

Inquirir la responsabilidad social empresarial y su impacto en la gestión del plan estratégico de la
Empresa Palmeras de Puerto Wilches

Melkin Caamaño Hernández

Yurley Katherine Díaz Castañeda

Doris Gamboa Pardo

Kenia Rosa Martínez Tordecilla

Edith Esmeralda Peña Chacón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo 2021

Inquirir la responsabilidad social empresarial y su impacto en la gestión del plan estratégico de la
Empresa Palmeras de Puerto Wilches

Melkin Caamaño Hernández

Yurley Katherine Díaz Castañeda

Doris Gamboa Pardo

Kenia Rosa Martínez Tordecilla

Edith Esmeralda Peña Chacón

Henry Hurtado Bolaños

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Mayo 2021

Tabla de Contenido

Resumen	7
Palabras claves	7
Abstract	8
<i>Keywords</i>	8
Capítulo 1. Antecedentes.....	9
Introducción	9
Problema identificado	10
Objetivos.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos Específicos.....	10
Capítulo 2. Marco Referencial	11
Marco conceptual.....	11
Marco teórico.....	13
Marco institucional	19
Marco legal	19
Capítulo 3. Resultados.....	24
Diagnostico	24
Matriz de marco lógico	30
Mapa estratégico	33
Capítulo 4. Mejoramiento	35
Plan de acción y seguimiento.....	35
Conclusiones	39
Referencias	41
Anexos.....	45
Anexo A. Código de ética de la empresa Palmeras de Puerto Wilches.....	45
Anexo B. Formato de recolección de información	46

Lista de Tablas

Tabla 1. Principales grupos de interés de la Empresa Palmeras de Puerto Wilches....	26
Tabla 2. Plan de Acción y Seguimiento para la dimensión Económica.....	31
Tabla 3. Plan de Acción y Seguimiento para la dimensión Social.....	32
Tabla 4. Plan de Acción y seguimiento para la dimensión Ambiental.....	33

Lista de Figuras

Figura 1. Metas anuales relacionadas con la planeación estratégica de la empresa.....	24
Figura 2. Criterios para tener en cuenta en el bienestar del personal de la empresa.	25
Figura 3. Cumplimiento de la empresa según la normatividad vigente.....	26
Figura 4. Derechos de los colaboradores externos de la empresa.....	26
Figura 5. Estrategias de mitigación en contaminación ambiental que propone la empresa.	27
Figura 6. Promoción de la Responsabilidad Social en la Cadena de valor.....	28
Figura 7. Transparencia en las promociones ofrecidas y el valor real que adquiere el cliente.	29
Figura 8. Manifestación de la inclusión social en la empresa.	29
Figura 9. Árbol de Problemas para la Empresa Palmeras de Puerto Wilches.....	32
Figura 10. Árbol de Objetivos para la Empresa Palmeras de Puerto Wilches	33
Figura 11. Mapa Estratégico para la Empresa Palmeras de Puerto Wilches	34

RESUMEN ANALITICO ESPECIALIZADO

Título	Impacto de La Responsabilidad Social en la Estrategia Empresarial de Palmeras de Puerto Wilches
Autores	Melkin Caamaño Hernández, Yurley Katherine Díaz Castañeda, Doris Gamboa Pardo, Kenia Rosa Martínez Tordecilla y Edith Esmeralda Peña Chacón
Tipo de documento	Trabajo final de Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial.
Asesor	Henry Hurtado Bolaños
Año	2021, 9 de mayo
Palabras clave	Comunidad, clientes, dultivos, Desarrollo sostenible, intereses, medio ambiente, Responsabilidad Social Empresarial, trabajadores, valores.
Resumen	El objetivo de este trabajo fue investigar sobre el manejo de la Responsabilidad Social Empresarial que tiene la empresa Palmeras de Puerto Wilches, teniendo en cuenta los modelos de responsabilidad social, sostenibilidad, valores éticos y las implicaciones que esto tiene sobre el medio ambiente
Problemas de Investigación	Desarrollo Sostenible y competitividad.
Metodología	Se utilizó el enfoque teórico, planteado para esta investigación, con la aplicación de instrumento de medición la encuesta, permitiendo recopilar datos, trabajando directamente con la parte central de la RSE en las empresas, que es la parte humana.
Principales Resultados	Con este trabajo pudimos determinar la responsabilidad social empresarial que la empresa Palmeras de Puerto Wilches tiene tanto con sus empleados como con la comunidad del municipio de Puerto Wilches. Por lo que fue necesario revisar y crear compromisos por parte de la empresa para crear soluciones y alternativas que ayuden a mejorar el medio ambiente y así poder obtener para todas las partes beneficios que lleven a una sana convivencia.

Conclusiones

Se pudo constatar al realizar este trabajo que es importante poder contar con un análisis profundo y serio de las estrategias que las empresas en Colombia llevan a cabo para cumplir con los compromisos adquiridos en cuanto a la responsabilidad social que estas tienen tanto con la comunidad como con sus empleados; Palmera de Puerto Wilches cuenta con estrategias de responsabilidad social que la ayudan a obtener el reconocimiento por parte de la comunidad y su personal de apoyo debido a su gestión social, cuidado ambiental y manejo interno.

Referencias

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

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. Revista Orbis, 13(39), 15–29. Recuperado de:

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Román, Castaño, Yaqueline y otros. Responsabilidad social y balance social en organizaciones colombianas. Universidad de Medellín, Medellín, Colombia, 2008, p. 41.

Sanabria, M. (2004). El pensamiento organizacional estratégico: una perspectiva diacrónica. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y sociales. No. 24, julio – diciembre de 2004. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v14n24/v14n24a05.pdf>

Resumen

Colombia es uno de los países con mayor producción de palma de aceite y a nivel mundial ocupa el quinto lugar con más de trecientas cincuenta mil hectáreas han sido cultivadas y millón doscientas toneladas producidas en nuestro país.

Los estudios de la Federación Nacional de Cultivadores de Palmas de Aceite de Puerto Wilches (Santander), la agroindustria se ha intensificado por más de cinco décadas, encaminada al proceso de cambio asociados a la agroindustria en el territorio y como fortalecimiento principal en materia prima en la producción de aceites, grasas animales y vegetales.

En este trabajo se pretende investigar la responsabilidad social empresarial, los cambios socioeconómicos procedentes del proceso y desarrollo de la palma de aceites basada en tres aspectos importantes: económico, social, ambiental.

En el ejercicio de trabajo con información primaria y secundaria a través de un análisis cualitativo se pudo identificar el compromiso de la RSE, realizando estrategias de solución en beneficio de la comunidad del sector agroindustrial.

Palabras claves

Comunidad, clientes, cultivos, desarrollo sostenible, intereses, medio ambiente, Responsabilidad Social Empresarial, trabajadores, valores.

Abstract

Colombia is one of the countries with the highest oil palm production and in the world ranks fifth with more than three hundred and fifty thousand hectares have been cultivated and one million two hundred tons produced in our country.

Studies by the National Federation of Oil Palm Growers of Puerto Wilches (Santander), agribusiness has intensified for more than five decades, aimed at the process of change associated with agribusiness in the territory and as the main strengthening in raw materials in the production of oils, animal and vegetable fats.

This work aims to investigate corporate social responsibility, the socioeconomic changes arising from the process and development of oil palm based on three important aspects: economic, social, environmental.

In the exercise of work with primary and secondary information through a qualitative analysis, it was possible to identify the commitment of corporate social responsibility, carrying out solution strategies for the benefit of the community of the agro-industrial sector.

Keywords

Community, customers, crops, sustainable development, interests, environment, Corporate Social Responsibility, employees, values.

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

La participación activa de las empresas en la generación de crecimiento y desarrollo económico de un país es muy importante ya que orientan sus actividades a generar impacto de manera positiva en el bienestar de la sociedad, el cual se refleja en el mejoramiento de los indicadores económicos y del desarrollo social.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para las empresas.

Se reflexionará acerca del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y sus implicaciones medioambientales, sociales y económicas. También se establecerá cual es la importancia de la aplicación este tipo de programas.

Para asegurar el seguimiento de la responsabilidad social, en el sector agroindustrial, mediante las partes interesadas deberán aumentar los mecanismos legítimos, accesibles, equitativos, predecibles y que puedan ser compatibles con los derechos, de tal manera que se basen en la ética, es decir claros, transparentes, teniendo en cuenta el buen dialogo y mediación. Para lograr una tarea con eficiencia en las pequeñas y medianas empresas es importante realizar estrategias de gestión para regular acciones y recursos en función de un grupo social organizado.

Problema identificado

Insostenibilidad ambiental en la estructura operacional de la empresa Palmeras de Puerto Wilches

Objetivos**Objetivo general**

Identificar soluciones para generar sostenibilidad ambiental en la estructura operacional de la empresa de Palmeras Puerto Wilches con el fin de reducir problemas que afectan el medio ambiente.

Objetivos Específicos

Realizar campañas de capacitación que permita a los empleados tomar conciencia de la importancia de disminuir los residuos contaminantes debido a la producción de la planta.

