Plan de Responsabilidad Social Empresarial A-Tono estampados

Alejandra Cardona Marín

Hugo Andrés Rueda

María Alejandra Marín

Nora Irma Botero Tobón

Onman Andrés Parra

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

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

Administración de Empresas

Mayo 2022

Plan de Responsabilidad Social Empresarial A-Tono estampados

Alejandra Cardona Marín

Hugo Andrés Rueda

María Alejandra Marín

Nora Irma Botero Tobón

Onman Andrés Parra

Grupo 101008_3:

Asesor

Henry Hurtado Bolaño

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

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

Administración de Empresas

Mayo 2022

Resumen Analítico Especializado

Titulo	**A - Tono estampados una empresa que se compromete con la sociedad y el cuidado del medio ambiente**
Autores	Alejandra Cardona Marín, Hugo Andrés Rueda, María Alejandra Marín, Nora Irma Botero Tobón, Onman Andrés Parra Zamudio
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Henry Hurtado Bolaños
Año	2022
Palabras clave	Ética, medio ambiente, responsabilidad social empresarial (RSE), stakeholders, sociedad.
Resumen	En el presente trabajo exponemos de forma clara una problemática evidenciada en la empresa A- Tono estampados, donde se evidencia la ausencia de un plan estratégico de responsabilidad social empresarial, acciones que son tendientes a mejorar la competitividad y la calidad de vida de los actores involucrados, además se realiza una investigación para concluir con un diagnóstico y así implementar un plan de mejoramiento, es entonces esencial conocer no solo la empresa sino también las normas que rigen el objeto de dicha empresa
Problema de investigación	Ausencia del plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la empresa A-Tono estampado
Metodología	Tipo de investigación: Mixta se usó un modelo de observación directa, donde se realiza un análisis y una investigación cuantitativa a los empleados por medio de una encuesta, la cual se formuló para la realización de los análisis de datos de nuestro problema de investigación, en el que buscamos encontrar los factores y características que han incidido en la implementación de modelos y herramientas de la RSE.
Principales resultados	Se encuentra una empresa donde hay un poco de desconocimiento de la Responsabilidad social empresarial, cuentan con muy pocas acciones orientadas a dicha responsabilidad y ello implica que no haya un equipo comprometido en consolidad actividades que fortalezcan y mejoren la calidad de vida de los actores involucrados, así mismo se hace necesario que haya un compromiso de parte de la empresa para fomentar entre sus colaboradores acciones

tendientes no solo a mejorar los procesos sino a mitigar con ellos los impactos negativos a nivel social y ambiental. No hay un programa de RSE en la empresa.

Conclusiones

La experiencia que tuvimos con la presente investigación nos permitió comprender la importancia de crear en las empresas por pequeñas que sean un programa de RSE, pues ello permite aumentar los estándares de calidad, favorece la competitividad y aporta al cuidado del medio ambiente, para la empresa A- Tono estampados se creó un programa que le va a ser de gran utilidad ya que han comprendido dicha importancia para ser comprometida con dichas causas.

Referencias

Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, *28*(5), 1–11.

Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. Revista Empresa y Humanismo, 13(2), 77-120

Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, *24*(48), 74–99.

De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.

Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.

Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.

Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, *24*(2), 331–352.

Resumen

El presente documento expone el desarrollo del plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la empresa A-tono estampados, compañía dedicada a la fabricación textil y con ubicación en el municipio de Cartago, Valle. Su actividad comercial se basa originalmente en la confección de prendas de vestir personalizadas dando gusto a sus clientes. Con el plan de RSE se pretende implementar un conjunto de estrategias destinadas a fomentar el cuidado del medio ambiente, mejorar la calidad de vida de los empleados y mantener las relaciones éticas con los grupos de interés. Para elaborar el diagnóstico de la situación se utilizó un modelo basado en la observación indirecta con investigación cuantitativa. Para ello se aplicó una encuesta de 12 preguntas a la totalidad de los empleados. El conjunto de resultados evidencia la ausencia de un plan de responsabilidad social empresarial RSE por parte de la empresa, No obstante, se detectó que, dentro de los procesos de la empresa, se encuentran implícitas acciones y actividades que contribuyen al compromiso social. Se estima que con la implementación del plan de RSE la empresa pueda cumplir con su obligación social y ambiental, además de mejorar su imagen y reconocimiento como empresa del sector textil.

Palabras Claves: Ética, medio ambiente, responsabilidad social empresarial, stakeholders, sociedad.

Abstract

This document presents the creation of the strategic plan of social responsibility for the company A-tono estampados, a company dedicated to textile manufacturing and located in the municipality of Cartago, Valle. Its business activity is mainly based on the manufacture of customized clothing to suit the needs of its customers. The CSR plan aims to implement a set of strategies designed to promote care for the environment, improve the quality of life of employees, and maintain ethical relations with stakeholders. A model based on indirect observation with quantitative research was used to prepare the diagnosis of the situation. A 12-question survey was applied to all employees. However, it was detected that, within the company's processes, there are implicit actions and activities that contribute to social commitment. It is expected that with the implementation of the CSR plan the company will be able to meet its social and environmental obligations and improve its image and recognition as a textile company.

Keywords: ethics, enviroment, corporate social responsibility, stakeholders, society.

Tabla de Contenido

Capítulo 1. Antecedentes 11
Introducción 11
Problema 12
Objetivos 12
Capítulo 2. Marcos Referenciales 13
Marco conceptual 13
Marco Teórico 17
Marco institucional 20
Marco Legal 23
Capítulo 3. Resultados 25
Diagnóstico 25
Matriz de Marco Lógico 26
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento 30
Plan de Acción y de Seguimiento 30
Conclusiones 33
Referencias 35
Anexos 40

Lista de Tablas

Tabla 1. *Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica* 32

Tabla 2. *Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social* 33

Tabla 3. *Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental* 34

Lista de Figuras

Figura 1. *Ubicación de la empresa A-Tono estampados* 22

Figura 2. *Estructura Organizacional de la empresa A-Tono estampados*..... 24

Figura 3. *Árbol de problemas para la empresa A-Tono estampados* 28

Figura 4. *Árbol de Objetivos para la empresa A-Tono estampados*..... 29

Figura 5. *Mapa Estratégico para la empresa A-Tono estampados* 30

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética..... 40

Anexo B. Formato de Recolección de Información..... 40

Capítulo 1. Antecedentes

.

