

**Implementación de Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Lunita
Kids**

Oscar Fernando Rodríguez Meneses

Julián Andrés De Mary Suárez

Ingrid Judith Guerrero Villamizar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Programa de Administración de Empresas

2023

**Implementación de Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Lunita
Kids**

Oscar Fernando Rodríguez Meneses

Julián Andrés De Mary Suárez

Ingrid Judith Guerrero Villamizar

Asesor

Henry Hurtado Bolaños

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Programa de Administración de Empresas

2023

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) es la forma en que las empresas contribuyen al desarrollo sostenible de la sociedad y el medio ambiente, mediante acciones éticas y transparentes que generan valor para sus grupos de interés. En el presente trabajo se da este análisis para la empresa Lunita Kids, objeto de estudio del presente diplomado. donde se ha propuesto implementar una estrategia de RSE que abarque los aspectos económicos, sociales y ambientales de su actividad. Para lograr estos beneficios de la RSE, Lunita Kids debe definir su misión, visión y valores como empresa socialmente responsable, identificar sus grupos de interés y sus expectativas, establecer sus objetivos y metas de RSE, diseñar e implementar un plan de acción que incluya indicadores de seguimiento y evaluación, comunicar y difundir sus resultados y buenas prácticas, y fomentar el diálogo y la participación con sus grupos de interés Entre los beneficios que la RSE puede aportar a Lunita Kids se encuentran: mejorar la calidad de sus productos y procesos, aumentar la satisfacción y fidelidad de sus clientes, motivar y retener a sus empleados, fortalecer su imagen y reputación, ahorrar costos e incrementar su rentabilidad, acceder a nuevos mercados y oportunidades de negocio, y reducir los riesgos legales y regulatorios.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, beneficios, gestión empresarial.

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is the way in which companies contribute to the sustainable development of society and the environment, through ethical and transparent actions that generate value for their stakeholders. In the present work this analysis is given for the company Lunita Kids, object of study of the present diploma. where it has been proposed to implement a CSR strategy that covers the economic, social and environmental aspects of its activity. To achieve these CSR benefits, Lunita Kids must define its mission, vision and values as a socially responsible company, identify its stakeholders and their expectations, establish its CSR objectives and goals, design and implement an action plan that includes indicators monitoring and evaluation, communicate and disseminate its results and good practices, and encourage dialogue and participation with its stakeholders. Among the benefits that CSR can bring to Lunita Kids are: improving the quality of its products and processes, increasing the satisfaction and loyalty of its customers, motivate and retain its employees, strengthen its image and reputation, save costs and increase its profitability, access new markets and business opportunities, and reduce legal and regulatory risks.

Keywords: Corporate Social Responsibility, benefits, business management.

Tabla de Contenido

Objetivos	8
Conceptualización y aplicación.....	9
Marco Institucional	18
Diagnóstico	20
Matriz de marco lógico	33
Mapa estratégico	35
Plan de mejoramiento.....	36
Conclusiones	40
Referencias	42

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Indicadores</i>	20
Tabla 2 <i>Plan de acción y de seguimiento</i>	36

Lista de Figuras

Figura 1 <i>El gobierno corporativo</i>	11
Figura 2 <i>Organigrama Lunita kids</i>	19
Figura 3 <i>Pregunta 1</i>	24
Figura 4 <i>Pregunta 2</i>	24
Figura 5 <i>Pregunta 3</i>	25
Figura 6 <i>Pregunta 4</i>	25
Figura 7 <i>Pregunta 5</i>	26
Figura 8 <i>Pregunta 6</i>	26
Figura 9 <i>Pregunta 7</i>	27
Figura 10 <i>Pregunta 8</i>	28
Figura 11 <i>Pregunta 9</i>	28
Figura 12 <i>Pregunta 10</i>	29
Figura 13 <i>Pregunta 11</i>	30
Figura 14 <i>Pregunta 12</i>	30
Figura 15 <i>Pregunta 13</i>	31
Figura 16 <i>Pregunta 14</i>	31
Figura 17 <i>Pregunta 15</i>	32
Figura 18 <i>Árbol de Problema</i>	33
Figura 19 <i>Árbol de Objetivos</i>	34
Figura 20 <i>Mapa de Estratégico</i>	35

Objetivos

Objetivo General

Implementar estrategias de Responsabilidad social empresarial en la empresa Lunita kids como herramienta de beneficio en su gestión empresarial.

Objetivos Específicos

Analizar basados en las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial la situación de la empresa Lunita Kids.

Identificar por medio de las herramientas de RSE todos los posibles actores y su repercusión en la empresa Lunita Kids, a través de una encuesta.

Recomendar por medio de un plan estratégico acciones de mejora continua en la empresa Lunita Kids

Conceptualización y aplicación

Línea De Tiempo Sobre La Evolución del Pensamiento Estratégico

<https://prezi.com/view/NuTVLWUCSCMfuuspFL82/>

Características, Elementos Y Formas De Gestionar Estratégicamente La Rse

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la obligación de una organización de considerar los intereses de sus clientes, empleados, accionistas, comunidades y la ecología y considerar las consecuencias sociales y ambientales de sus actividades comerciales. Al integrar la RSE en los procesos comerciales centrales y la gestión de las partes interesadas, las organizaciones pueden lograr el objetivo final de crear tanto valor social como valor corporativo. (Calderón, 2018)

Últimamente, la RSE ha ganado notoriedad ya que las empresas han respondido a dos cambios importantes en los últimos 5 a 10 años: el aumento de la preocupación pública por el medio ambiente y el libre flujo de información que ofrece Internet.

Particularmente el internet ha permitido a la sociedad, obtener un acceso a cualquier información, esto ha logrado aumentar la importancia de la RSE. Mientras que en el pasado, los detalles de las acciones de una empresa pueden haberse restringido a recortes de periódicos de la sección de negocios o debates académicos en las aulas de las escuelas de negocios, en la actualidad, cualquier empresa que se considere socialmente irresponsable puede aparecer en correos electrónicos masivos, publicaciones en Facebook, visto por decenas o incluso cientos de miles de personas en un día.

Al adoptar un enfoque estratégico, las empresas pueden determinar qué actividades tienen los recursos para dedicar a ser socialmente responsables y pueden elegir aquellas que fortalecerán su ventaja competitiva. Al planificar la RSE como parte del plan general

de una empresa, las organizaciones pueden asegurarse de que las ganancias y el aumento del valor para los accionistas no eclipsen la necesidad de comportarse éticamente con sus partes interesadas.

