

Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Alpina S.A

Anyelo Camilo Cogua Molina

Ana María Muñoz Fetecua

Juan Pablo Ramírez López

Alexandra Rojas Toro

Víctor Manuel Preciado Cortes

Universidad Nacional Abierta y a Distancia _UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, contables, Económicas y de Negocios _ECACEN

Administración de empresas

Junio 2020

Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Alpina S.A.

Anyelo Camilo Cogua Molina

Ana María Muñoz Fetecua

Juan Pablo Ramírez López

Alexandra Rojas Toro

Víctor Manuel Preciado Cortes

Leonardo Artunduaga Polo

Asesor- Tutor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia _UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, contables, Económicas y de Negocios _ECACEN

Administración de empresas

Junio 2020

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	3
Lista de Tablas	6
Lista de Figuras	7
Objetivos	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
1. Presentación de la Empresa y Criterios de Selección	12
1.1 Presentación de la Empresa	12
Nombre de la Empresa.....	12
Sector:.....	12
Ubicación:	12
Estructura Organizacional.....	14
1.2. Criterio de las selecciones	15
2. Marco Institucional.....	16
3. Instrumentos de Diagnósticos, Análisis y Resultados	19
3.1. Instrumento seleccionado. Encuesta.....	19
Instrucciones	19
3.2. Resultados.....	20

3.3. Análisis	28
Gobernanza de la organización	29
Participación activa y desarrollo con la comunidad	30
Prácticas laborales	31
Derechos humanos.....	32
Medio ambiente.....	33
Asuntos de los consumidores.....	34
4. Matriz de los marcos lógicos (árbol de problemas y árbol de soluciones) explicaciones	35
4.1. Árbol de problemas	35
4.2. Árbol de solución	36
4.3. Explicación.	37
5. Definiciones de Mapas Estratégicos, Imágenes de mapas Estratégicos y Explicaciones a partir de la dimensiones Económicas, Sociales y Ambientales.	37
5.1. Definiciones del mapa estratégico	37
5.2. Imagen de mapa estratégico.....	38
5.3. Explicación	39
Dimensión Económica.....	39
Dimensión Ambiental.....	39
Dimensión social	40
6.2 Justificación del plan	41

6.3 Propuesta del plan de mejora	43
Desarrollo de la propuesta	43
Implementación:	44
Sección B, planes y objetivos sociales:	45
Sección C, planes y objetivos Ecológicos:	46
6.4 Plan estratégico	48
Conclusiones	50
Referencias	50
Anexo	52

Lista de Tablas

Tabla 1 Criterios de selección	15
Tabla 2 Marco Institucional	16
Tabla 3 Plan estratégico	48

Lista de Figuras

Figura 1, Estructura organizacional.....	14
Figura 2, Pregunta 1.....	20
Figura 3, Pregunta 2.....	21
Figura 4, Pregunta 3.....	21
Figura 5, Pregunta 4.....	22
Figura 6, Pregunta 5.....	22
Figura 7, Pregunta 6.....	23
Figura 8, pregunta 7.....	23
Figura 9, Pregunta 8.....	24
Figura 10, pregunta 9.....	24
Figura 11, Pregunta 10.....	25
Figura 12, pregunta 11.....	25
Figura 13, Pregunta 12.....	26
Figura 14, Pregunta 13.....	26
Figura 15, Pregunta 14.....	27
Figura 16, pregunta 15.....	27
Figura 17, Árbol de problemas.....	35
Figura 18, Árbol de solución.....	36
Figura 19, Mapa estratégico.....	39

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Alpina S.A. orientado en las dimensiones económica, social y ambiental, el cual le permita un desarrollo sostenible, incluyendo el compromiso ético como base fundamental para conseguir los logros de cada uno de los objetivos que se han propuesto.

Objetivos Específicos

Diagnosticar el nivel de aplicación de responsabilidad social empresarial en la empresa Alpina S.A.

Analizar los resultados obtenidos en el diagnóstico y proponer un mapa estratégico.

Construir un código de ética para la empresa Alpina S.A.

Realizar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial, cuyas estrategias y objetivos se acomoden en las dimensiones de sostenibilidad.

Resumen

Para los clientes en el mercado es de importancia que las empresas muestren su interés en satisfacer las necesidades de ellos, cumpliendo con los derechos del consumidor y aplicando la ética empresarial y poniendo en práctica cada valor empresarial, como también mostrar el interés por el cuidado del medio ambiente, por eso se debe de implementar la responsabilidad social a través de un plan estratégico donde los objetivos van dirigidos a la solución de problemáticas sociales, empresariales y económicas con el fin de que la empresa tenga éxito en el mercado, tenga buen prestigio y sea líder en el sector que participa.

Palabras claves

Comportamiento en la Organización (610905)

Estudio de Mercado (531106)

Marketing (531105)

Metodología de Investigación (520201)

Organización y Dirección de Empresas (5311)

Abstract

For clients in the market, it is important that companies show their interest in meeting their needs, complying with consumer rights and applying business ethics and putting into practice each business value, as well as showing interest in caring for environment, that is why social responsibility must be implemented through a strategic plan where the objectives are aimed at solving social, business and economic problems in order for the company to be successful in the market, have good prestige and be a leader in the participating sector.

Keywords

Organizational Behavior (610905)

Market Study (531106)

Marketing (531105)

Research Methodology (520201)

Business Organization and Management (5311)

Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad mostrar el plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Alpina S.A. la cual se dedica a la producción de alimentos a base de lácteos.

El lector encontrara en primer lugar la presentación de la empresa, con sus respectivos elementos bases de la planificación estratégica como misión, visión, valores corporativos y estructura organizacional. Luego se establece el marco institucional basado en la norma internacional ISO 26000. Posteriormente se encuentra el diagnóstico y análisis, previamente habiendo utilizado como instrumento de recolección de información la encuesta, la cual fue aplicada a 13 colaboradores de Alpina S.A.

En segundo lugar, teniendo el análisis se identifica el problema central y se proponen las soluciones utilizando la metodología del marco lógico, con la matriz de árbol de problemas y la matriz de árbol de soluciones, luego se plantea un mapa estratégico con objetivos orientados a las perspectivas de la sostenibilidad en los impactos económico, social y ambiental, que más adelante se plasman en un plan de mejora describiendo las estrategias, recursos e indicadores que permitirán crear valor y competitividad.

Finalmente, en los anexos se encuentra el enlace al código de conducta, creado con el propósito de concretar un compromiso de valores y principios aplicados en cuanto a los comportamientos entre los grupos de interés y la empresa.

1. Presentación de la Empresa y Criterios de Selección

1.1 Presentación de la Empresa

Nombre de la Empresa: Alpina S.A

Sector: Alimentos

Ubicación: La planta principal está ubicada en el municipio de Sopó, Cundinamarca; también cuenta con otras plantas ubicadas en los municipios de Facatativá, Cundinamarca; Entre ríos, Antioquia; Caloto, Cauca; Chinchiná, Caldas.

Misión

Ser una empresa innovadora, eficiente y responsable, que produce y comercializa productos lácteos de calidad garantizada, a través de una cultura de servicio y crecimiento, aportando al desarrollo de la industria nacional y contribuyendo a una alimentación saludable de nuestros clientes.

Visión

Alpina tiene la visión de ser la empresa líder en innovación de productos alimenticios saludables, de mayor preferencia a través de una organización ligera, eficiente, sólida y comprometida

- **Respeto:** Cada uno de nosotros en Alpina S.A merece el reconocimiento de su valor por el rol que desempeña. Es por eso que en nuestra empresa mantenemos relaciones personales y de negocio respetuosas que nos ayuden a desarrollarnos más.
- **Austeridad.** En Alpina S.A es importante que todos cuidemos los recursos que se ponen en nuestras manos, utilizáremoslos de manera responsable para lograr los objetivos de nuestra organización.
- **Equidad.** En Alpina S.A todos ganamos porque tenemos igualdad de oportunidades y desarrollo, es por eso que debemos recibir un trato igual en nuestras relaciones y **actividades cotidianas.**
- **Bonestidad.** En Alpina S.A actuamos siempre basándonos en la verdad y la justicia así aseguramos que todas las relaciones de trabajo sean sanas y nos ayuden a cumplir con cada uno de los objetivos que nos proponemos.
- **Lealtad.** En Alpina S.A la lealtad es uno de los valores que nos distinguen como personas fieles, verdaderas y comprometidas con la empresa viviendo en un ambiente de confianza.

