

Propuesta Estratégica de Implementación de la Responsabilidad Social en la Empresa

RuBee

Aida Milena Ortiz Orjuela

Anyid Viviana Avilés Palomino

Claudia Milena Dueñas López

John Edwar Oviedo Diaz

Juan Pablo López Murillo

Asesor

Henry Hurtado Bolaños

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

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

Administración de Empresas

2023

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial es un compromiso que todas las empresas deben adquirir de forma voluntaria con el fin de contribuir a la conservación del medio ambiente, fomentar el desarrollo económico en la comunidad y mejorar su competitividad. En este caso se busca proponer estrategias para implementar la RSE en la empresa RuBee con el objetivo de proporcionar un ambiente seguro y saludable a sus empleados, reducir residuos e impulsar el consumo sostenible y fomentar la capacitación para tener empleados motivados y comprometidos con sus tareas, logrando así el incremento de la productividad, reconocimiento de la marca y el cumplimiento de las metas trazadas. Poder identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en cada una de las actividades que se desarrollan dentro de la empresa, permite la creación de un plan de acción estableciendo estrategias para el mejoramiento de cada uno de los procesos en las diferentes áreas, enfocadas al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial basadas en la norma ISO 26000. En ese sentido, para implementar la RSE dentro de nuestra empresa debemos saber y entender el por qué y para que, es decir, conocer cuál es la misión y visión y como poder alcanzar los objetivos que permita de forma eficaz buscar mejoras en la organización para poner en marcha una propuesta en lo que respecta a la Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, medio ambiente, competitividad, plan de acción, norma ISO 26000.

Abstract

Corporate Social Responsibility is a commitment that all companies must acquire voluntarily in order to contribute to environmental conservation, promote economic development in the community and improve their competitiveness. In this case, we seek to propose strategies to implement CSR in the RuBee company in order to provide a safe and healthy environment for its employees, reduce waste and promote sustainable consumption and encourage training to have motivated employees committed to their tasks, thus achieving increased productivity, brand recognition and the fulfillment of the goals set. Being able to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats in each of the activities developed within the company, allows the creation of an action plan establishing strategies for the improvement of each of the processes in the different areas, focused on the fulfillment of the Corporate Social Responsibility based on the ISO 26000 standard. In that sense, to implement CSR within our company we must know and understand the why and what for, that is, to know what is the mission and vision and how to achieve the objectives that allow effectively seek improvements in the organization to implement a proposal regarding Corporate Social Responsibility.

Key words: Corporate social responsibility, environment, competitiveness, action plan, ISO 26000 standard.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Justificación.....	11
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Conceptualización	14
Línea de Tiempo Sobre La Evolución Del Pensamiento Estratégico.....	14
Resumen Sobre Las Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente La Responsabilidad Social Empresarial	16
Póster Gobierno Corporativo.....	20
Ensayo: Producción Limpia y Consumo Sostenible: Una Perspectiva Crucial para la Gestión Organizacional.....	21
Aplicación	27
Marco Institucional.....	27
Diagnóstico.....	31
Resultados de La Aplicación del Instrumento Con Su Respectivo Análisis.....	35
Matriz de Marco Lógico.....	52
Árbol de Problemas.....	53

Árbol de Objetivos	54
Mapa Estratégico	55
Stakeholders	57
Plan de Mejoramiento	58
Conclusiones	63
Recomendaciones	65
Referencias Bibliográficas.....	67

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Marco Institucional</i>	28
Tabla 2 <i>Matriz DOFA</i>	30
Tabla 3 <i>Diseño de instrumento</i>	31
Tabla 4 <i>Stakeholders empresa RuBee</i>	57
Tabla 5 <i>Plan de acción y seguimiento Empresa RuBee</i>	58

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico</i>	14
Figura 2 <i>Póster gobierno corporativo</i>	20
Figura 3 <i>Logo</i>	27
Figura 4 <i>Organigrama</i>	30
Figura 5 <i>Grupos de interés</i>	36
Figura 6 <i>Medición y evaluación de procesos, metas y objetivos</i>	37
Figura 7 <i>Quejas por discriminación o violación de derechos</i>	38
Figura 8 <i>Condiciones de puestos de trabajo y EPP</i>	39
Figura 9 <i>Capacitaciones en derechos humanos</i>	40
Figura 10 <i>Salud y Seguridad en el trabajo</i>	41
Figura 11 <i>Retribución hombres y mujeres</i>	42
Figura 12 <i>Capacitaciones sobre puestos de trabajo</i>	43
Figura 13 <i>Contratación</i>	44
Figura 14 <i>Gestión sostenible en las operaciones</i>	45
Figura 15 <i>Medidas para el cuidado del medio ambiente</i>	46
Figura 16 <i>Cumplimiento de normas</i>	47
Figura 17 <i>Principios de RSE en proveedores</i>	48
Figura 18 <i>Satisfacción de los clientes con los productos</i>	49
Figura 19 <i>Información de productos y servicios</i>	50
Figura 20 <i>Proyectos de inversión social</i>	51
Figura 21 <i>Proceso de formación en educación en empleados</i>	52
Figura 22 <i>Árbol de problemas</i>	54

Figura 23 <i>Árbol de objetivos</i>	55
Figura 24 <i>Mapa estratégico</i>	56

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Formato de Recolección de Información</i>	71
--	----

Introducción

En este documento se pretende realizar un diagnóstico, la determinación de un problema principal, lineamientos base del comportamiento organizacional y la generación de planes estratégicos, para el caso real de una empresa colombiana RuBee, lo primero es evidenciar una línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico, con sus respectivos fundadores, así mismo se realiza un resumen sobre las “características, elementos y formas de gestionar estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial”, seguidamente se incorpora los conocimientos en la realización de un poster sobre el gobierno corporativo, con un diseño exclusivo y llamativo.

Continuamos con la realización de un Ensayo sobre la “Producción Limpia y Consumo Sostenible: Una Perspectiva Crucial para la Gestión Organizacional, con el fin de complementar un poco más los conocimientos adquiridos, también se plantea el marco institucional de la empresa elegida, con su ubicación misión, visión y sus valores, así mismo va de la mano con el organigrama de la empresa, en efecto se evidencia la matriz DOFA, identificando y analizando las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa.

Por consiguiente, se evidenciará el diseño del instrumento y su resultado con graficas explicativas con su análisis, se muestran el árbol de problemas, el árbol de objetivos, el mapa estratégico y Stakeholders de la empresa. Por lo tanto, se finaliza y se complementa cada punto con el plan de mejoramiento más conocido como el plan de acción y seguimiento de la empresa RuBee.

Justificación

La responsabilidad social empresarial da lugar a crear propuestas que nos permitan generar un cambio en el crecimiento social y empresarial, por lo cual es necesario que las prácticas de la RSE sean parte de la estrategia dentro de la empresa RuBee, haciendo partícipes a todos los colaboradores que hacen parte de este proyecto, creando conciencia de la importancia del cuidado y preservación del entorno en el cual nos estamos desarrollando.

Por lo anterior, es importante que quienes dirigen la empresa RuBee sean conscientes de la importancia de la implementación de la RSE y las normas de calidad teniendo como prioridad el respeto que se debe tener a las empresas que se desarrollan en el mismo entorno y a la sociedad donde se llevan a cabo sus actividades, enfocándolas siempre en procesos productivos limpios y fomentando el consumo sostenible.

Con el surgimiento de grandes economías emergentes, el desarrollo tecnológico y empresarial, nos obliga como empresa que se encuentra en una etapa de desarrollo formativo crear estrategias, procedimientos y controles donde se logre integrar la RSE dentro de la gestión organizacional que se está implementando dentro de la empresa RuBee.

De esta forma se crean estrategia que permitan el desarrollo empresarial de la empresa RuBee, logrando de esta forma generar la utilidad mínima esperada por parte de la junta directiva, teniendo en cuenta el campo económico donde estamos desarrollando nuestro proceso productivo, es un mercado abierto, el cual se puede tornar muy competitivo, es por esto que dentro de nuestra empresa debemos contar con grupos de trabajo que se encuentren alineados en alcanzar la misión y visión de la empresa, manteniendo una capacitación constante

permitiéndonos tener procesos productivos eficientes y eficaces que nos ayuden a mantener un factor diferenciador difícil mente copiable, que nos permita mantener una ventaja competitiva.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta estratégica para la implementación de la Responsabilidad Social en la empresa RuBee con el fin de dar solución a los problemas identificados.

Objetivos Específicos

Conceptualizar la Responsabilidad Social Empresarial y analizar las formas de gestionarla estratégicamente.

Diagnosticar la situación actual de la empresa RuBee utilizando un instrumento de recolección de información.

Crear objetivos mediante el mapa de estrategias.

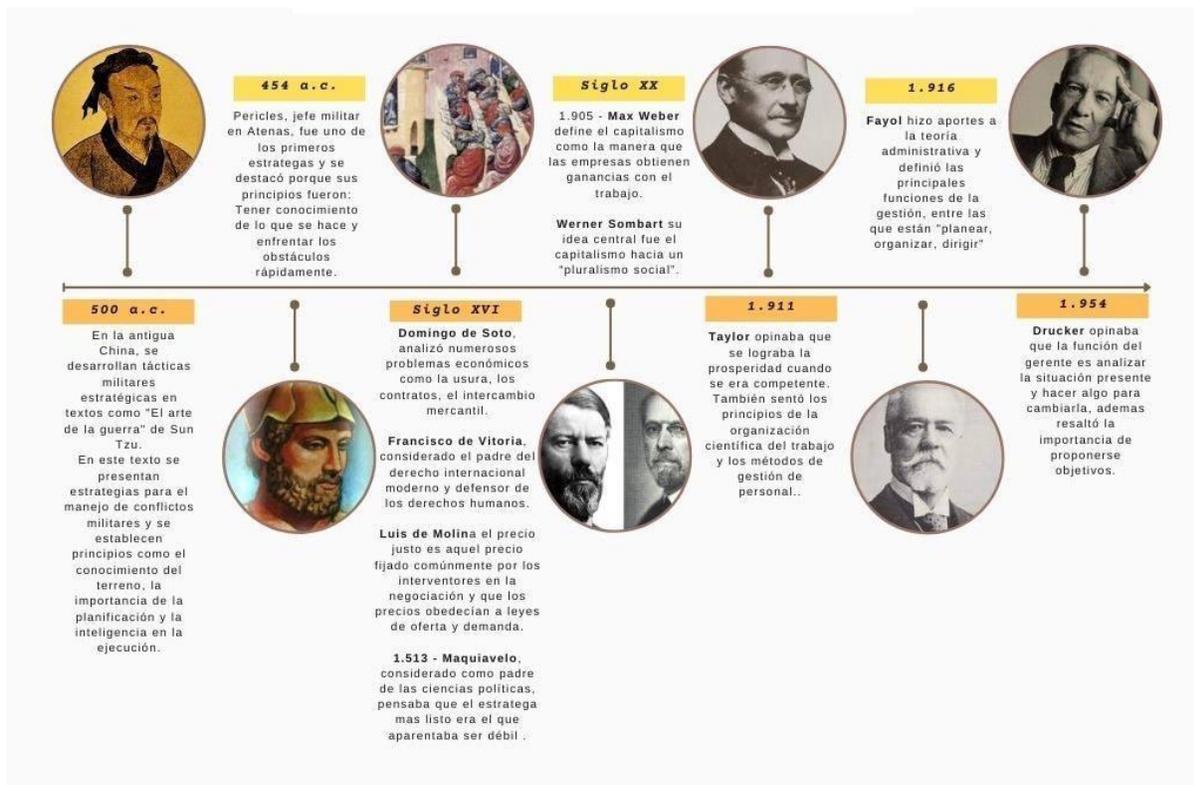
Formular el plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa RuBee.