La gestión de la RSE estratégica proporciona a las empresas soluciones para: equilibrar la creación de valor económico con la de valor social y permite gestionar las relaciones con las partes interesadas (especialmente aquellas con valores en competencia) identificando y dando respuesta a las amenazas y oportunidades que enfrentan sus grupos de interés; además del desarrollo de prácticas comerciales sostenibles y la decisión de la capacidad de la organización para actividades filantrópicas

Ser una empresa socialmente responsable a menudo implica mayores costos de materiales y mano de obra. En un mercado laboral competitivo, los empleados se sienten atraídos por empresas que tienen un buen historial de comportamiento responsable, por ejemplo, la conservación y protección del medio ambiente, donaciones etc. Al ser un buen modelo para seguir, una empresa atraerá a personas que tengan habilidades como la innovación, el liderazgo y la capacidad de trabajar en equipo. Y al tratar a los empleados de manera responsable, se minimiza la rotación de empleados. También es bueno que una empresa se destaque entre la multitud, por las razones correctas, contar con una correcta gestión de la RSE puede ayudar a una empresa a diferenciarse de las demás. (Díaz, N. 2014)

Para gestionar la responsabilidad social empresarial, la alta dirección debe destinar o disponer de los recursos financieros, humanos y tecnológicos para gestionarla, manifestando su compromiso y entendiendo la importancia, necesidad, ventajas y beneficios que tendrá para la empresa, la correcta gestión; además, esta gestión debe ser un eje transversal a la organización y se debe direccionar desde lo más alto de la

una gestión ambiental responsable, un cambio de actitud y la evaluación y aplicación de conocimientos y opciones tecnológicas. (Retamoso C, 2007)

Estas Decisiones producto de la integración de producción más limpia y siguiendo los lineamientos de estrategia empresarial, sustentadas en las alianzas multilaterales como la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) Industrial Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo (ONUDI) Medio Ambiente (PNUMA), contribuyeron a la gestión ambiental mediante el establecimiento de centros nacionales de producción más limpia para apoyar y asesorar a las PYME en los países en desarrollo. Estos Centros de Manufactura Más Limpia promueven la activación de estrategias ambientales proactivas, brindando asesoría técnica y capacitaron a empresarios interesados en cambiar o mejorar los procesos de manufactura en la producción para reducir la propagación de la contaminación ambiental.

Estas políticas se vienen socializando y mejorando desde hace varias décadas con el fin de disminuir significativamente el impacto negativo ambiental conservando el interés por la generación de utilidades en el sector empresarial y fomentando la cultura de responsabilidad social, que si se ve desde una óptica estratégica reúne los aspectos del por qué crear empresa en estos tiempos.

La producción limpia

La producción más limpia es una opción de gestión ambiental que, además, ha demostrado ser la etapa previa a las correctas alternativas de tratamiento o disposición, lo cual no es incompatible con ella. Este concepto de prevención ambiental integral se conoce con varios nombres de significado muy similar: minimización, reducción en origen, prevención de la contaminación, producción más limpia, ecoeficiencia, etc. (Hoof et al.2008)

Según Galeano (2006, p. 290), las medidas ambientales impactan en el acceso a los mercados de las empresas, cosa que preocupa a algunos representantes de países desarrollados sobre la posibilidad de que tales medidas debiliten la competitividad y las oportunidades de entrada de las pequeñas y medianas empresas. empresas” (PYMES). Por lo tanto, se enfatiza la importancia de ofrecer cooperación a los países en desarrollo para la implementación de políticas apropiadas en el campo del desarrollo y el medio ambiente, resultando en que los recursos ambientales se protegen sistemáticamente de acuerdo con políticas de desarrollo ajustadas que aseguren, pero no impidan, la apertura comercial y el intercambio económico.

Así pues, una producción más limpia tendría ciertos impactos como: la reducción del riesgo para el medio ambiente, la salud y de accidentes laborales, un ahorro económico en materias primas, agua y energía y un ahorro en la gestión y tratamiento de caudales residuales, mejorando la imagen corporativa y la calidad del producto o servicios

El consumo y la producción sostenible

El Consumo y la Producción Sostenibles (conocidos como CPS) implican hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación ambiental, aumentar la eficiencia de los recursos y promover estilos de vida sostenibles. El consumo y la producción sostenibles se refieren al “uso de servicios y productos relacionados, que responden a las necesidades básicas y brindan una mejor calidad de vida al tiempo que minimizan el uso de recursos naturales y materiales tóxicos, así como las emisiones de desechos y contaminantes durante el ciclo de vida”. del servicio o producto para no poner en peligro las necesidades de las generaciones futuras”. (Delgado C, 2013)

A medida que la sostenibilidad se vuelve más un imperativo estratégico y operativo, los ejecutivos deben liderar el camino para establecer una organización de sostenibilidad que sea adecuada para sus empresas.

La sostenibilidad se utiliza a menudo como un término general que cubre una gran cantidad de temas. Pero para cualquier empresa, pocos temas tendrán la misma relevancia. Las empresas abordan los problemas de sostenibilidad de manera más efectiva cuando diseñan sus organizaciones de sostenibilidad para centrarse en cada tema de sostenibilidad que la empresa prioriza (por ejemplo, hidrógeno verde o su subtema, descarbonización operativa, políticas de cero papel etc.). (Heriz I, 2008).

Las empresas deben definir la lista de temas de sostenibilidad que son importantes para la organización, ya sea porque son importantes para el negocio o porque son las áreas en las que la empresa está posicionada de forma única para marcar la diferencia. Una forma de hacerlo es con diagnósticos o listas de verificación, que dan cuenta del impacto potencial y la probabilidad de una variedad de problemas que podrían afectar a la empresa. Con base en su evaluación, una empresa puede desarrollar una breve lista de temas prioritarios para que los cubra su organización de sostenibilidad. Esto ayudará a las empresas a tomar mejores decisiones sobre recursos y organización en torno a los temas que son importantes para su negocio. (Plasencia Soler, et al, 2018)

La sostenibilidad ambiental, desde la gestión organizacional implica tomar decisiones y emprender acciones que están en los intereses de proteger el mundo natural, con especial énfasis en la preservación la capacidad del medio ambiente para sustentar la vida humana. Es un tema importante en el Tiempo presente, ya que las personas se están dando cuenta del impacto total que las empresas y los individuos puede tener sobre el medio ambiente.

Es urgente que todos los involucrados estén en sincronía para reducir los riesgos para el medio ambiente, desde los gobiernos ofreciendo unas directrices claras y que se puedan llevar a cabo, generando valor para las empresas y labrando el camino para las diferentes maneras productivas que lleguen a futuro. Convenciendo a los empresarios actuales que es viable asumir una postura diferente frente al planeta y a su misma competencia, ya que estos cambios podrán ser factores diferenciales claves para aumentar sus ventas y adquirir nuevos clientes. Y las comunidades deben ser conscientes que para llegar a este objetivo todos debentener la misma meta y por ende sus necesidades deben ser coherentes con la cultura ambiental y social que se pretender implantar en todos los actores que hacen parte del mercado.

