflejar claramente su liderazgo alcanzando la máxima calidad en su manejo y en su relación con el entorno. (Cajiga, J., 2014, p. 18)

Marco institucional

Descripción de la Fabrica de licores del Tolima

La Fábrica de Licores del Tolima es una organización industrial y comercial del estado perteneciente a la Gobernación del Departamento del Tolima, la cual produce bebidas alcohólicas de alta calidad que se comercializan en la región y en zonas aledañas.

Sector

Secundario, transformación de materias primas.

Ubicación

Carrera 2 Sur Calle 24 Barrio El Arado. Ibagué, Tolima.

Misión

Como empresa industrial y comercial del estado, fortalecer las rentas de nuestro departamento para garantizar a los tolimenses su salud, educación, y apoyo al deporte. (Fábrica de Licores del Tolima, 2012).

Visión

La Fábrica de Licores del Tolima para el año 2025, será la empresa comercializadora de aguardiente, líder del departamento, con proyección nacional e internacional, con altos estándares de calidad, sostenibilidad y preservación del medio ambiente. (Fábrica de Licores del Tolima, 2012).

Valores

Honestidad, lealtad, responsabilidad y respeto. (Fábrica de Licores del Tolima, 2012).

Estructura Organizacional

Figura 1. Organigrama Fabrica de licores del Tolima.



Fuente: Fabrica de Licores del Tolima

Marco Legal

La normativa ISO 26000 refleja un faro en la neblina para que las empresas puedan tener una ruta segura con el fin incentivar el desarrollo sostenible de la región, generando el compromiso responsable en temáticas; económicas, sociales y ambientales. Gran parte de las entidades del planeta se inspiran en el marco normativo ISO 26000 para establecer sus maniobras en responsabilidad social empresarial. Si se anhela que los clientes existentes y potenciales, accionistas y empleados y demás grupos de interés internos y externos conciban los movimientos de la entidad y puedan cotejar sus logros, la guía de responsabilidad social empresarial de la normativa ISO 26000 debe ser su faro guía en la neblina.

La Organización Internacional de Estandarización (2010), manifiesta lo siguiente: ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más. (p. 4). De igual forma, la ISO 26000 instaura 7 materias fundamentales en responsabilidad social empresarial: La gobernanza de la organización, Derechos humanos, Prácticas laborales, Medio ambiente, Practicas justa de operación, Asuntos de consumidores, y Participación activa y desarrollo de la comunidad.

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

La Fábrica de Licores del Tolima es una entidad industrial y comercial del sector público patrimonio de la Gobernación del Departamento del Tolima, la cual produce bebidas alcohólicas de alta calidad que se comercializan en la región y en zonas aledañas. Mediante el instrumento de recolección de información, se pudo detectar que, si bien la fábrica implementa programas ambientales, como la reutilización de sus botellas y políticas de “cero papel”. Esta carece totalmente de la implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos productivos y comerciales.

Matriz de Marco Lógico

Se evidencian los diferentes grupos de interés internos y externos que orbitan a la Fábrica de licores del Tolima, se genera un árbol del problema cuyo tronco es la nula implementación de energías renovables en los procesos de producción y comercialización de los productos.