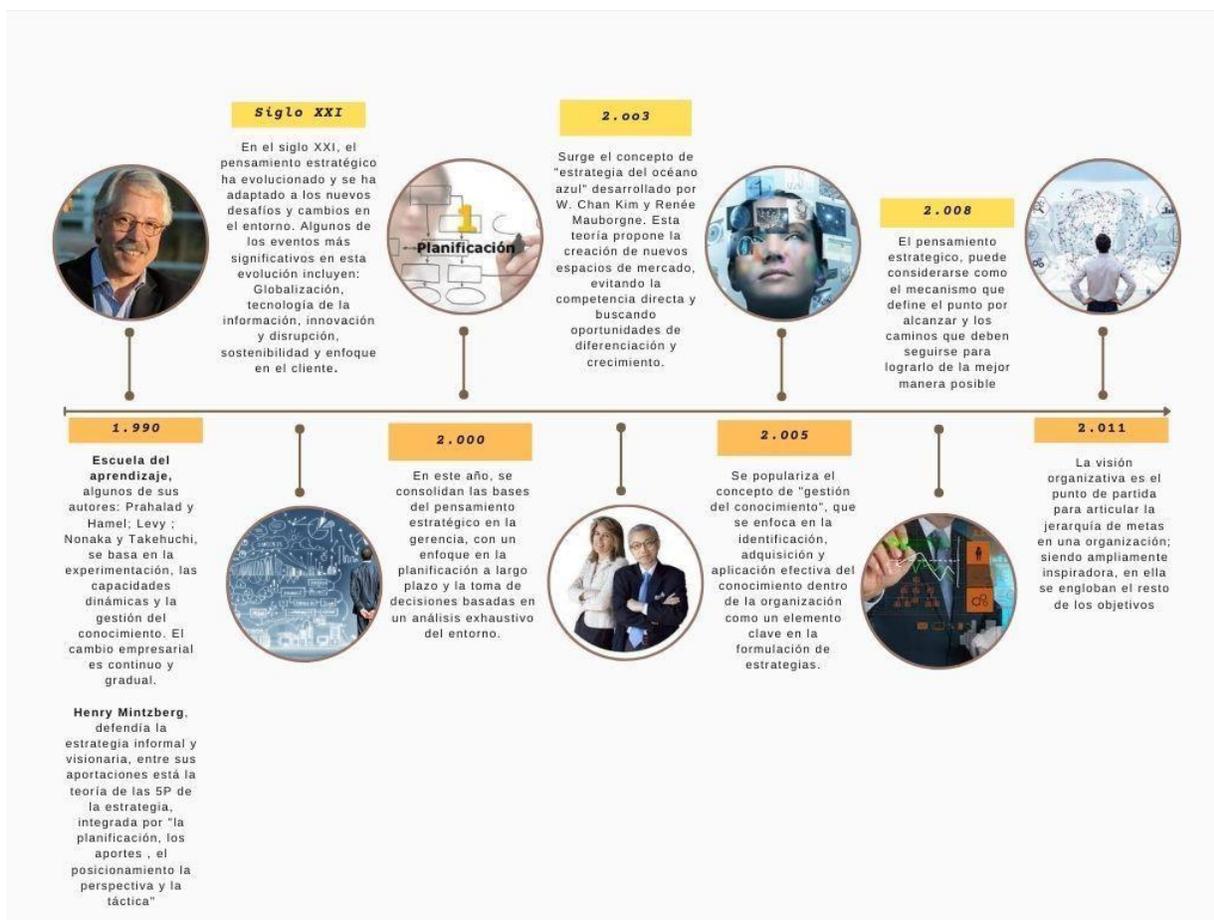
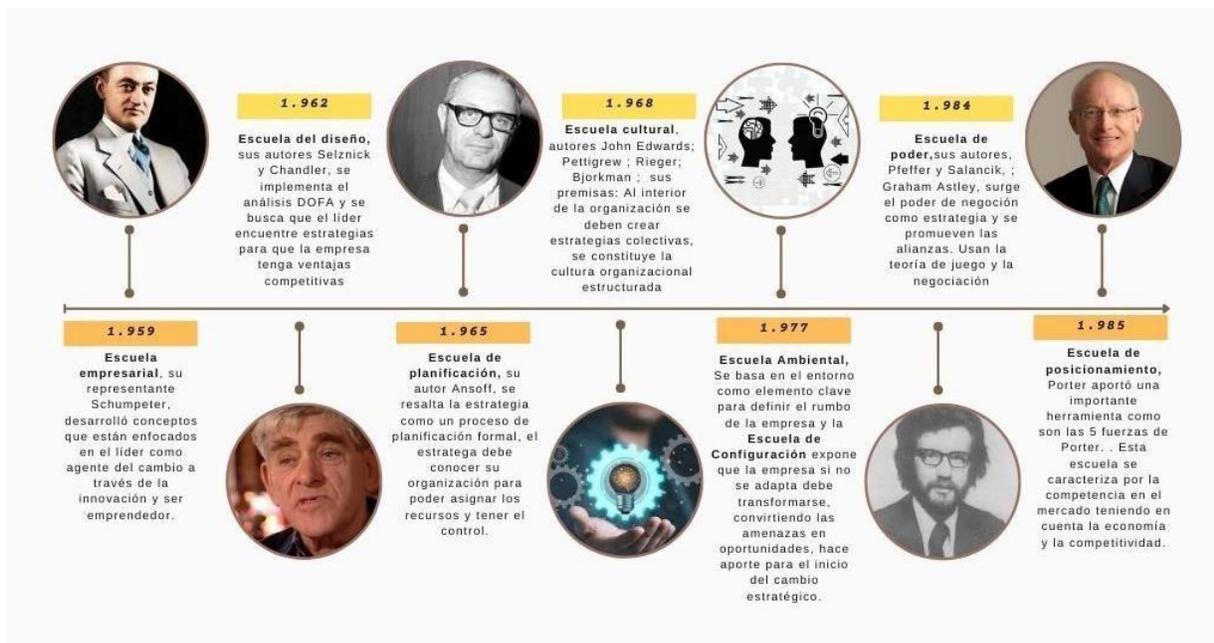
Conceptualización

Línea de Tiempo Sobre La Evolución Del Pensamiento Estratégico

Figura 1

Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico





Fuente. Elaboración propia

Resumen sobre las Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial

Rengifo & Sánchez (2022) señalan que la Responsabilidad Social Empresarial:

Actúa como un principio ético-filosófico que orienta las acciones empresariales a nivel global. Incide positivamente en las relaciones empresa-comunidad, dando lugar a un mundo más sostenido y sostenible. Es un ideal que, si bien aún es difícil de alcanzar, señala la importancia de adecuar las acciones de cada empresa a los objetivos del desarrollo sostenible, los que tienen marcos de acción a nivel económico, social y ambiental (p.17).

La responsabilidad social empresarial incluye, entre otras cosas, el respeto de los derechos humanos, la protección del medio ambiente, el bienestar de los empleados y la promoción del desarrollo de las comunidades locales. De igual manera, Herrera (2005) menciona que consiste en “Contribuir con el desarrollo, bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de empleados y comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las decisiones tomadas para lograr los objetivos de nuestras organizaciones”.

Por lo tanto, las organizaciones deben integrar dentro de sus estrategias, procesos que sean respetuosos con el medio ambiente y que aporten al desarrollo social y empresarial, como señala Colmenares (2018) “Es necesario la implementación de estrategias que generen beneficios que ayudan a impulsar al desarrollo de todos los miembros involucrados dentro de la organización, trabajadores, accionistas, clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente, los cuales son denominados por algunos autores como stakeholders”.

Teniendo en cuenta que la responsabilidad social empresarial debe cumplir con el principio de competitividad e igualdad de condiciones según lo establezca el mercado, permitiendo adquirir algunos beneficios como, por ejemplo: Fidelización del cliente, creación de

sinergias con los proveedores, oportunidades de incursionar en nuevos mercados, mejora de la imagen corporativa y reconocimiento de marca, aumento en la rentabilidad y productividad, mejora en la cultura organizacional, generación de confianza y conseguir respaldo financiero.

Entre las características de la Responsabilidad Social Empresarial se encuentran:

Contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa: Los salarios de los empleados deben ser justos esto ayuda a su desarrollo y mejora de su calidad de vida y la de sus familias.

Cuidar y preservar el medio ambiente: Deben cuidar el entorno en el que se encuentra e inculcar a sus trabajadores que también lo hagan en su comunidad.

Desempeñarse con un código de ética: Las buenas relaciones basadas en valores con sus empleados, proveedores y clientes contribuyen mejorar la imagen de la empresa.

Vincularse con la comunidad a partir de la misión del negocio, pero también del producto o servicio producido: Colaborar activamente con la comunidad participando en programas sociales y de apoyo promovido por entidades sin ánimo de lucro de su ciudad.

Identificar las expectativas de los grupos de interés o stakeholders: Estos grupos de interés cumplen un papel clave por la posibilidad que tienen de intervenir sobre la actividad y los resultados de la organización, son generadores de propósitos y ayudan a regular la gestión de las empresas (Sánchez et al., 2018, p.67).

De ahí la importancia que las empresas enfoquen sus actividades teniendo en cuenta los componentes de la responsabilidad social empresarial mencionadas por Añez et al. (2008):

Compromiso de las empresas: Deben ser responsables de llevar a cabo su actividad agregando valor a la sociedad.

Decisión voluntaria: Deben actuar con carácter voluntario y no regulado por Ley.

Beneficios para la sociedad y públicos de interés: Quienes se benefician de las operaciones de las empresas serán la comunidad, los clientes, los empleados, proveedores y familias.

Conducta ética: Tener en cuenta lo que espera la sociedad sobre las prácticas de negocios aceptables.

Desempeño ambiental: Es de especial interés tener un buen desempeño en el cuidado del medio ambiente.

Adaptabilidad: Al diseñar el modelo de RSE debe adaptarse al contexto del entorno en que se desenvuelven (p.176-177).

De igual manera se destaca que:

La gestión para las iniciativa en la gestión de la RSE hace que sea necesaria la toma de conciencia de la realidad de los negocios, permitiendo enfocar la gestión empresarial que se encuentra encaminada en busca del bienestar común y el respeto por los derechos ciudadanos, que se materialicen en decisiones, estrategias y políticas corporativas para el desarrollo de la sociedad, es decir que se trata de adquirir compromisos con valores y principios, evitando la idealización, ya que algunas empresas presumen que la RSE solventará todos sus problemas (Colmenares, 2018, p.18).

Es así que podemos encontrar una serie de formas que permitan gestionar estratégicamente la RSE como, por ejemplo:

Integración en la Estrategia: La RSE debe formar parte integral de la estrategia empresarial, alineándola con los objetivos y valores de la empresa.

Identificación de Stakeholders: Es importante conocer qué esperan y que desean los grupos de interés (stakeholders) relevantes para la empresa establecimiento de Metas y

Medición de Impacto: Definir metas claras y medibles relacionadas con aspectos sociales y ambientales, y establecer indicadores para evaluar el progreso.

Innovación: Fomentar la innovación para desarrollar soluciones sostenibles en productos, servicios y procesos.

Comunicación Efectiva: Comunicar de manera transparente y efectiva las iniciativas y logros de RSE tanto interna como externamente.

Enseñanza y divulgación: Dar formación y concienciación a los colaboradores sobre la relevancia de la RSE y cómo pueden contribuir.

Evaluación y Mejora Continua: Hacer periódicamente un diagnostico que permita identificar en qué áreas hay que hacer correcciones y ajustar las estrategias de RSE en consecuencia.

Póster Gobierno Corporativo

Figura 2

Póster gobierno corporativo

GOBIERNO CORPORATIVO

INICIOS

El corporativismo hunde sus raíces históricas en el fin del Antiguo Régimen y la desaparición de los antiguos gremios de la época medieval. Con el liberalismo en auge, los sectores económicos ven la necesidad de organizarse para defender sus intereses ante el vacío regulatorio.

En la Europa de finales del siglo XIX y principios del XX inicia el corporativismo moderno y alcanza su esplendor en la Italia fascista de los años 20 y 30 del pasado siglo. Allí se fundó un ministerio de las corporaciones en 1929 y el Consejo Nacional de las Corporaciones en 1930.

CONCEPTO



Es un conjunto de prácticas, reglas, principios y procesos que regulan la forma en que una empresa es dirigida, controlada y supervisada.

Su objetivo principal es garantizar que la empresa funcione de manera eficiente, transparente ética y en beneficio de todas las partes interesadas.

CARACTERÍSTICAS

- Ser transparentes en sus operaciones y revelar información financiera y operativa precisa.
- Los directores y ejecutivos son responsables ante los accionistas y deben tomar buenas decisiones.
- La junta directiva debe estar compuesta en su mayoría por miembros independientes de la empresa.
- Deben promover una cultura ética y valores que guíen las decisiones y comportamientos de los empleados y directivos.



APORTES AL BIENESTAR HUMANO



- Procesos eficientes
- Visibilidad de los errores
- Operaciones más fluidas
- Buena reputación
- Claridad
- Sostenibilidad financiera
- Respuesta eficaz al entorno
- Sector corporativo competitivo
- Crea confianza en la sociedad y en los inversionistas
- Impulsa el cambio al interior de las organizaciones

Fuente. Elaboración propia

Ensayo: Producción Limpia y Consumo Sostenible: Una Perspectiva Crucial para la Gestión Organizacional

La producción limpia y el consumo sostenible son dos conceptos que han cobrado una relevancia creciente en el mundo empresarial en las últimas décadas . Estas estrategias no solo promueven la responsabilidad ambiental, sino que también generan beneficios económicos y fortalecen la imagen corporativa.