Ejecutar estudios geofísicos y químicos.

Elaborar acciones para disminuir los residuos contaminantes de acuerdo a la legislación y normativa ambiental vigente.

Capítulo 2. Marco Referencial

En este capítulo se presentan los marcos referenciales como son el marco conceptual en el cual se dan a conocer algunos conceptos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial y el manejo que se le da dentro de la Empresa de Extracción de Aceite de Palma Palmeras de Puerto Wilches. También se encuentra el Marco Teórico en donde se exponen algunos autores y teorías relacionadas con la temática a solucionar. El Marco Institucional que hace un pequeño reconocimiento de la empresa con la cual se trabajó para el desarrollo de este trabajo y finalmente el Marco Legal en el cual se presentan las leyes y normas que rigen la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia.

Marco conceptual

En el marco conceptual como su nombre lo indica se dan a conocer conceptos o definiciones de algunos términos que en el caso particular de este trabajo están directamente relacionados con la temática de Responsabilidad Social Empresarial. A continuación, algunos de los términos seleccionados:

Ética.

Son las reglas, hábitos y costumbres que nos dicen lo que una sociedad interpreta como bueno o malo. La ética es la manera como se comporta una persona ante una situación, momento o problema en un entorno social. La manera de ser o accionar de un individuo demuestra el liderazgo demostrando la ética como persona y profesional.

Ética Empresarial.

Cuando se realizan trabajos en una empresa debemos tener claro que es un equipo de trabajo con el que estamos desempeñando nuestra labor, es así como cada persona debe dar lo mejor de sí

y dar a conocer sus habilidades y destrezas dando a conocer el sentido de pertenencia por la empresa. Es la puesta en práctica de las virtudes, valores y conceptos que como humanos hemos forjado en el transcurso de nuestras vidas y ser transferidas en el desarrollo empresarial.

Pensamiento Estratégico.

Este se trata de la definición de las tendencias y demandas del mercado objeto de un negocio u organización y a partir de este análisis plantear las metas organizacionales, de esta manera apropiar las posibilidades y acciones en favor de la organización, siendo adaptable al cambio constante.

Desarrollo Social.

Se define al logro que alcanza una sociedad en fortalecer y aumentar las condiciones de vida digna, para los individuos que la constituyen.

Desarrollo Sostenible.

Es la búsqueda y generación de oportunidades que deben ser puestas al servicio de la sociedad y sus individuos para así poder desarrollar sus capacidades que generen valor a todos sin mezclar el progreso de las personas a futuro, certificando la moderación entre el incremento económico, el mantenimiento del medio ambiente y el mejoramiento social.

Excelencia Empresarial.

El conjunto de prácticas y conceptos que se realizan para lograr gestionar los resultados que mejoren el buen funcionamiento de la empresa.

Grupos de Interés.

Es un grupo de individuos que puede afectar o son afectados por los objetivos o metas de la organización y deben ser considerados dentro del proceso de planeación estratégica, Los grupos de interés se dividen en cuatro categorías; mixto, apoyo, no apoyo y marginales.

Sostenibilidad.

Es la capacidad de desarrollar actividades durante un tiempo extenso, en donde se tienen en presentes criterios ambientales, económicos y sociales que certifiquen la continuación del ejercicio de una organización o comunidad.

Estrategia.

Se define como la maniobra de adelantarse a la acción del oponente y tomar ventaja sobre esto.

Gerencia Estratégica.

Proceso por medio del cual se enuncian y establecen labores que le ofrecerán a una empresa alcanzar sus metas.

Marco teórico**¿En qué aspecto la RSE difiere del plan estratégico empresarial?**

Nunca como antes, las empresas habían jugado un rol significativo en el campo del desarrollo sostenible del mundo, por cuanto pueden afectar el rumbo de la competitividad que las políticas públicas de los países han destinado convenientes a los intereses económicos de su entorno. (Fuertes, Jametti y Goyburu, 2004, pp. 97-103). En ese sentido, reducir los riesgos, dimensionar las posibilidades y acrecentar las perspectivas de desarrollo, fueron las motivaciones angulares para dirimir una plataforma de ética de comportamiento corporativo desde el seno de la ONU. (Ginebra, OIT, 2009) En consecuencia, la Responsabilidad Social Corporativa, que atiende al metalenguaje de lo económico, convoca conciencia alrededor de su tarea corporativa y justo es esto lo que desde las instituciones se plantea a manera de reformular, cómo asumir por ejemplo

un ejercicio de crecimiento sin afectar el medio ambiente ni impactar negativamente a la sociedad en comunión con la valoración de los Derechos Humanos en sí mismos, más allá de los intereses económicos del negocio, es lo que se ha venido a llamar Responsabilidad Social Corporativa o RSC. (Nieto y Fernández, 2004).

No obstante, el contexto global exige que las Compañías vislumbren estrategias de crecimiento en total comunión con la compatibilidad que las Naciones Unidas demandan de la conciencia corporativa donde está inmerso el complejo empresarial, para que la responsabilidad frente a la vigilancia de las prácticas corruptas se lleve a cabalidad. (Nieto, 2008, p. 55). EL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS: sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad.

La Responsabilidad Social Empresarial (RESO), puede definirse como la serie de compromisos, deberes, derechos y responsabilidades que tiene la empresa para con su entorno y sus empleados; coadyuvando en la solución de los diversos problemas sociales, económicos y ambientales que aquejen a una comunidad en la cual esta tiene su área de influencia.

Existen opiniones encontradas y contradictorias cuando se habla del cumplimiento de esta debido a que se debe poder conciliar la constante búsqueda de rentabilidad y competitividad; pudiendo incluir en esta un enfoque humanista y sustentable que de un óptimo retorno a la comunidad del “costo” social, ambiental y económico del usufructo por parte de las corporaciones.

No obstante el economista Milton Friedman expone que la única responsabilidad de las empresas es el de los resultados económicos (Friedman, 1970); textualmente argumento que: “La responsabilidad social de los empresarios es aumentar sus ganancias” y expone que quienes adquieren responsabilidades son las personas y no una corporación artificial; entendiéndose a los directivos y accionistas como sujetos y personas que adquieren compromisos morales, cívicos y

sociales para con sus familias o semejantes pero lo hacen a título personal y no mediante el uso del dinero que debe ser usado para conseguir los objetivos empresariales.

Un aspecto clave es que la responsabilidad social no es individual, es decir, no es una acción de cada miembro de una empresa sino la realización de actividades previamente delineadas por la institución, de forma conjunta, donde se resalten valores sociales. Se deduce que la responsabilidad social debe ser una prioridad para las empresas e, inclusive, una política social que incluya a todos sus miembros. Sin embargo, la forma en que cada organización realiza la responsabilidad social dependerá, en gran medida, de las características y condiciones de la empresa y del entorno en que se desenvuelve la misma sociedad.

En la actualidad se requiere de la empresa capacidad para hacer frente a retos cada vez más complejos y diversos que las obliga a considerar la importancia de la responsabilidad social. Carroll, (1991) propone un nuevo esquema en la concepción de la responsabilidad social, representándola como una pirámide de la siguiente manera. “En la base sitúa las responsabilidades económicas que implican la obligación de contribuir a la creación de riqueza y de los productos y servicios que la sociedad necesita, al mismo tiempo que la empresa genera un beneficio legítimo. La actividad económica que es la función básica de la empresa debe apoyarse en el respeto a las leyes que son el segundo nivel de la pirámide de responsabilidad.

Es evidente que el crecimiento económico del país, y de las empresas en particular, tienen una relación directa con la responsabilidad social, que debe impactar positivamente en el bienestar de la sociedad reflejándose en los indicadores de desarrollo social, y es aquí donde se puede afirmar y garantizar que se logran sus propósitos.

El análisis de la forma en que las empresas gestionan la responsabilidad social es de gran importancia por cuanto deben concientizarse de que hoy no es suficiente lograr un crecimiento sostenible, basado exclusivamente en grandes utilidades. También es necesario, ser facilitadoras

para lograr niveles adecuados de desarrollo social y ambiental que sean beneficiosos, inclusive, para los grupos sociales más vulnerables.

En este orden de ideas, en el ejercicio de la responsabilidad social, las empresas deben comprometerse a discernir las consecuencias de sus acciones sobre los Stakeholders, estableciendo estándares a las cuales deben adecuarse sus decisiones relativas a la cuestión social. ¿Pero realmente lo están haciendo todas las empresas de hoy en día?, ¿cuáles empresas están en realidad comprometidas? ¿Qué consecuencias o causas puede traer la RSE en la empresa mirando hacia un futuro?

¿En definitiva y para no ir más lejos, la responsabilidad social adquiere mucho más valor dentro de las organizaciones cuando se convierte en algo que está presente en todo lo que las empresas hacen y cuando realmente existe un interés genuino por parte de estas de mejorar la vida de sus comprometidas? y asumir un comportamiento ético en cada una de sus actividades. Así podemos decir que cuando un negocio antepone la ética y la responsabilidad a cualquier tipo de interés, lo demás se da por simple añadidura.