Estructura Organizacional

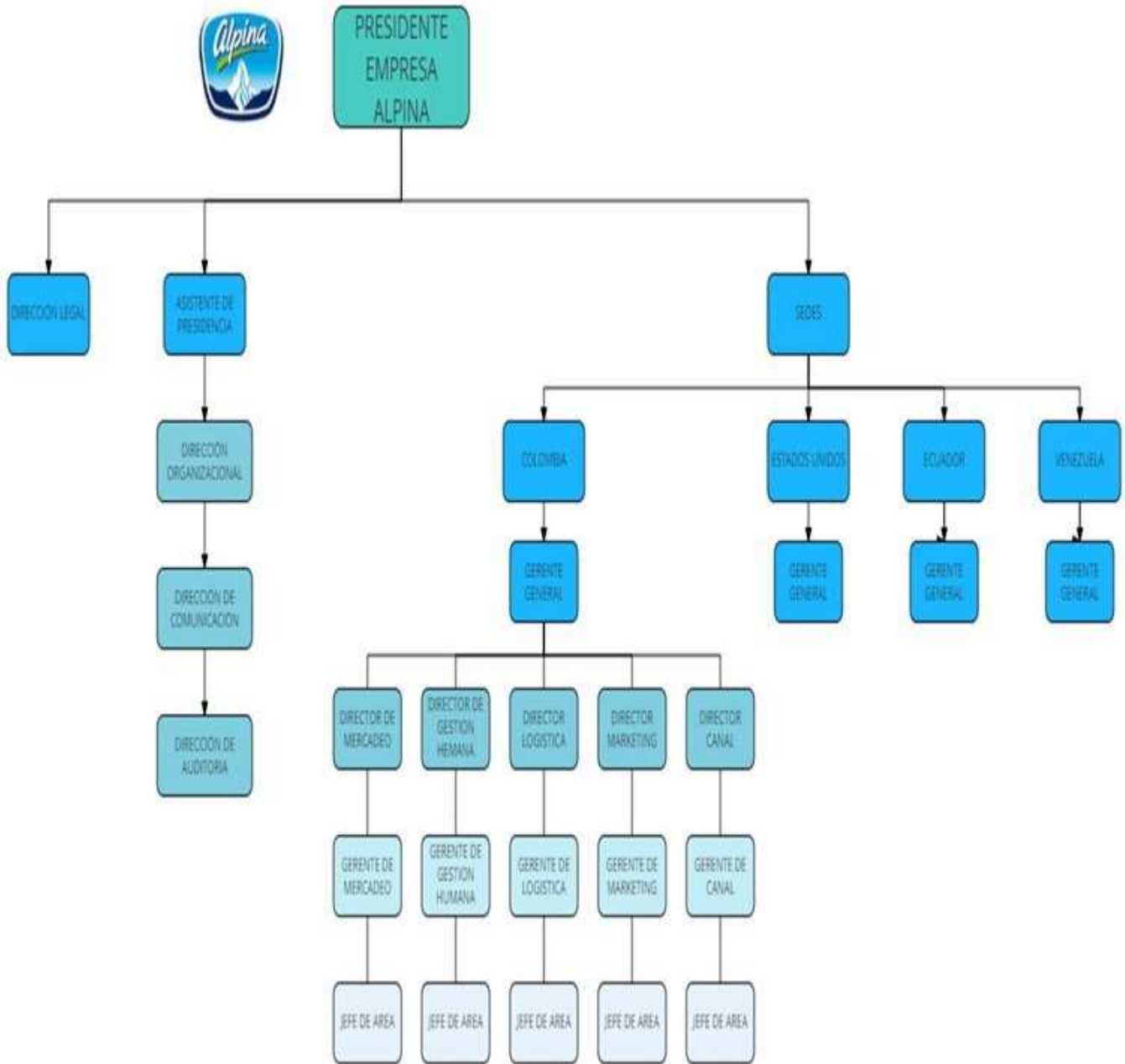


Figura 1, Estructura organizacional

Fuente: Elaboración propia

1.2. Criterio de las selecciones

Tabla 1
Criterios de selección

Empresa	Posibilidades de acceso a aplicar los instrumentos (Calificar de 1 a 5)	Posee un direccionamiento estratégico y una descripción, que puede ser incluida en el marco institucional del trabajo (Calificar de 1 a 5)	Posibilidad de evaluar las materias fundamentales del ISO 26000 (Calificar de 1 a 5)	Sumatoria total
Finca Varsovia S.A.S	4	3	5	12
ALPINA S.A	3	5	5	13
Entra S en C.	4	4	4	12
ALPINA S.A	4	5	5	14

Fuente: Elaboración propia

2. Marco Institucional

Tabla 2
Marco Institucional

Materia Fundamental o variable	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental”	Preguntas	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	<p>Este es un sistema que las compañías utilizan para implementar o tomar decisiones, lo que quiere decir que pueden utilizar mecanismos informales o formales</p>	<p>¿De qué manera las organizaciones pueden llegar a ser más eficientes a la hora de tomar decisiones?</p>	<p>La compañía que toma la decisión Vs otras compañías</p>
Derechos humanos	<p>Estos son muy importantes para los colaboradores y las mismas compañías, es una responsabilidad que hace que la compañía debe hacer respetar los derechos dentro del lugar de trabajo e influenciando de una forma positiva el desarrollo del negocio</p>	<p>¿De qué manera dentro de las compañías hoy en día están faltando a los derechos humanos?</p>	<p>Colaboradores</p>
Prácticas laborales	<p>Las organizaciones están invitadas a optimizar cada uno de los procesos, proporcionando de esta manera el desarrollo y la participación de todos y cada uno de los colaboradores, buscando así mitigar los riesgos legales, de operación, de factor humano y de imagen</p>	<p>¿Las compañías si están reconociendo las competencias de los colaboradores para poder promocionarlos?</p>	<p>Colaboradores</p>

Medio ambiente	<p>Es todo entorno donde una compañía opera y se incluye, el suelo, la fauna, la flora, el agua, el aire, el espacio exterior, los interrelacionales y los recursos naturales</p> <p>Estas van relacionadas con las conductas éticas de una organización, así</p>	<p>¿De qué manera las compañías están aportando en el cuidado del medio ambiente?</p>	<p>El entorno de la compañía</p>
Prácticas justas de operación	<p>mismo con los movimientos transaccionales con otras compañías, establecimientos gubernamentales, cada uno de los proveedores, clientes, contratistas y a las asociaciones a las cuales hacen parte.</p> <p>Las compañías están llamadas a ofrecer servicios o productos a</p>	<p>¿Las compañías si están enfocadas en mantener una conducta ética frente a cada uno de los procesos que tiene establecidos?</p>	<p>Cientes, proveedores, contratistas, asociaciones</p>
Asuntos de consumidores	<p>cada uno de sus consumidores y tienen la responsabilidad de satisfacer a cada uno de los clientes y tiene la responsabilidad también de mantener la calidad de los productos que allí se ofrecen.</p>	<p>¿Qué estrategias están realizando las compañías para poder mantener al cliente satisfecho?</p>	<p>clientes</p>

Participación y desarrollo de la comunidad

Indica como las organizaciones se deben planificar el cómo van a participar donde estas se sientan que son parte de la comunidad, es como estas organizaciones realizan una serie de actividades benéficas, teniendo siempre en cuenta el respeto por cada uno de los miembros de la comunidad, también sin dejar a un lado las características culturales, históricas y religiosas que hacen parte de la comunidad.

¿Qué tan importante es la sociedad para las compañías?

Comunidad

3. Instrumentos de Diagnósticos, Análisis y Resultados

3.1. Instrumento seleccionado. Encuesta.

Instrucciones

- Lea cuidadosamente cada una de las preguntas.
- Marque con una X la casilla que corresponda a la opción que considere correcta.
- No borre la respuesta una vez contestada.
- Por favor no identifique la hoja, es anónimo.
- opciones de respuesta (Si, No, NS/NR)

- 1- ¿La empresa Alpina S. A. Maneja programas sociales?
- 2- ¿Considera usted que Alpina S. A. maneja programas para la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores?
- 3- ¿Alpina S. A. le ha proporcionado capacitación para el desarrollo de sus labores?
- 4- ¿Tienen las personas con discapacidad oportunidad de trabajo dentro de la empresa Alpina S. A.?
- 5- ¿Las mujeres poseen igualdad de oportunidades de trabajo dentro de la empresa con respecto a los hombres?
- 6- ¿Considera que Alpina S. A. como empresa, se preocupa por brindar seguridad social a sus trabajadores por igual?
- 7- ¿Considera usted que Alpina S. A. ejecuta actividades comunitarias?
- 8- ¿Se involucra usted a las actividades comunitarias efectuadas por la empresa?
- 9- ¿La empresa ofrece su apoyo de manera regular a organizaciones sin fines de lucro?
- 10- ¿Se propicia un ambiente laboral que permite la capacitación del personal?