Stakeholders

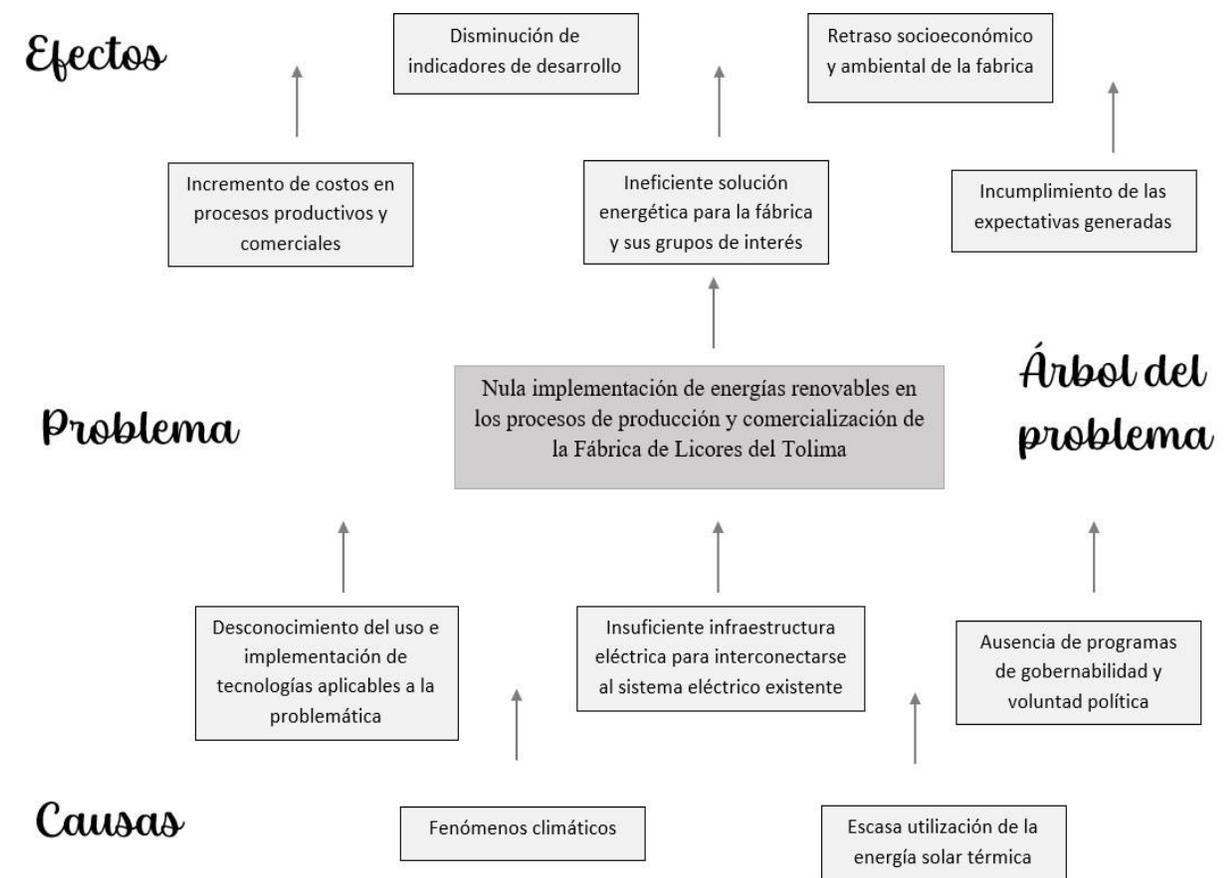
Tabla 1. Grupos de Interés internos y externos.

Grupo de Interés	Temáticas
Distribuidores	Estrategias de Mercadeo
Proveedores	Economía circular – Contratación responsable
Consumidor	Producto de calidad – Consumo responsable
Colaboradores	Innovación responsable – Ambiente dinámico y sano – Clima laboral – energías renovables
Junta Directiva	Gobernabilidad – Solidez financiera
Comunidad	Agua y biodiversidad – Salud - Educación - Cultura y deporte - Desarrollo turístico (ecológico y cultural) – Transparencia - Estrategia climática
Estado	Gobierno Corporativo - Transferencias al Departamento

Árbol del Problema

Gracias al diagnóstico obtenido del instrumento de recolección de información, se detectó que la Fábrica de Licores del Tolima presenta una nula implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos productivos y comerciales. De igual forma, se identificaron sus causas y efectos. (Ver Figura 2).

Figura 2. Árbol de problemas para la empresa Fabrica de Licores del Tolima



Nota. Se evidencia el problema detectado con sus causas y efectos.