Introducción

La empresa A- Tono estampados es una compañía dedicada originalmente a la elaboración de prendas para estampar y la estampación personalizada de artículos como camisetas, gorras, mugs, etc, cuanta con 12 empleados de planta y un externo que es el contador, es una empresa que ha progresado y tiene dentro de su proyección crecer aún más fortaleciendo sus procesos para poder llegar a exportar, por ello la presente investigación se hace a la empresa con el fin de diagnosticar con que políticas y programas cuenta en el tema de RSE, para analizar dicho diagnostico se emplea una investigación de tipo exploratorio en la empresa y cuantitativo a través de una encuesta a los empleados de la empresa, durante dicha investigación nos pudimos dar cuenta que muchos empleados por tener a las represarías de la empresa podría ser que no dijesen toda la verdad en sus respuestas, por ello se tomó un margen de error del 5%, así mismo.

En dicha investigación se analizan los diferentes marcos que comprenden una investigación y se llega a unos resultados los cuales nos indican que ha habido poco interés de la empresa en implementar acciones de RSE; con dicha investigación entonces la empresa comprende su situación y la importancia de la misma en el impacto que se puede tener ante el medio ambiente y la sociedad, comprometiéndose en ser una compañía ambiental y socialmente responsable con sus acciones.

Problema

Ausencia del plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la empresa A-Tono estampado

Objetivos

Objetivo General

- Implementar un programa socio-ambiental en la empresa A-Tono estampados con el fin de volverla una empresa amigable, sostenible e incluyente con la sociedad que la rodea.

Objetivos Específicos

- Fortalecer las actividades laborales incluyentes que aporten y ayuden a la calidad de vida y el compromiso para con la sociedad.
- Implementar un plan RSE viable de iniciación para la empresa A-Tono estampados
- Realizar planes estratégicos para la maximización de ventas y apertura de nuevos mercados.
- Capacitar constantemente el personal en buenas prácticas para el beneficio tanto de la empresa como de sus colaboradores.
- Concientizar y capacitar a colaboradores acerca del compromiso con el cuidado del medio ambiente, a su vez implementar sistemas de recolección y disposición de material reciclable.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

En el desarrollo de la investigación, encontramos la afirmación de otros autores:

Para el desarrollo de la investigación de implementación del programa de RSE, para la empresa A-Tonos estampados, se realiza una indagación de los diferentes estudios que sean similares o cercanos a lo que se realiza en este trabajo investigativo, logando poder determinar los diferentes obstáculos que se puedan presentar; alcanzando el diseño correcto de los lineamientos principales de los cuales se basa la presente investigación (Jimcontent, 2022, págs. 1-6).

Marco conceptual

En el progreso de la invetigación, encontramos la afirmación de otros autores:

Durante el desarrollo de la investigación RSE, se necesita la aclaración de los diferentes conceptos que componen el ecosistema de la RSE; para poder verificar, validar y desarrollar este conocimiento, se hace la referencia conceptual de estas aclaraciones, logrando poder hilar los razonamientos de forma coherente entre los hechos iniciales, las hipótesis planteadas y los resultados obtenidos; logrando dar al programa la viabilidad de aplicación en la empresa (Reidl-Martínez, 2012, págs. 149-151)

Ética.

La ética son los valores que van desde lo social a lo moral que nos permiten sostener una conducta reflexiva de acciones con sentido con el fin del bien común tal como lo define Etkin (1993) donde afirma que la ética, “es el fundamento cuyos valores esenciales deben organizar la vida social, y son tales como la libertad y la dignidad humana, así como también se basa en conceptos morales como el bien común, lo bueno, lo equitativo y lo justo” (p. 16).

Ética Empresarial.

Son todos aquellos valores que adquiere una organización que regirán las labores, acciones y actividades de la misma, de algún modo será la distinción que tendrá frente a otras compañías, por ende, reafirmo la teoría de Ortiz (1995) que afirma que la ética empresarial "Es un valor intrínseco de toda actividad económica y organizacional porque cualquier actividad empresarial atrae hacia sí un cúmulo de factores humanos" (p. 19), que va desde el sentido humano hacia lo empresarial.

Pensamiento Estratégico.

Proceso de la planeación estratégica que va en función de planear el futuro de la compañía, por medio del análisis del entorno para proponer estrategias que enruten hacia el camino deseado. Labarca (2008) nos indica en su articulo la definicion de Morrisey (1997), el cual este último lo define el pensamiento estratégico, que es el que "conlleva a la creación de un equipo directivo con una visión compartida de futuro y de un sentimiento profundo de autoridad y paternidad por parte de todas las personas claves de la organización" (p. 50).

Dicho equipo dirigirá la barca que planeará y definirá el futuro

Desarrollo Social.

El desarrollo social es la agrupación de pasos que tomamos como el precedente para ayudar a la mejora de las condiciones de vida de la población de un país, fortaleciendo sus ingresos, donde juega un papel importante los derechos humanos que buscan la equidad e igualdad, es este aspecto intervienes los actores estatales y privados, Midgley (1995). Afirma "El desarrollo social es un proceso de promoción de bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico" (p. 1); es decir que busca favorecer de forma económica a las diferentes poblaciones del país.

Desarrollo Sostenible.

El término de desarrollo sostenible va más ligado al tema ambiental de desarrollo y avance amigable con el medio ambiente, es decir que las empresas deben conocer y entender que entre sus políticas de desarrollo ejecuten planes amigables que no pongan en riesgo el medio ambiente. Tal como lo afirma el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, realizado en la ONU (1987) nos indica que la "Relación entre medio ambiente y desarrollo, se entiende como tal aquel que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (p. 289).

Excelencia Empresarial.

La excelencia empresarial es el modelo de evaluación constante que tiene una organización para autoevaluarse y evaluar su entorno con el fin de ofrecer siempre lo mejor, con los más altos estándares de calidad y buscando satisfacer las necesidades de sus consumidores.