- 11- ¿La empresa realiza charlas de difusión con temas alusivos al medio ambiente?
- 12- ¿Considera usted que Alpina S. A realiza programas de adecuación ambiental?
- 13- ¿Son frecuentes en la empresa las campañas con causas sociales?
- 14- ¿Considera que Alpina S. A atiende los reclamos efectuados por los clientes?
- 15- ¿Considera usted que Alpina S. A tiene como principal premisa la satisfacción del cliente?

3.2. Resultados

1- ¿La empresa Alpina SA maneja programas sociales?

13 respuestas

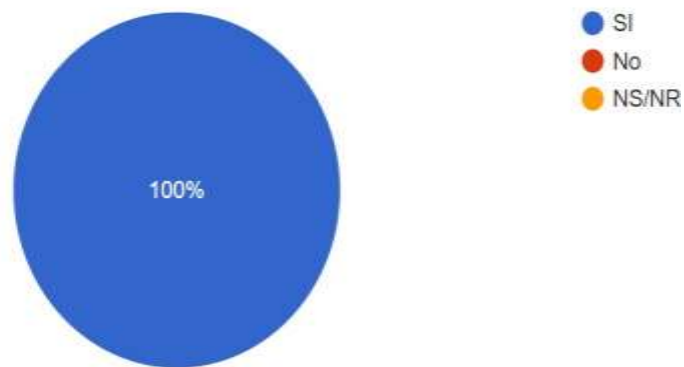


Figura 2, Pregunta 1

Fuente: Elaboración propia

2- ¿Considera usted que Alpina SA maneja programas para la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores?

13 respuestas



Figura 3, Pregunta 2

Fuente: Elaboración propia

3- ¿Alpina SA le ha proporcionado capacitación para el desarrollo de sus labores?

13 respuestas

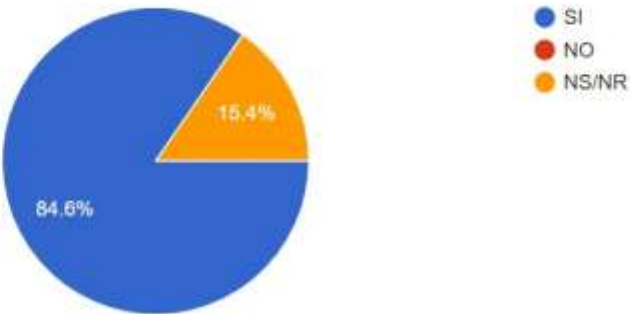


Figura 4, Pregunta 3

Fuente: Elaboración propia

4- ¿Tienen las personas con discapacidad oportunidad de trabajo dentro de la empresa Alpina SA?

13 respuestas

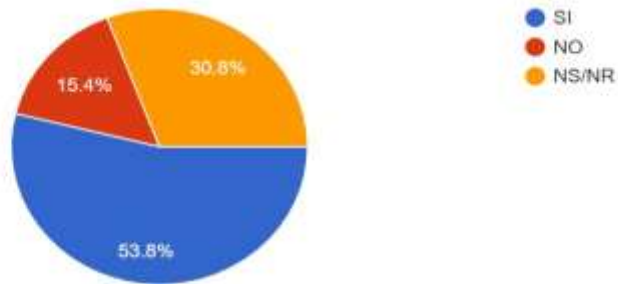


Figura 5, Pregunta 4

Fuente: Elaboración propia

5- ¿Las mujeres poseen igualdad de oportunidades de trabajo dentro de la empresa con respecto a los hombres?

13 respuestas

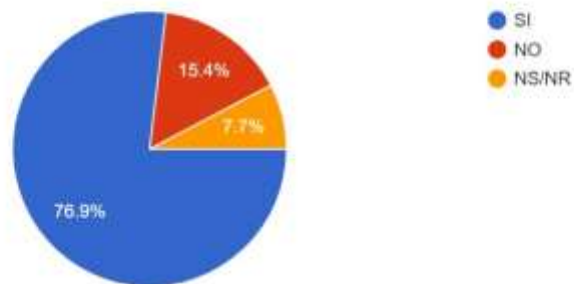


Figura 6, Pregunta 5

Fuente: Elaboración propia

6- ¿Considera que Alpina SA como empresa, se preocupa por brindar seguridad social a sus trabajadores por igual?

13 respuestas

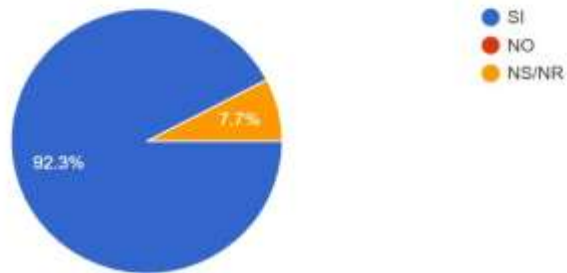


Figura 7, Pregunta 6

Fuente: Elaboración propia

7- ¿Considera usted que Alpina SA ejecuta actividades comunitarias?

13 respuestas

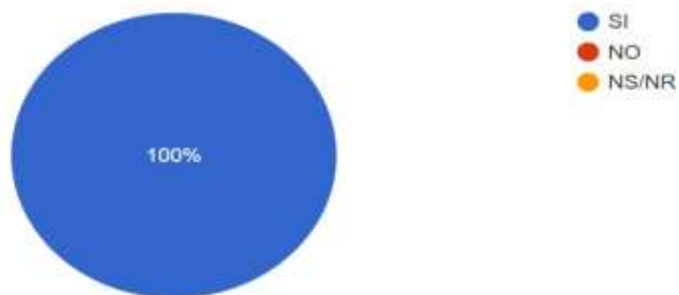


Figura 8, pregunta 7

Fuente: Elaboración propia

8- ¿Se involucra usted a las actividades comunitarias efectuadas por la empresa?

13 respuestas

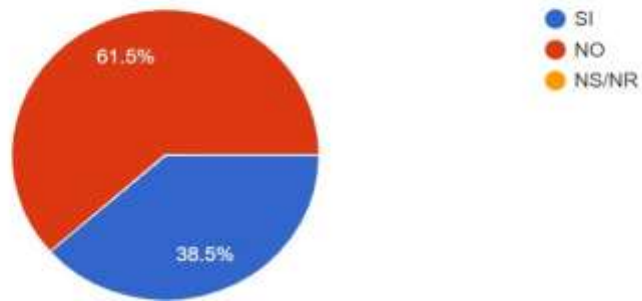


Figura 9, Pregunta 8

Fuente: Elaboración propia

9- ¿La empresa ofrece su apoyo de manera regular a organizaciones sin fines de lucro?

13 respuestas

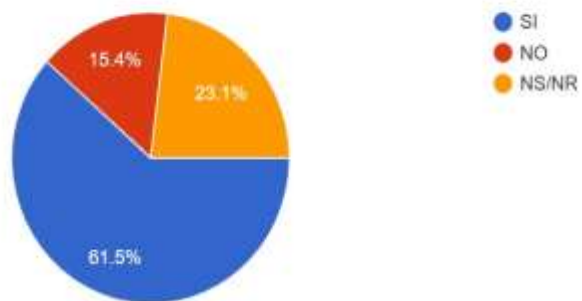


Figura 10, pregunta 9

Fuente: Elaboración propia

10- ¿Se propicia un ambiente laboral que permite la capacitación del personal?

13 respuestas

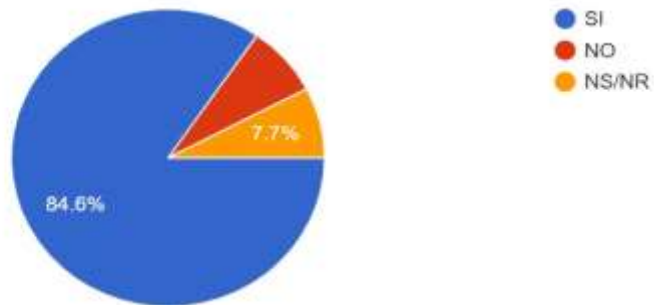


Figura 11, Pregunta 10

Fuente: Elaboración propia

11- ¿La empresa realiza charlas de difusión con temas alusivos al medio ambiente?

13 respuestas

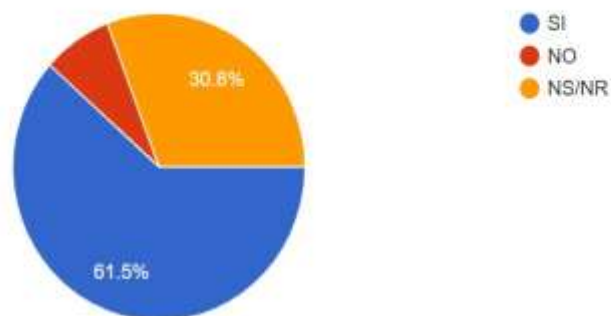


Figura 12, pregunta 11

Fuente: Elaboración propia

12- ¿Considera usted que Alpina SA realiza programas de adecuación ambiental?