En la Conferencia de Río de 1992, la comunidad internacional se ha preocupado por políticas ambientales que reduzcan el consumo insostenible y la contaminación que podría amenazar la sostenibilidad de la vida en el planeta. Es en este sentido, que la implementación de la producción más limpia logra resolver los problemas ambientales ocasionados por el crecimiento demográfico, donde es determinante que se implementen los cambios en los hábitos de consumo, pues es lo que en ultimas genera simultáneamente un crecimiento de la producción en los diferentes sectores de la economía y practica un impacto exponencial y desproporcionado en los recursos naturales del planeta, que por ser de naturaleza limitada, presionan a un colapso no solo ambiental sino del sector productivo.

Las mejoras en los procesos de producción son claves para disminuir la afectación en las fuentes hídricas, la contaminación del aire y los gastos excesivos de energía. Se debe legislar y cumplir ciertas normas sobre maneras diferentes de procesar las materias primas y de la eliminación de los residuos provenientes de estas, periódicamente se hacen jornadas para disminuir la contaminación atmosférica bajando la carga automotriz de las ciudades pero nunca

se notifican a las empresas con llamados de atención y sanciones por los altos volúmenes de contaminación que producen y que es el mayor volumen contaminante en las urbes. Los altos consumos de energía también afectan a las comunidades y al entorno, por estarazón las empresas deben cambiar los elementos y equipos que no cuenten con sistemas de ahorro y nuevas tecnologías que les permiten ser más amigables con el ambiente, esto exige un presupuesto adicional que deberá considerarse una inversión ya que se obtienen ahorros económicos y menor carga en los generadores eléctricos que proveen las ciudades.

Precisiones

La gestión organizacional, permitirá que se tomen decisiones responsables que reduzcan; impacto negativo de los negocios en el medio ambiente. No se trata simplemente de reducir

la cantidad de residuos que produce o utilizando menos energía, por el contrario, se preocupa por desarrollar procesos que conduzcan a que los negocios sean completamente sostenibles en el futuro. (Vidal, A, 2021).

En la actualidad, la sostenibilidad ambiental es un tema de actualidad que recibe gran cantidad de atención de los medios de comunicación y de los diferentes departamentos gubernamentales. Esto es un resultado de la cantidad de investigación que se lleva a cabo para evaluar el impacto que la actividad humana puede tener sobre el medio ambiente. Aunque las implicaciones a largo plazo de este grave problema aún no se entienden completamente, generalmente se acepta que el riesgo es lo suficientemente alto para merecer una respuesta inmediata.

la estrategia de producción más limpia desconectó mercados del proceso de globalización y su competitividad. La implementación de esta, crea una posición competitiva para las empresas frente a aquellas que no la utilizan, ya que proporciona una ventaja competitiva a nivel internacional cuando aumenta la responsabilidad sobre el comercio

exterior en búsqueda de procesos y productos más limpios. En otras palabras, la producción más limpia desarrolla el factor de competitividad internacional en términos de precio, producción y/o servicio

Una política estratégica empresarial es el ahorro, este no solo debe ser implementada en las compras y en los procesos productivos, debe aplicarse en el gasto innecesario de recursos y su impacto en su entorno y en las comunidades, internamente las organizaciones deben planear como de manera estructurada se van realizando cambios significativos y se concientiza al personal para llegar rápidamente a las metas propuestas, que deben ser de índole económico, ambiental y social.

Los profesionales y empresarios estamos obligados siempre a buscar resultados integrales donde la ecología y la calidad de vida en la sociedad sean puntos de partida para establecer los objetivos y la cultura organizacional de las empresas, esta comprobado que si es posible obtener utilidades cuidando los recursos y a las personas, entonces hay que empezar ya para revertir los malos resultados obtenidos en las últimas décadas y dejar mejores escenarios productivos a las futuras generaciones.

Marco Institucional

Lunitas Kids

Es una empresa familiar creada hace más de 20 años debido a la necesidad de aumentar los ingresos mensuales, aprovechando la experiencia obtenida por la propietaria en el sector de las confecciones. Poco a poco ha crecido ofreciendo más variedad y calidad en sus prendas y aumentado su planta operativa y administrativa, inicialmente solo atendía el mercado local y en la actualidad tiene fuerza de ventas en las principales ciudades del país, donde ya tiene un reconocimiento del gremio por sus buenas prácticas y calidad de sus productos.

Sector

Confecciones

Ubicación

Bucaramanga, barrio Provenza

Misión

Ofrecer calidad y moda en nuestros productos conquistando al consumidor

Visión

Ser la empresa de confecciones líder en la región con presencia en las principales ciudades del país.

Valores

El cliente al centro

Calidad

Sentido de pertenencia

Empatía

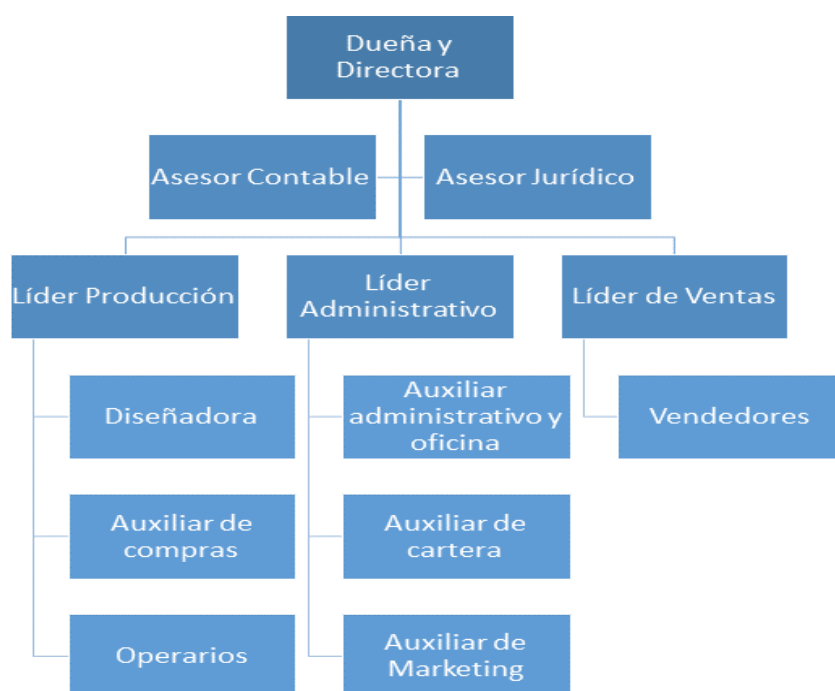
Responsabilidad ecológica y social

Creatividad y actualidad

Estructura Organizacional

Figura 2

Organigrama Lunita kids



Fuente. *Elaboración propia.*

Diagnóstico

Indicadores

Los indicadores para el diagnóstico se realizaron a partir del estudio de la norma ISO 26000.