La responsabilidad social debe verse como una posibilidad de aprovechar oportunidades, a través del desarrollo de competencias de sus dirigentes que gestionen adecuadamente recursos de las empresas sin excluir la importancia de tener conciencia social y ambiental. Surge un compromiso que establece la necesidad de una empresa que permite el desarrollo de programas de infraestructura, mejoría en cobertura y calidad educativa, reducción de índices de corrupción, entre otros.

Las prácticas de RSE tienen impacto en diversos grupos de interés como lo son: clientes, empleados, comunidad, entre otros. Heydari et al. (2011) y Perrini et al. (2011) proponen un modelo de relaciones dónde se muestran los resultados que se obtendrían con los grupos de interés de acuerdo a si la relación es de carácter positiva o negativa. El lograr una relación positiva con los

consumidores a través de productos de calidad y buen servicio genera un mayor compromiso por parte de estos lo que se ve reflejado en un incremento en ventas (Heydari et al., 2011 y Mishra & Suar, (2010). Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. Con el paso del tiempo, hay diversos estudios de RSE, que determinan diferentes factores para su efectividad en una organización.

Dejando como supuesto un ingenio de las organizaciones para retribuir al entorno, el daño que causan durante el desempeño de sus labores, ¿pero realmente ocurre de esta forma? o esto es solo una forma de continuar con propuestas que enmarcan el beneficio de la compañía subliminalmente.

Se considera que el tamaño tiene un efecto positivo en el desempeño de la RSE, las empresas de mayor tamaño incorporan prácticas socialmente responsables debido a que sus resultados sociales son más visibles que las de menor tamaño y por lo tanto son más susceptibles a sufrir daños en su reputación (Charlo et al., 2013, Artiach et al., 2010 y Fauzi et al., 2007) Stanwick y Stanwick (1998) observaron que las empresas de mayor tamaño tienen mayores niveles de RSE, dado que son más propensas a adoptar estas prácticas debido a la presión ejercida por sus grupos de interés (Boesso y Michelin, 2010).

Desde otro punto de vista, es evidente que la RSE, se implementa en cada organización por beneficio propio y para evitar disminuir sus grupos de interés, aumenta la reputación y disminuye el impacto negativo en la sociedad.

El Estado no tiene leyes de carácter prescriptivo (sancionatorias) para que se cumpla a cabalidad la responsabilidad social de las empresas, solo se contempla de manera voluntaria la gestión dentro del marco de la norma ISO de Responsabilidad Social (ISO 26000) pero su aplicación aún es muy limitada.

Es decir, la RSE, desde su proyección es una más de las estrategias empresariales, que implementa cada organización, para fortalecer sus grupos de interés y la continua mejora de la reputación de la misma, dando valor al buen nombre de la compañía y siguiendo el proceso para alcanzar las metas propuestas, contando con que se están realizando buenos hábitos de sostenibilidad.

Algunas empresas con RSE.

Crown Relocación-Charity in Motion: Una empresa que realiza traslados y mudanzas a nivel internacional. Como parte de su actividad, creó un programa llamado Charity in Motion en el cual dada la restricción que existe para el traslado de alimentos, la compañía ofrece donar estos a comunidades locales como parte de esta iniciativa.

Toms: Donación de zapatos por cada par vendido: Dado que el negocio surge inspirado en las tradicionales alpargatas argentinas, pero también en la gran cantidad de niños que en ese país estaban necesitando calzado, este tiene el propósito de donar un par de zapatos a cada pequeño en ese país que tenga esta necesidad por cada par de zapatos que venda.

Purina: Haz que lo increíble pase. En ella se invitaba a las personas que tenían perros a registrar sus mascotas en un sitio especial. Así, por cada persona que se registrara, la marca donaría un día de comida para un perro abandonado.

Coca-Cola: usa vehículos eléctricos que contribuyen al cuidado del medio ambiente y a la vez hacen mucho más eficiente la distribución en zonas congestionadas y de alto tráfico.

Bavaria: Red de emprendedores. La mayor cervecera de Colombia creó una red de emprendimiento basada en la tecnología 2.0 que al día de hoy cuenta con cerca de 3800 emprendedores en Colombia y otros países.

Marco institucional

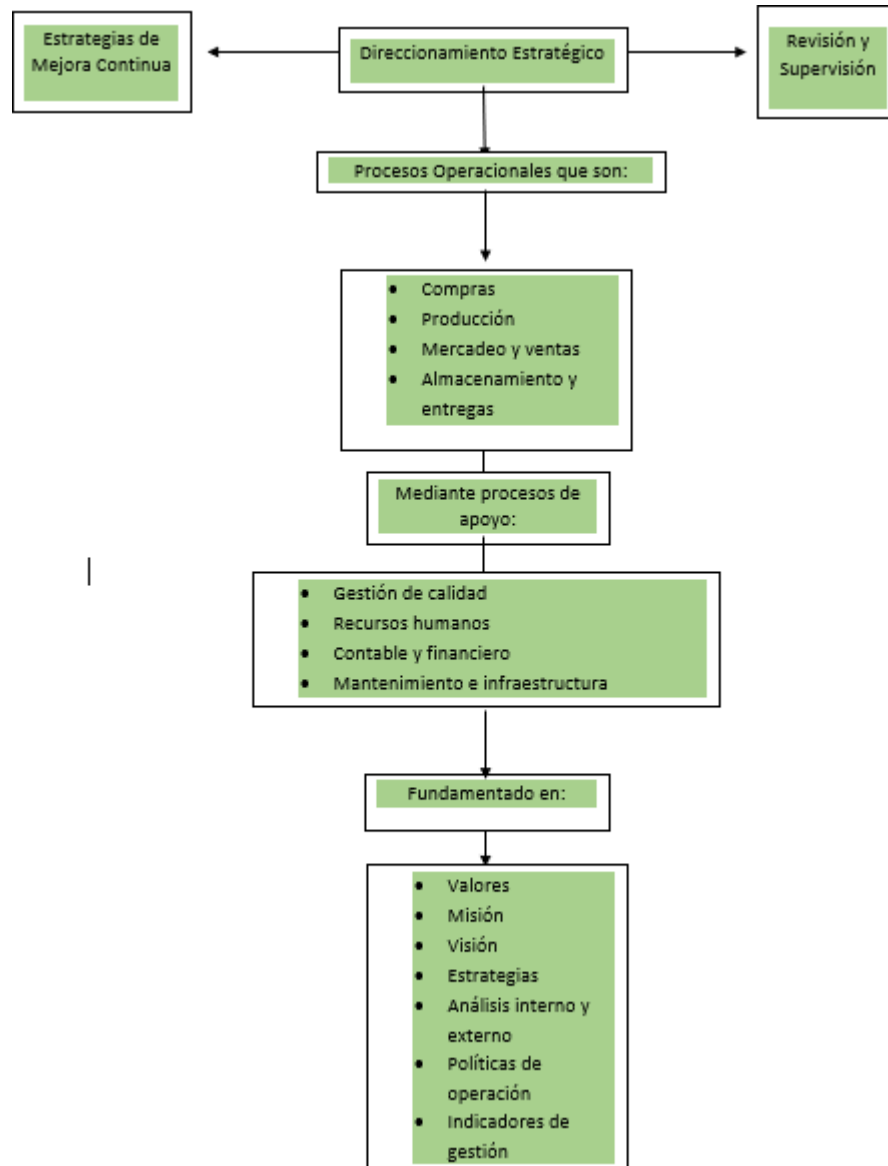
La empresa Puerto Wilches S.A está desarrollando su proyecto por más de 30 años en el sector palmicultor, especialmente a la cosecha de fruto de palma aceitera y la producción, comercialización de aceite crudo de palma, de palmiste, también se encuentran los subproductos tales como palmiste, chocolatina, cascarilla.

Misión

Estimular y sostener el desarrollo socioeconómico del sector agroindustrial colombiano a través de la comercialización y producción de los productos procedentes del fruto de la palma aceitera también de la prestación de servicios de asistencia técnica integral, con un enfoque equilibrado hacia los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad: económica, ambiental y social.

Visión

Puerto Wilches siempre busca la mejor proyección, es así que en el 2025 será una empresa con un modelo de agroindustria sostenible, generando mayor valor agregado a nuestros productos, innovación y materializando oportunidades de negocio basadas en el aprovechamiento de los subproductos de nuestra operación. Este negocio de aceite permite cada día seguir creciendo y fortaleciendo el desarrollo del proyecto en beneficio de la comunidad.



Revisión y supervisión gerencial: Todo el proceso inicia desde la alta dirección que tiene por responsabilidad la fiscalización constante de todas las áreas de la empresa mediante la delegación de responsabilidades y control de la misma.

Mejora Continua: Es la búsqueda constante de soluciones innovadoras a las fallas que se presentan en los procesos al interior de la empresa, esta se da mediante un análisis constante de

las variables y errores evidenciados para así poder crear conocimiento empresarial que nos permita no volver a caer en los mismos errores.