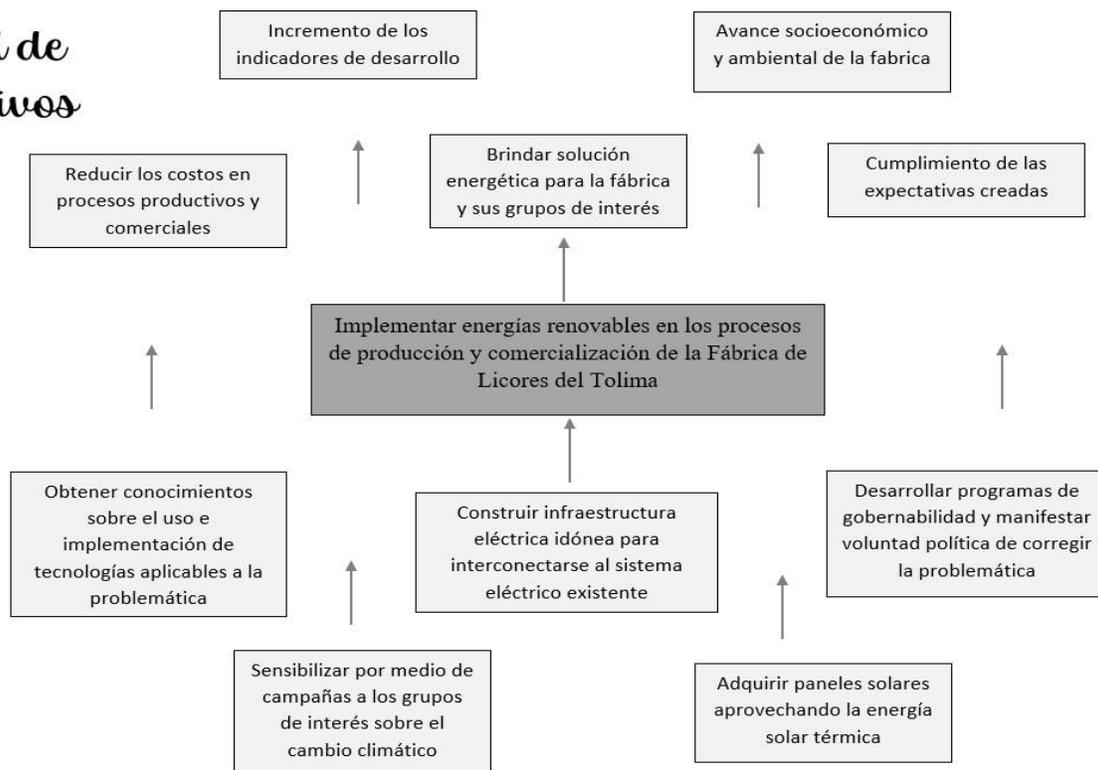
Fuente. Elaboración propia

Árbol de Objetivos

Se refleja en el árbol de objetivos, metas económicas como: Reducir los costos en procesos de producción y comercialización, Incremento en los indicadores de desarrollo, cumplimiento de las expectativas creadas. Otras metas sociales, como: Obtener conocimientos sobre el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática, Sensibilizar por medio de campañas a los grupos de interés sobre el cambio climático, Desarrollar programas de gobernabilidad y manifestar voluntad política de corregir la problemática. Por últimos, metas ambientales, como: Adquirir paneles solares aprovechando la energía solar térmica y Brindar solución energética para la fábrica y sus grupos de interés (Ver Figura 3).

Figura 3. *Árbol de Objetivos para la empresa Fabrica de Licores del Tolima*

Árbol de Objetivos



Nota. Diferentes objetivos económicos, sociales y ambientales, encaminados a solucionar la problemática detectada.