Tabla 1

Indicadores

Variab les	Indicadores	Preguntas	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	Participación de los empleados en la toma de decisiones $\frac{\text{Respuestas positivas}}{\text{Total encuestados}} \times 100$ $\frac{\text{Respuestas por nivel}}{\text{Total encuestados}} \times 100$	¿Se promueve la participación abierta en la organización? Respuestas: Si / No ¿Nivel de consideración en los nuevos proyectos de la empresa? Respuestas: Bajo / Medio / Alto	Encuesta a los empleados de las diferentes áreas y niveles de la empresa. Encuesta al personal que ha participado en este proceso aportando ideas.
Derechos humanos	Porcentaje de empleados y	¿Se percibe igualdad de género en los procesos	Encuesta a los empleados de las

	proveedores que se sienten bien tratados en la empresa	de selección de la empresa? Respuestas: Si / No ¿Se trata con respeto y empatía a los proveedores actuales? Respuestas: Si / No	diferentes áreas y niveles de la empresa. Encuesta al azar a los proveedores actuales que tiene la compañía.
	$\frac{\text{Respuestas positivas}}{\text{Total encuestados}} \times 100$		
Prácticas laborales	Variación de las condiciones inseguras en el trabajo.	¿Número de incidentes y/o accidentes ocurridos durante el último año? Respuestas: Número de casos por mes	Entrevista al personal que conforma y lidera los grupos de seguridad y salud en la empresa y observación de los soportes en cada caso.
	$\frac{\text{Numero actual} - \text{anterior}}{\text{Numero de casos anterior}} \times 100$		
	Frecuencia de capacitaciones sobre crecimiento personal y profesional	¿Se ofrecen capacitaciones que desarrollen los conocimientos y habilidades de los empleados y con qué frecuencia? Respuestas: Si / No Respuestas: Entre 1 a 3 meses / entre 4 a 6 meses / mayor a 6 meses	Encuesta al personal de las diferentes áreas y niveles.
	$\frac{\text{Respuestas positivas}}{\text{Total encuestados}} \times 100$		
	$\frac{\text{Respuestas por frecuencia}}{\text{Total encuestados}} \times 100$		

Medio ambiente	<p>Afectación ambiental de la operación al entorno de la empresa</p> $\frac{\text{Respuestas abiertas}}{\text{Total encuestados}} \times 100$ $\frac{\text{Respuestas por nivel}}{\text{Total encuestados}} \times 100$	<p>¿Qué planes de acción ha tomado la empresa para el ahorro de los recursos naturales?</p> <p>Respuesta: Abierta</p> <p>¿De qué manera la compañía afecta el medio ambiente y cuál es su nivel de mejora a la fecha?</p> <p>Respuesta: Abierta</p> <p>Respuestas: Poco / Medio / Mucho</p>	<p>Encuesta al personal de las diferentes áreas y niveles, y también a la comunidad de la zona.</p> <p>Acompañada de una revisión de los soportes de los planes de acción ejecutados y la observación de evidencias en el entorno.</p>
Asuntos de consumidores	<p>Nivel de satisfacción en el servicio al cliente</p> $\frac{\text{Respuestas positivas}}{\text{Total encuestados}} \times 100$	<p>¿Son solucionadas las novedades informadas por el consumidor final?</p> <p>Respuestas: Si / No</p> <p>¿Se identifican las necesidades y gustos del consumidor para ofrecer nuevos productos?</p> <p>Respuestas: Si / No</p>	<p>Encuesta a los consumidores que se han comunicado al área de servicio al cliente.</p> <p>Encuesta al azar a diferentes personas que preferiblemente</p>

			consuman los productos de la empresa.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Percepción positiva sobre el impacto positivo de la empresa en la comunidad	¿La población vecina es tomada en cuenta en las ofertas de empleo de la empresa?	Encuesta a los empleados de las diferentes áreas y niveles de la empresa y a personas que vivan en el sector.
	$\frac{\text{Respuestas positivas}}{\text{Total encuestados}} \times 100$	Respuestas: Si / No	
		¿Se realizan actividades que mejoren la calidad de vida de la comunidad?	
		Respuestas: Si / No	

Fuente. *Elaboración propia.*

Instrumento de recolección

Se realizó por medio de una encuesta que se encuentra a través de Google form en el siguiente enlace

<https://forms.gle/ughBry4LKKvroDy98>

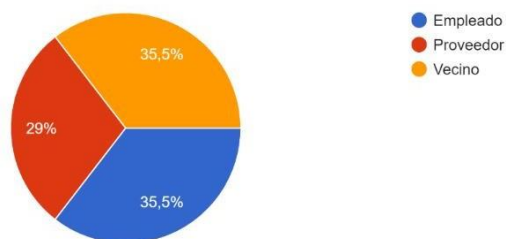
Resultados y Análisis de la Aplicación del Instrumento

Después de la aplicación de la encuesta y su correspondiente tabulación, se obtuvieron por cada pregunta realizada los siguientes los resultados así:

Figura 3

Pregunta 1

¿Cual es su relación con la empresa Lunita Kids?
31 respuestas



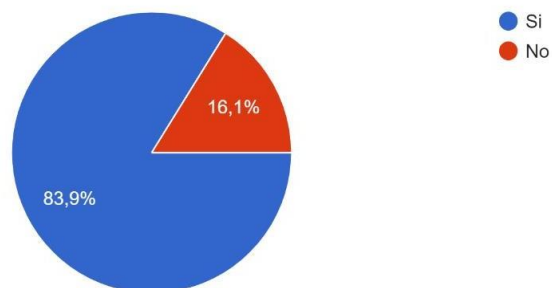
Fuente. *Elaboración propia*

La encuesta y observaciones se hicieron a 31 personas de las cuales 11 son empleados de la empresa con varios años de experiencia, 9 son proveedores de varios años y 11 personas son vecinas del sector y tienen participación en la comunidad.

Figura 4

Pregunta 2

¿Se promueve la participación activa en la empresa?
31 respuestas



Fuente. *Elaboración propia*

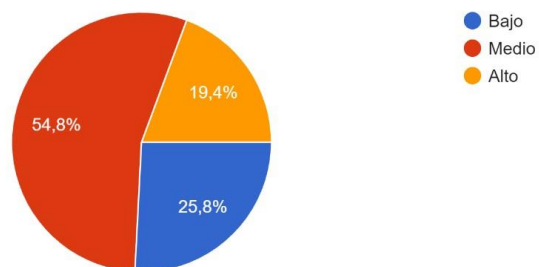
La gran mayoría (26 personas) consideran que la empresa promueve y recibe propuestas de los empleados sobre los aspectos importantes de la operación y la tendencia permanece en los tres perfiles encuestados.