Así como lo afirma, Oyarce (2013) sugiere que "con el fin de obtener resultados relevantes, a base de un conjunto de principios, valores y conceptos claves compartidos por toda la organización, cuyo fin es satisfacer a sus diversos grupos de interés" (Pág.59).

Grupos de Interés.

El grupo de interés es un conjunto de personas dentro de una organización donde su interés van enrutados a objetivos específicos dentro de la misma, así como lo menciona Granada y Trujillo (2011) sugiere que "el concepto de gestión de los stakeholders se concreta precisamente en la metodología o acciones que la organización desarrolla para la integración de esas preocupaciones en sus operaciones económico-comerciales" (p. 72).

Sostenibilidad.

Sostenibilidad es alcanzar el equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental sin perjudicar un futuro próximo, es decir garantizar el bienestar sin que esto afecte la situación del mundo, así como lo sugiere Plinio Zarta Ávila (2018) sugiere que "es la capacidad de un país en proporcionar a su pueblo bienes y servicios apropiados a sus necesidades, donde se establezca una relación no-destructiva con la naturaleza y se promueva la equidad entre las diferentes clases sociales" (p. 420).

Estrategia.

Es el plan que integra las diferentes acciones que una empresa ejecutara para cumplir con las metas propuestas a corto, mediano y largo plazo.

Con el fin de lograr alcanzar un objetivo.

Gerencia Estratégica.

La gerencia estratégica es la herramienta utilizada por las empresas para evaluar la situación de la organización tanto interna y más externamente para generar acciones duraderas y así mismo desarrollar actividades que garanticen el crecimiento y sostenibilidad de la misma. Como dijo. HERRERA (2011) el cual nos indica en su conocimientos lo siguiente "La gestión estratégica organizacional, como aquella herramienta importante para el análisis y valoración de la situación actual de la empresa, la razón principal es que con estos resultados se puede orientar a la alta gerencia para desarrollar las actividades de caracterización, formulación y evaluación de alternativas estratégicas satisfactorias, en el cada vez más complejo escenario de la compañía, obteniendo como resultado la optimización de los recursos disponibles" (p. 81- 153).

Marco Teórico

Cada día es más evidente la concurrente competencia de las empresas haciendo que se dificulte ser sostenibles en el tiempo, para lograr esto necesitan tener una imagen y una reputación es por eso que cobra gran importancia el tema de responsabilidad social empresarial que es la manera como las empresas logran producir causando los mínimos daños al medio ambiente dicho desarrollo debe ser sostenible y basarse en la ética y la conducta de todos los negocios, en el mundo es notable el crecimiento de esta práctica y Colombia no es ajeno a este tema.

Pero la responsabilidad social no solo se puede basar en el tema ambiental hay otros dos protagonistas que son la parte social y económica, aclarando que estos programas son de manera voluntaria por las empresas, el lema principal es mejorar el bienestar de las comunidades no solo en su entorno si no en todo el planeta, pero la empresa sola por si no puede sacar adelante todos los programas de responsabilidad social debe involucrar a empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, muy importante de incluir a todos los grupos de interés o Stakeholders para que cumpla con su propósito y ejecución debe integrar a todo el sistema que conforma la Organización basados en la Misión, visión y valores de la empresa.

Dichos procedimientos orientan a la implementación del modelo de relacionamiento de las empresas mediante la identificación y priorización de cada uno de esos grupos de interés el reconocimiento, materialidad y la formulación de la estrategia de relacionamiento, impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización.

Es necesario que las empresas tengan lineamientos crear lazos de reciprocidad entre la empresa y sus grupos de interés para generar valor compartido, desarrollo sostenible y contribuir a la construcción de un desarrollo sostenido.

Es donde entra en juego la Neuromarketing, Neuroliderazgo, Neurociencia efectiva, Inteligencia aplicada, las herramientas de gestión determinada la responsabilidad social corporativa, basándose en la Guía ISO 26000 que se enfoca en la gestión global de la responsabilidad social corporativa.

Seguidamente la RSE cuenta con unos elementos de estructura tales como:

- Compromiso de las empresas
- Adaptabilidad
- Beneficios sociales
- Decisión voluntaria
- Conducta ética
- Desempeño ambiental

Después de profundizar en la RSE pasamos a partir desde el punto de vista personal considerando que para las empresas el tema de mostrar lo responsable que son y publicarlo ante el mundo se vuelve un reto donde buscan sostener esa relación tradicional de empresa-producto-cliente, más allá de a veces volverse sólo un tema de apariencias, optando por la deshonestidad en sus campañas involucrando entre ellas pequeñas trampillas infringiendo códigos de ética y pasando a la ilegalidad de actos.

El tema va más allá cuando las críticas se centran en que algunas empresas se acogen a la RSE se ha considerado más un componente de reputación lo que no dimensionan es que debería ser considerada en los consejos administrativos y directivos principales como ente estratégico elemental para la gestión, es decir que no está siendo llevado por el equipo correcto para obtener los resultados correctos, es por eso tantos casos de fracaso en la aplicación de la RSE. Incluso en las estadísticas afirman que las empresas van más ligadas a exhibir su “Responsabilidad social

Empresarial” por todos los medios masivos, especialmente las redes donde hay más concentración de personas quienes son los responsables de diferir en los actos de premiar o castigar los actos de las empresas, pero eso está siendo así cuando el ciudadano está pensando y actuando desde la perspectiva individualista, cuando la sociedad está más cerca a la información pero lejos de la formación u educación.

De ahí parte la confusión para calificar la responsabilidad social, cada país maneja diferentes estándares de medición de la “responsabilidad” de ahí surge la pregunta ¿Quién tiene la razón? Afirma (Jauregui 2019) “Una de las razones por las que la expansión de la RSE a las pymes y a las medianas empresas no se ha conseguido es precisamente que no ha habido unas políticas de apoyo y de fomento suficientes”. En américa latina tiene un grado de desarrollo inferior a lo que se considera desarrollo promedio, en pocas palabras sería atrasado en el contexto de la RSE, según encuesta realizada por (vives, 2013).