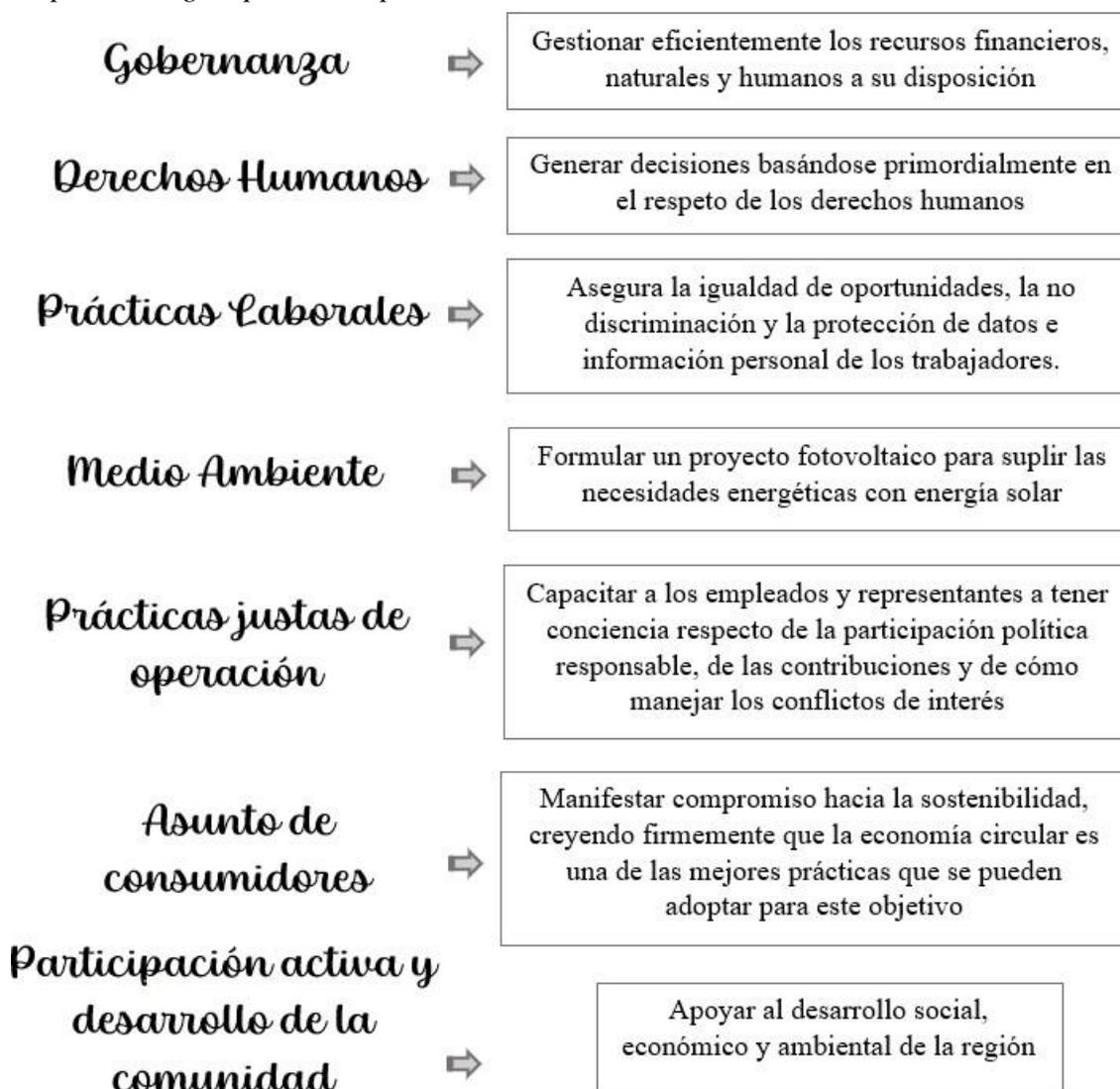
Fuente. Elaboración propia

Mapa Estratégico

Este buscar trazar un mapa estratégico a la Fábrica de licores del Tolima, teniendo en cuenta las 7 materias fundamentales contempladas en la normativa de la ISO 26000, en relación con la responsabilidad social empresarial.

Figura 1.

Mapa Estratégico para la empresa Fabrica de Licores del Tolima



Nota. 7 materias fundamentales contempladas en la ISO 26000.

Fuente. Elaboración propia

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Como bien lo dice su nombre el plan de mejoramiento, esta encaminado a solucionar o subsanar el problema detectado mediante el diagnóstico que se le realizó a la Fabrica de Licores el Tolima. El problema por corregir es la nula implementación de energías renovables en los procesos de producción y comercialización de la organización. Este va enfocado desde la responsabilidad social empresarial en materias económicas, sociales y ambientales.

Plan de Acción y de Seguimiento

El plan de acción es un conjunto de actividades a desarrollar por parte de la Fábrica de Licores del Tolima con el fin de subsanar el problema detectado, Y en cuanto al seguimiento, radica en el análisis y recopilación de datos alfanuméricos, a medida que avanza el plan de mejoramiento. El objetivo es solucionar y mejorar la problemática identificada.