Sin embargo, estas estrategias se vieron afectadas en un alto porcentaje por diferentes actividades llevadas a cabo de manera inadecuada en los procesos productivos de las empresas. Ante esto, varios países vieron la necesidad de introducir políticas ambientales que ayudaran a gestionar en las organizaciones una planeación y control en sus procesos con el fin de fomentar una cultura de consumo sostenible y una transformación a una producción limpia.

Desafortunadamente, aún existen empresas que no ven la importancia de incorporar dentro de su gestión estos criterios de sostenibilidad

La producción limpia, como lo define (ONU) el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) , es "una estrategia preventiva integrada que apunta a evitar la generación de residuos y emisiones en origen, en lugar de tratarlos una vez que se han producido ". En otras palabras, se trata de un enfoque que busca minimizar el impacto ambiental de las actividades de producción desde su inicio. Esta filosofía tiene un profundo impacto en la gestión organizacional.

El autor y consultor ambiental (Hawken, 1997) afirma que "la producción limpia no es solo una estrategia medioambiental, es una estrategia empresarial. Se trata de aumentar la eficiencia, reducir costos y mejorar la competitividad".

Varios autores han argumentado algunas de las razones por las que la producción limpia y el consumo sostenible no son relevantes en la gestión empresarial de algunas organizaciones.

Entre ellas se encuentran que algunas empresas no saben ni han recibido capacitación para aplicar de manera consciente los procesos de producción limpia y el consumo sostenible, como lo manifiesta el autor Arango et al. (2000) citado en (Bernal, Beltrán, & Márquez, 2016):

La capacidad de las autoridades ambientales en Colombia para exigir su cumplimiento aún es insuficiente y, además, en muchos casos se cruza con conflictos económicos y sociales que limitan la actuación de las autoridades hacia la toma de medidas drásticas represivas, encaminadas a penalizaciones y cierres de empresas, que conducen a mayor desempleo y menor desarrollo económico (p.81).

En el caso de (Figuerola & Smith, 2001) opinan:

Son pocas las empresas del sector que vienen trabajando en la implementación de los Estándares ISO 14000, que es la tendencia internacional que se perfila hacia el futuro. No existe una programación sistemática para la capacitación en temas directamente vinculantes con las posibilidades y requerimientos para la implementación de PML (p.30).

También (Varela, 2003) menciona:

Dentro de las barreras para su implementación está la falta de conocimiento acerca del concepto de PML, la escasa capacitación en temas ambientales, la falta de asesoramiento en cuanto a las mejores tecnologías disponibles, la limitación en los recursos para la investigación e innovación, la falta o ausencia de créditos “verdes” para proyectos ambientales y el enfoque reactivo de “final del tubo”, entre otros (p.30-32).

Se evidencia que desde sus inicios las empresas no tienen personal con el conocimiento o capacidades que aporten a la puesta en marcha de procesos sostenibles. Respecto a este asunto, hablando de empresas que están en sus inicios (Moreno, 2007) opina:

La carencia de competencias organizacionales y técnicas, sobre todo en plantas pequeñas, representa un obstáculo para la adopción de tecnologías ambientales en general, sobre todo para la implantación de tecnologías integradas (de proceso). Los resultados confirman que la habilidad (capacidad) para acceder a las redes de innovación depende fuertemente de las mismas capacidades técnicas y (especialmente) organizacionales que estimulan o limitan la adopción tecnológica.

Otra barrera según el (Ministerio de Ambiente, 2010):

Es el hecho de que una parte considerable del sector empresarial no tiene la posibilidad de acceder a tecnologías más eficientes y menos contaminantes, debido en parte a obstáculos de tipo económico y financiero que restringen la inversión en materia ambiental y a la falta de programas de crédito blando efectivo (p.16).

Aunque la responsabilidad social debe ser asumida por los dirigentes de las empresas, muchos de ellos no han tomado la debida consciencia ambiental para implementarlas ni han adoptado la cultura que se necesita para ello.

Por su parte (Vanegas, 2014) expone que:

En el país, existen varios aspectos por los cuales no se ha tomado la decisión de implementar la Producción Más Limpia en los métodos de producción. En primer lugar, se encuentra que no se tiene la cultura y la conciencia ambiental, para generar los cambios. Segundo lugar, los empresarios colombianos, realizan modificaciones en sus organizaciones cuando se les ha demostrado que dichos cambios, les pueden generar ganancias o disminución en los costos, de lo contrario permanecen igual (p.4).

Al respecto (Pache, Perez, & Milanes, 2018) mencionan que:

A pesar del impacto que puede llegar a tener la contaminación en la rentabilidad empresarial, muchas organizaciones no implementan estrategias sustentables debido a dos motivos primordiales: beneficios a largo plazo con un alto costo y la creencia errónea de que dichas estrategias no aportan valor a la compañía (p.275).

Según (Van Hoof, 2018):

Para la mayoría de las PYME la gestión ambiental no constituye un elemento relevante y prioritario para su gestión. Esta baja prioridad se debe a un conjunto de factores como el alto nivel de informalidad, la poca exigencia de sus mercados – principalmente locales- y la baja capacidad de las autoridades ambientales para ejercer control y cumplimiento de la normatividad ambiental (p.15).

Otra razón es la falta de gestión organizacional y planeación en los procesos y operaciones de la empresa en lo relacionado con el tema ambiental, como lo expone (Elera, 2018):

Las empresas no cuentan con un proceso de planificación de la gestión ambiental lo que no les permite identificar los aspectos ambientales y los requisitos legales, por consiguiente, no es posible establecer una política ambiental consecuente ni objetivo acorde al sistema. Esta falta de planificación es el eje fundamental para ejercer controles operacionales de los aspectos ambientales significativos (p. 20).

Como lo señala Choy (2018) citado en (Salas, 2020):

Como parte de la problemática tenemos que la gran parte de las actividades que realizan los sectores económicos no toman en cuenta el concepto de responsabilidad social empresarial cuando desarrollan y ejecutan sus proyectos públicos o privados, por esta razón no cumplen con las normas reguladoras de cuidado y preservación ambiental. La mala gestión en el uso de recursos genera residuos sólidos que ocasiona desperdicio de materiales y por consiguiente un incremento en costos ambientales cuando no reciben un tratamiento adecuado (p. 92).

No obstante, las organizaciones deben avanzar e incursionar en los nuevos patrones de desarrollo económico, transformando la cultura de consumo actual a alternativas que sean más sostenibles enfocadas a reducir la contaminación, cuidar la biodiversidad y los recursos naturales, como fuentes de competitividad empresarial.

Gestionar e implementar la producción limpia y el consumo sostenible en las empresas conlleva adoptar comportamientos éticos medioambientales, principios de solidaridad social y centrar sus objetivos no sólo en maximizar sus beneficios económicos sino también objetivos sociales y ambientales, buscando el bienestar general de la comunidad. Implica una revisión exhaustiva de los procesos de producción para reconocer ineficiencias y reducir el desperdicio. Esto no solo tiene repercusión en el medio ambiente, al reducir la generación de residuos y emisiones, sino que también conduce a un manejo más eficaz de los recursos y ahorros significativos en costos operativos.

Las organizaciones que adoptan un enfoque de consumo sostenible deben evaluar cuidadosamente sus cadenas de suministro y los impactos ambientales de los productos y servicios que ofrecen. Esto no solo asegura que sus productos sean más respetuosos con el medio ambiente, sino que también responden a una creciente demanda de los consumidores por productos éticos y sostenibles.

Es evidente que la producción limpia y el consumo sostenible son fundamentales para la gestión organizacional en la actualidad. Estas prácticas no solo son beneficiosas desde una perspectiva ambiental, sino que también generan eficiencias operativas, ahorros de costos y mejoras en la competitividad. Además, las empresas que adoptan estos principios están mejor posicionadas para atraer a los consumidores conscientes y éticos del siglo XXI.

Podemos concluir que a pesar de los esfuerzos por parte de los gobiernos y entes encargados de velar por el cuidado del medio ambiente y el manejo adecuado de los residuos e implementación de procesos productivos más limpios y sostenibles en las pequeñas y grandes empresas, aún existen organizaciones que no creen que sea necesario ni mucho menos importante llevar a la práctica las estrategias de producción limpia y consumo sostenible, dentro

de las razones se encuentran: alto costo, creer que no aportan valor a la empresa, informalidad, poco control de las autoridades ambientales, falta de apoyo económico y financiero, falta de cultura y conciencia ambiental, entre otros. Esto las ha llevado a seguir con procesos inadecuados que para ellos generan rentabilidad pero que causan daño al medio ambiente.

Aplicación

Marco Institucional

Empresa: RuBee más que trabajo es pasión

Figura 3

Logo



Fuente. Elaboración propia

RuBee es un emprendimiento agropecuario que tiene como objeto social la extracción, explotación, transformación y comercialización de productos apícolas, maquinaria de envases y embalajes para la industria teniendo en cuenta la importancia de los negocios sostenibles y de la regeneración de nuestros campos. La base de esta empresa es la miel de abeja, es la sustancia dulce natural producida por abejas a partir del néctar de las plantas, localizada en las flores principalmente.

En el municipio de Palocabildo del departamento del Tolima, tiene características únicas en cuanto a pureza de la miel según el tipo de flor, por su contenido de humedad, sabor, olor, color y consistencia, el cual depende de la época del año y floración, esta puede ser miel de flor de naranjo, miel de flor de mezquite, entre otras. Esta organización cuenta con 4 empleados, que se encargan en el desarrollo y emprendimiento de esta.

Tabla 1*Marco Institucional*

Nombre de la empresa	RuBee
Sector	Secundario
Ubicación	Palocabildo – Tolima
Misión	Nuestra misión es producir y ofrecer miel de la más alta calidad, de forma sostenible y responsable, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y promover un estilo de vida saludable. Nos comprometemos a mantener los más altos estándares de calidad en todo el proceso de producción, desde la recolección de la miel hasta su envasado y distribución. Trabajamos en armonía con la naturaleza, cuidando nuestras colmenas y fomentando la conservación de las abejas, mientras brindamos un producto delicioso y nutritivo a nuestros consumidores.
Visión	Nuestra visión es convertirnos en un referente en la industria de la miel, reconocidos por la calidad excepcional de nuestros productos y por nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental. Buscamos expandir nuestro alcance y llegar a nuevos mercados, siempre manteniendo nuestros principios de producción responsable y respeto por el medio ambiente. Queremos contribuir al bienestar de las abejas y a la preservación de la biodiversidad mientras proporcionamos opciones naturales y saludables a las personas. A medida que crecemos, aspiramos a ser una empresa que inspire a otros a cuidar el planeta y a apreciar los beneficios de la miel pura y natural.

Valores

Calidad: Compromiso con la producción de miel de la más alta calidad, asegurando que cada producto cumpla con estándares rigurosos.

Sostenibilidad: Responsabilidad ambiental, promoviendo prácticas agrícolas sostenibles y la conservación de las abejas y su hábitat.

Integridad: Ser rectos al actuar y las interacciones hacerlas de forma transparente.

Respeto: Buen trato los empleados, clientes, proveedores y socios, fomentando un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso.

Cuidado del cliente: Priorizar la satisfacción del cliente y la atención personalizada, asegurando que sus necesidades y expectativas sean atendidas de manera efectiva.

Innovación: Fomentar la innovación en la producción y presentación de productos relacionados con la miel para satisfacer las demandas cambiantes del mercado.

Compromiso social: Contribuir positivamente a la comunidad local, apoyando iniciativas sociales y educativas, y promoviendo el bienestar general.

Responsabilidad financiera: Gestionar los recursos financieros de manera responsable y sostenible, garantizando la viabilidad a largo plazo del negocio.

Aprecio por la biodiversidad: Reconocer el valor de la biodiversidad y trabajar para protegerla, ya que las abejas son esenciales para la polinización de numerosos cultivos y la salud del ecosistema.

Pasión por la apicultura: Fomentar la pasión y el compromiso con la apicultura y la producción de miel, compartiendo el amor por las abejas y sus productos con los demás.

Estos valores pueden servir como base para crear una cultura empresarial sólida y alinear las acciones y decisiones de la microempresa de miel con sus objetivos y principios fundamentales.