Procesos operacionales: Son todas aquellas actividades que la empresa desarrolla en relación a su objeto social para la producción, diseño, adquisición y comercialización de sus bienes y/o servicios siempre enfocados en altos estándares de calidad.

Procesos de apoyo: Son aquellos que brindan soporte y estabilidad para el correcto funcionamiento de la empresa; estos generan entradas indirectas e información relevante que guía y direcciona la finalidad del ente económico, también se encarga de elaborar mediciones, parámetros y tendencias organizacionales que permiten la cohesión entre los distintos departamentos de la empresa.

Todo esto enmarcado en nuestra visión y misión las cuales contemplan un alto índice de calidad de nuestros productos permitiéndonos impactar gran parte del mercado nacional e internacional con nuestros productos, pero hemos encontrado variables que describimos a continuación:

Variables internas: La principal amenaza que se cierne sobre la empresa es la enfermedad conocida como Pudrición del Cogollo (PC) la cual ha golpeado severamente las finanzas de la empresa debido al alto gasto económico que representa la atención por hectárea de palma la cual no es garantía de recuperación de la misma sino que los cuidados fitosanitarios en su mayoría son paliativos y de control, además la mayoría de los recursos económicos empleados han sido de carácter propio y por endeudamiento con la banca; por consiguiente nos hemos visto en la necesidad de adquirir fruto de proveedores externos el cual es fluctuante y en la mayoría de

casos asumimos esa diferencia para no trasladarla al precio final del producto lo cual ocasionaría una pérdida de nuestros clientes pero afecta la estabilidad económica de la empresa.

Variables externas: La principal amenaza que se cierne no solo sobre PPW sino en toda la agroindustria palmera Colombiana son los precios irrisorios del mismo producto en mercados extranjeros más exactamente en la península de Indochina los cuales tienen programas agresivos de producción y cultivos que en su mayoría utilizan la servidumbre y trabajo forzoso en personas vulnerables que al no tener altos gastos de mano de obra pueden colocar en la economía su producción a precios irrisorios, por eso se ha creado estrategias a nivel internacional en las cuales estamos participando y mediante la presión económica de organismos internacionales y colectivos humanos que dan a conocer dicha problemática e invitan a los estados a no comprar productos que en su proceso de comercialización esté presente la esclavitud o el trabajo forzoso.

Políticas de Operación:

- Procesos con eficiencia y eficacia
- Manejo de residuos, plan de saneamiento y reutilización
- Evitar pérdidas
- Evitar acciones repetitivas
- Administración científica
- División del trabajo y especialización
- Procesos y productos en base a estándares de calidad

Indicadores de gestión:

- Cumplimiento de las metas anuales
- Punto de equilibrio el cual nos permita operar sin pérdidas

- Baja rotación de personal y capacitación constante
- Dialogo permanente con la comunidad del área de influencia
- Respeto a la legislación laboral, ambiental y económica
- Buenas prácticas de manufactura
- Flujo constante de caja y fortaleza financiera
- Ser referentes empresariales
- Mejora continua y creación de conocimiento

Marco legal

En el marco legal empresarial, existen diversas normas que permiten un funcionamiento óptimo y sostenible para cada organización, según su razón social; en este caso se menciona una de las normas que se aplican en todas las organizaciones, sin importar su denominación comercial, desde la organización internacional de normalización se expide la normatividad enfocada a la responsabilidad social empresarial, esta comprende los lineamientos necesarios para orientar y exigir al empresario el comportamiento y uso de sus facultades de una manera socialmente responsable y sostenible.

Esta norma, es un manual para el desarrollo de las actividades propias de la organización, sin alterar el orden social y ambiental, para que esta se efectuara es necesario que los colaboradores de la organización tengan el mismo direccionamiento y estratégicamente apliquen herramientas que disminuyan el impacto negativo.

En este orden de ideas la norma no busca que el empresario se acerque a la sociedad del entorno, mediante ofertar tangibles o intangibles, diferentes al buen manejo de la ética empresarial y siendo responsables con todas las funciones desempeñadas.

Capítulo 3. Resultados

Diagnostico

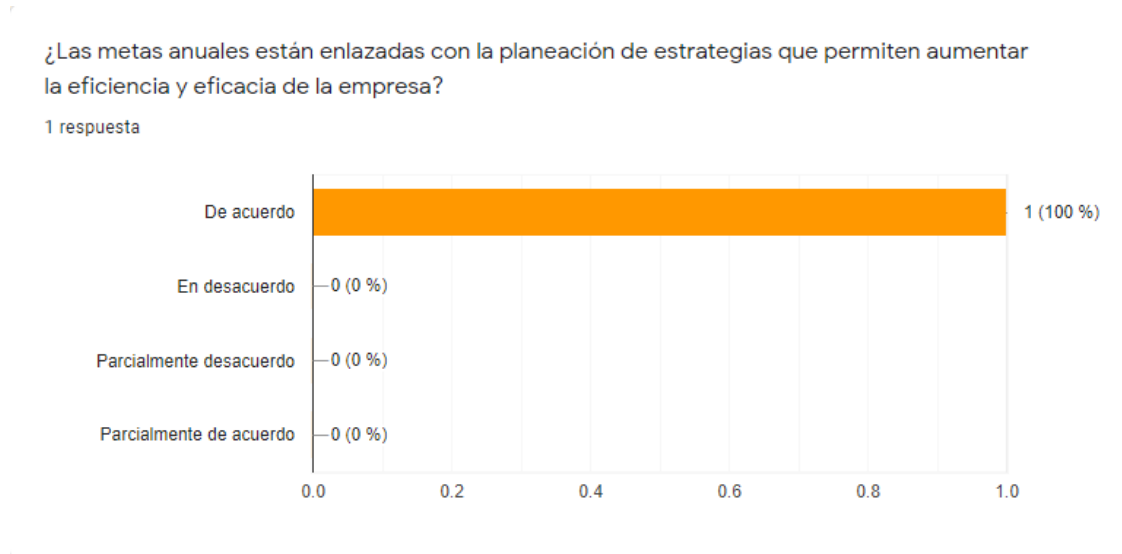


Figura 1. Metas anuales relacionadas con la planeación estratégica de la empresa.
Fuente: Elaboración propia

Hemos trazado una meta a 2025 y esta visión es nuestro punto de partida y objetivo por consiguiente cada año realizamos junto con los accionistas y junta directiva las directrices administrativas, económicas y operativas que permitan una secuencia lógica en el desempeño organizacional, además hemos implementado estrategias en todos los departamentos de la empresa y una adecuada auditoria que visualice los errores y cuellos de botella por superar.

¿Qué criterios se tiene en cuenta para el bienestar del personal de la empresa?

1 respuesta

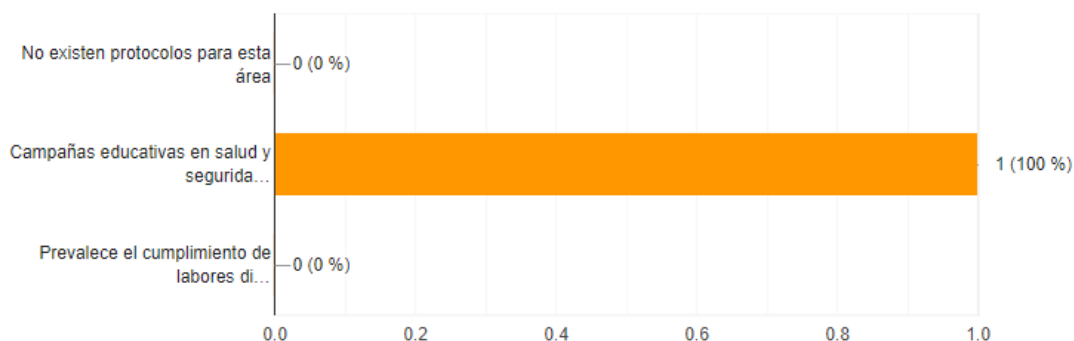


Figura 2. Criterios para tener en cuenta en el bienestar del personal de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Desde el área de gestión humana se realizan acciones en pro de nuestros trabajadores; entre las cuales puedo enumerar:

- Charlas de seguridad industrial que permita prevenir accidentes laborales.
- Charlas psicológicas en pro del bienestar mental y clima organizacional.
- Pausas activas y jornadas lúdico-recreativas.
- Acciones que permitan conocer situaciones adversas y fuentes de peligro en el entorno laboral.

¿La empresa se acoge y cumple la legislación según el Código Sustantivo de Trabajo?