La RSE no debe ser algo impositivo, por el contrario, debe ser una apuesta a la mejora de las condiciones de vida de la sociedad y aumentar su competitividad, generando valor en cada una de las acciones que realiza, la tendiente globalización y transformación de las empresas debe enfocar sus esfuerzos a contribuir a la disminución de la preocupación por los impactos negativos que generan las empresas a la sociedad, así como siendo éticamente responsable permitiendo un modelo sostenible.

Se concluye en la afirmación que la RSE es una pieza clave para la realización y éxito dentro del mercado y en su entorno social asumiendo compromisos que garanticen el bien común de la sociedad, asumiendo pactos que no solo se beneficien propiamente sino también favoreciendo y aportando a la preservación del medio ambiente. Pero visto desde la visión real se requieren asumir restos que establezcan cambios en los accionares de las empresas, dejando a un

lado la conducta habitual con la que se ha venido desarrollando la RSE, La lucha empieza desde cambiar la percepción del papel que desea cumplir la empresa en la sociedad ejecutando planes más aterrizados que vayan desde la verdad y no en busca de sólo ser aceptados y calificados como una empresa responsable.

Marco institucional

Descripción de la Empresa A-Tono Estampados

A-Tono Estados es una empresa reglamentariamente constituida desde el año 2016 con apertura inicialmente en la ciudad de Cali y se erradico en Cartago desde el año 2018, amabas ciudades pertenecientes al departamento del Valle.

Hoy por hoy A-Tono Estampados se dedica a la fabricación y comercialización de prendas lisas en algodón y poliéster, conjuntamente sacos, camibusos, y estampados en general.

Su actividad principal es la elaboración de prendas lisas para venta a proveedores y para su uso en estampados personalizados que entra a ser su actividad secundaria

Cuenta con un taller propio de producción en línea conformados por 4 mujeres líderes de familia siendo esta uno de sus aportes a la sociedad.

Su deseo es ser una compañía líder a nivel nacional en comercialización de artículos personalizables, siendo su prioridad la producción y venta de prendas lisas de vestir tales como camisetas, sacos, pijamas y demás prendas que se puedan personalizar. Dentro de sus metas cercanas es invertir en maquinaria a gran escala que permita la impresión digital de gran tamaño y temo fijadora de su misma amplitud para realizar las labores y brindar una excelente calidad.

Cuenta con un taller propio de confección en línea conformado por 4 mujeres líderes de familia siendo este uno de los aportes sociales.

Sector

Secundario (Fabricación de prendas de vestir)

Ubicación

Calle 4 #18-42 San Jerónimo (Cartago Valle)

Gráfico 1. Ubicación de A-Tonos Estampados

Fuente elaboración: Google Maps

Misión

Somos una compañía del Sector Textil, orientada a la fabricación y estampación de prendas de vestir, y/o venta de artículos personalizados tanto de forma minorista como mayorista. Buscando cubrir las necesidades y requerimientos de nuestros clientes, mediante la gestión eficiente de la calidad, la idoneidad del personal, la flexibilidad en la producción, el mejoramiento continúo de los procesos y en el servicio.

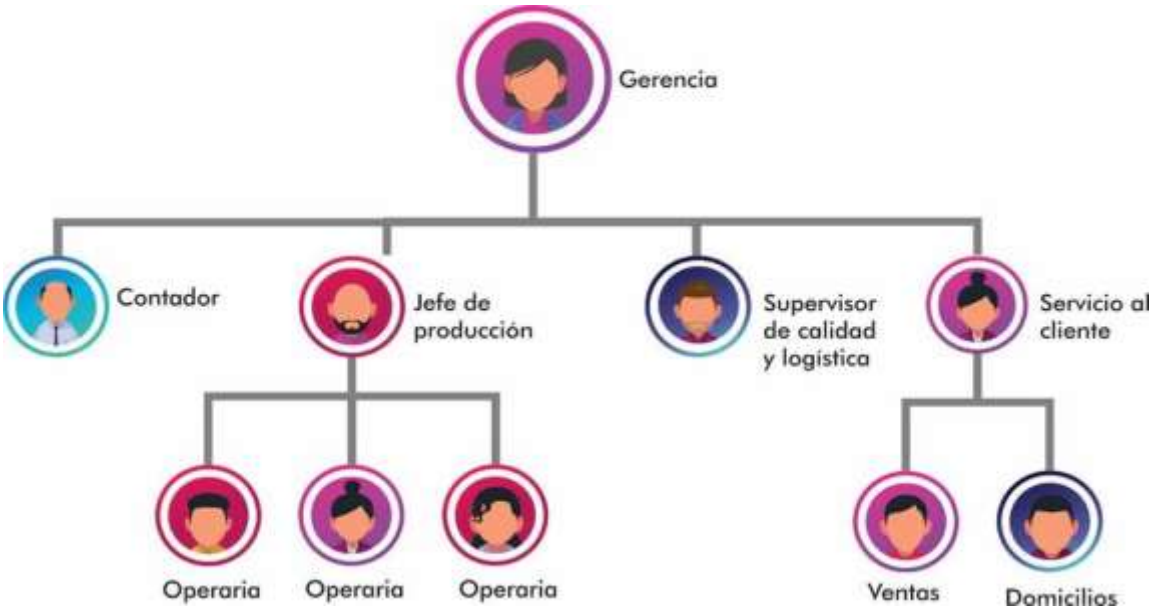
Visión

Ser para el año 2024 una empresa nacionalmente reconocida liderando en el mercado en la fabricación de camisetas lisas para estampar, satisfaciendo a nuestros clientes y estableciendo como prioridad la calidad de todos los artículos ofrecidos, caracterizándonos por la novedad de productos, resaltando siempre en la calidad, buen servicio y que la marca sea reconocida por nuestros diseños a nivel nacional.

Valores

- Calidad
- Excelencia
- Innovación
- Honestidad
- Compromiso

Gráfico 2. Estructura Organizacional



Fuente elaboración: Empresa A -Tono estampados

Cultura Organizacional:

En A- Tono Estampados trabajamos de manera conjunta, donde cada uno de los colaboradores aporta al mejoramiento de los procesos y cumple con las actividades asignadas enfocados en mejorar cada día los resultados según las metas trazadas, cada miembro del equipo ejerce de alguna manera compromiso lo que se ha podido hacer por su estructura de jerarquía horizontal, las decisiones aunque son tomadas por el gerente antes son consultadas con los colaboradores de tal manera que cada área de la empresa tiene la capacidad de conocer sus falencias y sus necesidades.