Figura 4

Organigrama

Estructura organizacional



Nota. Se hace una descripción de los aspectos que componen el marco institucional de la empresa RuBee. *Fuente.* Elaboración propia

Tabla 2*Matriz DOFA*

Debilidades	Amenazas
Limitado desarrollo del mercado interno	Fenómenos naturales en la región
Resistencia a pertenecer a organizaciones apícolas	Uso de agroquímicos
Falta de reinversión	Aumento en el costo de los insumos
Insuficiente financiamiento	Difícil situación económica de los consumidores
Fortalezas	Oportunidades
Conocimiento y experiencia por parte de sus propietarios	Nuevas sucursales.
Productos de alta calidad	Despachar pedidos especiales a nivel Nacional.
Disponibilidad de colonias de abejas	Modalidad de pedidos a domicilio.
Altos rendimientos por colmena	Desarrollo de nuevos productos

Nota: Se identifican y analizan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa RuBee. *Fuente.* Elaboración propia

Diagnóstico

Instrumento: Encuesta

Tabla 3

Diseño de instrumento

Materia fundamental o variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental	Preguntas (entre 10 y 15 en total)	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	% De grupos de interés de la empresa= (No. de grupos que si tienen acceso a la información)- (No. personas que no tienen acceso) *100	1. ¿Qué grupos de interés tienen fácil acceso a la información de la empresa? Trabajadores ___ Clientes ___ Proveedores ___ Comunidad local ___ Accionistas ___ Ninguno ___ Otros ___	Encuesta aplicada a Gerente General
	% Logro de metas = (No. de metas logradas) / (No. total de metas propuestas en el mes) *100	2. ¿La empresa mide y evalúa sus procesos y las metas y objetivos fijados? Siempre ___ Algunas veces ___ Nunca ___	Encuesta aplicada a Gerente General
Derechos humanos	% De quejas solucionadas por casos de discriminación = (No. total de quejas atendidas de discriminación / (No. total de quejas registradas de	1. ¿Cuántas quejas en el mes son recibidas por parte de sus empleados por posibles casos de discriminación o violación a sus derechos? De 1 a 5 ___	Encuesta aplicada a Gerente General

	discriminación) *100	De 6 a 10 ____ Ninguna ____	
	% Empleados con riesgos de accidentes laborales = (No. total empleados con riesgo de accidente laboral) / (No. total de empleados) *100	2. ¿Los puestos de trabajo cuentan con condiciones favorables y con los elementos de protección para que los empleados desempeñen su función? Todos____ Algunos____ Ninguno____	Encuesta aplicada a Gerente General
	% Capacitación en temas derechos humanos = (No. de horas de formación DD HH) / (Total de horas de formación) *100	3. ¿Con que frecuencia se capacita a los empleados de la empresa en asuntos de derechos humanos? Semanalmente _ Mensualmente _ Trimestralmente_ Semestralmente_ Nunca____	Encuesta aplicada a Gerente General
Prácticas laborales	% Empleados representados en comités de SST= (No. total de empleados que pertenecen al comité SST) / (No. Total empleados) *100	1. ¿La empresa fomenta y garantiza la salud y seguridad en el trabajo de sus empleados ? Siempre ____ Casi siempre ____ Nunca ____	Encuesta aplicada a Gerente General
	Índice de igual retribución salarial = Salario básico de mujeres / Salario básico hombres	2. ¿Se retribuye de igual manera a hombres que a mujeres por su desempeño en el mismo puesto de trabajo?	Encuesta aplicada a Gerente General

		Si ____ No ____	
	Horas de formación por empleado = (Total de horas de formación de los empleados) / (Número de empleados)	3. ¿La empresa realiza capacitaciones a los empleados? ¿Con que frecuencia?	Encuesta aplicada a Gerente General
		Cada mes ____ Cada 3 meses ____ Cada 6 meses ____ Nunca ____	
	% Empleados con carga prestacional = (No. de empleados con contrato y prestaciones – No. empleados sin prestaciones sociales) / (No. empleados con contrato y prestaciones sociales) *100	4. ¿La contratación de la empresa cumple con todas las garantías de ley en lo relacionado a salario, jornada laboral, entre otros?	Encuesta aplicada a Gerente General
		Siempre ____ Algunas veces ____ Nunca ____	
Medio Ambiente	% Gestión de recursos naturales = (Cantidad Total de Recursos Naturales Utilizados / Unidad de Producción o Ingresos)	1. ¿La organización promueve la gestión sostenible de recursos naturales y la minimización de impactos ambientales en sus operaciones?	Encuesta aplicada a Gerente General
		Siempre ____ Casi siempre ____ Nunca ____	
	% Acciones tomadas para el cuidado del medio ambiente = (No. de medidas aplicadas / No. total)	2. ¿Cuál de las siguientes medidas ha tomado la empresa para contribuir al cuidado del medio ambiente de su entorno?	Encuesta aplicada a Gerente General

	de medidas propuestas) *100	Reducir consumo de energía____ Reducir consumo de agua ____ Manejo adecuado de los residuos_____ Reciclar _____ Optimizar los envases de los productos____ Ninguna_____	
Prácticas justas de operación	% Cumplimiento de normas = (Número de Normas y Regulaciones Cumplidas / Total de Normas y Regulaciones Aplicables) x 100	1. ¿La organización cumple con las normas y regulaciones locales e internacionales que afectan sus operaciones? Siempre____ Casi siempre____ Nunca_____	Encuesta aplicada a Gerente General
	% Proveedores aprobados = (No. proveedores aprobados evaluación de desempeño / Total de proveedores) *100	2. ¿Fomenta en sus proveedores principios de responsabilidad social empresarial? Siempre____ Casi siempre____ Nunca_____	Encuesta aplicada a Gerente General
Asuntos de consumidores	% Clientes satisfechos= (Puntuación Promedio de Satisfacción de los Clientes / Máxima Puntuación Posible) x 100	1. ¿Qué tan satisfechos cree que están clientes con los productos o servicios de la empresa ? Muy satisfechos____ Satisfechos____ Insatisfechos____ Neutral_____	Encuesta Gerente General
	%Productos de calidad = (Número de Productos que Cumplen	2. ¿La empresa se preocupa por la seguridad, la calidad y la información	Encuesta aplicada a Gerente General

	Estándares / Número Total de Productos o Servicios Ofrecidos) x 100	transparente de sus productos o servicios? Siempre ____ Casi siempre ____ Nunca ____	
Participación activa y desarrollo de la comunidad	% Participación programas de desarrollo = (No. de proyectos apoyados / Total de proyectos o programas de participación) *100	1. ¿La empresa ha participado en proyectos de inversión social en el municipio donde se encuentra ubicada? Siempre ____ Algunas veces ____ Nunca ____	Encuesta aplicada a Gerente General
	% Ejecución programas de formación = (No. total de programas de formación ejecutados) / (No. total de programas de formación planeados) *100	2. ¿Promueve en sus empleados el proceso de formación permanente en educación? Casi siempre ____ Siempre ____ Nunca ____	Encuesta aplicada a Gerente General

Nota: Se elabora un cuestionario a partir de la Norma ISO 26000 para aplicar a la empresa

RuBee. *Fuente.* Elaboración propia

Resultados de La Aplicación del Instrumento Con Su Respectivo Análisis

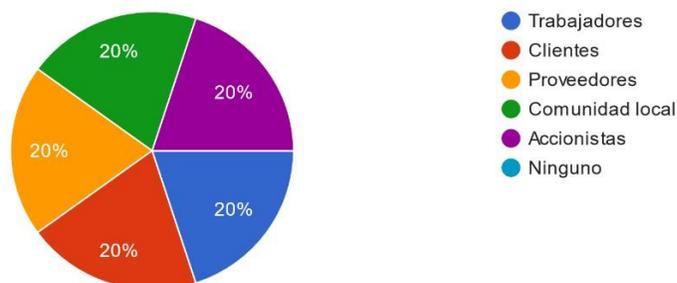
Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la empresa RuBee nos permite identificar y analizar el porcentaje obtenido de cada pregunta realizada al Gerente teniendo en cuenta diversas variables de la Norma ISO 26000 .

Figura 5

Grupos de interés

1. ¿Qué grupos de interés tienen fácil acceso a la información de la empresa?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

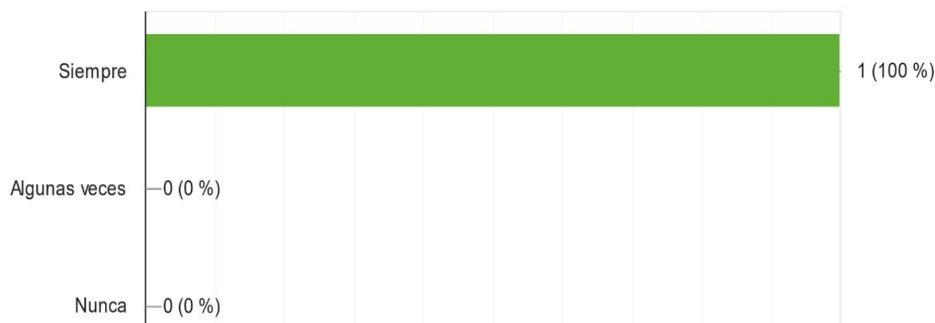
Los resultados muestran que el 100%, cada uno de ellos con un 20%, de los grupos de interés relacionados con la empresa tienen acceso a la información, esto es positivo porque estos grupos influyen en un alto grado en los resultados y objetivos que se haya propuesto la empresa. Además, que estos grupos de interés dan valor y contribuyen a la productividad de las organizaciones. Esto da muestra que la empresa tiene una gobernanza eficiente que vela por la implementación de los principios de la responsabilidad social empresarial.

Figura 6

Medición y evaluación de procesos, metas y objetivos

2. ¿La empresa mide y evalúa sus procesos, metas y objetivos fijados?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

El resultado del 100% indica que para la empresa es muy importante establecer indicadores de desempeño y métricas claras, con el fin de poder evaluar con precisión su progreso y determinar si están logrando los resultados deseados. También facilita la identificación de las principales fortalezas y debilidades para el desarrollo óptimo de la operación y la buena planificación y evaluación de los objetivos permite alcanzar el 100% las metas propuestas. Estas mediciones y evaluaciones también son fundamentales para comunicar y demostrar la efectividad de las operaciones a los diferentes grupos de interés, como clientes, empleados, inversionistas y reguladores. Siendo esto el resultado de un liderazgo exitoso y eficaz.

Figura 7

Quejas por discriminación o violación de derechos

3. ¿Cuántas quejas en el mes son recibidas por parte de sus empleados por posibles casos de discriminación o violación a sus derechos?

1 respuesta



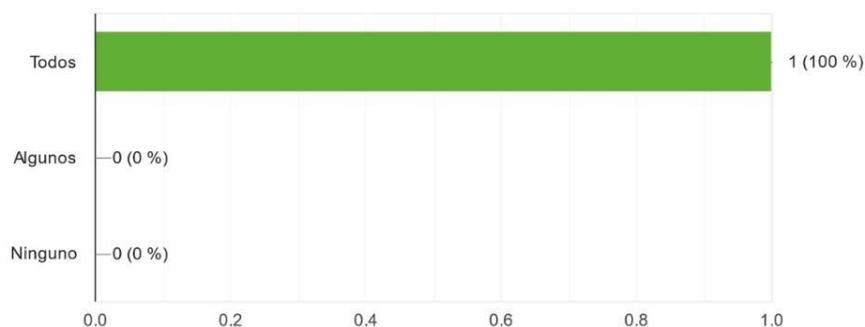
Fuente. Elaboración propia

La encuesta muestra con un 100% del resultado, que durante el mes no se presentan quejas por parte de los empleados por casos de discriminación o violación de sus derechos, esto es un buen indicador para la empresa pues nota la satisfacción de sus colaboradores en sus actividades, en el clima laboral y en el trato que reciben, siendo esto fundamental para el desarrollo de su operación. La aplicación de esta materia de la RSE en la empresa deja ver que es una empresa responsable que hace respetar los derechos humanos de su equipo de trabajo.

Figura 8*Condiciones de puestos de trabajo y EPP*

4. ¿Los puestos de trabajo cuentan con condiciones favorables y con los elementos de protección para que los empleados desempeñen su función?