De las personas que votaron desfavorablemente en su mayoría son vecinos y solo un empleado considera que no ha visto esta iniciativa dentro de la empresa.

Figura 5

Pregunta 3

Nivel de consideración de los aportes de los empleados en los nuevos proyectos de la empresa
31 respuestas



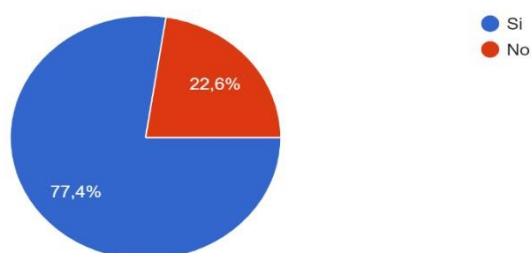
Fuente. *Elaboración propia*

Más de la mitad creen que los aportes de los empleados son tenidos en cuenta regularmente en los nuevos proyectos de la empresa y el porcentaje está nivelado en los tres perfiles encuestados, de la mitad restante un porcentaje superior (25,8% - 8 personas) opinan que sus aportes no son escuchados.

Figura 6

Pregunta 4

¿Se percibe igualdad de género en los procesos de selección de la empresa?
31 respuestas



Fuente. *Elaboración propia*

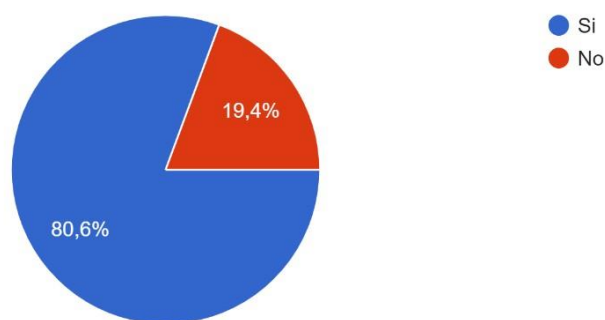
La gran mayoría (24 personas) creen que la igualdad de género está presente cuando se inician procesos de selección en la empresa, de aquellos que no opinan igual (7 personas) cinco son vecinos de la zona.

Figura 7

Pregunta 5

¿Se trata con respeto y empatía a los proveedores actuales?

31 respuestas



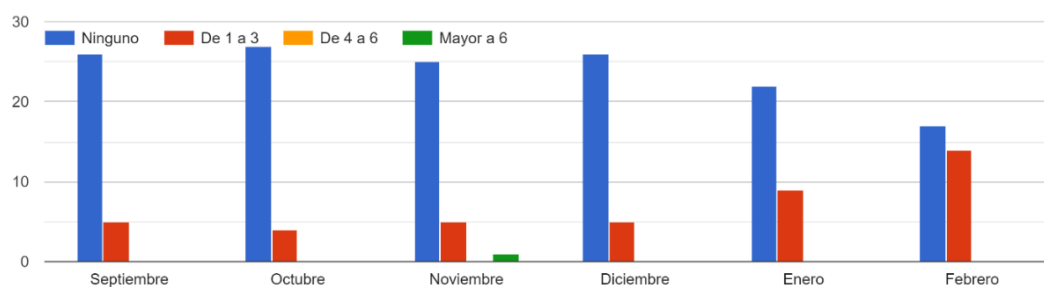
Fuente. *Elaboración propia.*

Una buena parte consideran que hay buen trato a los proveedores que frecuentan la empresa (25 personas), de los restantes que creen lo contrario, dos son proveedores y uno es empleado de la empresa.

Figura 8

Pregunta 6

Número de incidentes y/o accidentes ocurridos durante los últimos meses



Fuente. *Elaboración propia.*

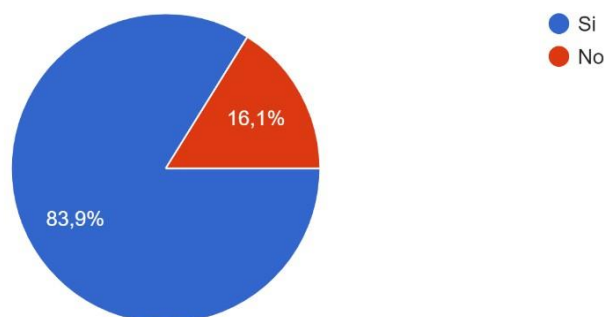
De los últimos seis meses, en el mes de Febrero (más reciente) hay paridad entre las personas que opinan no hubo novedades y otras que dicen hubo algunos incidentes como se comprobó en los soportes recopilados, de estas personas la mayoría son proveedores. Y le sigue el mes de Enero en el que también hubo algunos incidentes comprobados, la mayoría de estos (5 personas) fueron indicados por vecinos del sector, en los meses más lejanos no hubo incidentes como lo indican los resultados de la encuesta.

Figura 9

Pregunta 7

¿Se ofrecen capacitaciones que desarrollen los conocimientos y habilidades de los empleados?

31 respuestas



Fuente. *Elaboración propia.*

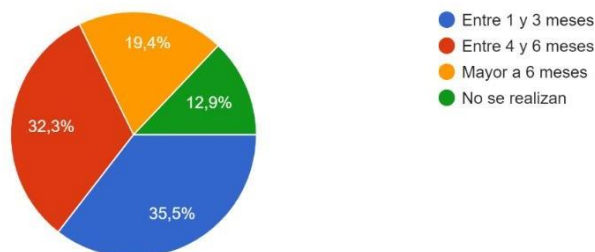
La mayoría (26 personas) coinciden en las capacitaciones que ofrece la empresa a los empleados, esta percepción es pareja en los tres perfiles encuestados.

Figura 10

Pregunta 8

¿Con que frecuencia se desarrollan estas capacitaciones?