Marco Legal

Normas ISO 45001: "Tiene como objetivo ayudar a las empresas en su labor de prevención de accidentes laborales, estableciendo un Sistema de Gestión y Salud en el Trabajo (SST), que permita a la organización proporcionar un lugar de trabajo más seguro para sus empleados y el resto de las personas; evitando fallecimientos, lesiones y problemas de salud relacionados con el trabajo, los accidentes laborales y los accidentes viales." (INCONTEC, Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, 2018, p. vii)

Normas ISO 26001: "Es una guía para integrar la responsabilidad social en todo tipo de organizaciones, con el fin de ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. No es una norma de sistema de gestión y no es certificable." (IESE, 2011, p. 8).

Donde Incontec nos indica que la Normas ISO 9001: "Se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los

productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente.” (INCONTEC, Sistema de gestión de calidad - ISO 9001 de 2015, p. ii).

Donde Incontec nos indica que la Normas ISO 14001: “proporcionar a las organizaciones un marco de referencia para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. Esta norma específica los requisitos que permitan que una organización logre los resultados previstos que ha establecido para su sistema de gestión ambiental. (INCONTEC, Sistema de gestión de calidad - ISO 14001 de 2015, p. i)

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Para la elaboración del diagnóstico se hace necesario indagar un poco más a fondo con un modelo de observación indirecta por medio de una investigación cuantitativa donde se hace un acercamiento inicial con la empresa y se observa que dentro de su organización a pesar de ser pequeña se vislumbra que no tienen como tal un plan de RSE,

En cuanto a lo que se puede observar se hace necesario que la empresa trabaje más la parte de relacionamiento estratégico, incentivar más las actividades a nivel social, velar por ese compromiso con la sociedad para fortalecerse y aportar también con mejorar la calidad de vida de las personas. **S**e puede vislumbrar a través de la investigación realizada como los actores que componen la organización no tienen una idea clara de la RSE que tiene la empresa, y ello se evidencia en la falta de proyectos y/o acciones dirigidas a mejorar las condiciones de los mismos, a nivel de empleados se vislumbra como hay ausencia de educar en cuanto al direccionamiento estratégico de la empresa y temas ambientales, programas de incentivos, programas incluyentes, un departamento de seguridad y salud en el trabajo fortalecido, en cuanto a los clientes no hay políticas de seguridad del consumidor ni canales de comunicación tendientes a mejorar los procesos, en temas ambientales no hay medición de indicadores del impacto generado por sus actividades, así como apoyo a programas existentes en el municipio, a nivel social se hace necesario implementar políticas incluyentes y proyectos sociales dirigidos a mejorar las calidad de vida

Matriz de Marco Lógico

Estudiando la definición de otros autores en la construcción del documenta de la cepal, Metodología del marco lógico para la planificación (2005) afirma:

Para el trabajo de RSE de la empresa A-Tonos Estampados, se utiliza el Marco Lógico para poder plantear los objetivos, de esta forma podamos beneficiar a los diferentes implicados, mediante la conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de la propuesta, logrando involucrar a los empleados y la comunidad donde se encuentra ubicada la empresa, en la construcción de la propuesta; donde esta última realmente este construida a la realidad del entorno de A-Tonos Estampados (pág. 13).

Cuadro 1. Stakeholders

internos	Externos
Propietarios	Clientes
Gerente	Proveedores
Contador	Vendedores externos
Empleados	Cámara de comercio
	Entidades financieras
	Organizaciones ambientalistas
	Comunidad en general aledaña a la empresa

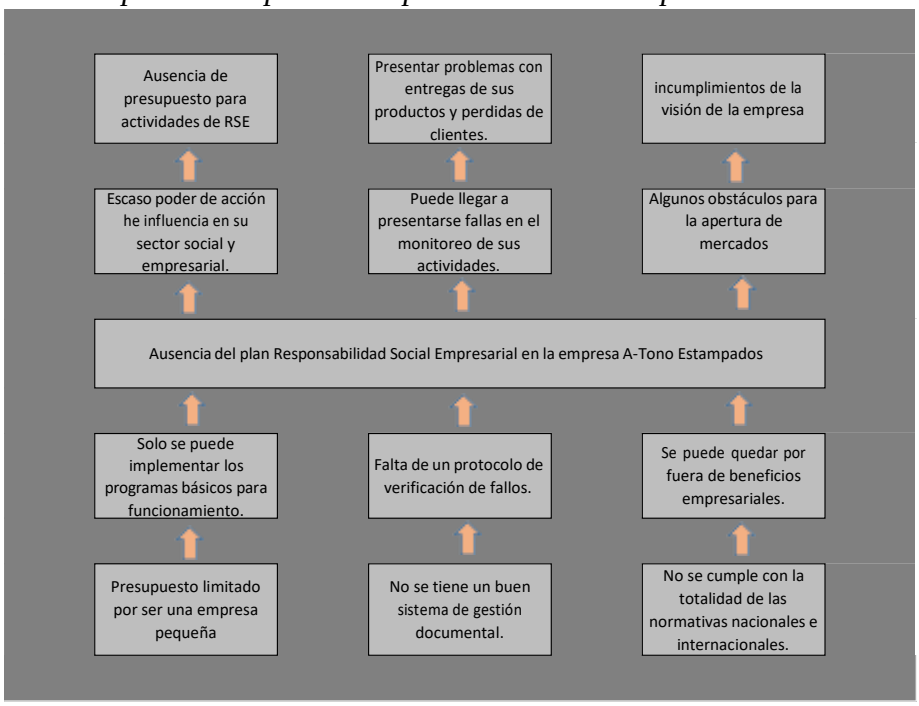
Fuente de elaboración: Propia

Árbol del Problema

En el desarrollo investigativo, se plantea la técnica de árbol de problemas, “para poder identificar la situación real y detectar el problema principal, basándonos en las diferentes causas

y sus efectos“ (Metodología del marco lógico para la planificación, 2005, pág. 93); en la figura construida para este trabajo, se pone a la vista cada uno de los puntos del árbol de problema que se elaboró para la organización (Ver Figura 1).