13 respuestas

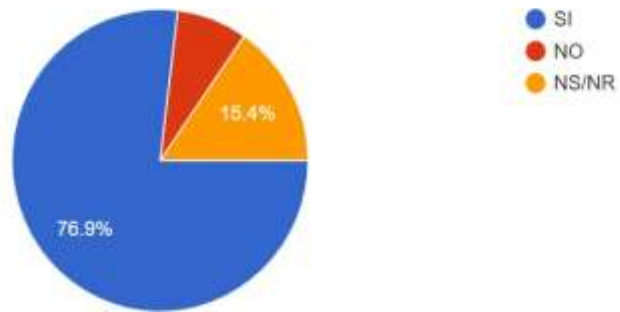


Figura 13, Pregunta 12

Fuente: Elaboración propia

13- ¿Son frecuentes en la empresa las campañas con causas sociales?

13 respuestas

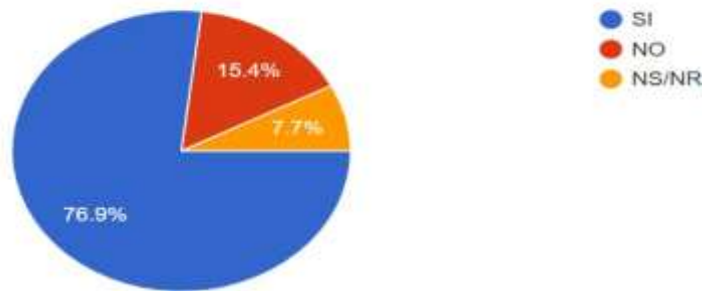


Figura 14, Pregunta 13

Fuente: Elaboración propia

14- ¿Considera que Alpina SA atiende los reclamos efectuados por los clientes?

13 respuestas

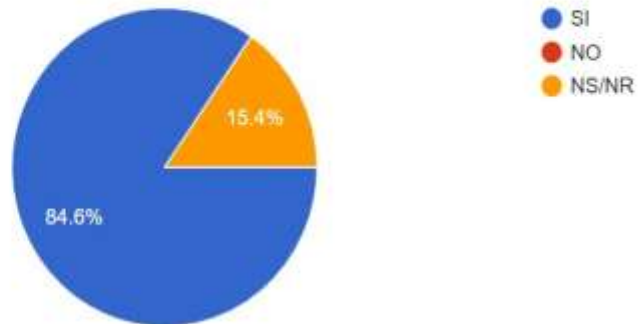


Figura 15, Pregunta 14

Fuente: Elaboración propia

15- ¿Considera usted que Alpina SA tiene como principal premisa la satisfacción del cliente?

13 respuestas

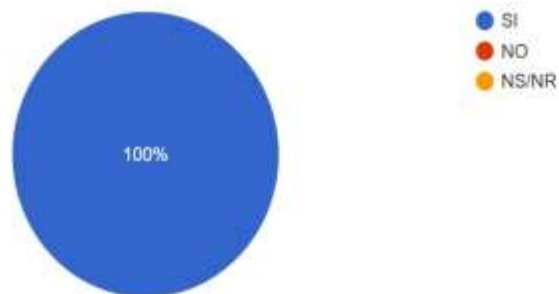


Figura 16, pregunta 15

Fuente: Elaboración propia

3.3. Análisis.

Analizando la anterior encuesta el cual se les hicieron a 13 personas que laboran en la empresa Alpina S.A, cuya encuesta es de 15 preguntas, podemos concluir de manera positiva en que se emplean modos de responsabilidad social. Por lo tanto, se evidencia en que han cumplido y puesto en práctica la norma 26000.

La empresa Alpina S.A se nota que sabe que la sostenibilidad de los negocios significa, satisfacer a cada uno de los clientes, haciéndolo sin poner en riesgo el cuidado al medio ambiente y también todo el proceso operativo teniendo en cuenta la importancia de la responsabilidad social.

La respuesta a cada pregunta numerada viene acompañada de una gráfica de resultados donde podemos llegar a las siguientes conclusiones.

Que el 100 por ciento de los trabajadores encuestados saben que la empresa Alpina S.A maneja programas sociales y programas para la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, como también saben que se ejecuta actividades comunitarias y su principal premisa es la satisfacción del cliente.

Ahora en las otras preguntas va disminuyendo el porcentaje como, por ejemplo, el 92, 3% piensa que la empresa se preocupa por brindar seguridad social a sus trabajadores por igual y el otro 7,7% responde no sabe.

También podemos ver que de los encuestados 12 personas contestan que la empresa ha proporcionado capacitaciones para sus labores y se proporcionó un ambiente laboral que permite esta capacitación y también atienden los reclamos de sus clientes.

Y 11 personas piensan que las mujeres poseen igualdad de oportunidades en la empresa comparado a los hombres, y también 11 personas piensan que se realizan programas de adecuación ambiental.

Una de las preguntas con resultados negativos es que, si se involucran a las actividades comunitarias, las cuales 9 personas dijeron que no y 6 dijeron que sí.

Y 9 personas creen que la empresa ofrece su apoyo de manera regular a organizaciones sin ánimo de lucro como también realizan charlas de difusión acerca del medio ambiente.

Es decir que en general siempre hubo un porcentaje de mínimo 10 trabajadores que dieron respuestas positivas y que confirmaron que la empresa ejecuta actividades de responsabilidad social brindando solución a diferentes problemas de la comunidad satisfaciendo al cliente con servicio de calidad dado políticas que sea auto sostenible.

Gobernanza de la organización

- Con la pregunta 1 ¿La empresa Alpina S.A? ¿A maneja programas sociales? Se buscaba determinar si la empresa reconoce y tiene en cuenta en su toma de decisiones la RSE. De acuerdo a las respuestas registradas, es posible entonces afirmar que el 100% de las personas encuestadas afirman que la empresa Alpina S.A maneja programas sociales lo cual puede estar basado en el conocimiento que se tiene de que esta empresa, cuenta con políticas de responsabilidad social bien establecidas en las cuales se incluye en hecho de llevar a cabo una producción sostenible entre otros propósitos.

- También este resultado nos muestra que la empresa tiene un compromiso con algunos de los grupos de interés adoptando iniciativas que permiten el crecimiento sostenible.

Participación activa y desarrollo con la comunidad

- Para determinar qué tan consiente es la empresa Alpina S.A de retribuir y generar bienestar en la comunidad se planteó el interrogante 2 ¿Considera usted que Alpina S.A maneja programas para la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores?
- Como resultado fue posible obtener que el 100% de las personas encuestadas consideran que Alpina S. A. es una empresa que tiene programas para la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, esto puede ser sustentado en el hecho de que esta compañía se encuentra entre las cinco compañías favoritas para trabajar en Colombia puesto que cuenta con políticas de retención, flexibilidad y motivación.
- Para establecer si se lleva de manera concreta una acción social por parte de la empresa Alpina S. A se enfocó la pregunta así 7 ¿Considera usted que Alpina S.A ejecuta actividades comunitarias?
- El 100% de las personas encuestadas aseguran que la empresa Alpina S.A lleva a cabo la ejecución de actividades comunitarias de esta manera es posible afirmar que esta empresa cuenta con un nivel de responsabilidad social bastante amplio lo cual la aporta al hecho de posicionarla entre las mejores empresas del país.
- Para evaluar la participación en las actividades comunitarias se formuló el interrogante 8 ¿Se involucra usted a las actividades comunitarias efectuadas por la empresa?
- En cuanto a esta pregunta es posible decir que si bien es cierto que la empresa efectúa diferentes actividades comunitarias resulta lamentable el hecho de que la participación

en las mismas de parte de las demás personas es muy baja (38,5%), en cuanto a esto se puede decir que es necesario el fortalecimiento e inclusión de más personas en las labores comunitarias efectuadas por la empresa esto a fin de tener mayor alcance.

- Para determinar el compromiso con el desarrollo local se planteó la pregunta 9 - ¿La empresa ofrece su apoyo de manera regular a organizaciones sin fines de lucro?
- Como respuesta se obtuvo que un 61,5% asegura que la empresa Alpina S.A ofrece ayudas a organizaciones sin ánimo de lucro, mientras que un 15,4% esta es desacuerdo y un 23,1% no sabe o desconoce si la empresa lleva a cabo esta acción.
- De acuerdo con lo anterior se da como recomendación afianzar y exponer una política de apoyo y desarrollo, la cual sea de conocimiento de todos los involucrados.