31 respuestas

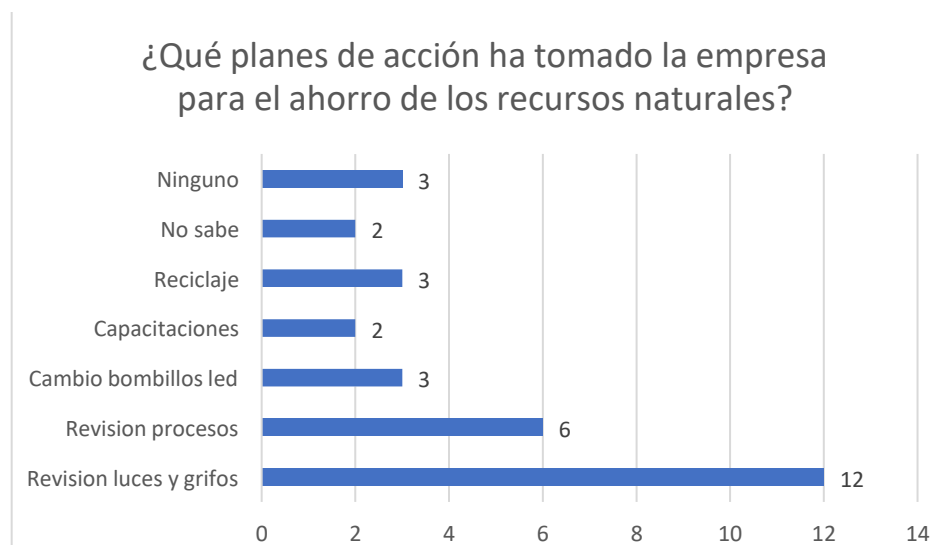


Fuente. *Elaboración propia.*

Más de la mitad opinan que estas capacitaciones se ofrecen de 1 a 6 meses de periodicidad, 6 personas dicen que se ofrecen, pero de manera más esporádica superior a los 6 meses y 4 opinan que no se realizan en su mayoría son vecinos del sector. Sería oportuno revisar y establecer un calendario de capacitaciones que se cumpla rigurosamente y mejorar la comunicación anunciando con anterioridad cuando se vayan a realizar y los resultados obtenidos después de realizar la actividad.

Figura 11

Pregunta 9

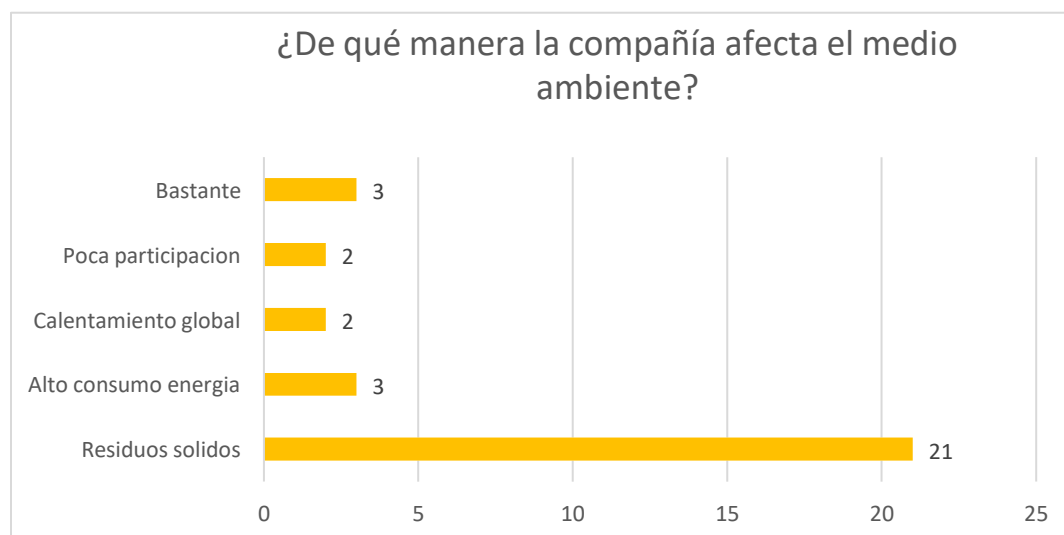


Fuente. *Elaboración propia.*

En esta pregunta abierta con libre respuesta se identifica que casi la mitad resaltan la revisión de luces y grifos como principal medida y en menor proporción están igualadas la revisión de los procesos que se dan en la empresa con la renovación de los bombillos led y la cultura de reciclaje. La mayoría de las personas que no saben o desconocen algún plan de acción son proveedores de la empresa.

Figura 12

Pregunta 10



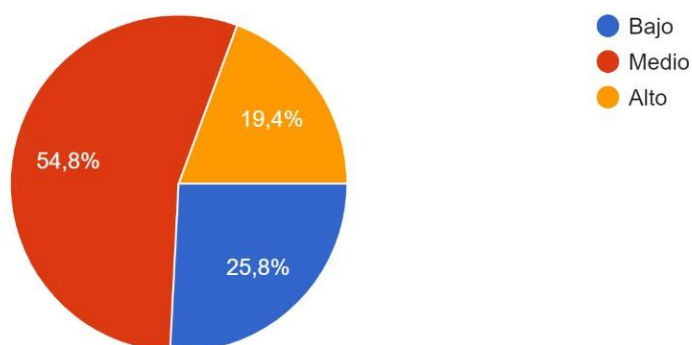
Fuente. *Elaboración propia.*

Más de la mitad identifican a las basuras, residuos sólidos y sobrantes de tela e insumos comola principal afectación de la empresa al medio ambiente, en una menor proporción el alto consumo de energía de las instalaciones y la maquinaria son también importantes para los entrevistados.

Figura 13*Pregunta 11*

¿Cual es el nivel de mejora a la fecha de esta afectacion ambiental?

31 respuestas



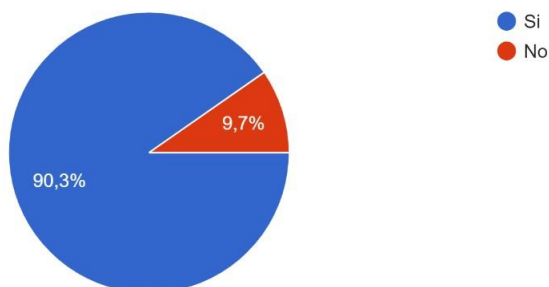
Fuente. *Elaboración propia.*

Más de la mitad consideran que la empresa ha mejorado medianamente en la disminución del impacto ambiental, 8 personas creen que lo hecho por la organización ha sido poco significativo en su mayoría son empleados y vecinos de la zona.

Figura 14*Pregunta 12*

¿Son solucionadas las novedades informadas por el consumidor final?

31 respuestas



Fuente. *Elaboración propia.*

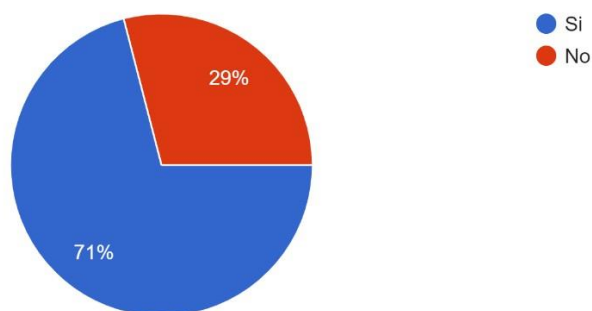
La gran mayoría (28 personas) han evidenciado que en las pocas veces que se han presentado novedades con el consumidor final se le ha dado pronta y satisfactoria solución.

Figura 15

Pregunta 13

¿Se identifican las necesidades y gustos del consumidor para ofrecer nuevos productos?