Figura 1.
Árbol de problemas para la empresa A-Tono estampados

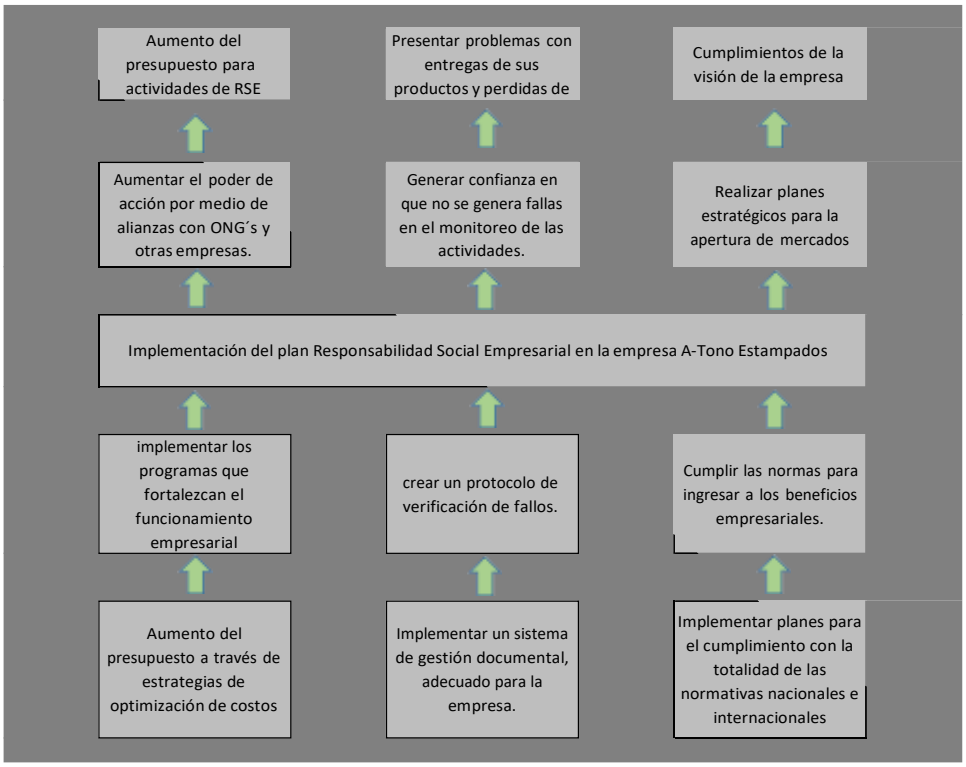


Fuente. Elaboración propia.
Nota. La figura estable la relación del problema principal y las causas que llevaron a presentarse la situación actual.

Árbol de Objetivos

Durante el proceso de desarrollo que se está realizando en la investigación, “para encontrar los canales, medios y alternativas, planteadas en el árbol de problemas; se utilizó el árbol de objetivos, logrando una visión positiva de las diferentes situaciones que se planearon anteriormente, para lograr claridad de la solución paso a paso, se utilizó la misma estructura del árbol de problemas” (Metodología del marco lógico para la planificación, 2005, pág. 96); en la figura construida para este trabajo, se puede notar cada uno de los puntoss del árbol de objetivos que se elaboró para la organización (Ver Figura 2).

Figura 1.
Árbol de Objetivos para la empresa A-Tono estampados



Fuente. Elaboración propia

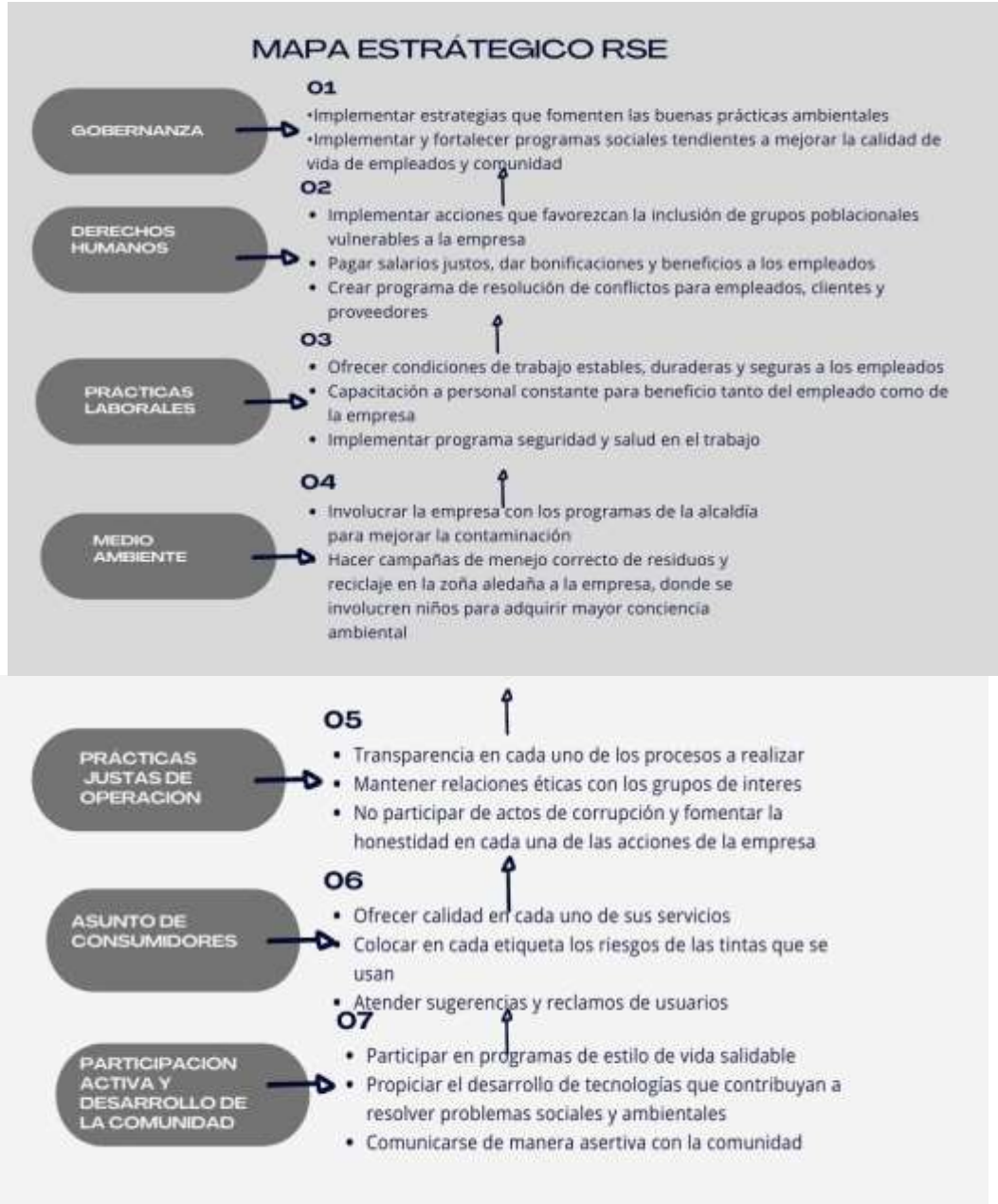
Nota. La figura estable la visión de la solución del problema principal y de las diferentes causas, logrando solucionar la situación actual.