1 respuesta

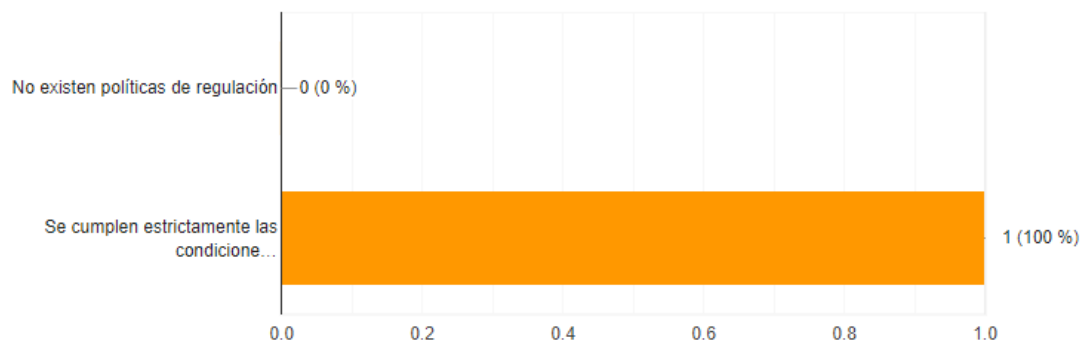


Figura 3. Cumplimiento de la empresa según la normatividad vigente.
Fuente: Elaboración propia

Cumplimos todos los decretos de acuerdo a la legislación y normas del Ministerio de Trabajo; todo nuestro personal se encuentra vinculado mediante contrato laboral (indefinido, fijo, destajo) con 4 horas laborales por semana y horas extras autorizadas por el Ministerio; vinculación al SGSS, vacaciones de acuerdo a la ley entre otras, también tenemos beneficios extralegales que son pactados mediante convención colectiva de trabajo que se da en común acuerdo con el sindicato.

¿Cómo se manifiestan los derechos de los colaboradores externos de la empresa?

1 respuesta

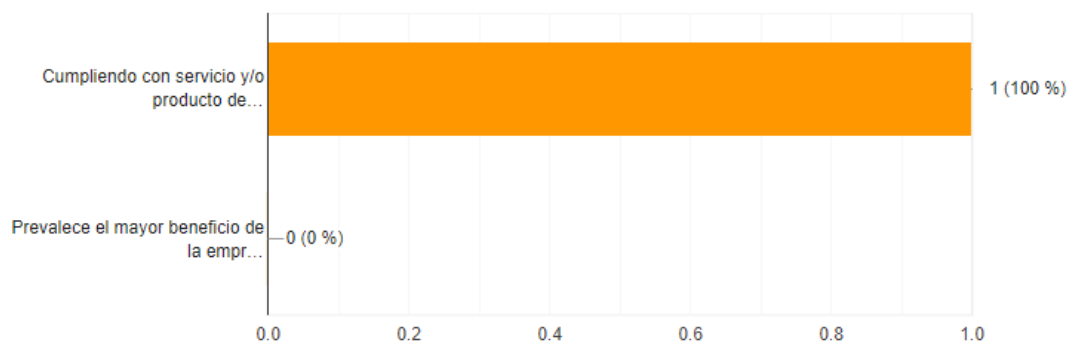


Figura 4. Derechos de los colaboradores externos de la empresa.
Fuente: Elaboración propia

Nuestro producto insignia es el aceite de palma en bruto y para lograr una óptima calidad se controla toda la cadena productiva desde el momento de la siembra, cosecha y proceso o en caso de adquirir futo de palma de proveedor externo a este también se le exigen garantías y calidad, entendemos la responsabilidad que tenemos con nuestros consumidores ya que el aceite de palma es el segundo aceite por consumo per-cápita del mundo y se utiliza en variedad de productos que van desde alimentos para consumo y cosméticos hasta aditivos para la gasolina y biocombustibles por lo tanto nuestros compradores están seguros de adquirir materia prima de calidad.

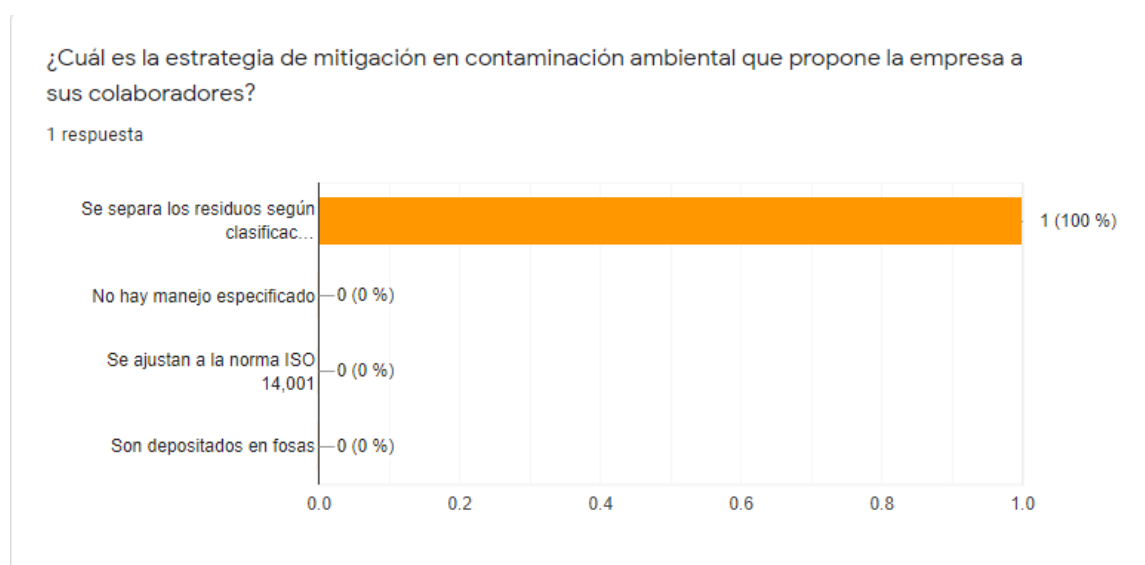


Figura 5. Estrategias de mitigación en contaminación ambiental que propone la empresa.
Fuente: Elaboración propia

En este punto se debe hacer una salvedad y aclaración; sabemos que la agroindustria palmera es foco de contaminación por el uso intenso del agua para los cultivos y alta utilización de abonos por lo tanto manejamos una política integral medioambiental que ha sido construida en concordancia a la legislación y de acuerdo al impacto que producimos.

A manera de conciencia ambiental y cuando no se produzca impacto al medio; hemos implementado al interior de la empresa el uso de separación de elementos y residuos todo esto mediante colores que permitan identificar y clasificar, en las oficinas impulsamos la reutilización de papel, ahorro de energía y un manejo adecuado de las basuras.



Figura 6. Promoción de la Responsabilidad Social en la Cadena de valor.
Fuente: Elaboración propia

Hemos construido hojas de ruta que nos permita tener un enfoque practico en este tema; entendemos la responsabilidad que nos atañe como empresa privada y todas nuestras acciones son guiadas por los valores corporativos que poseemos y las buenas costumbres.

¿Qué transparencia existe en las promociones ofrecidas y el servicio real que adquiere el cliente?

1 respuesta

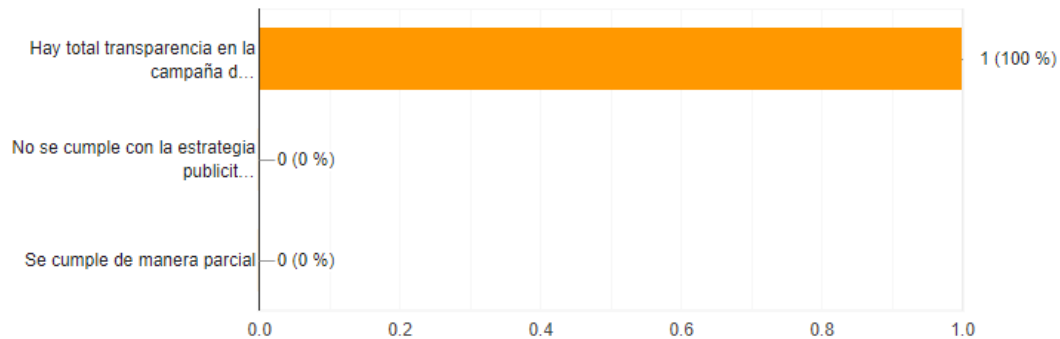


Figura 7. Transparencia en las promociones ofrecidas y el valor real que adquiere el cliente.

Fuente: Elaboración propia

Somos conscientes de la alta demanda de nuestros productos y de la feroz competencia con mercados orientales; por lo tanto, enfatizamos en un dialogo constante que permita conocer de primera mano las expectativas de nuestros compradores y corregir las fallas de calidad presentadas, damos el mismo trato a los clientes extranjeros como los nacionales y realizamos constante investigación de mercados y científica que permita aumentar la calidad.

¿De qué manera se manifiesta la inclusión social en la empresa?