Prácticas laborales

- Para establecer que Alpina S. A busca mitigar riesgos laborales y optimizar procesos de producción se formuló el interrogante 3 ¿Alpina S.A le ha proporcionado capacitación para el desarrollo de sus labores?
- De acuerdo a las respuestas obtenidas para esta pregunta es posible afirmar que la mayoría de las personas encuestadas (84,6%) afirman que la empresa Alpina S.A ha proporcionado la capacitación necesaria para el buen desempeño de sus labores dentro de la compañía, esto nos permite asegurar que esta empresa cuenta con programa de capacitación bien establecido con la intención de garantizar la buena ejecución de cada una de las labores desempeñadas al interior de la compañía.

- También se buscó establecer que oportunidades o facilidades se les ofrecen a los empleados para el acceso a los programas de capacitación. Se planteó el interrogante 10 ¿Se propicia un ambiente laboral que permite la capacitación del personal?
- Como resultado se obtuvo que un 84,6 está de acuerdo con que facilita la capacitación al personal, es así como se ratifica que es una empresa consciente de mejorar las relaciones con los trabajadores y el compromiso de desarrollo personal.
- Por otra parte, se buscaba con el instrumento obtener la información si Alpina SA posee una política de salud y seguridad laboral y cumplimiento de las leyes vigentes, formulando el interrogante 6 ¿Considera que Alpina S. A como empresa, se preocupa por brindar seguridad social a sus trabajadores por igual?
- Como respuesta a esta pregunta fue posible obtener que el 92,3% de las personas encuestadas aseguran que la empresa Alpina S.A brinda seguridad social a sus trabajadores lo cual reafirma una vez más por qué esta compañía se encuentra entre las cinco preferidas a nivel nacional por los trabajadores, por otra parte, el 7,7% de las personas encuestadas dicen no tener conocimiento en cuanto a este aspecto.

Derechos humanos

- Dentro de las prácticas de RSE está el cumplimiento de los derechos humanos, la empresa debe promover la igualdad y la equidad, en el instrumento se plantearon varios interrogantes con el objetivo de establecer si la empresa promueve la no discriminación se planteó el interrogante 4 de la encuesta ¿Tienen las personas con discapacidad oportunidad de trabajo dentro de la empresa Alpina S.A?

- Como respuesta a esta pregunta es posible observar una gran variedad de perspectivas puesto que tenemos que el 53,8% de las personas encuestadas aseguran que la compañía proporciona oportunidades para personas discapacitadas, por su parte el 15,4% afirman lo contrario y un 30,8% no saben por lo cual no responden al respecto.
- De acuerdo a lo descrito anteriormente es posible dar a conocer el hecho de que la compañía Alpina S.A hace parte de la fundación IDEAL la cual tiene como finalidad ser una herramienta de inclusión laboral para aquellas personas que tienen diferentes discapacidades y de esta manera la empresa lleva a cabo un proceso de reclutamiento 2 veces al año dirigido de forma especial para personas con algún tipo de discapacidad.
- Otro interrogante fue 5 ¿Las mujeres poseen igualdad de oportunidades de trabajo dentro de la empresa con respecto a los hombres?
- Como resultado de la encuesta es posible afirmar que la mayoría de las personas que participaron (76,9%) aseguran que la empresa Alpina S.A cuenta con oportunidades laborales sin importar el género de la persona, de esta manera es posible afirmar que esta empresa se caracteriza por ser inclusiva.

Medio ambiente

- Las preguntas para el indicador sobre la materia ambiente, se plantearon con el objetivo de indagar si la empresa promueve una política de cuidado ambiental. La pregunta 11 ¿La empresa realiza charlas de difusión con temas alusivos al medio ambiente?

- Se obtuvo como resultado que un 61.5 % de los encuestados afirman que la empresa si realiza estas charlas, en contraste tenemos que un 30,8% desconocen si la empresa aplica estas actividades. Según esto se recomienda a la empresa Alpina S.A maximizar la política de educación y concientización ambiental para alcanzar el casi 40% que está en déficit de la práctica.
- El interrogante 12 ¿Considera usted que Alpina S.A realiza programas de adecuación ambiental?
- Se obtuvo como resultado que un 76,9 % de las personas encuestas afirman si tener programas de adecuación ambiental, mientras que un 15,4 no saben o desconocen esta práctica. Dado lo anterior se puede afirmar que la empresa está adoptando medidas para mitigar los impactos negativos y reducir el cambio climático.

Asuntos de los consumidores

- En el interrogante 14 ¿Considera que Alpina S.A atiende los reclamos efectuados por los clientes?
- Para este ítem se obtuvo como respuesta que un 84,6% asegura que se tienen en cuenta los reclamos efectuados por los clientes. Lo cual afirma que es una empresa con canales abiertos que permiten una relación empresa-consumidor, buscando siempre la satisfacción del cliente, lo cual lo ratifica las respuestas obtenidas en el ítem 15
 ¿Considera usted que Alpina S.A tiene como principal premisa la satisfacción del cliente? A la pregunta el 100% de los encuestados asegura que Alpina S.A tiene como premisa la satisfacción del cliente.