Mapa Estratégico

Para visualizar las estrategias, se muestra en el mapa estratégico planteado, “logrando crear valor a través de los activos intangibles, logrando que los clientes aprecien la compañía identificándose con sus valores, los productos y los servicios que les prestan; siendo estas el núcleo de valor donde las acciones y las capacidades de la compañía, la base de la ejecución de la estrategia” (Kaplan, 2004, págs. 57-59).

Se presenta una descripción del mapa estratégico de acuerdo a los (7) componentes fundamentales, acorde al árbol de objetivos (Ver Figura 3).

Figura 2.
Mapa Estratégico para la empresa A – Tono Estampados



Fuente. Elaboración propia

Nota. La figura estable la visión de la ejecución del plan estratégico, logrando crear valor a través de las acciones.

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

El plan de mejoramiento son las acciones y compromisos que se pondrán en marcha con el fin de resolver problemas detectados dentro y fuera de la organización que puedan afectar de forma directa o indirecta la efectividad y la rentabilidad de una empresa. Esto se hace de forma integrada y orientada con el fin de alcanzar un equilibrio y el mejoramiento constante de los procesos productivos.

Plan de Acción y de Seguimiento

Es una herramienta a la hora de planificar utilizada para la ejecución y tareas o proyectos que puedan ser medibles, orientado a objetivos específicos con el fin de alcanzar metas y objetivos formulados.

Desde la perspectiva económica se busca implementar planes estratégicos para apertura de nuevos mercados, buscando nuevos recursos y utilizando nuevas tecnologías que nos permitan innovar en procesos y se brinde una mejor calidad de los productos y servicios, de este modo se hace un apoyo en conjunto donde será primordial comprar directamente a productores locales para fortalecer el gremio comercial nacional, promueva a su vez la sana competitividad y de este modo esté logrando un equilibrio en el mercado desarrollando un crecimiento de la empresa, como muestra de lo anterior (Ver Tabla 1)

Tabla 1.
Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Implementar planes estratégicos para la ampliación y apertura de nuevos mercados, ampliando el	Buscar nuevos recursos, utilizando nuevas tecnologías y desarrollando	6 meses	$12.000.000	Rentabilidad anual/ proyección esperada * 100

	catálogo de productos para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.	sinergias con otros operadores de una forma sistemática.

Fuente: Elaboración propia
Nota. Dimensión económica del plan de acción A-Tono estampados

Desde la perspectiva social teniendo como base el deseo de apoyar procesos sociales que beneficien el desarrollo social e impulse al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y en especial el entorno más cercano, se planea implementar programas que tiendan a capacitar a la comunidad a la vez generar procesos incluyentes para contratación y para los mismos empleados. Todo ello con un mismo fin y es ser una empresa más comprometida socialmente. (Ver Tabla 2)

Tabla 2.
Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	Implementar y fortalecer programas que tiendan a mejorar la calidad de vida de empleados y comunidad	Apoyar programas del gobierno e pro de capacitar empleados y a personas que deseen aprender actividades relacionadas con las labores realizadas	3 meses	$1.000.000	Programas ofrecidos/participación de la empresa *100

Fuente: Elaboración propia
Nota. Dimensión social del plan de acción A-Tono estampados

Desde la percepción ambiental se hace necesaria capacitar al personal en las buenas prácticas ambientales que favorezcan la preservación y cuidado del medio ambiente para ellos se busca inicialmente concientizar y capacitar al personal de la empresa para que asuman un compromiso y cumplan con directrices frente al buen uso de materias y la disposición de

materiales reciclables a su vez el correcto uso y funcionamiento de materias contaminantes. (Ver Tabla 3)

Tabla 3.
Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Concientizar y capacitar a colaboradores a cerca del compromiso con el cuidado del medio ambiente, es necesario establecer las medidas necesarias del buen manejo de materias y residuos.	Realizar capacitaciones y actividades de clasificación de residuos, conjuntamente establecer lugares y/o punto ecológico para los diferentes desechos que se generan con el fin de volverse una práctica cotidiana	1 mes	$240.000	(# de actividades realizadas / # de participantes) X por mes

Fuente: Elaboración propia
Nota. Dimensión ambiental del plan de acción A-Tono estampados

Conclusiones

Al terminar el trabajo en mención y de haber analizado los datos obtenidos, se puede concluir que:

La RSE es un mecanismo en tendencia utilizado por las empresas como estrategia para potencializar sus negocios, maximizar ventas y abrirse a la posibilidad de abrir nuevos establecimientos comerciales más conscientes y responsables con su labor.

Todas las empresas deberían fortalecer o implementar planes incluyentes que garanticenuna competitividad justa y que a su vez vayan en pro de mejorar las condiciones de vidade sus integrantes y asegurar el compromiso con la sociedad por medio de actividades que los vincule.