1 respuesta

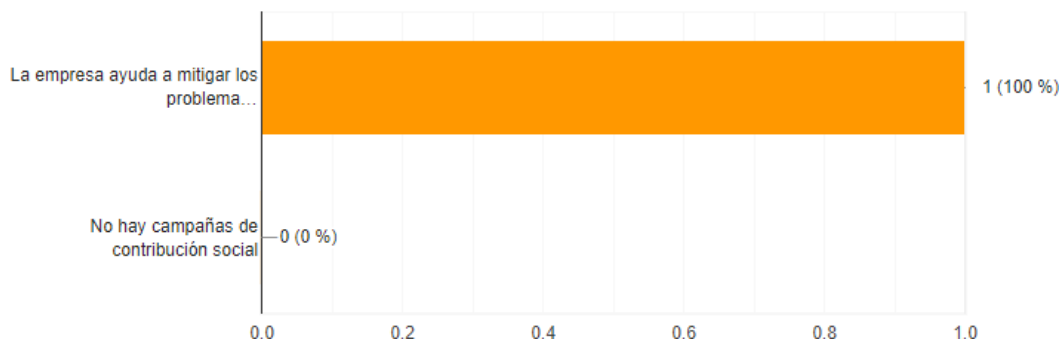


Figura 8. Manifestación de la inclusión social en la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Estamos en una zona de alto conflicto social y militar por lo tanto apoyamos iniciativas gubernamentales en mejora de la calidad de vida de nuestra área de influencia, mediante nuestro equipo de gestión social creamos puentes de comunicación con la comunidad y prestamos apoyo en la solución de los conflictos que le aquejan, además somos de los únicos empleadores de la región por lo tanto damos preferencia al personal de la región para así poder impactar en la calidad de vida de las familias.

Matriz de marco lógico

La Metodología de Marco Lógico es un instrumento que facilita el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Se centra en la orientación por objetivos hacia grupos beneficiarios y para proporcionar la oportuna comunicación y participación entre las partes interesadas, Se puede utilizar en todas las etapas del proyecto. La matriz resume lo que se pretende hacer en el proyecto, también el cómo, cuáles son los imaginarios clave y como los recursos e insumos serán controlados y evaluados.

Stakeholders

Tabla 1. Principales grupos de interés de la Empresa Palmeras de Puerto Wilches

	Actores	Requerimiento específico	Propuesta de valor
INTERNOS	Empleados	Mejores condiciones y oportunidades de trabajo	Se mide la eficacia para definir el grado en el que se logran las metas y objetivos.
	Inversionistas	Incrementar el Capital	Plan de estrategia de inversión, menor riesgo empresarial
	Gobierno	Marco regulador favorable	Cumplimiento tributario y del marco legal

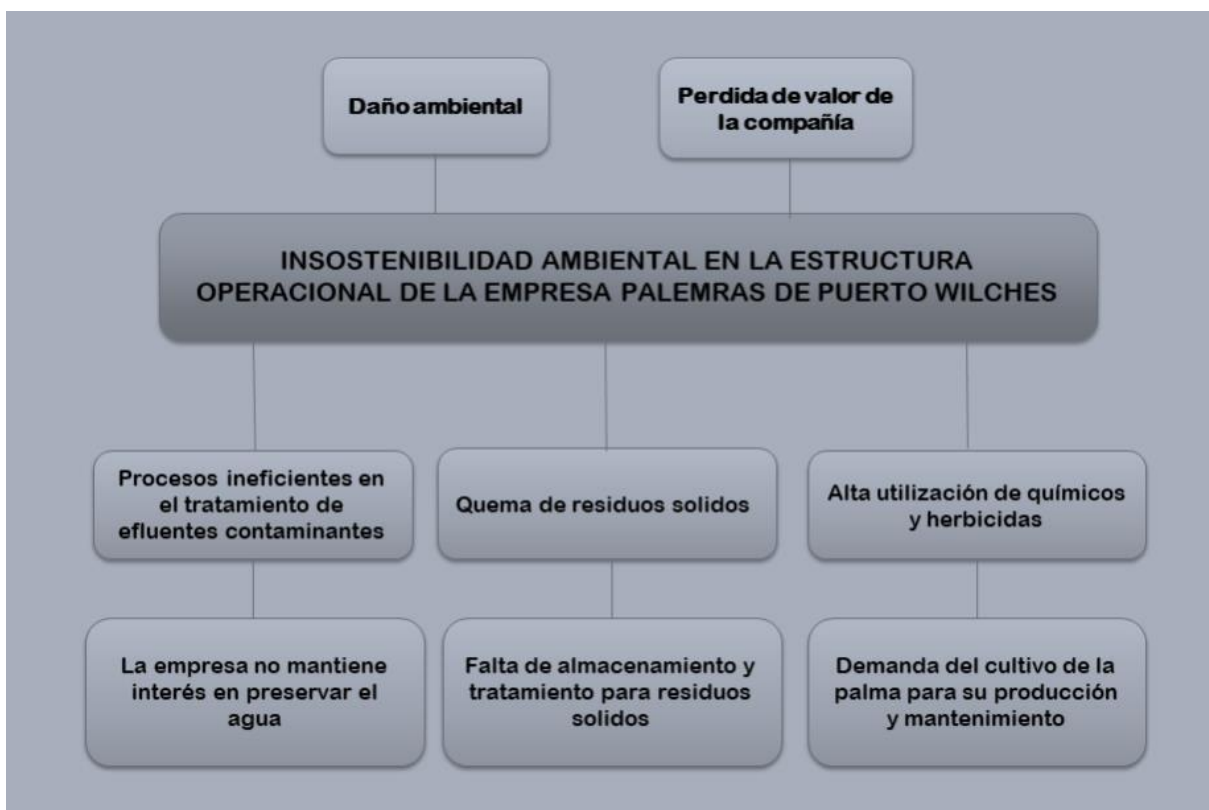
EXTERNOS	Consumidores	Demanda de productos y servicios	Hacer productos de calidad que respeten el medio ambiente y los del DDHH
	Clientes	Fidelidad y permanencia en el mercado	Optima atención y calidad de productos y servicios
	Industrias	Normas y practicas optimas	Orientación de negocios claros y óptimos
	ONG	Reputación y prestigio	Transparencia en el desempeño de sus actividades
	Comunidad local	Aceptación social	Ayuda al desarrollo económico teniendo en cuenta la comunidad para generar empleo
	Competencia	Ética empresarial	Ética empresarial

Fuente: Elaboración Propia

Árbol del Problema

Es un esquema en el cual se identifica el problema en el cual se desea intervenir, sus causas o los elementos que pueden estar causando el problema y sus efectos más importantes dentro de la comunidad. El árbol de problemas muestra de forma completa la situación problemática existente como se puede ver en la Figura 9.

Figura 9. Árbol de Problemas para la Empresa Palmeras de Puerto Wilches.



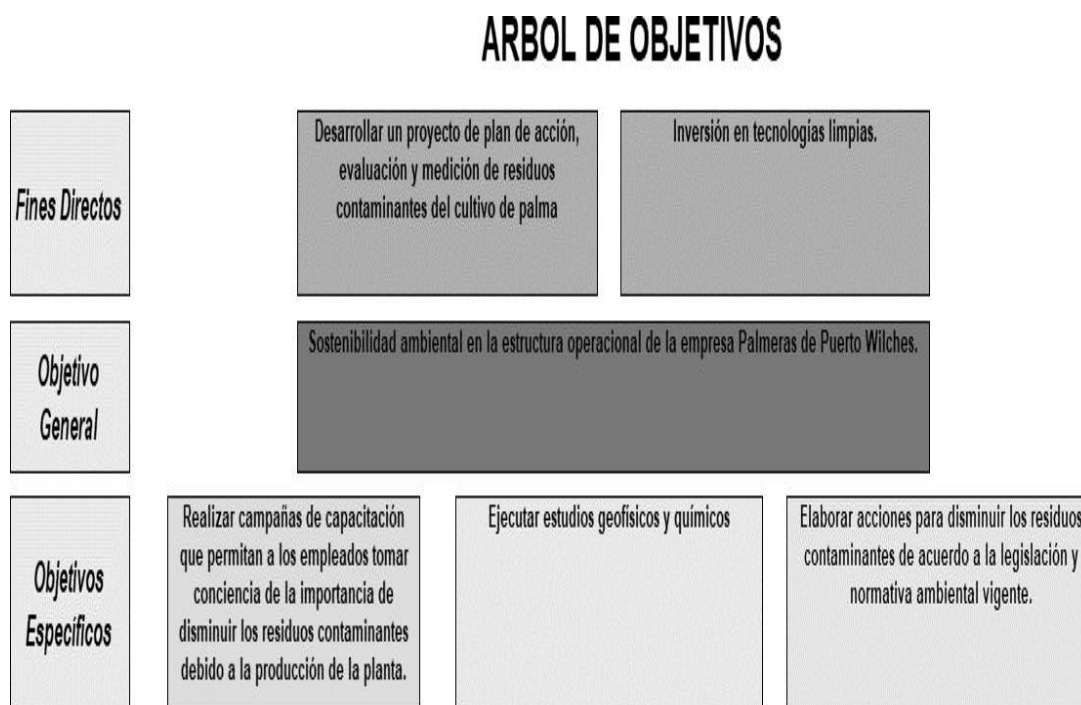
En la **Figura 9** se puede apreciar que la problemática existente es la insostenibilidad ambiental dentro de la estructura operacional de la empresa Palmeras de Puerto Wilches. Las principales causas son los procesos ineficientes de los tratamientos de efluentes contaminantes, la quema de residuos sólidos, como la alta utilización de químicos y herbicidas. Por ende, el efecto es el daño ambiental y la pérdida de valor de la compañía.