1 respuesta



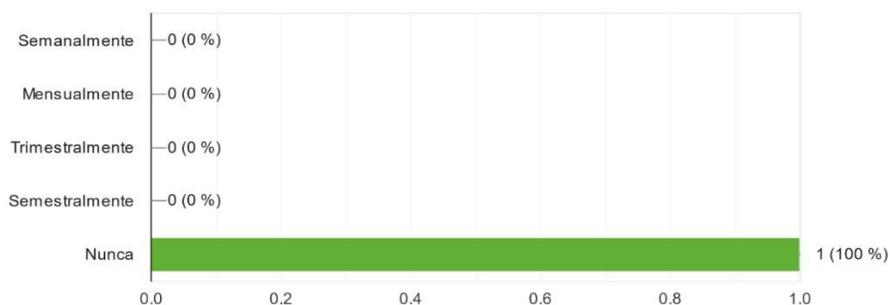
Fuente. Elaboración propia

El resultado del 100% indica que la empresa RuBee proporciona los elementos necesarios a todos sus empleados para el buen desarrollo de las funciones de la empresa, lo que muestra el cumplimiento de la RSE y el grado de compromiso con la salud y el bienestar para sus colaboradores y contribuyendo a su motivación y desempeño laboral.

Figura 9*Capacitaciones en derechos humanos*

5. ¿Con que frecuencia se capacita a los empleados de la empresa en asuntos de derechos humanos?

1 respuesta



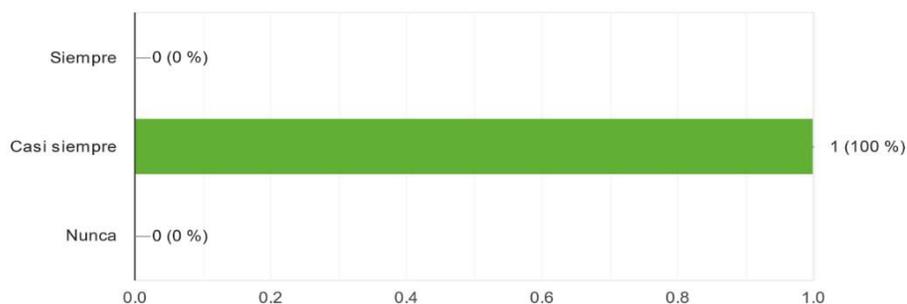
Fuente. Elaboración propia

Según el resultado de esta pregunta, la empresa RuBee tiene un 0% en este indicador, porque nunca ha capacitado a su personal en temas de derechos humanos y tampoco cuenta con un plan de capacitaciones en estos temas, esto ocasiona un desconocimiento por parte del personal que labora impidiendo que puedan identificar si le son vulnerados sus derechos humanos por parte de alguien dentro de la empresa. En esta variable de la Norma ISO 26000 la empresa debe mejorar porque no la está cumpliendo.

Figura 10*Salud y Seguridad en el trabajo*

6. ¿La empresa fomenta y garantiza la salud y seguridad en el trabajo de sus empleados?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

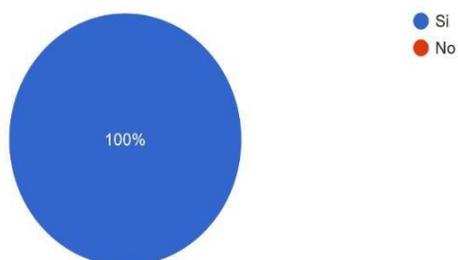
Como indica el resultado, la empresa casi siempre fomenta la seguridad y salud en el trabajo, es decir, que a pesar de que la empresa proporciona los elementos necesarios de protección personal para el buen desarrollo de las actividades, falta un mayor control que permita garantizar el cumplimiento de la seguridad en el trabajo en un 100%, ya que estos métodos se encuentran orientados a reducir la accidentalidad dentro de la empresa y prevenir enfermedades ocupacionales a través del tiempo.

Figura 11

Retribución hombres y mujeres

7. ¿Se retribuye de igual manera a hombres que a mujeres por su desempeño en el mismo puesto de trabajo?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

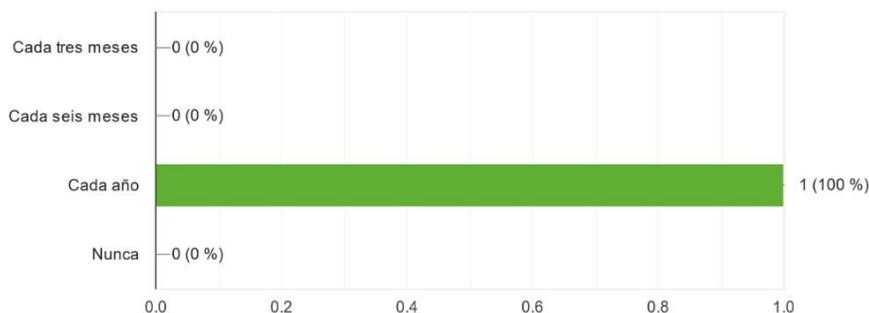
Este resultado muestra que dentro de la empresa existe igualdad al trato, incluyendo la participación económica y empresarial al igual que la toma de decisiones que se puedan presentar, siendo una estrategia inteligente para mejorar el desempeño empresarial y aumentar la satisfacción de los empleados. También se valora el trabajo de cada persona por sus habilidades y conocimientos y no por su género.

Figura 12

Capacitaciones sobre puestos de trabajo

8. ¿La empresa realiza capacitaciones a los empleados en lo relacionado a sus cargos? ¿Con que frecuencia?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

El resultado obtenido indica que la empresa cada año capacita al personal en lo relacionado a sus cargos, esto demuestra el compromiso de la empresa por mantener actualizados a sus empleados y garantizar que tengan el conocimiento y las habilidades necesarias para desempeñar eficazmente sus roles. Al proporcionar capacitaciones relacionadas con sus cargos, la empresa demuestra su preocupación por el crecimiento y desarrollo profesional de sus empleados.

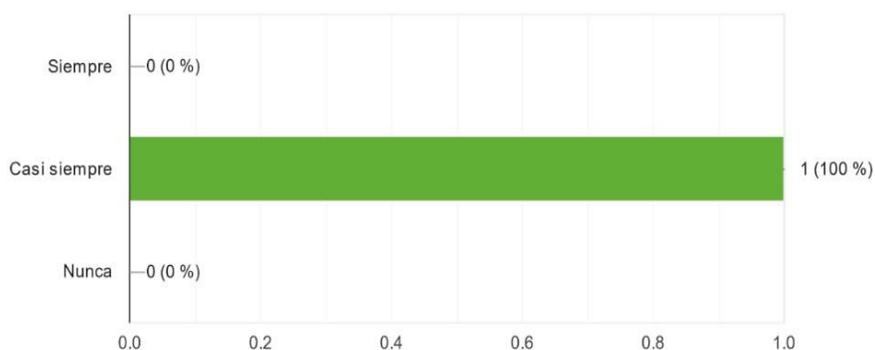
La frecuencia anual de las capacitaciones también es un factor importante a destacar. Al optar por proporcionar capacitaciones una vez al año, la empresa está asegurándose de que haya suficiente tiempo para brindar a los empleados una formación profunda y completa. Además, esto permite a los empleados aplicar y asimilar lo aprendido en sus roles laborales antes de recibir nuevas capacitaciones.

Figura 13

Contratación

13. ¿Fomenta en sus proveedores principios de responsabilidad social empresarial?

1 respuesta



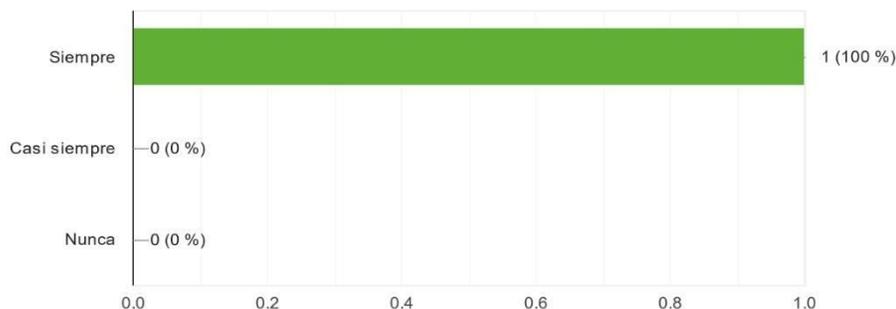
Fuente. Elaboración propia

El resultado muestra que la empresa RuBee tiene un proceso de contratación como lo exige la ley, el 100% de sus empleados tienen carga prestacional, lo que la hace ver como una empresa seria y estable en el mercado, eliminando de esta forma posibilidades de demanda por parte de trabajadores que en algún momento se sientan insatisfechos. De esa forma la empresa también está demostrando que sus prácticas laborales están basadas en la Responsabilidad social empresarial.

Figura 14*Gestión sostenible en las operaciones*

10. ¿La organización promueve la gestión sostenible de recursos naturales y la minimización de impactos ambientales en sus operaciones?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

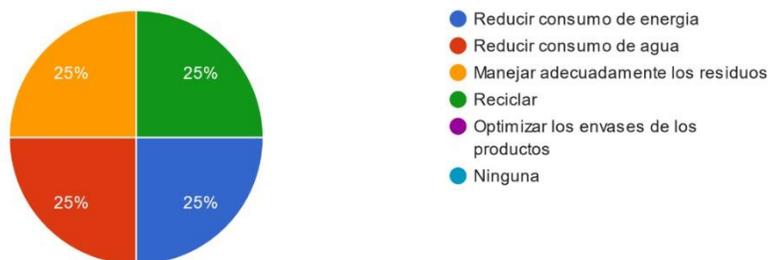
El resultado del 100% en la respuesta siempre a esta pregunta, indica que la empresa RuBee tiene programas de desarrollo de actividades que están encaminadas en promover la conservación de los recursos naturales permitiendo que la operación que desarrolla se encuentre alineada en la eliminación progresiva al impacto ambiental. Esto implica que la organización tiene un enfoque integral hacia la protección del medio ambiente y tiene políticas y prácticas establecidas para garantizar que sus actividades no causen daños significativos al entorno natural y que sus procesos sean limpios orientados a la Responsabilidad Social Empresarial.

Figura 15

Medidas para el cuidado del medio ambiente

11. ¿Cuál de las siguientes medidas ha tomado la empresa para contribuir al cuidado del medio ambiente de su entorno?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

Los resultados del 25% para cada una de las 4 opciones propuestas muestran que la operación desarrollada dentro de la empresa RuBee esta encamina en la conservación y preservación del cuidado del medio ambiente destacando 4 de las medidas, como la conservación de agua, la reducción del consumo de energía y la minimización de residuos, pero se evidencia que debe tener una optimización en lo relacionado con el envase de los productos ya que este no cuenta con un plan de acción que ayude al cuidado del medio ambiente.

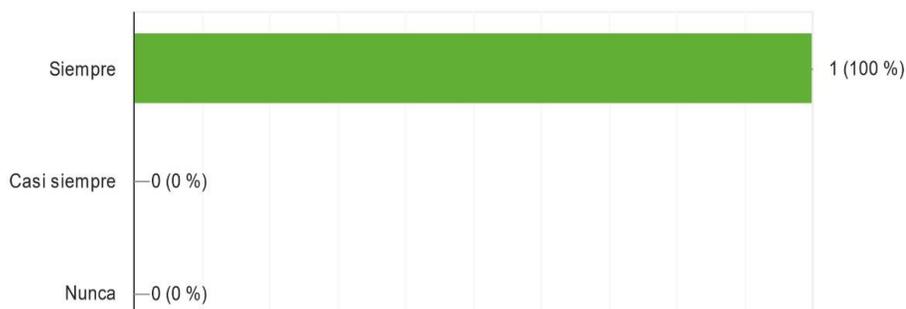
Promover la gestión sostenible de recursos naturales implica utilizar los recursos de manera responsable y asegurar que su uso no agote ni degrade los ecosistemas. Esto incluye medidas como la conservación de agua, la reducción del consumo de energía y la minimización de residuos. La organización puede implementar tecnologías y prácticas que permitan utilizar los recursos de manera más eficiente y reducir su impacto en el medio ambiente. esto implica que la sostenibilidad ambiental es una prioridad constante y que la organización pone en práctica medidas concretas para minimizar su impacto y proteger los recursos naturales.