4. Matriz de los marcos lógicos (árbol de problemas y árbol de soluciones) explicaciones

4.1. Árbol de problemas

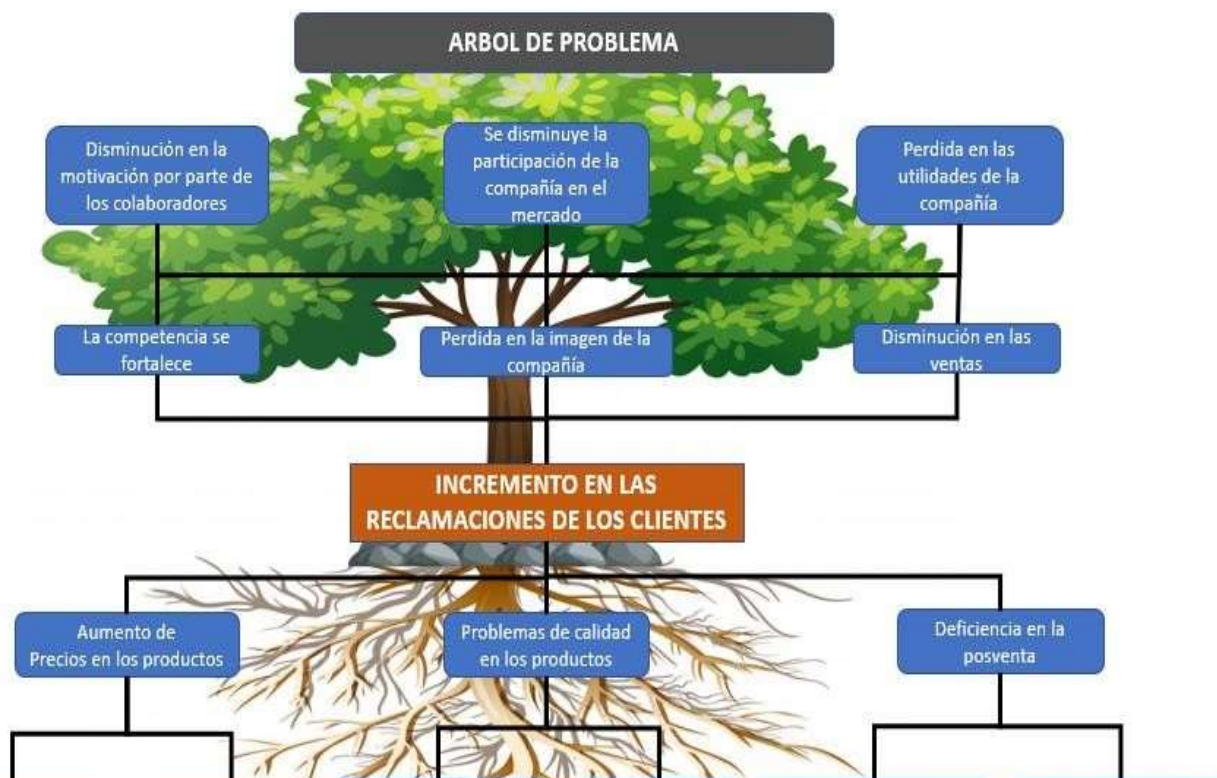


Figura 17, Árbol de problemas

4.2. Árbol de solución

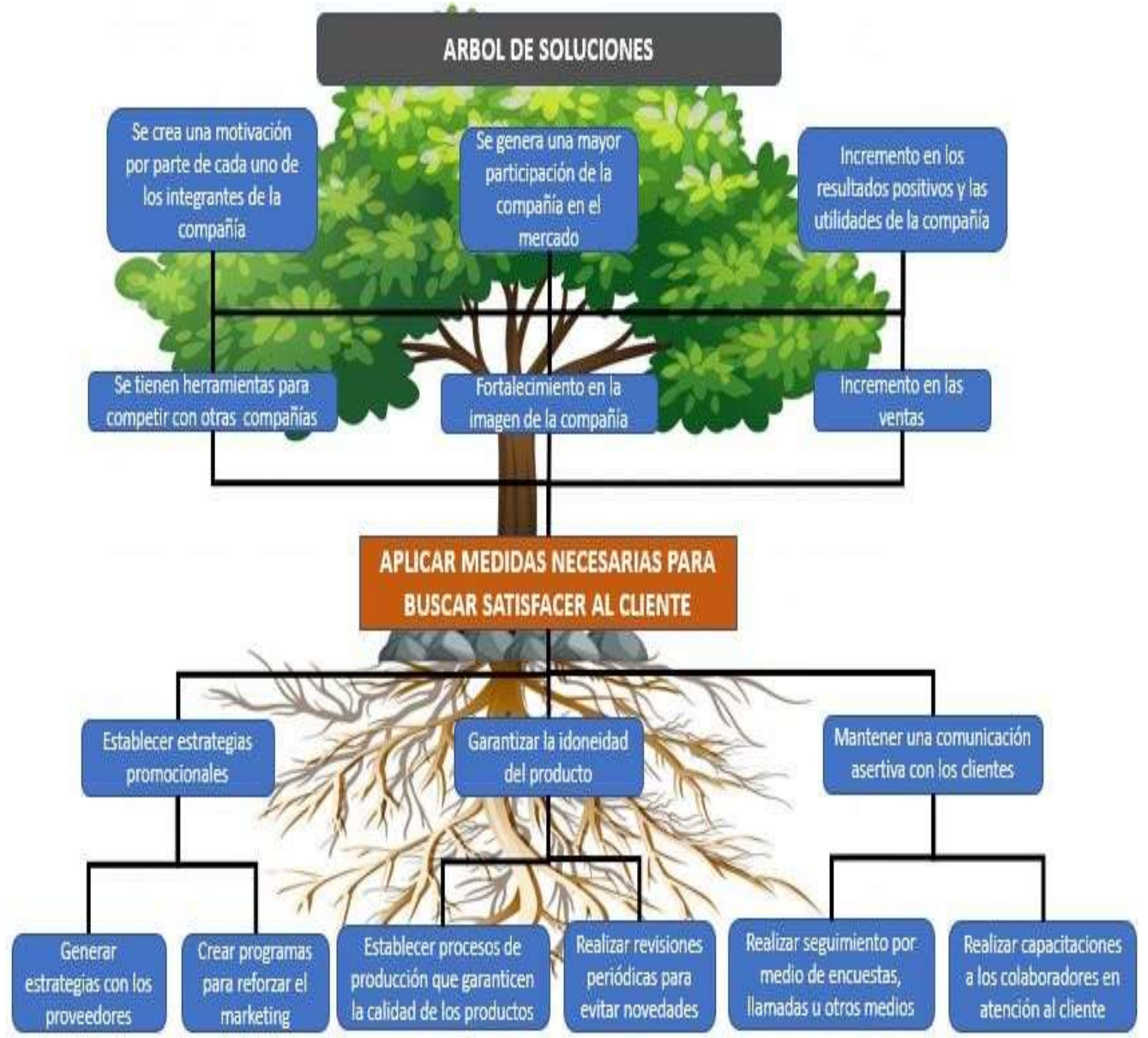


Figura 18, Árbol de solución

Fuente: Elaboración propia

4.3. Explicación.

- Con el desarrollo del árbol de problemas buscamos identificar algunos de los inconvenientes o cosas por mejorar en las que se ente fallando a la hora de llegarle a los clientes buscando siempre que esté satisfecho. Al lograr identificar que oportunidades de mejora se tienen así mismo también se logra identificar que estas pueden llegar a afectar varias áreas de la compañía, así como el resultado en las ventas.
- El árbol de objetivo o de soluciones se busca poder llegar a mejorar todas las oportunidades de mejora buscando siempre poder llegar a fortalecer la imagen de la compañía, así como el resultado en las ventas y la credibilidad de esta misma en el mercado.

5. Definiciones de Mapas Estratégicos, Imágenes de mapas Estratégicos y Explicaciones a partir de las dimensiones Económicas, Sociales y Ambientales.

5.1. Definiciones del mapa estratégico

- Teniendo en cuenta las definiciones de varios autores, se podría decir que un mapa estratégico se define como la mejor forma de establecer de manera clara cuatro perspectivas de alto valor. Hace referencia a la perspectiva financiera con la cual actualmente se le conecta también con aspectos tales como la perspectiva del cliente, la perspectiva interna y la perspectiva de aprendizaje y conocimiento. Es por esto que los autores más reconocidos por este pensamiento son Kaplan y Norton (Robert Kaplan y David P. Norton, Strategic Maps, Boston, 2004), ya que fueron ellos quienes le dan una importancia crucial a los mapas estratégicos en el campo de los negocios, ya que para ellos es una herramienta que a su parecer, ayuda a quienes son directivos a

llevar sus objetivos y metas a los miembros de la organización, presentado de manera clara, con elementos de fácil comprensión que fomenten su traducción casi inmediata, presentados también de forma inteligible, sin tener cabida a la duda cuando son presentados con información de manera cualitativa y cuantitativa.

5.2. Imagen de mapa estratégico

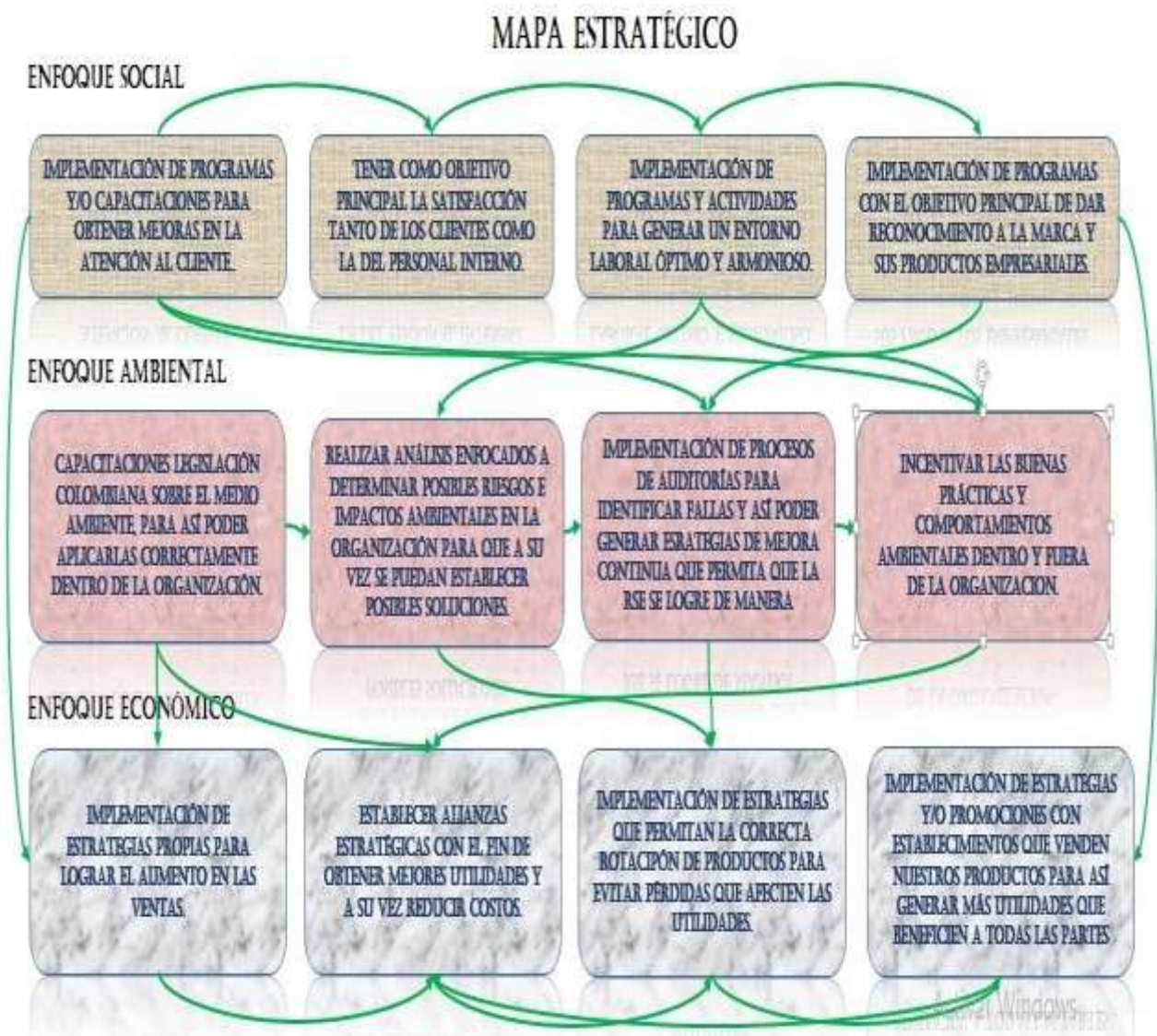


Figura 19, Mapa estratégico

Fuente: Elaboración propia

5.3. Explicación

El mapa estratégico diseñado para la compañía Alpina S.A está orientado a la sostenibilidad, buscando así la incorporación de la RSE en las tres dimensiones; económica, social y ambiental. Buscando no solamente la rentabilidad económica, sino también adoptar un compromiso ético.