Fuente: Elaboración Propia

Árbol de Objetivos

Describe la situación a largo plazo a la cual se desea llegar una vez se dé solución a los problemas. Radica en cambiar los aspectos negativos del árbol de problemas en posibles soluciones o estados positivos, que se transforman en objetivos por eso su nombre de árbol de objetivos como se puede ver en la Figura 10.

Figura 10. Árbol de Objetivos para la Empresa Palmeras de Puerto Wilches



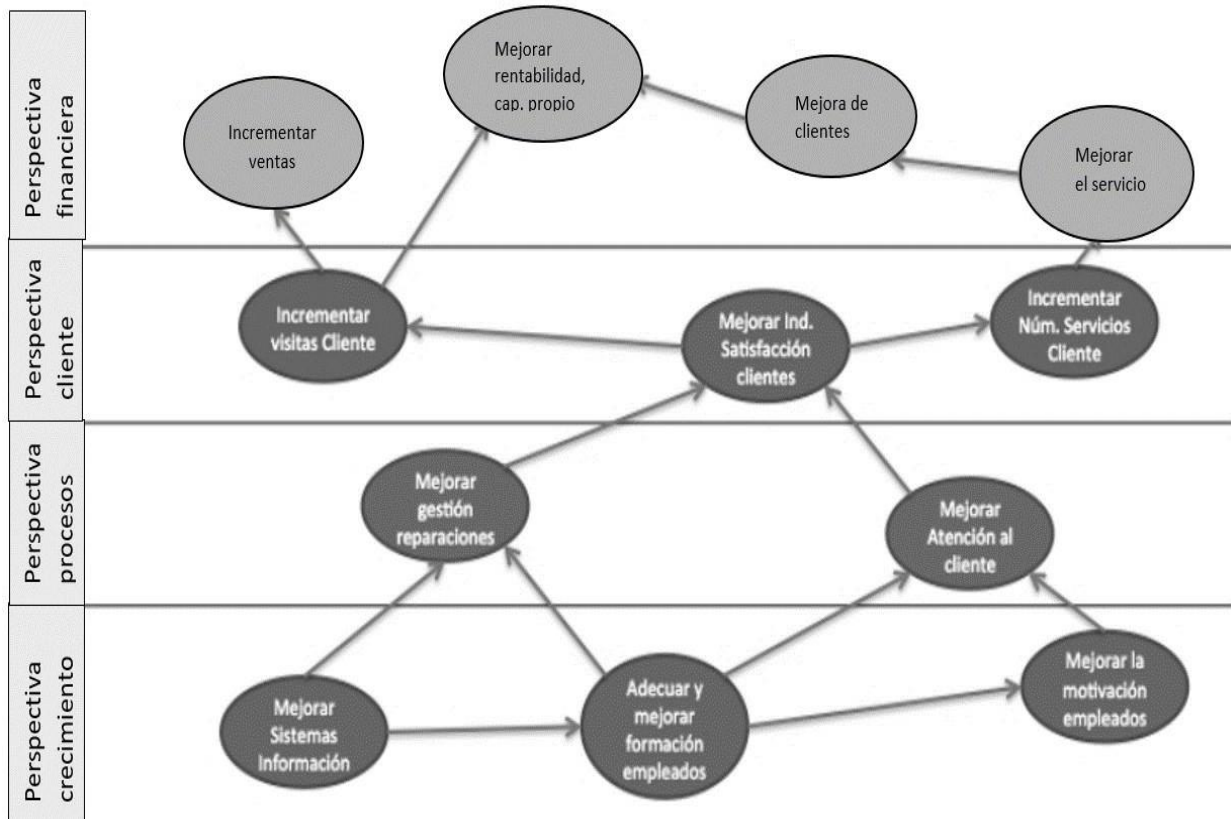
En la **Figura 10**, se puede observar que el Objetivo principal es lograr la sostenibilidad en la estructura operacional de la empresa. También se destacan tres objetivos para alcanzar esta meta que son: capacitar a los empleados para crear conciencia de disminuir la cantidad de residuos contaminantes, realizar estudios geofísicos y químicos; ejecutar acciones para disminuir los residuos contaminantes de acuerdo a lo propuesto por la Ley Colombiana.

Fuente: Elaboración Propia

Mapa estratégico

Es un esquema del sistema de gestión que ayuda a las empresas a transformar los objetivos en estrategias, que ayudaran a obtener resultados beneficiosos para el recurso humano, las instituciones y comunidades cercanas o afectadas por la explotación de palma en el municipio de Puerto Wilches, a continuación, se puede apreciar en la Figura 11.

Figura 11. Mapa Estratégico de la Empresa Palmeras de Puerto Wilches



En la **Figura 11**, se presentan las estrategias a seguir en las cuatro perspectivas fundamental en los cuales se maneja la empresa como son: financiera, clientes, procesos y crecimiento.

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 4. Mejoramiento

Un plan de mejoramiento se puede definir como una serie de pasos o etapas a ejecutar por parte de la empresa para que esta obtenga mejores resultados. Un plan de mejoramiento es tratar de dar un cambio en la organización, para llegar a este punto se debe seguir los pasos anteriores de detectar problemas, seguidamente proponer unos objetivos y diseñar unas estrategias para lograrlos. El plan de mejoramiento es actuar, controlar y verificar si se está cumpliendo lo propuesto a través de la metodología de Marco Lógico.

Plan de acción y seguimiento

Tabla 2. Plan de acción y de seguimiento para la Dimensión Económica.

Dimensión	Stakeholders	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Accionistas	Asegurar el capital para crecimiento y sostenibilidad de la Empresa.		1 año		
	Cientes/ Consumidores	Instaurar procesos que permitan ser más amigables con el medio ambiente y que accedan al logro de productos de calidad	Ejecutar un estudio de marketing relacional para establecer una comparación con la competencia y ver las necesidades de los clientes.	1 año		$MC = \frac{IT - CT}{IT}$

Competencia	Ofrecer productos de alta calidad en los cuales hacen parte solo procesos mecánicos y ningún proceso químico.	1 año	$C = \frac{\text{Resultado Actual de la Empresa}}{\text{Resultado Mejor de la Competencia}}$
-------------	---	-------	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3. Plan de acción y de seguimiento para la Dimensión Social.

Dimensión	Stakeholders	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	Comunidad	Cooperar con el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones cercanas a la explotación y producción de la organización	Establecer centros de capacitación y de actividades lúdicas con la comunidad e instituciones gubernamentales.	1 año		$\% \text{ de inversión} = \frac{\text{Inversión total en la comunidad}}{\text{No. personas beneficiadas}}$
	Empleados	Establecer actividades y protocolos de selección y contratación de trabajadores.	Establecer parámetros para seleccionar personal apto para los fines de la explotación y producción de palma amigable con el medio ambiente	1 año		$x = \frac{\text{No. de empleados seleccionados}}{\text{No. personas postuladas}}$
	Medios de Comunicación	Orientar la divulgación de la organización consiguiendo una ampliación en las ventas	Hacer uso de medios de comunicación digital que permitan un marketing relacional con los clientes y personas interesadas en conocer un poco más del cultivo de palma e Colombia.	1 año		$x = \frac{\text{Inversión total en publicidad}}{\text{No. Total de ventas}}$
	Proveedores de Servicios	Estipular la contratación de servicios	Establecer contacto y vínculos comerciales con empresas que <u>tengan valores como: el</u>	Largo plazo		$x = \frac{\text{No. Proveedores Seleccionados}}{\text{No. Proveedores evaluados}}$

externos organizados de acuerdo con la cultura empresarial.

bienestar y la equidad social, la transparencia y ante todo la calidad.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Plan de acción y de seguimiento para la Dimensión Ambiental.