31 respuestas



Fuente. *Elaboración propia.*

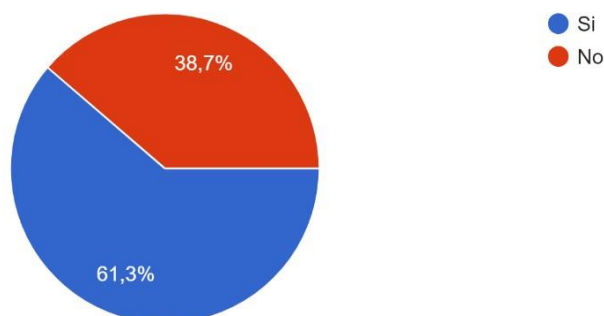
Las dos terceras partes opinan que se tienen en cuenta las necesidades y gustos del consumidor a la hora de crear los productos, de las personas que opinan lo contrario en su mayoría son vecinos del sector.

Figura 16

Pregunta 14

¿La población vecina es tomada en cuenta en las ofertas de empleo de la empresa?

31 respuestas



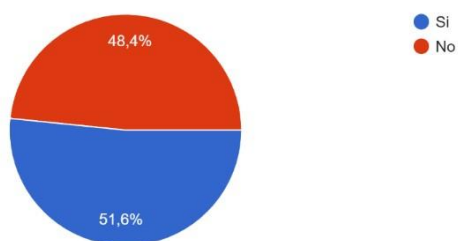
Fuente. *Elaboración propia.*

Más de la mitad creen que a la hora de contratar, la empresa opta por darle prioridad a la comunidad, de los que opinan lo contrario la mitad son vecinos aledaños y la otra mitad son empleados y proveedores. Por esta razón se debe revisar a profundidad realizando visitas a la comunidad y desmenuzando el porqué de esta percepción negativa y los planes de acción y solicitudes que ellos mismos puedan aportar para mejorar el impacto social de la zona.

Figura 17

Pregunta 15

¿Se realizan actividades que mejoren la calidad de vida de la comunidad?
31 respuestas



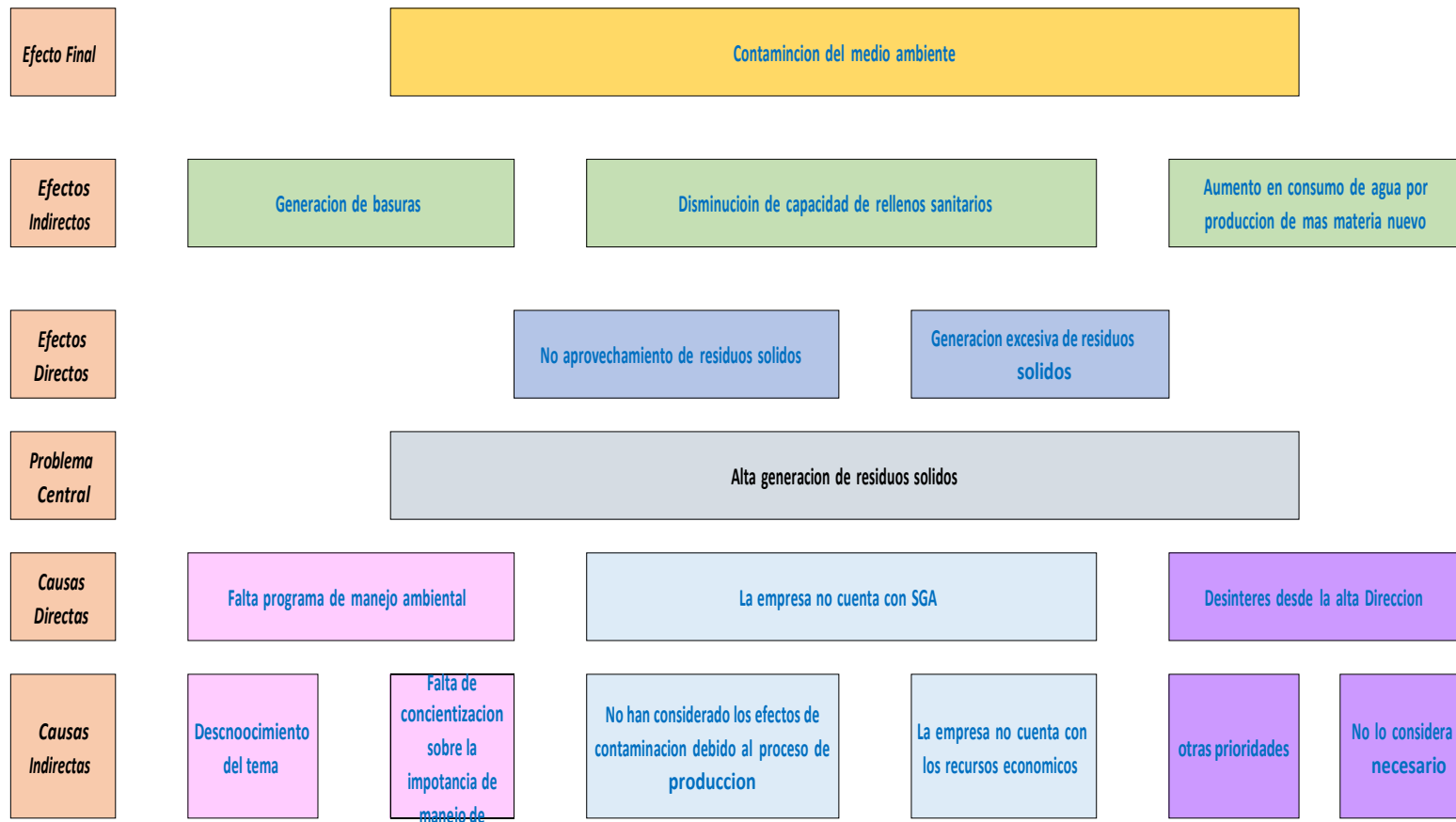
Fuente. *Elaboración propia.*

De los resultados más parejos de toda la encuesta, prácticamente la mitad opina que, si se hacen actividades para la comunidad y la otra parte no lo consideran de esta manera, el porcentaje de respuesta es pareja en los tres perfiles encuestados. Aquí es recomendado primero mejorar la promoción de las actividades que se realicen, con tiempo llevar el mensaje y asegurarse de llegar a la gran mayoría de la comunidad, y también sondear con las personas (representantes y vecinos del común) que actividades hacen falta desarrollar en su barrio y cualesles gustaría que nunca se hayan hecho, esto para generar sorpresa en las personas y llamar su atención para que reconozcan las actividades y para que su participación sea muy activa.