Teniendo en cuenta que el mapa estratégico busca presentar de manera clara los objetivos y metas que como organización se tienen, a continuación, se presenta la explicación del mapa estratégico presentado anteriormente, dicha explicación se realiza desde cada una de las dimensiones en las que ha sido elaborado.

Dimensión Económica

- En la dimensión económica se presenta una serie de objetivos que buscan de forma conjunta fortalecer las finanzas de la compañía Alpina S.A, de esta manera se presentan como alternativas el hecho de implementar una serie de estrategias que tienen como principal finalidad aumentar las ventas, garantizar una correcta rotación del producto, lanzamiento de promociones y establecimiento de nuevas alianzas que den lugar a costos más bajos en materias primas y demás cosas necesarias para el proceso de elaboración de cada producto y de esta manera obtener utilidades mayores.

Dimensión Ambiental

- Teniendo en cuenta que las diferentes materias primas y que los procesos llevados a cabo para la obtención de los productos elaborados por la compañía Alpina S.A requieren de diferentes recursos y dan lugar a desechos que podrían tener un impacto

negativo en términos medio ambientales es de gran importancia que el mapa estratégico considere esta dimensión, puesto que una compañía que se ocupa más allá de sus propios procesos también de las consecuencias adversas que estos pueden generar es una compañía íntegra de esta manera es posible observar en el mapa establecido que a fin de cumplir con este ideal se establece la implementación de capacitaciones, auditorías entre otras cosas que buscan dar lugar a procesos limpios que dejen el mínimo de efectos adversos en el medio ambiente.

Dimensión social

- Los objetivos estratégicos orientados en el enfoque social buscan generar que las actividades de la empresa tengan en cuenta los grupos de interés. Entre estos los clientes en los cuales se busca siempre lograr la satisfacción con productos de calidad, precios justos y manejo de relación empresa cliente, dado lo anterior también se necesita establecer relaciones con los clientes internos (empleados) ya de ellos depende que exista eficacia que conlleva a la productividad. se debe desarrollar estrategias que garanticen la motivación de los empleados, desarrollar programas y capacitaciones para un mejor desempeño laboral.

6. Plan Estratégico de Responsabilidad Social (situación actual, plan de mejora)

6.1 Explicación

En la empresa Alpina S.A se plantea un modelo basado en los aspectos económicos, social y ambiental sobre la responsabilidad social empresarial, donde se implementa programas que sean fáciles de ajustar cuando haya cambios en la empresa en cualquier parte de esta en momentos que no sean programados o no sea predecible identificar los cambios, estos serán sostenibles a largo

plazo y se adaptan a las actividades que en el momento ejecutar la empresa y nuevas actividades futuras.

Fijándonos en que las operaciones de la empresa Alpina S.A, sean sostenibles logrando al crecimiento económico y ser competitivos en el mercado que es el de sector de alimentos.

En este enfoque estratégico se espera que se recompensa en el mercado esta iniciativa de responsabilidad social brindando al mismo tiempo valor corporativo.

Alpina siempre ha estado interesada en dar soluciones a los clientes, con los servicios y productos ofertados, pero debido al alto grado de dinamismo que se vive en los últimos años en el mercado es fundamental implementar un plan estratégico con objetivos específicos que cumplan con la adaptabilidad que se puede vivir en el futuro y se logre implementar los valores corporativos en cada proceso, en los clientes y en la justa competencia con las demás empresas.

Se debe de lograr para los clientes, una empresa reconocida por el interés común y no individual, que aporta valor a los productos como son calidad, precio y perspectivas económicas y ambientales, en los procesos operativos como es fabricación, embalaje, empaque, logística, compra con proveedores, distribución, procesos contables y servicio al cliente, con el fin de lograr el éxito empresarial deseado y cumplir con la misión y visión de la empresa que se tiene desde que se creó.

6.2 Justificación del plan

En la actualidad la responsabilidad social empresarial en las empresas son fundamentales, y se exige en ellas que actúa con valor agregado en su actuación en el mercado en que participa, y hay más demanda por parte de la sociedad por el cumplimiento de los derechos del cliente,

transparencia y respeto por el medio ambiente, esto debido a que se tiene mayor información y conectividad debido a la globalización, y la actuación diaria empresarial siempre está en juicio más que en el pasado y los clientes pueden debatir y juzgar la mala participación o actuación en las redes sociales como también resaltan la buena actuación junto con los valores corporativos y cuidado al medio ambiente.

Lo anterior hace que haya una influencia en el éxito de la empresa, en el crecimiento de ventas, en obtención de nuevos clientes como su fidelización, y poder cumplir con las metas establecidas por mes o por periodos.

La empresa Alpina S.A, a través de su plan estratégico de responsabilidad social, pretende eliminar problemas actuales que se tiene y evitar generación de problemas a futuro que son aumento de quejas por parte de los clientes, aumento de la mala imagen empresarial, pérdida de liderazgo en el mercado, y mejorar el ambiente laboral para aumentar la productividad de los trabajadores debido a su motivación e implementación de cada una de sus competencias. Con ayuda de soluciones planteadas en el marco lógico todas guiadas a través de la responsabilidad social.

Al mismo tiempo se plantea dar soluciones a problemáticas sociales, como evitar enfermedades futuras por malos hábitos alimenticios ofreciendo productos sanos libres de conservantes y que sean nutritivos contribuyendo a la salud de quien lo consuma, utilizar materiales de empaque y embalaje que sean orgánicos y no se demore mucho tiempo en su descomposición logrando disminución de la contaminación, utilizar procesos de fabricación que sean amigables con el medio ambiente. Para esto es fundamental apoyarnos y utilizar el

desarrollo tecnológico como son herramientas tecnológicas, programas, y hacer mejora de infraestructura si en necesario.

6.3 Propuesta del plan de mejora

Desarrollo de la propuesta:

- Fortalecimiento de la imagen de la compañía:

Se realizara proceso e implementación de marketing relacional en el cual se recolectaran datos de los clientes, con el fin de saber su opinión y satisfacción en cuanto a los servicios y productos de la empresa con el fin de saber cuáles son los aspectos a mejorar y así satisfacer sus necesidades.

- Ofrecer alimentos que contribuyan a la alimentación sana de los clientes:
 - Se creará productos fitness, que van dirigidos a las personas que quieren cuidar su alimentación, obteniendo productos bajos en grasa y mínimos en conservantes, y a personas que practican deportes, transmitiendo en que la empresa Alpina S.A está interesado su cuidado físico
- Ser conocidos en el mercado por implementar de manera integral la responsabilidad social empresarial:

Se aplicará campañas de mercadeo social con el fin en que los clientes reconozcan a la empresa por ejecutar programas que den solución a problemáticas sociales y que siempre sea prioridad para Alpina S.A el beneficio de ellos.

- Implementación de estrategias propias para lograr el aumento de ventas:

Se reducirán costos innecesarios, aumento de rotación de inventarios para aumentar los ingresos de la empresa, se hará campañas publicitarias como carteles, vallas donde se resalte la

responsabilidad social empresarial en los productos el interés del medio ambiente, también se hará mercadeo digital, enviando publicidad a las redes sociales y mensajes a correos electrónicos sobre los productos.

- Capacitación al personal para mejorar la atención del cliente implementando herramientas tecnológicas:

Se capacitará al personal para mejorar la atención al cliente, identificando cuáles eran las problemáticas que no satisfacen a los clientes, el cual deben de poner en práctica los valores empresariales, también se debe de incentivar a los trabajadores para que haya buen ambiente laboral y lograr mejor productividad.

Implementación:

En el plan de responsabilidad social empresarial se realiza a través de los aspectos a trabajar que son en lo económico, social y ambiental a través de las siguientes actividades.