Figura 16

Cumplimiento de normas

12. ¿La empresa cumple con las normas y regulaciones locales e internacionales que afectan sus operaciones?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

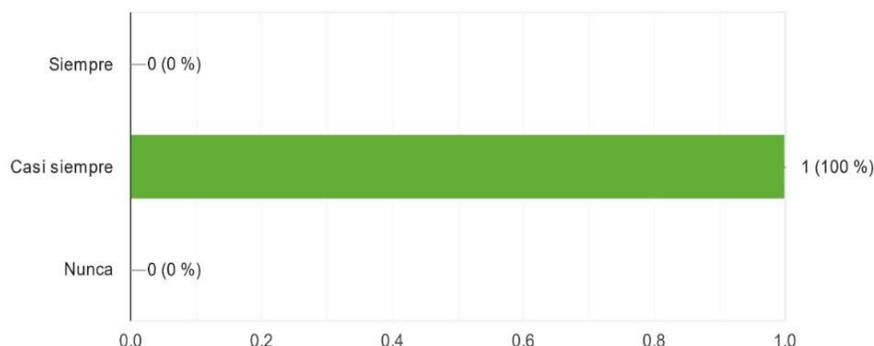
Este resultado obtuvo el 100%, lo que muestra que la empresa RuBee es una empresa seria, que ayuda al desarrollo de la región. según la respuesta proporcionada a la pregunta, también se puede afirmar que la empresa RuBee cumple siempre con las normas y regulaciones locales e internacionales que afectan sus operaciones. Esto indica que la empresa se adhiere a los estándares legales y normativos establecidos a nivel local, lo que evidencia su compromiso con la legalidad y el cumplimiento de las regulaciones en su desempeño empresarial.

Figura 17

Principios de RSE en proveedores

13. ¿Fomenta en sus proveedores principios de responsabilidad social empresarial?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

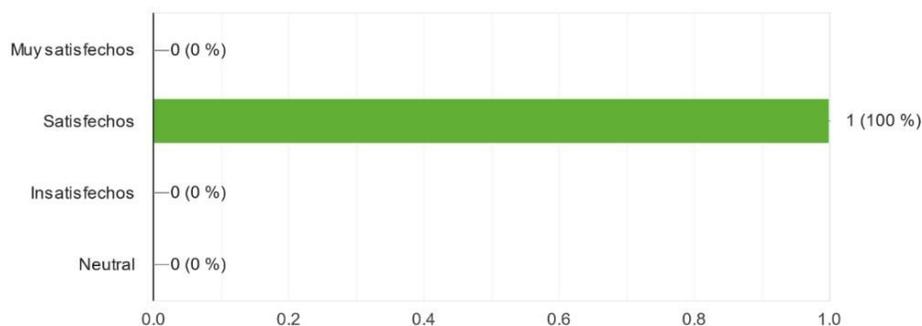
Según el resultado, la empresa casi siempre fomenta la RSE en sus proveedores, esto indica que debe mejorar en esta variable pues, la RSE extendida a los proveedores hace ver dentro de la empresa RuBee un impacto positivo en la cadena de suministro, lo que hace que haya una gestión óptima y eficiente en beneficio de la consecución de los objetivos empresariales, porque al seleccionar y capacitar proveedores comprometidos con la RSE, la empresa tiene la garantía de que los productos y servicios que adquiere provienen de fuentes responsables. Esto implica que no se utilizan materiales o procesos que sean dañinos para el medio ambiente o que involucren prácticas laborales injustas. Esta selección cuidadosa de proveedores contribuye a asegurar la calidad y confiabilidad de los productos que RuBee ofrece a sus clientes.

Figura 18

Satisfacción de los clientes con los productos

14. ¿Qué tan satisfechos cree que están los clientes con los productos o servicios de la empresa?

1 respuesta



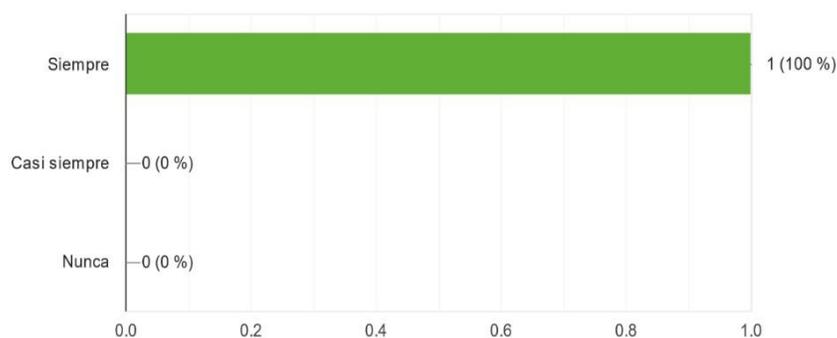
Fuente. Elaboración propia

El resultado indica que el 100% de los clientes se encuentran satisfechos, esta es una buena percepción de la empresa con respecto a los productos y servicios que se están distribuyendo en la región, mostrando que el público objetivo se siente satisfecho. Al entender las demandas del mercado local, la empresa puede adaptar sus productos y servicios para cumplir con las expectativas de los clientes. Esto demuestra que la empresa da importancia a proporcionar productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades específicas del público objetivo y los clientes responden positivamente.

Figura 19*Información de productos y servicios*

15. ¿La empresa se preocupa por la seguridad, la calidad y la información transparente de sus productos o servicios?

1 respuesta



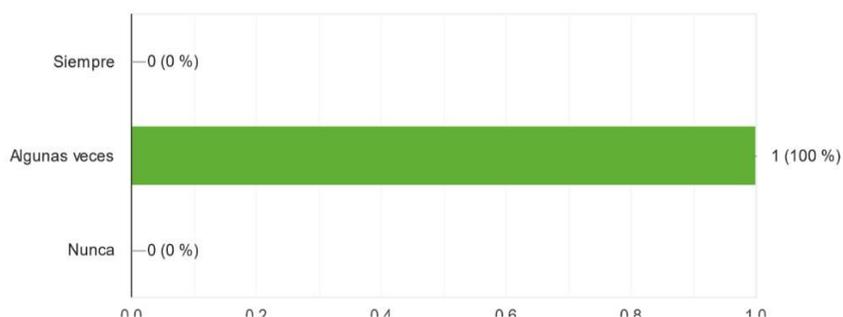
Fuente. Elaboración propia

El resultado obtenido a esta pregunta deja ver un compromiso del 100% en productos de calidad que tiene la empresa en cada proceso y producto que desarrolla, mostrando información clara y transparente, que ayude al cuidado de la salud de los consumidores. Es una señal de confianza y transparencia y es fundamental para construir y mantener una relación sólida con los clientes.

Figura 20*Proyectos de inversión social*

16. ¿La empresa ha participado en proyectos de inversión social en el municipio donde se encuentra ubicada?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

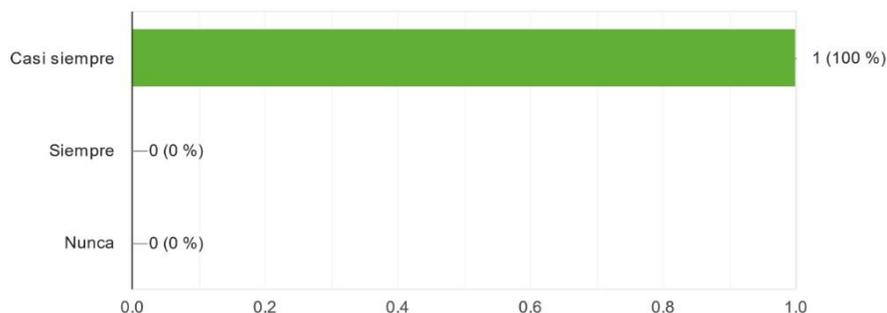
Como muestra el resultado, a pesar del tamaño de la empresa RuBee, ha participado algunas veces en los proyectos de inversión del municipio, lo que permite ver que es una empresa comprometida con el desarrollo, pero también indica que puede haber limitaciones o circunstancias que determinan su involucramiento en proyectos de inversión social. La empresa puede mejorar en el cumplimiento de esta variable con el fin de apoyar más a su región.

Figura 21

Proceso de formación en educación en empleados

17. ¿Promueve en sus empleados el proceso de formación permanente en educación?

1 respuesta



Fuente. Elaboración propia

El resultado de que casi siempre se promueve la formación permanente en sus empleados, indica que la empresa RuBee quiere contar con personal calificado en cada área que desarrolla su operación, esto permite que sus colaboradores cuenten con todas las capacidades para el buen desempeño de sus funciones, además la empresa ve la formación permanente como una inversión estratégica para el crecimiento y desarrollo tanto de los empleados como de la empresa en su conjunto. Se reconoce que el aprendizaje continuo es fundamental en un mundo empresarial en constante cambio y evolución.

Matriz de Marco Lógico

Nos permite crear una estructura para desarrollar las diferentes actividades de forma lógica, buscando una buena ejecución del proyecto y la forma como se planifican las actividades, inicialmente se busca la identificación de los stakeholders y los respectivos intereses que tienen con la organización, reconocer que tenemos una problemática lo que nos permite plantear

posibles soluciones que nos permitan alcanzar un beneficio en común, involucrando todas las partes que conforman el proceso productivo y de distribución de la empresa.

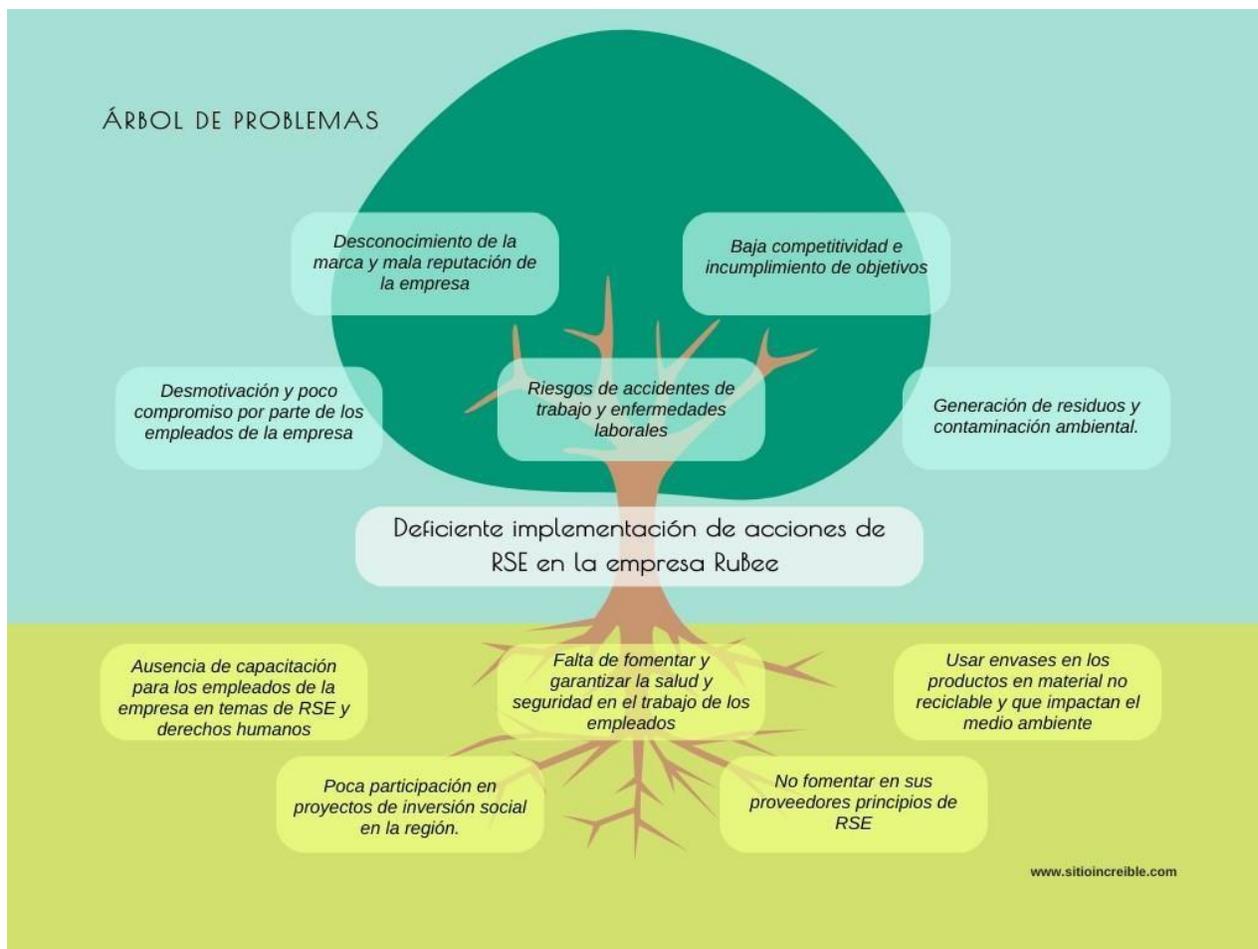
Árbol de Problemas

El árbol de problemas contribuye a reconocer los inconvenientes que está presentando la empresa RuBee, permitiéndonos conocer a detalle las causas y efectos que están originando este problema.