Matriz de marco lógico

Figura 18

Árbol de Problema



Fuente. *Elaboración propia.*

Figura 19

Árbol de Objetivos



Fuente. *Elaboración propia.*

Mapa estratégico

Figura 20

Mapa de Estratégico

Gobernanza de la organización	Establecer procesos para la reutilización de la materia prima	destinar recursos físicos, económicos y humanos para el diseño e implementación de un SGA
Derechos Humanos	Garantizar espacios de trabajo libres de todo tipo de contaminantes y garantizar acceso a EPP	Promover el desarrollo sostenible
Prácticas Laborales	Programas de capacitación sobre importancia y cuidado del medio ambiente	Capacitaciones sobre Moda sostenible
Medio Ambiente	Política de reutilización de residuos sólidos	Políticas de cero papel
Asuntos de Consumidores	Concientizarlos sobre reutilización de materias primas	Capacitaciones sobre moda sostenible
Participación y desarrollo de la Comunidad	Socialización de programas de manejo de residuos sólidos	Brindar espacios de participación a la comunidad

Fuente. *Elaboración propia.*

Plan de mejoramiento

Tabla 2

Plan de acción y de seguimiento

Dimensión	Objetivo	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
	Estratégico				
Económica	Reutilizar los sobrantes de material	Implementar un sistema de recolección y almacenamiento de los sobrantes de material para su posterior reutilización en la producción de nuevos productos.	4 meses	\$10.000.000	Cantidad de material sobrante recolectado y almacenado para reutilización = (Cantidad de material sobrante recolectado) - (Cantidad de material sobrante descartado)
	Reducir costos de producción y aumentar eficiencia en la	Implementar un sistema de gestión de inventarios para optimizar la	2 meses	12.000.000	Porcentaje de material sobrante reutilizado = (Cantidad de material sobrante

	utilización de recursos	utilización de materias primas y reducir los costos de almacenamiento.			reutilizado) / (Cantidad total de material sobrante generado) x 100%
Social	Diseño de políticas y capacitaciones a empleados y comunidad sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y aprovechamiento de recursos naturales	Capacitar a los empleados sobre buenas prácticas ambientales y ofrecer incentivos para la implementación de acciones sostenibles.	1 mes	\$1.500.000	Porcentaje de empleados y comunidad capacitados = (Número de empleados y comunidad capacitados / Número total de empleados y comunidad) x 100%
	Promover prácticas sostenibles y responsables	Desarrollar campañas de concientización sobre la	2 meses	\$3.000.000	Concientización ambiental = Número de personas

	entre empleados y comunidad	importancia de la conservación del medio ambiente y el aprovechamiento de recursos naturales dirigidas a la comunidad y clientes.			alcanzadas por las campañas de concientización / Total de población objetivo de las campañas
Ambiental	Implementar un programa de manejo ambiental que incluya la gestión adecuada de residuos y la reducción de emisiones contaminantes.	Evaluar y mejorar continuamente el desempeño ambiental de la empresa a través de la medición y seguimiento de indicadores clave.	1 mes	\$2.500.000	Cumplimiento PMA = Porcentaje de mejora del desempeño ambiental de la empresa / Período de tiempo en el que se evalúa y mide el desempeño ambiental

Reducir el	Fomentar la	1	\$	Impacto
impacto	utilización de	mes	2.500.000	Ambiental=
ambiental de la	energías			(Potencia de
producción y	renovables y			energía renovable
operaciones	tecnologías			utilizada / Potencia
	limpias en las			total utilizada) x
	operaciones de			100%
	la empresa.			

Fuente. *Elaboración propia.*

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un factor clave para el éxito de cualquier empresa, ya que le permite crear una imagen positiva y una reputación sólida en la sociedad. La RSE consiste en actuar de manera ética y sostenible, teniendo en cuenta el impacto de las actividades empresariales en la sociedad y en el medio ambiente. Los planes de mejora y seguimiento son fundamentales para asegurar que la empresa cumpla con sus compromisos de responsabilidad social y que los sostenga en el tiempo.

Una herramienta útil para elaborar un plan estratégico de RSE basado en los pilares fundamentales de la norma ISO 26000 es la guía completa para la RSE que proporciona esta norma, que abarca temas como la gobernabilidad de la organización, el respeto a los derechos humanos, las prácticas laborales justas, la protección del medio ambiente y la participación activa en la comunidad.

El plan estratégico de RSE ayuda a la empresa a establecer sus objetivos, prioridades y metas en materia de responsabilidad social, y a definir un plan de acción detallado para lograrlos. Esto implica la identificación de áreas de mejora y la implementación de prácticas y políticas sostenibles para mejorar el impacto de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente.

Algunas de las acciones que Lunita Kids podría realizar en el marco de su estrategia de RSE son: utilizar materiales orgánicos y reciclados en sus prendas, reducir el consumo de agua y energía en su proceso productivo, aplicar criterios de comercio justo y respeto a los derechos humanos en su cadena de suministro, ofrecer condiciones laborales dignas y seguras a sus trabajadores, promover la igualdad de género y la diversidad en su plantilla, apoyar iniciativas sociales y culturales en su entorno, colaborar con organizaciones no gubernamentales y entidades públicas en proyectos de desarrollo local o global, involucrar a sus clientes en acciones solidarias o de concienciación ambiental

Referencias

- Arroyo, J. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional De Administración*, 9(1), 87-103.
<http://www.scielo.org.co/pdf/ron/v20n2/v20n2a11.pdf>
- Calvo, P. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos (México)*, (47), 199-232.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-66492014000200008
- Delgado, C. C. (2013). Del consumismo al consumo sostenible. *Punto de vista*, 4(6).
- Galeano, J.P. (2006). Medio Ambiente en el Tratado de Libre Comercio. *Revista Prolegómenos, Derechos y Valores*. Volumen IX – No. 18. Pág. 285 – 304.
- Hériz, I. B. (2018). Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible. Editorial Tébar Flores.
- Hoof, B. V., Monroy, N., & Saer, A. (2008). Producción más limpia.
- Junta de Galicia (2012). Plan Gallego de Responsabilidad Social Empresarial.
https://www.gemcat.eu/wpcontent/uploads/2018/03/Plan_Estrategico_Gallego_RS_E_es.pdf
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000100003
- Plasencia-Soler, J. A., Marrero-Delgado, F., Bajo-Sanjuán, A. M., & Nicado-García, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63-73.

- Quinto, I (2015). Elaboración del plan de responsabilidad social empresarial para Astilleros Navales Ecuatorianos. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9959/1/UPS-GT000984.pdf>
- Retamoso, C. E. F. (2007). Producción limpia, contaminación y gestión ambiental. Pontificia Universidad Javeriana.
- Ruiz-Lozano, M & Araque-Padilla, R (2015). Códigos éticos y gestión de valores empresariales. Un estudio sectorial comparado en España. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXI(3),295-310. ISSN: 1315-9518.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28042299002.pdf>
- Vidal, A., & Asuaga, C. (2021). Gestion Ambiental en las Organizaciones: Una revision de la literatura. *Revista del Instituto Internacional de Costos*, (18), 84-122.