Sección A, planes y objetivos económicos:

- Plan de promociones orientado al aumento de ventas:

Se harán Lanzamiento de promociones, las cuales generen el aumento de ventas haciendo seguimientos mensuales del comportamiento del mercado.

- Estas promociones van hacer reducción de precios al 10% sin reducir el margen de ganancias.
- Hacer promociones de 2x1, pague 1 producto y lleve 2. En este caso son yogures con cereales.

- Hacer promociones en que si llevan cantidad sale más barato, es decir, ofrecer paquetes de 12 yodures los cuales salen más económicos si los llevara por unidad.

Todas estas promociones van acompañadas en que son productos bajos en calorías que contribuyen a la buena alimentación como también un porcentaje de las ganancias va a ser donado a una fundación que ayuda a niños con obesidad.

- Reducción de costos en las materias primas, estableciendo nuevas alianzas con los proveedores:

Se harán alianzas con los proveedores aumentando la buena relación con ellos y así llegar acuerdos para reducir los costos, como obtención de materias que sean más baratas y están contribuya con la reducción de la contaminación del medio ambiente, materias que para conseguir las en sus procesos no sean tan contaminantes.

- Evitar la sobreproducción, realizando una correcta rotación de inventarios:

Para aumentar la rotación de inventarios se debe de incrementar las ventas y para esto se harán planes de marketing relacional como es obtención de nuevos clientes, mantener la fidelización de los clientes actuales haciendo campañas publicitarias donde se resalte los objetivos que tiene la empresa en solucionar problemáticas sociales como parte de la responsabilidad social empresarial

Se hará recolección de datos a través de encuestas a los clientes con el fin de identificar el nivel de satisfacción.

Sección B, planes y objetivos sociales:

- Mejorar la satisfacción del cliente:

Estableciendo procesos de producción que garanticen la calidad de los productos, con los mejores estándares de calidad, reduciendo los conservantes reduciendo las calorías. También se hará capacitaciones periódicas cada mes con el fin de mejoren la atención del cliente poniendo en práctica los valores corporativos.

- Mejorar el clima organizacional:

Se incentivará a los empleados con premios o días de descanso adicionales, cumpliendo ciertas metas por cada mes y así realizar diagnóstico y evaluación del clima, para medir factores como motivación y satisfacción laboral, logrando aumento de la productividad.

- Informar sobre la política de responsabilidad social efectuada por la empresa:

Se realizará reuniones y charlas en las que se comuniquen los objetivos de RSE a los trabajadores como también a los clientes en diferentes publicidades como digital o mercadeo tradicional a través de vallas publicitarias o volantes.

Sección C, planes y objetivos Ecológicos:

- Promover el uso eficiente de los recursos:

Se hace capacitación sobre el adecuado uso y consumo de energía y agua durante las jornadas laborales y en los procesos operativos, con el fin de reducir los costos y contribuir al cuidado del medio ambiente.

- Uso de tecnologías que permitan desarrollar nuevos empaques amigables con el ambiente:

Se utilizará empaques y embalajes amigables con el medio ambiente y que sean en lo posible biodegradables y no contaminen.

6.4 Plan estratégico

Tabla 3
Plan estratégico

Dimensión	Stakeholders Recursos	Objetivo	Estrategia	Plazo	(físicos, humano s, técnicos) Área de mercadeo	Indicador	Seguimiento
Económica	Directivos Clientes Proveedores	Maximizar la rentabilidad de la empresa	Lanzamiento de promociones, las cuales generen el aumento de ventas.	6 meses	Área de mercadeo	Ventas proyectadas/ventas concretas	Mensual
			Reducción de costos en las materias primas, estableciendo nuevas alianzas con los proveedores.	6 meses	Área administrativa y de producción.	Costos/beneficios por cada producto.	Mensual
			Evitar la sobreproducción, realizando una correcta rotación de inventarios.	2 meses	Área de producción	Productos entregados/productos devueltos	mensual
Social	Directivos Clientes Trabajadores	Mejorar la satisfacción del cliente	Establecer procesos de producción que garanticen la calidad de los productos.	6 meses	Área de producción	Número de reclamaciones o quejas por productos defectuosos.	trimestral
			Realizar capacitaciones al personal del área comercial	3 meses	Instructores, salón para realizar la capacitación,	Cantidad de capacitaciones programadas/cantidad de capacitaciones realizadas.	trimestral

Ambiental	Directivos Trabajadores	Mantener un buen clima organizacional	Realizar diagnóstico y evaluación del clima, para medir factores como motivación y satisfacción laboral.	3 meses	equipos tecnológicos. Personal asignado para realizar el estudio y evaluación, equipos tecnológicos.	Cuestionarios realizados/porcentaje de empleados con una alta satisfacción laboral	trimestral
		Informar sobre la política de responsabilidad social efectuada por la empresa	Realizar reuniones y charlas en las que se comuniquen los objetivos de RSE.	3 meses	Personal asignado para liderar y socializar la política de RSE. Sala de reuniones. Equipos tecnológicos.	Cantidad de charlas programadas/charlas realizadas	bimestral
		Promover el uso eficiente de los recursos	Capacitación sobre el adecuado uso y consumo de energía y agua.	3 meses	Personal asignado para socializar y concientizar a los colaboradores. Sala de reuniones. equipos tecnológicos.	Registros que demuestren la reducción de agua y energía.	mensual
		Reducir los impactos negativos	Búsqueda de tecnologías que permitan desarrollar nuevos empaques amigables con el ambiente.	1 año	Personal designado a este objetivo, equipos tecnológicos.	innovación de empaques	mensual

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

- Mediante el desarrollo del presente trabajo fue posible llevar a cabo la elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Alpina S.A. el cual se realizó con un enfoque dirigido al proceso económico, ambiental y social.
- Mediante la implementación del plan estratégico de la Responsabilidad Social Empresarial aplicado a la empresa Alpina S.A fue posible establecer un diagnóstico de la misma en cuanto al nivel de responsabilidad social de esta, concluyendo que es una empresa que se encuentra bien establecida y cuenta con diferentes estrategias que cubren todos los frentes estudiados a lo largo del presente trabajo (económico, social y ambiental), además cuenta con políticas empresariales que los incluyen.
- La responsabilidad social empresarial es fundamental para toda la empresa en la actualidad, porque a través de los procesos productivos y de servicios de las organizaciones, se vive en el mercado una exigencia por parte de los clientes y una sociedad que es dinámica, que evoluciona de manera rápida en un mundo globalizado y en un mercado competitivo.
- Lo anterior va de la mano con la gestión estratégica y la ética corporativa, cuyos valores empresariales deben ponerse en práctica con el fin de que se actúe según la misión y visión de la empresa Alpina S.A, utilizando de manera correcta la tecnología, incentivando a los clientes, dando a conocer la responsabilidad social que ofrece a través de los servicios y productos, con el fin de dar soluciones a las problemáticas económicas, sociales y ambientales que en Colombiana se vive en las regiones del identificando las diferentes problemáticas o fallas que puede tener la empresa y modificarlas, mejorando la calidad de los productos logrando un éxito empresarial.

- También logramos evidenciar que cada uno de los procesos que se desarrollan dentro de la compañía se logra mantener el cuidado por el medio ambiente, el respeto por los colaboradores y por la misma comunidad y la Responsabilidad Social Empresarial ha sido la base para el logro de cada uno de los objetivos

Referencias

- Arroyo, J. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional De Administración*, 9(1), 87-103.
Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rori/v20n2/v20n2a11.pdf>
- Calvo, Patrici. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos (México)*, (47), 199-232. Recuperado de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-66492014000200008
- La investigación cualitativa. Recuperado el 01 julio del 2020 de:
http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/velez_vera_investigacion_cualitativa.pdf
- Razonamiento inductivo. Recuperado el 01 de julio del 2020 de: https://es.wikipedia.org/wiki/Razonamiento_inductivo
- Ruiz-Lozano, M & Araque-Padilla, R (2015). Códigos éticos y gestión de valores empresariales. Un estudio sectorial comparado en España. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXI (3) ,295-310. [fecha de Consulta 2 de Marzo de 2020].
ISSN: 1315-9518. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28042299002.pdf>
- Significado de metodología. Recuperado el 01 de julio del 2020 de:
<https://www.significados.com/metodologia/#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n,para%20la%20producci%C3%B3n%20de%20conocimiento.>
- Tipos y nivel de investigación. Recuperado el 01de julio del 2020 de:
<http://devnside.blogspot.com/2017/10/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>

7. Anexo

Enlace:

<https://editor.reedsy.com/#/books/164392/chapters/5efe927262dace96a58a235a>

Correo:

eticalpinasa@gmail.com

Clave:

Codigoetica2020*