Entre los problemas identificados en la empresa RuBee se encuentran: que no tiene programas de capacitación que permitan el mejoramiento de los procesos que se desarrollan dentro de la misma, además no implementa programas que permitan preservar y cuidar los recursos naturales encontrando una serie de falencias en este aspecto, teniendo algunos efectos negativos en lo que permite crear nuevas oportunidades de mejora en el desarrollo de cada uno de los procesos ejecutados dentro de la organización.

Figura 22

Árbol de problemas



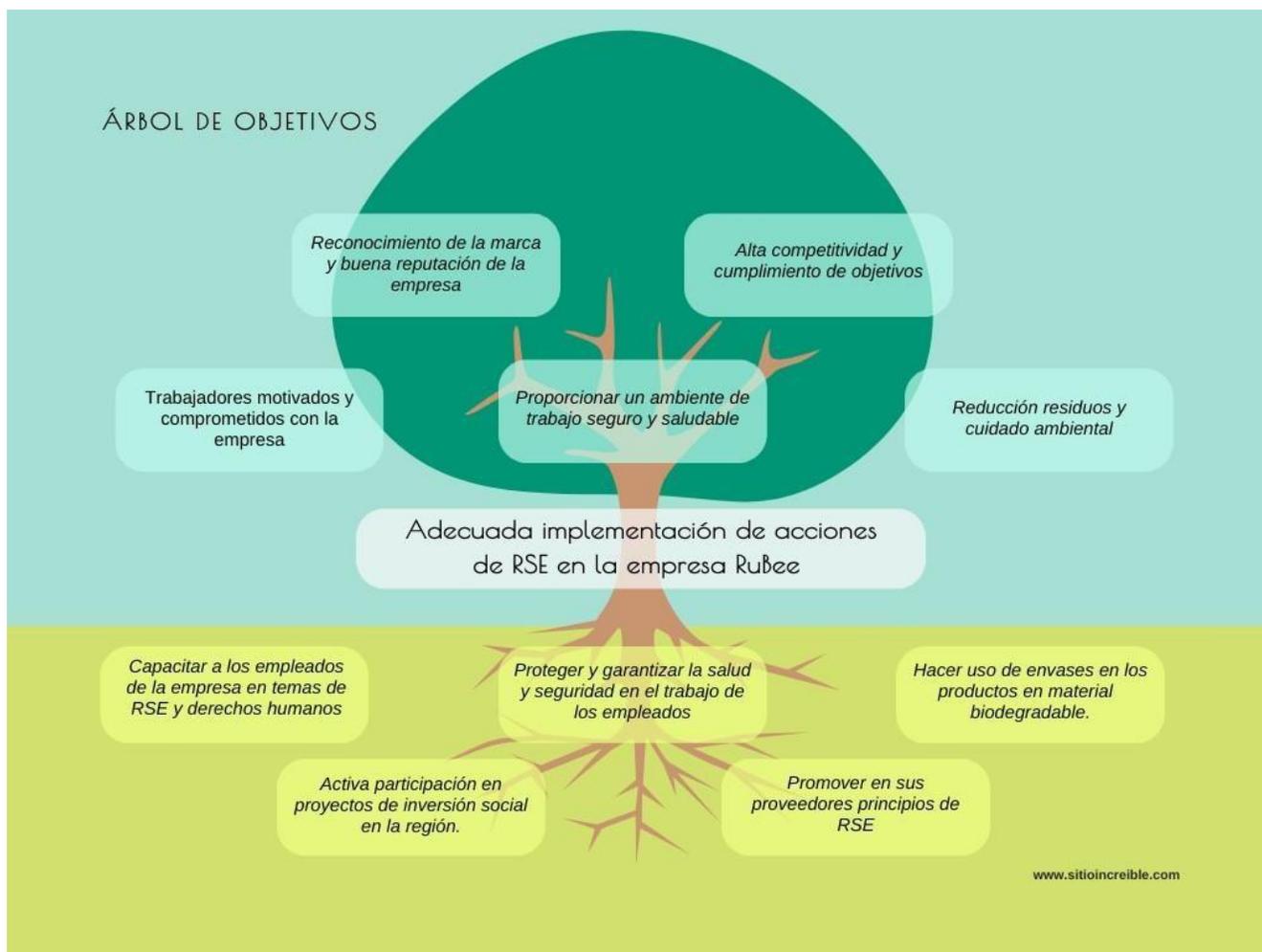
Fuente. Elaboración Propia.

Árbol de Objetivos

Dentro del árbol de objetivos buscaremos las posibles soluciones a las diferentes situaciones que están afectando a la empresa RuBee. Mediante la implementación de estrategias buscando el fortalecimiento de las actividades que se encuentran relacionadas con la RSE.

Figura 23

Árbol de objetivos



Fuente. Elaboración propia.

Mapa Estratégico

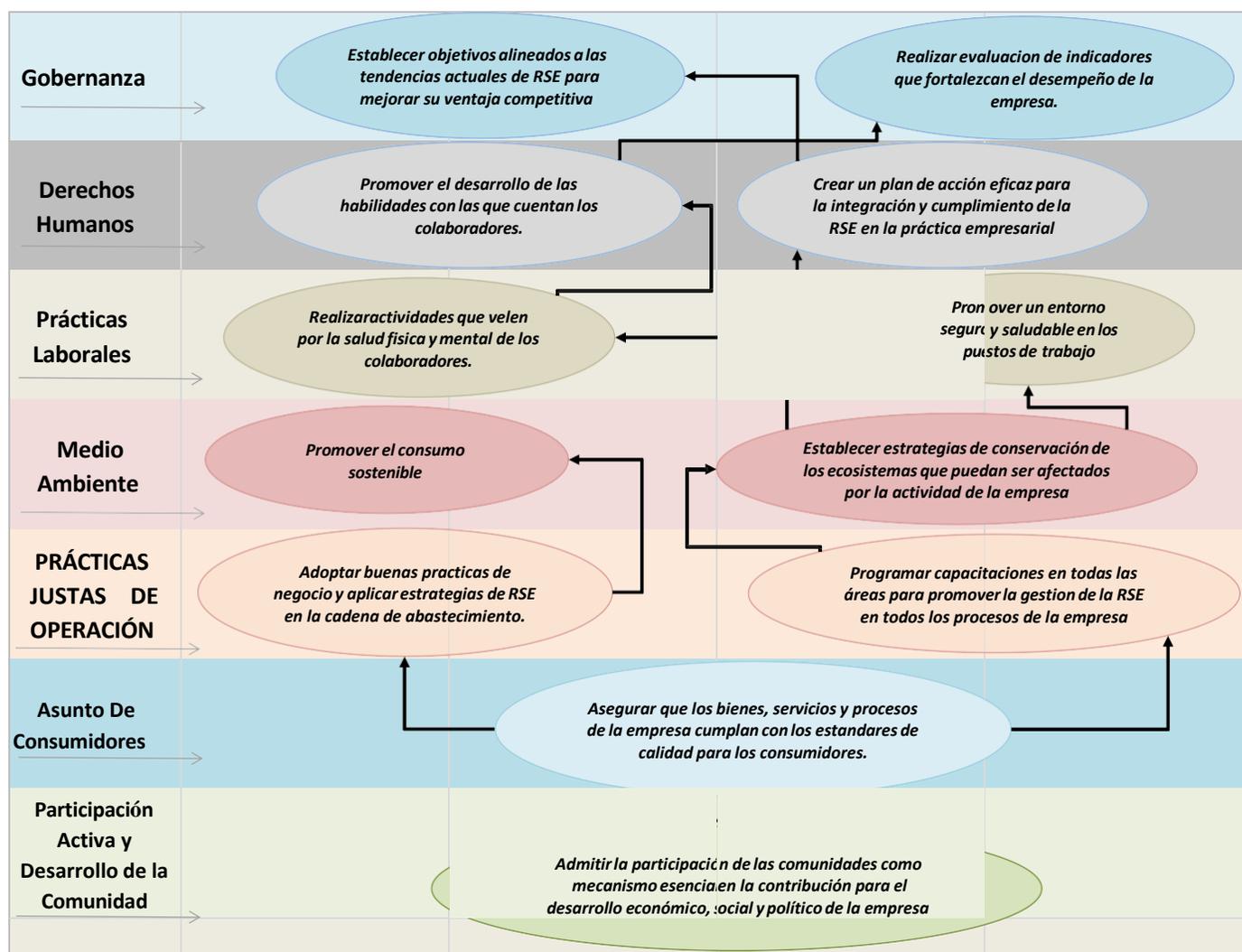
Mediante el mapa estratégico la empresa RuBee plantea las acciones a realizar de manera consecuente enfocadas en algunos principios de la Norma ISO 26000, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

Como lo define González:

Los mapas estratégicos son una manera de proporcionar una visión macro de la estrategia de una organización, partiendo de la premisa de que “no se puede medir lo que no se puede describir” y en el mismo deben quedar plasmados tanto los objetivos, como las tareas y acciones que se realizarán para alcanzar dichos objetivos (2007, p.48).

Figura 24

Mapa estratégico



Fuente. Elaboración propia

Stakeholders

Los grupos de interés que están relacionados con las actividades de la empresa RuBee son:

Tabla 4

Stakeholders empresa RuBee

Internos	Externos
Propietarios	Proveedores
Directivos	Clientes
Accionistas	Comunidad local
Empleados	Competidores

Nota. Se hace una descripción de los grupos de interés de la empresa RuBee. *Fuente.*

Elaboración propia.

Plan de Mejoramiento

A fin de consolidar el plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa RuBee basado en la norma ISO 26000 y garantizando un adecuado y oportuno seguimiento, se diseña el siguiente plan de acción donde se especifican los objetivos y estrategias a seguir en las dimensiones económica, social y ambiental, para el cumplimiento de las metas propuestas y sus indicadores.

Tabla 5

Plan de acción y seguimiento Empresa RuBee

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Aumentar los ingresos y la competitividad	Ingresar a nuevos mercados en búsqueda de nuevos clientes.	Corto plazo (6 meses)	\$1.500.000	% Incremento de ventas en el mes
		Hacer uso de estrategias de marketing digital para promover la marca y los productos.	Corto plazo (6 meses)	\$2.000.000	Número y % de visitantes al sitio web y compras por internet
	Aumentar el valor de la compañía garantizando la sostenibilidad de la empresa excediendo las expectativas de los grupos de interés.	<i>Estrategia de productividad:</i> Mejorar la rentabilidad de los activos.	Largo plazo (Anual)	<i>Fijos</i> Gastos fijos de la operación.	% Cumplimiento presupuestal
		<i>Estrategia de crecimiento:</i> Aumentar las ventas con clientes nuevos.	Corto plazo (mensual, trimestral)	<i>Variables</i> Gastos variables de la operación.	% Utilidad operacional

Social	Crear campañas con los grupos de interés para fomentar la sostenibilidad en la comunidad	Realizar capacitaciones para crear conciencia sobre el manejo adecuado de residuos en la empresa como en los hogares.	Corto plazo (1 mes)	\$200.000	Número de personas capacitadas
		Incentivar por medio de campañas promocionales a los clientes que realicen acciones sostenibles en la comunidad.	Corto plazo (1 mes)	\$500.000	% De personas participantes en la campaña.
	Contar con personal motivado, competente, capacitado y empoderado.	Ofrecer empleo digno, estable y bien remunerado, asegurando un excelente ambiente laboral y buen trato.	Corto plazo (6 meses)	\$7.000.000	Número de nuevos puestos de trabajo
Ambiental	Reducir el consumo de materiales que dañan el medio ambiente, en todas las áreas de la empresa.	Usar material ecológico (Papel) o digitalizar la información, en las tareas administrativas	Corto plazo (1 mes)	\$350.000	% Reducción en consumo materiales no sostenibles
		Sustituir los empaques de los productos por un material biodegradable.	Mediano plazo (1 año)	\$5.000.000	% Reducción huella de carbono

Gestión de calidad bajo las normas ISO garantizando la protección ambiental y el desarrollo sostenible.	Crear una política de calidad que garantice la protección ambiental y el desarrollo sostenible, previniendo y minimizando los impactos y riesgos que para los seres humanos y el ambiente surgen de la actividad productiva.	Corto plazo (Trimestral)	\$2.000.000	% Reducción de riesgo
---	--	--------------------------	-------------	-----------------------

Nota: Estrategias propuestas para el plan de acción y seguimiento de la empresa RuBee, enfocado en las dimensiones económica, social y ambiental. *Fuente.* Elaboración propia

Con este plan de acción y seguimiento, se busca mejorar la dimensión económica de la empresa mediante el aumento de los ingresos y la competitividad, para lograr esto, se plantean dos objetivos estratégicos que son de corto y largo plazo, en el primer objetivo encontramos aumentar los ingresos y la competitividad dando como resultado dos estrategias, se destinara un plazo de 6 meses para llevar cabo el primer objetivo planteado, donde el seguimiento y cumplimiento de los indicadores aseguran el mayor ingreso por ventas, el costo estimado para implementar este objetivo es de \$1.500.000.