Implementado energías renovables a cambio de la energía convencional en algunos de sus procesos, la Fábrica de Licores del Tolima reducirá gastos y obtendrá un retorno visible en el tiempo. (Ver Tabla 2)

Tabla 2.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Reducir los costos de energía en un 15% con respecto al año anterior	Gestionar el capital necesario para la adquisición de un sistema de energía solar fotovoltaica	Anual		[costos energía del presente año/costos del año anterior)-1] x100

Nota. Actividad económica encaminada a solucionar la problemática

Fuente: Elaboración propia

Capacitar al personal sobre el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática, es una herramienta útil para corregir la problemática (Ver Tabla 3)

Tabla 3.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	Capacitar 100% del personal en el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática,	Capacitar a los colaboradores en el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática	Anual		[(# de empleados capacitados en el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática /# total de empleados) x100]

Nota. Actividad social encaminada a solucionar la problemática

Fuente: Elaboración propia

Es de carácter imperativo que la Fábrica de Licores del Tolima, comience su transición al uso de energías renovables para cualquiera de sus procesos de producción o comercialización (Ver Tabla 3)

Tabla 4.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Disminuir el consumo de energía convencional en un 15% respecto al año anterior	Implementar energía solar por medio de paneles solares.	Anual		[1-(consumo de energía convencional del año actual/ consumo de energía convencional del año anterior) x100]

Nota. Actividad ambiental encaminada a solucionar la problemática

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Gracias al diagnóstico por cuenta del instrumento de recolección de información, se detectó que si bien la Fabrica de Licores del Tolima desarrolla un par de estrategias o programas ambientales. Se evidencia una nula implementación de energías renovables en cualquiera de sus procesos ya sean productivos o comerciales

Por medio del árbol del problema, se establecieron causas como; Insuficiente infraestructura eléctrica para interconectarse al sistema eléctrico existente, ausencia de programas de gobernabilidad, falta voluntad política, desconocimiento del uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática por parte de los colaboradores, Incremento de costos en procesos productivos y comerciales e ineficiente solución energética para la fábrica y sus grupos de interés

Como solución a la problemática detectada, el árbol de objetivos establece unas metas económicas como: Reducir los costos en procesos de producción y comercialización, Incremento en los indicadores de desarrollo, cumplimiento de las expectativas creadas. Otros objetivos sociales, como: Obtener conocimientos sobre el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática, Sensibilizar por medio de campañas a los grupos de interés sobre el cambio climático, Desarrollar programas de gobernabilidad y manifestar voluntad política de corregir la problemática. Por últimos, metas ambientales, como: Adquirir paneles solares aprovechando la energía solar térmica y Brindar solución energética para la fábrica y sus grupos de interés.

Se trazar un mapa estratégico para la Fábrica de licores del Tolima, teniendo en cuenta las 7 materias fundamentales contempladas en la normativa de la ISO 26000, en relación con la responsabilidad social empresarial: La gobernanza de la organización, Derechos humanos,

Prácticas laborales, Medio ambiente, Practicas justa de operación, Asuntos de consumidores, y Participación activa y desarrollo de la comunidad.

En el plan de acción se evidencian un conjunto de actividades a desarrollar por parte de la Fábrica de Licores del Tolima con el fin de subsanar el problema detectado, Y en cuanto al seguimiento, radica en el análisis y recopilación de datos alfanuméricos, a medida que avanza el plan de mejoramiento. El objetivo es solucionar y mejorar la problemática identificada.

Implementado energías renovables a cambio de la energía convencional en algunos de sus procesos, la Fábrica de Licores del Tolima reducirá gastos y obtendrá un retorno visible en el tiempo. Capacitando al personal sobre el uso e implementación de tecnologías aplicables a la problemática, es una herramienta útil para corregir la problemática. Además, es de carácter imperativo que la FLT, comience su transición al uso de energías renovables para cualquiera de sus procesos de producción o comercialización.