Implementar un plan RSE para cualquier compañía debería ser un amigo estratégico quele garantizará un valor agregado a su labor, conjuntamente lleva 3 fuerzas a su lado que es la contribución voluntaria a la mejora de la calidad de vida a la sociedad, se vuelve responsable y amigable con el medio ambiente y entorno y mejora su competitividad enel mercado.

Dentro de cualquier compañía el éxito lo garantiza un personal acto y calificado para su labor, desde ese punto de vista el contar con capacitaciones constantes en las diferentes áreas de la empresa y en especial la de buenas prácticas de manejo y labor garantizaran menos desperdicios y esto generará rentabilidad y ganancia para la empresa.

Como acción responsable toda empresa debe contar con un plan de capacitación adicionalpara las buenas prácticas ambientales, que ayudan y fomentan el cuidado y la preservación del medio ambiente, para ello se debe contar también con protocolos de

depósito y tratado de materias y reciclables y el uso adecuado de materiales contaminantes.

Se logra estructurar un programa socio-ambiental en la empresa A-Tono estampados, cumpliendo el objetivo de convertirla en una empresa amigable, sostenible e incluyentecon la sociedad que la rodea.

Referencias

Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, *28*(5), 1–11.

Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. Revista Empresa y Humanismo, 13(2), 77-120

Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, *24*(48), 74–99.

De la Cruz, C y Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.

Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.

Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.

Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, *24*(2), 331–352.

González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. Sitio web: http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf

González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.

González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.

González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 77 - 119. Sito web: https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139

HERRERA, J. E. (2011). *GESTIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL - Guía práctica para el diagnóstico empresarial.* Bogotá, D.C: ECOE EDICIONES.

Jimcontent. (2022). *MARCO REFERENCIAL.* Sitio web: https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1557840228/module/9548089269/name/MARCO%20DE%20REFERENCIA.pdf

Kaplan, D. P. (2004). *Mapas Estrategicos.* Sitio web: https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/03/libro-mapas-estratc3a9gicos-kaplan-c2b4n-norton.pdf

Labarca, N. (01 de Enero de 2008). *Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial.* Sitio web: https://www.redalyc.org/pdf/310/31005504.pdf

Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.

Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, *30*(3), 269–276.

Medina, M y Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Sitio web: https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1yisAllowed=y

Metodología del marco lógico para la planificación, e. s. (Julio de 2005). *Edgar Ortegón, Juan Francisco Pacheco, Adriana Prieto.* Sitio web: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

Midgley, J. (1995). *Desarrollo Social.* Obtenido de https://www.upm.es/sfs/Rectorado/Gabinete%20del%20Rector/Honoris%20Causa/curriculum/James%20Midgley.pdf

Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.

Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Sitio web: de https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es

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

Sitio web: de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

Norma ISO (2015). ISO 14001. *Sistema de gestión ambiental*. Sitio web: https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. Entramado, 11(2). 72-90.

ONU, A. G. (04 de Agosto de 1987). Sitio web: https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

Ortegón, G., Castrillón, O y Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, *16*(32), 65–84.

Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.

Reidl-Martínez, L. M. (7 de Marzo de 2012). *Marco conceptual en el proceso de investigación.* Sitio web: http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v1n3/v1n3a7.pdf

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. Visión Gerencial, (2),328-343.

Vargas-Chaves, I y Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. Jurídicas, 2, 42.

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

https://editor-storage.reedsy.com/books/6280958038f01c4388595f6c/exports/success/1434e1f8-c917-41d7-8c7e-4d5c9ca06fd1/202205150631-codigo-etica-a-tono-estampados.zip

Anexo B. Formato de Recolección de Información

Link de la encuesta:

https://www.encuestafacil.com/respweb/cuestionarios.aspx?EID=2821821

1.- Su opinión también cuenta

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para evaluar el nivel de satisfacción general de los empleados con el programa de responsabilidad social de la empresa

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y solo serán utilizadas para ayudarnos a mejorar.

Esta encuesta dura aproximadamente 10 minutos.

1. Seleccione su Genero
- Masculino
- Femenino

2. ¿La empresa desarrolla actividades que aportan al desarrollo de la sociedad y el cuidado del medio ambiente?
- Siempre
- Pocas Veces
- Nunca

3. ¿Te encuentras satisfecho con las políticas de RSE empleadas en la empresa?
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

4. La empresa educa a sus colaboradores, clientes y competencia en cuanto a sus objetivos, misión, visión, valores y cultura organizacional
- Siempre
- Ocasionalmente
- Nunca
- No cuenta con planeación estratégica

5. La empresa realiza actividades donde se incluyan las personas discapacitadas y de grupos especiales
- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- Cada seis meses
- Cada año
- Nunca

6. ¿La empresa apoya programas del Municipio que propendan por el bienestar de los niños, ancianos, mujeres embarazadas, personas discapacitadas, comunidad LGTB?
- Siempre
- Ocasionalmente
- Nunca

7. ¿La empresa mide la satisfacción de sus colaboradores en aspectos como desarrollo personal, reconocimientos, estabilidad, tiempo libre y ambiente laboral?
- Siempre
- Algunas veces
- Nunca

8. ¿la empresa cuenta con incentivos y reconocimientos por las buenas prácticas y acciones por parte de empleados que favorecen los procesos y/o actividades de la organización?
- Siempre
- Algunas veces
- Nunca

9. ¿La empresa cuenta con un programa especial focalizado en la salud y seguridad del consumidor/cliente sobre sus productos y servicios?
- Si
- No
- No sabe

10. ¿Cuentan sus productos con etiquetados que ofrezcan información e instrucciones?
- Siempre
- Ocasionalmente
- Nunca

11. ¿La empresa realiza capacitaciones para la educación del buen uso de materiales y consumo consiente?
- 1 vez al mes
- Cada 3 meses
- Cada seis meses
- Nunca

12. ¿La empresa monitorea por medio de indicadores los impactos negativos generados por las actividades realizadas según su objeto en la comunidad y su entorno?
- Siempre
- Algunas veces
- Nunca lo hace