También se plantea hacer uso de estrategias de marketing digital para promover la marca y los productos de la empresa. Esto implica utilizar herramientas como redes sociales, publicidad en línea, marketing de contenidos, el número de visitas al sitio web se traduce en más ventas por internet. Al igual que en el objetivo anterior, se establece un plazo de 6 meses para implementar

y evaluar los resultados de este objetivo. Sin embargo, el costo estimado para ser implementado es de \$2.000.000, ya que requiere de inversiones adicionales en publicidad en línea y la creación de contenidos digitales.

El segundo objetivo estratégico de la dimensión económica está compuesto por dos estrategias, una de productividad y de crecimiento, donde se asegura si cumplimos los indicadores aumentar el valor de la empresa y aumentar las ventas a clientes nuevos, estos indicadores tienen plazo de cumplimiento de anual para la primera estrategia y para la segunda estrategia mensual y trimestral.

El cumplimiento de la dimensión económica asegurara el crecimiento de la empresa, por esto debemos realizar los seguimientos continuos de las estrategias propuestas para que en el proceso de ejecución de estas realizar cambios si fuera necesario.

En la dimensión social, tenemos 2 objetivos estratégicos a corto plazo cada una con sus estrategias que tendrán un valor global de \$7.700.000 que harán que la compañía realice acciones para mejorar su entorno, brindando capacitaciones adecuadas para nuestros empleados como para nuestra clientela, además de realizar promociones a nuestra distinguida cliente que demuestran acciones sostenibles en su comunidad.

Además, debemos asegurar que nuestros empleados sientan que están en una empresa que los apoya, los motiva y se empodere para que esto se vea traducido en el crecimiento de esta con más puestos de trabajo para la comunidad.

En la dimensión ambiental se diseñaron 2 objetivos estratégicos con sus respectivas estrategias y un costo global de \$7.350.000 para garantizar que la empresa cumpla con las normas ISO y ser responsable con el medio ambiente. También hemos creado 2 objetivos

estratégicos con sus respectivas estrategias para garantizar la responsabilidad de la empresa en lo ambiental dentro y fuera de ella. Los indicadores propuestos tienen plazos de corto y mediano, con el seguimiento de estos podemos ayudar a proteger nuestro entorno y ser responsables con el medio ambiente.

Conclusiones

La RSE es un concepto que ha venido avanzando con el pasar del tiempo, logrando ser reconocido y aplicado en diferentes organizaciones permitiéndole actuar en los diferentes procesos que se desarrollan dentro de estas, e identificar el objetivo fundamental de la responsabilidad social empresarial, es así que cuando se emplea este concepto las organizaciones obtienen un impacto positivo, lo que permite mejorar la competitividad empresarial, poderse mantener en el tiempo y lograr una ventaja competitiva.

Actualmente existen empresas que se niegan a adoptar las estrategias de producción limpia y consumo sostenible dentro de su gestión organizacional, tal vez no tienen el suficiente conocimiento del tema o les da temor a innovar en sus procesos, esto las ha hecho poco productivas y no son competitivas en el aspecto ambiental lo que no les aporta valor ante los consumidores que en estos últimos años le dan mucha importancia a adquirir productos o servicios que aporten al cuidado del medio ambiente.

La comprensión de la planificación estratégica en el contexto de la gestión de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la interacción con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las empresas regionales. La consolidación de instrumentos de recolección de información es un paso crucial en este proceso, ya que permite un diagnóstico exhaustivo de la situación actual de estas empresas en relación con la RSE y los ODS.

Es importante identificar los problemas que pueden presentar las empresas en lo relacionado al cumplimiento de la Norma ISO 26000 para tomar acciones que permitan hacer

las correcciones necesarias con el fin de aplicar la Responsabilidad Social Empresarial y de esa manera puedan ser más competitivas.

En resumen, un plan estratégico de RSE basado en los pilares de la norma ISO 26000 debe ser integral, transparente y alineado con los valores y objetivos de la empresa. La implementación exitosa de dicho plan no solo fortalecerá la reputación de la empresa, sino que también contribuirá positivamente al bienestar de las partes aceptadas y al desarrollo sostenible en general.

Recomendaciones

Luego de realizado el diagnóstico e identificación del problema en la empresa RuBee se realizan las siguientes recomendaciones:

Abordar una variedad de áreas en la empresa, iniciando desde la producción y calidad de la miel hasta aspectos empresariales y de sostenibilidad.

Examinar la cadena de valor de la empresa, desde la producción hasta la distribución, identificando áreas de eficiencia y posibles mejoras.

Evaluar el mercado de la miel en Colombia, identificando tendencias, demanda del consumidor y comportamiento de la competencia.

Basarse en el análisis, priorizar los problemas identificados. Enfocarse en aquellos que tienen un impacto significativo en la empresa y que pueden resolverse con acciones concretas.

Realizar encuestas y entrevistas con empleados, clientes y otros stakeholders para obtener percepciones sobre los desafíos y oportunidades de la empresa.

Comparar el desempeño de la empresa con el de otras compañías del mismo sector a nivel nacional e internacional para identificar áreas de mejora.

Evaluar la cultura organizacional actual y proponer ajustes si es necesario. Fomenta una cultura que promueva la innovación, la calidad y la colaboración.

Diseñar programas de desarrollo de talento para fortalecer las habilidades y capacidades de los empleados, alineándolos con los objetivos estratégicos de la empresa.

Desarrollar estrategias de marketing que destaquen la calidad y autenticidad de la miel colombiana, diferenciándola en el mercado nacional e internacional.

Referencias Bibliográficas

- Añez, S., Hernández, R., Silvestri, K., & Gómez, O. (2008). Análisis de los elementos que conforman la responsabilidad social corporativa. *Revista de Formación Gerencial*, 7(2), 173-185.
- Bermudez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdnp&AN=edsdnp.6676416ART&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bernal, A., Beltrán, C., & Márquez, A. (2016). Producción Más Limpia: una revisión de aspectos generales. *Investigación + Innovación*, 81.
- Camero Sons, C. I., Ramos Barragán, C. T., Palacio Galvez, D. G., Acosta, W. F., & Romero, Y. A. (noviembre de 2021). Propuesta para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. <https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/43689/3/cicameros.pdf>
- Colmenares León, M., & Colmenares León, R. (2018). *GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL VENEZOLANO Y CIUDADANÍA*.
 File:///C:/Users/USUARIO/Desktop/Diplomado%20Graduaci%C3%B3n/Actividad%201/retrieve%20(1).pdf
- De La Cruz Ruiz, P. V. (30 de Mayo de 2013). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*.
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/>

Díaz Cáseres, N. (Diciembre de 2014). *Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial*.

File:///C:/Users/USUARIO/Desktop/Diplomado%20Graduaci%C3%B3n/Actividad%201/retrieve%20(3).pdf

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>

Elera, R. (2018). Sistema de Gestión Ambiental en la producción limpia de estructuras metálicas aplicando la Norma ISO 14001:2015 en la empresa FYCO SAC ubicado en la zona industrial del distrito independencia -Lima Metropolitana. Perú.

Figueroa, W., & Smith, R. (2001). DISEÑO DE POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA EN EL SECTOR ELÉCTRICO PARA LOS ESCENARIOS ENERGÉTICOS DE COLOMBIA. *Gestión y Ambiente*, 25-40.

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>

Hawken, P. (1997). CONSUMO Y MEDIO AMBIENTE. *TABANQUE*, 1-25.

Herrera, H. M. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Pontificia Universidad Javeriana.

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

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

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto.

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.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>
- Ministerio de Ambiente, V. y. (2010). Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Bogota.https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQw7AJahcKEwi42aT6lZqBAxUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.minambiente.gov.co%2Fwp-content%2Fuploads%2F2021%2F06%2Fpolit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf&psig=AO
- Moreno, C. (2007). Adopción de tecnologías más limpias en firmas industriales: un estudio multimétodo sobre el efecto de la aplicación de límites en vertimiento y tasas retributivas en Santander, Colombia. Cuadernos de Administración, 49-76.
- 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=edsoai&AN=edsoai.on1359129293&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Nieto, N. R. (2015). Cómo gestionar la responsabilidad social empresarial desde las pymes en Colombia. In. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/12.01.pdf>.
- ONU. (s.f.). Manual de Producción más Limpia. ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL, 1-29.
- Pache, M., Perez, E., & Milanes, P. (2018). Ecoeficiencia y sus efectos sobre el desempeño económico de las empresas del Dow Jones Sustainability World Index 2016. Prisma Social, 275.

- Rengifo Medina, C. N., & Sánchez Segura, S. M. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada.
- Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Salas, H. (2020). Tecnologías limpias como fuente de ventaja competitiva empresarial. *Scielo*, 97-104.
- Sánchez, M. L. Z., Meléndrez, L. D. C. E., & Acosta, M. G. D. (2018). Responsabilidad social empresarial (RSE) en las PYME´ S. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (23).
- 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>
- Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administración de Empresas*, 55(3), 329-344. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329
- Van Hoof, B. M. (2018). Producción más Limpia Paradigma de Gestión Ambiental. Bogotá: Alfaomega.
- Vanegas, C. (junio de 2014). ¿PRODUCCIÓN LIMPIA? UN ELEMENTO CLAVE PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS Y LOS ACUERDOS AMBIENTALES MULTILATERALES.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12841/VanegasHurtadoCindyVanessa2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Varela, I. (2003). Barreras e impulsores en la adopción de P+L. *Tecnología en marcha*, 30-39.

Apéndices

Apéndice A

Formato de Recolección de Información



Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial - Empresa RuBee

Diagnosticar desde diversas variables, la situación actual de la empresa regional, en torno a la gestión de RSE

...

1. ¿Qué grupos de interés tienen fácil acceso a la información de la empresa? *

Trabajadores

Clientes

Proveedores

Comunidad local

2. ¿La empresa mide y evalúa sus procesos, metas y objetivos fijados? *

Siempre

Algunas veces

Nunca

3. ¿Cuántas quejas en el mes son recibidas por parte de sus empleados por posibles casos de discriminación o violación a sus derechos? *

De 1 a 5

De 6 a 10

Ninguna

4. ¿Los puestos de trabajo cuentan con condiciones favorables y con los elementos de protección para que los empleados desempeñen su función? *

- Todos
- Algunos
- Ninguno

5. ¿Con que frecuencia se capacita a los empleados de la empresa en asuntos de derechos humanos? *

- Semanalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Nunca

6. ¿La empresa fomenta y garantiza la salud y seguridad en el trabajo de sus empleados? *

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

7. ¿Se retribuye de igual manera a hombres que a mujeres por su desempeño en el mismo puesto de trabajo? *

- Si
- No

8. ¿La empresa realiza capacitaciones a los empleados en lo relacionado a sus cargos? ¿Con que frecuencia? *

- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Cada año
- Nunca

9. ¿La contratación de la empresa cumple con todas las garantías de ley en lo relacionado a salario, jornada laboral, entre otros? *

- Siempre
- Algunas veces
- Nunca

10. ¿La organización promueve la gestión sostenible de recursos naturales y la minimización de impactos ambientales en sus operaciones? *

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

11. ¿Cuál de las siguientes medidas ha tomado la empresa para contribuir al cuidado del medio ambiente de su entorno? *

- Reducir consumo de energía
- Reducir consumo de agua
- Manejar adecuadamente los residuos
- Reciclar
- Optimizar los envases de los productos
- Ninguna



12. ¿La empresa cumple con las normas y regulaciones locales e internacionales que afectan sus operaciones? *

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca



13. ¿Fomenta en sus proveedores principios de responsabilidad social empresarial?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca



14. ¿Qué tan satisfechos cree que están los clientes con los productos o servicios de la empresa? *

- Muy satisfechos
- Satisfechos
- Insatisfechos
- Neutral



15. ¿La empresa se preocupa por la seguridad, la calidad y la información transparente de sus productos o servicios?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

⋮

16. ¿La empresa ha participado en proyectos de inversión social en el municipio donde se encuentra ubicada? *

Siempre

Algunas veces

Nunca

17. ¿Promueve en sus empleados el proceso de formación permanente en educación? *

Casi siempre

Siempre

Nunca

Nota: Formulario encuesta de responsabilidad social empresarial aplicada a la empresa RuBee.

Fuente. Elaboración propia