Referencias

- Adeyeye, A. O. (2012). *Corporate social responsibility of multinational corporations in developing countries: Perspectives on anti-corruption*. Nueva York: Cambridge University Press. Recuperado de http://www.gcsolutions.ir/fa/images/Corporate_Social_Responsibility_of_Multinational_Corporations_in_Developing_Countries.pdf
- Aldana, J., Reina, S. & Julia, j. (2017). *Estrategias de responsabilidad social empresarial de multinacionales en países de economía emergente*. Recuperado de <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/cife/article/view/3452>
- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). *Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector*. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). *Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica*. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). *Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela*. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- Celsia. (2018). *Estas 8 empresas optaron por la energía solar fotovoltaica*. Recuperado de <https://www.celsia.com/en/blog-celsia/estas-8-empresas-optaron-por-la-energia-solar-fotovoltaica>.
- Cajiga, J. (2014). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro Mexicano para la filantropía. Recuperado de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Contreras, E. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. *Pensamiento & Gestión*, núm. 35, julio-diciembre, 2013, pp. 152-181. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- Diario la Republica. (2013). *“En Colombia todavía no existen empresas socialmente responsables”*. *Responsabilidad Social*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/en-colombia-todavia-no-existen-empresas-socialmente-responsables-2034130>
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.

- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.
- Freeman, I. & Hasnaoui, A. (2011). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 419–43. DOI: 10.1007/s10551-010-0688-6 Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-010-0688-6>
- Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- González, A (2007). *Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). *Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico*. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.
- González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- Guillén, M. (1996). La ética empresarial: una aproximación al fenómeno. *Empresa y Humanismo*. 58. Recuperado de <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-de-panama/filosofia/cuaderno-etica-empresarial/11730687>
- Leff, E. (2000). Tiempo de sustentabilidad. *Ambiente & sociedad*, (6-7), pp. 5–14. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/240766090_Tiempo_de_sustentabilidad
- Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.
- Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Medina, M y Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- Mura, C., Gustavo, H., Reyes, P., & Isamel, J. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 78, enero-junio, 2015, pp. 40-54
Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430004.pdf>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración, una perspectiva global y empresarial. En H. Koontz, H. Weihrich, & M. Cannice, Administración, una perspectiva global y empresarial (págs. 64 - 70). México: McGraw-Hill. Obtenido de https://www.soy502.com/sites/default/files/administracion_una_perspectiva_global_y_empresa_14_edici_koontz.pdf
- OCDE – Unesco. (2002). *Financiamiento de la educación – Inversiones y rendimientos. Análisis de los indicadores mundiales de la educación. Resumen ejecutivo (Edición 2002)*. París: Ediciones OCDE y Ediciones UNESCO. Recuperado de goo.gl/Hn0rBD
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.
- Ortegon, G., Castrillon, O y Ruiz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- 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=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Ramírez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. “Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile.” *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Rebeil-Corella, María-Antonieta; Arévalo-Martínez, Rebeca-Iliana (2017). “Las organizaciones y sus procesos de comunicación: una visión integral”. En: Arévalo-Martínez, Rebeca-Iliana; Guillén-Ojeda, Griselda (coords.). *La comunicación para las organizaciones en México*. México: Tirant humanidades, pp. 25-40. ISBN: 978 84 17069094

- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Toro, F. (2007). El desarrollo sostenible: un concepto de interés para la geografía. Recuperado de <https://ugr.es/~cuadgeo/docs/articulos/040/040-008.pdf>
- Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42.
- Weston, M. (2020). Strategic Planning in an Age of Uncertainty: Creating Clarity in Uncertain Times. *ELSEVIER*, 1, 1. Obtenido de <https://pdf.sciencedirectassets.com/272968/1-s2.0-S1541461219X00087/1-s2.0-S154146121930357X/main.pdf?X-Amz-SecurityToken=IQoJb3JpZ2luX2VjEDwaCXVzLWVhc3QtMSJIMEYCIQDFuh2h26RiCfYC2ffCi7B27Hn380V9ExptjZr%2BsbsejgIhAJKx0QDvFO%2FF00K5nWn5tsdwxZazHUfnvfCHH3Ye>

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética: <https://editor.reedsy.com/s/gtJ7hN1>

Anexo B. Formato de Recolección de Información: <https://forms.gle/wninhvmdZ9LtsZK58>