Dimensión	Stakeholders	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Administración Pública	Suministrar la documentación exigida, para que Palmeras de Puerto Wilches exista como una organización con responsabilidad social empresarial	Programar encuentros y supervisiones en las cuales se pueda hacer seguimiento permanente que permita actualizar las licencias y normas de la empresa para cumplir estándares de alta calidad en cada uno de los procesos	1 año		$\% \text{ de cumplimiento} = \frac{\text{No. de normas y leyes cumplidas}}{\text{No. Total de normas y leyes}} \times$
	Comercializadores	Reducir en la cantidad de empaques y papel o que puedan ser reutilizados por la comunidad o la empresa	Orientar a la comunidad y el recurso humano de la empresa en el manejo de residuos.	1 año		$\% \text{ de material reciclado} = \frac{\text{Kg. de material reciclado}}{\text{Total de Kg de material desechado}}$
	Distribuidores	Verificar si se presenta contaminación auditiva y visual en los locales de distribución de los productos de la empresa.	Dentro de los establecimientos comerciales de la empresa se evitará el ruido en exceso y el uso de material publicitario será mínimo.	1 año		$\% = \frac{\text{No. de puntos controlados}}{\text{No. de puntos requeridos}} \times 100$

Proveedores de Insumos	Realizar la compra de agroquímicos de acuerdo a lo establecido por los estudios de suelo de la plantación y a los estándares exigidos por la ley en Colombia.	El área encargada de las compras deberá seleccionar los proveedores de acuerdo al compromiso de la empresa con el ámbito ambiental.	3 años	$X = \frac{\text{No. Productos comprados}}{\text{Total de Productos requeridos}}$
------------------------	---	---	--------	---

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

Como futuros profesionales y empresarios es de vital importancia el conocer y manejar los conceptos que hemos estudiado durante este diplomado ya que estos serán los que sustentarán nuestras decisiones a nivel laboral, el direccionamiento estratégico es considerado uno de los pilares del éxito de toda organización debido a que gracias a esta se fijan pautas y parámetros en aras del éxito organizacional y a su vez la RESO brinda apoyo y sustenta cada una de las decisiones responsables que se lleven a cabo y cómo estudiantes es de suma importancia el conocer y manejar estos términos para poderlos aplicar cuando haya lugar.

En la empresa Palmeras de Puerto Wilches se realizó el ejercicio pedagógico y de acercamiento real a un caso de éxito empresarial, pudimos conocer más de cerca el modelo de negocio que manejan y la importancia de este sector económico en la generación de riqueza y su importancia en la agro industria, pudimos conocer lo rentable y sostenible del sector en términos económicos y los retos de índole ambiental, social y económico que enfrenta debido a múltiples factores de su entorno.

Podemos concluir que la relación academia-empresa es de vital importancia porque así puede el estudiante estar inmerso en una realidad y constatar lo aprendido en forma teórica y posteriormente mediante la retroalimentación enriquecer el ejercicio pedagógico universitario.

Se puede decir que a lo largo de la historia los cultivos de palma de aceite tienen sus pros y sus contras, ha sido tema principal como medio de contaminación, pero también ha sido una producción agrícola en beneficio de la comunidad como medio de crecimiento laboral y beneficio social.

Una problemática como es la insostenibilidad ambiental en la estructura operacional de la empresa Palmeras de Puerto Wilches, exige a las personas encargadas de su administración

restaurar al entorno en especial al sistema ambiental por medio de actividades o acciones un plan de mejoramiento; que en parte ayude a mitigar el impacto que se causa por el uso indiscriminado del suelo y las fuentes de agua. Cada stakeholders tiene su cuota de participación y estas se demuestran en el mapa estratégico y en el plan de mejoramiento para cada dimensión de la organización.

Referencias

- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99. Recuperado de:
- Cardona Gómez, Rina María. (2009). *Estrategias para el fortalecimiento de la Gestión Ambiental de una compañía en el manejo de los impactos sociales y ambientales de un proyecto exploratorio de hidrocarburos en el departamento del Casanare. [Repositorio en Archivo PDF]*. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Estudios Ambientales y Rurales. Maestría en Gestión Ambiental. Bogotá. Recuperado de:
- Carroll, A. (1991) The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. Volume 34, Issue 4. July - august 1991. Pages 39-48. Disponible in: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/000768139190005G>
- Corona Jiménez, M.A. (2010). Desarrollo de pensamiento estratégico en la escuela de negocios. *Contaduría y administración*, 57(1), 103-122. Disponible en:
- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), Páginas 69–118. Recuperado de:
- Friedman, M (1970) “La responsabilidad social de las empresas es aumentar sus utilidades” New York- artículo publicado en The New York Times.
- Fuertes, F.; Iametti, A. y Goyburu, M. L. (2004). *Guía del Pacto Global – Una Forma Práctica de Implementar los Nueve Principios a la Gestión Empresarial*. Buenos Aires: Oficina del Pacto Global en Argentina.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S0186-

[10422012000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S0186-10422012000100006&lng=es&tlng=es)

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=102859522&lang=es&site=eds-live&scope=site>

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132100014&lang=es&site=eds-live&scope=site>

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>

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

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/740/eam59.pdf?sequence=1>

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15–29. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28. Recuperado de:
- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217. Recuperado de:
- Mishra, S., & Suar, D. (2010). “Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 95, No. 4, pp. 571-601. Disponible in: <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0441-1>
- Nieto, M., y Fernández, R. (2004). 'Responsabilidad Social Corporativa: la última innovación en management'. *Universia Business Review*, 1º trimestre 2004.
- Pigé, B. (2012). *La representación de la excelencia de las empresas. Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78. Recuperado de:
- Prates, C., Pedrozo, E. & Silva, T. (2015): “Corporate Social Responsibility: A Case Study in Subsidiaries from Brazil and China”. *Journal of Technology Management & Innovation*, Vol. 10 No. 3, pp.131-142. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242015000300014>
- Román, Castaño, Yaqueline y otros. Responsabilidad social y balance social en organizaciones colombianas. Universidad de Medellín, Medellín, Colombia, 2008, p. 41.
- Sanabria, M. (2004). El pensamiento organizacional estratégico: una perspectiva diacrónica. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y sociales*. No. 24, julio – diciembre de 2004. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v14n24/v14n24a05.pdf>
- Solano, D. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse. Universidad ESAN (Perú). *Cuad. Difus.* 10 (18-19). Disponible en:

[https://www.researchgate.net/publication/228733932_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_C
ORPORATIVA_Que_se_hace_y_que_debe_hacerse](https://www.researchgate.net/publication/228733932_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_CORPORATIVA_Que_se_hace_y_que_debe_hacerse)

Anexos

Anexo A. Código de ética de la empresa Palmeras de Puerto Wilches

https://docs.google.com/document/d/1G_rxWdtjqa0DmYfK8J3onyL35U_CUEHgPNTIID1_EmQ/edit?usp=sharing

Anexo B. Formato de recolección de información

5/5/2021

PÉRDIDA DE SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN CAMPESINA, PROPAGACIÓN DE LA PUDRICIÓN DE COGOLLO.

PÉRDIDA DE SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN CAMPESINA, PROPAGACIÓN DE LA PUDRICIÓN DE COGOLLO.

*Obligatorio

1. Correo electrónico ^{2*}

2. A través de la historia en esta última década, ¿Cómo aumento la pudrición de cogollo en el cultivo de palma de aceite? ^{2*}

Marca solo un óvalo.

- DE UN 2 A UN 10 %
 DE UN 11 A UN 20%
 SUPERIOR A 20%

3. ¿En que lapso percibió mayor presencia de pudrición de cogollo en los cultivos de palma de aceite? ^{2*}

Marca solo un óvalo.

- DE 2005 A 2009
 DE 2010 A 2014
 DE 2015 A 2018

4. Comparando la baja de producción de aceite de palma en su región con el promedio nacional, ¿Qué diferencia encuentra luego de evaluar las cifras? ²

Marca solo un óvalo.

- ENTRE 1 Y 3 PUNTOS PORCENTUALES
- ENTRE 4 Y 9 PUNTOS PORCENTUALES
- ENTRE 10 Y 14 PUNTOS PORCENTUALES
- SUPERIOR A 15 PUNTOS PORCENTUALES

5. ¿Con que frecuencia se capacitan los directos responsables del monitoreo del fruto de palma? ²

Marca solo un óvalo.

- ENTRE 1 Y 2 SEMESTRALMENTE
- ENTRE 4 Y 9 SEMESTRALMENTE
- NO SE CAPACITA

6. En busca de posibles riesgos biológicos ¿Con que frecuencia se monitorean sus cultivos? ²

Marca solo un óvalo.

- QUINCENAL
- MENSUAL
- ANUAL

7. ¿Se desmejoro la producción del fruto de palma africana tradicional en comparación de la cosecha dada por el híbrido de palma, para una misma cantidad de palmas cultivadas? ²

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

5/5/2021

PERDIDA DE SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN CAMPESINA, PROPAGACIÓN DE LA PUDRICIÓN DE COGOLLO.

8. Con relación al nuevo fruto obtenido de la palma híbrido, el aceite extraído exige mayor proceso de tratamiento? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

9. Se puede relacionar la baja de producción a alguno de los siguientes factores: *

Marca solo un óvalo.

- BIOLÓGICO
 QUÍMICO (FERTILIZANTES)
 CLIMÁTICO
 FACTOR HUMANO

10. ¿Puede percibir que para la misma cantidad de producción de fruto híbrido ha necesitado mayor cantidad de fertilizantes? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 No

11. ¿Puede percibir que para la misma cantidad de producción de fruto híbrido ha necesitado mayor cantidad de agua? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 No

5/5/2021

PERDIDA DE SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCION CAMPESINA, PROPAGACION DE LA PUDRICION DE COGOLLO.

12. ¿Cree usted que la implementación de palma híbrido, es la solución definitiva problema de pudrición de cogollo? *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios