

**Integración de la Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de
Crepes & Waffles en Alineación con la norma ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo
Sostenible**

Heller Paternina Hernández

Adriana Milena Duque Mendigaña

Asesor

Mauricio Alexander Cruz Pulido

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

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

Administración de Empresas

2025

Agradecimientos

Agradecemos profundamente a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia Unad por permitirnos Atraves de su diplomado de profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial conocer la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y como está impacta de manera directa en las diferentes empresas, para este caso la empresa Crepes & Waffles.

De igual manera al docente Mauricio Alexander Cruz Pulido por su orientación, conocimientos y/o constante acompañamiento durante este proceso académico.

Y a mi compañera, por sus aportes y el trabajo colaborativo que fortaleció el resultado final.

Este trabajo es fruto del compromiso, la dedicación y el aprendizaje colectivo.

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un componente esencial para la sostenibilidad de las organizaciones actuales, al permitirles generar valor económico, social y ambiental de manera equilibrada. En este marco, Crepes & Waffles destaca como una compañía comprometida con la inclusión, la calidad en sus productos y una cultura organizacional centrada en lo humano, consolidándose como ejemplo en la aplicación de prácticas responsables que benefician tanto a sus públicos internos como externos. Este plan estratégico de RSE tiene como objetivo fortalecer e integrar las iniciativas responsables de la empresa, orientando su gestión hacia principios éticos, la protección de los derechos humanos, la sostenibilidad ambiental y el progreso comunitario. El documento propone líneas de acción específicas que conectan la visión social de la organización con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo así una gestión ética, participativa e innovadora. A través de esta estrategia, Crepes & Waffles busca reafirmar su compromiso con un modelo empresarial que trasciende el interés económico, generando un impacto positivo en su entorno y promoviendo una cultura de responsabilidad compartida entre todos los actores involucrados.

Palabras clave: Sostenibilidad, Cultura, ambiental, social, empresarial.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) has established itself as a fundamental pillar of sustainable management for modern organizations, enabling them to generate not only economic value but also social and environmental value. In this context, Crepes & Waffles, recognized for its commitment to social inclusion, the quality of its products, and its humanistic organizational culture, is projected as a benchmark in the implementation of responsible practices that positively impact its stakeholders and society. This CSR strategic plan aims to structure and strengthen the company's responsible actions, aligning its operations with ethical principles, respect for human rights, environmental stewardship, and community development. This document proposes concrete strategic lines that articulate the company's social vision with the Sustainable Development Goals (SDGs), ensuring transparent, participatory, and innovative management. Crepes & Waffles, as a socially conscious company, seeks with this plan to reaffirm its commitment to a business model that goes beyond economic profit, driving positive transformation in its environment and promoting a culture of shared responsibility. Keywords: Sustainability, Organizational culture, Sustainable Development Goals (SDGs), Environmental responsibility, social commitment, social inclusion, Sustainable development

Keywords: *Sustainability, Culture, environmental, social, business*

Tabla de Contenido

Introducción	9
Justificación.....	10
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Fase 1: Conceptualización de Estrategias de la Responsabilidad Social Empresarial	12
Línea de Tiempo.....	12
Resumen de las Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la Responsabilidad Social Empresarial.....	13
Fase 2: Comprensión de la Relación de la Responsabilidad Social Empresarial y su Gestión	15
Infografía	15
Ensayo Sobre la Producción Limpia y el Consumo Sostenible Desde la Perspectiva de la Relación con la Gestión Organizacional	16
Fase 3: Demostración de planificación	18
Aplicación del Instrumento	19
<i>Instrumento de Recolección</i>	19
Interpretación de Los Resultados.....	22
Marco Institucional.....	22
<i>Nombre de la Empresa:</i>	22

<i>Sector</i>	23
<i>Ubicación: Colombia</i>	23
<i>Misión</i>	23
<i>Visión</i>	24
<i>Valores</i>	25
<i>Valores clave</i>	25
Fase 4: Determinación de aplicación ISO	27
Análisis de la situación: Crepes & Waffles y la ISO 26000	27
Fase 4: Determinación de aplicación ISO	28
Problema central identificado	28
Árbol de Problemas	29
Cuadro de stakeholders clave	30
Árbol de Objetivos.....	32
Mapa de Estrategias y Plan de Acción	33
Fase 5: Formulación de Plan Estratégico	37
Conclusiones	39
Referencias Bibliográficas.....	41

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Justificación de la selección del instrumento</i>	18
Tabla 2 <i>Resultado de la aplicación del instrumento</i>	21
Tabla 3 <i>Stakeholder</i>	30
Tabla 4 <i>Área fundamental 1</i>	33
Tabla 5 <i>Área fundamental 2</i>	34
Tabla 6 <i>Área fundamental 3</i>	34
Tabla 7 <i>Área fundamental 4</i>	35
Tabla 8 <i>Área fundamental 5</i>	35
Tabla 9 <i>Área fundamental 6</i>	36
Tabla 10 <i>Área fundamental 7</i>	36
Tabla 11 <i>Plan estratégico</i>	37

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Línea de tiempo</i>	12
Figura 2 <i>Gobierno Corporativo</i>	15
Figura 3 <i>Estructura organizacional</i>	27
Figura 4 <i>Árbol de problemas</i>	29
Figura 5 <i>Árbol de objetivos</i>	32

Introducción

En el escenario actual, las organizaciones enfrentan el reto de no limitarse a la generación de beneficios económicos, sino también de contribuir activamente al progreso social y ambiental. En este sentido, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se posiciona como un pilar clave dentro de la gestión estratégica. Crepes & Waffles se ha destacado por adoptar un enfoque centrado en lo humano, combinando de forma exitosa la rentabilidad con un fuerte compromiso social y ambiental.

El presente plan estratégico tiene como finalidad estructurar y orientar las iniciativas responsables de la empresa, con el fin de fortalecer su impacto en los distintos grupos de interés: colaboradores, consumidores, aliados comerciales, comunidades y el entorno natural. Bajo una perspectiva ética y sostenible, se busca alinear los principios institucionales de Crepes & Waffles con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo acciones que impulsen la equidad, la responsabilidad ambiental, la integridad y el bienestar común.

De esta manera, se propone una ruta estratégica que permita avanzar en la ejecución de políticas y programas enfocados en generar un cambio positivo, proteger el medio ambiente y consolidar vínculos sólidos y responsables con la sociedad.

Justificación

La creciente demanda por parte de la sociedad hacia prácticas empresariales responsables ha llevado a que las organizaciones asuman un rol más activo en la generación de valor social, ambiental y económico. En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se presenta como un enfoque estratégico que permite integrar la ética, la sostenibilidad y la equidad en la gestión corporativa.

Crepes & Waffles, más allá de ser una empresa reconocida por su propuesta gastronómica, ha construido una identidad organizacional basada en valores humanistas, inclusión laboral y compromiso con el desarrollo de las comunidades. Sin embargo, para potenciar y sistematizar estos esfuerzos, se hace necesario diseñar un plan estratégico de RSE que permita articular de manera coherente las acciones sociales, ambientales y económicas de la empresa, garantizando su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Este plan no solo servirá como una guía para fortalecer la cultura organizacional y mejorar el impacto social de la empresa, sino también como una herramienta para consolidar su posicionamiento en el mercado como una marca consciente, ética y sostenible. Además, permitirá generar confianza entre sus grupos de interés, reducir riesgos reputacionales y asegurar una gestión empresarial orientada al largo plazo.

Implementar un plan estratégico de RSE en Crepes & Waffles es, por tanto, una decisión alineada con su identidad institucional, pero también una respuesta proactiva a los desafíos globales y a la necesidad de construir un modelo empresarial que combine rentabilidad con responsabilidad y transformación social

Objetivos

Objetivo General

Diseñar e implementar un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para **Crepes & Waffles** que fortalezca su compromiso social, ambiental y ético, promoviendo prácticas sostenibles alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y orientadas al bienestar de sus grupos de interés y al desarrollo de la comunidad.

Objetivos Específicos

Diagnosticar el estado actual de la RSE en Crepes & Waffles, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.

Diseñar estrategias y programas que promuevan la equidad, la inclusión laboral, el consumo responsable y la sostenibilidad ambiental dentro de la organización.

Fortalecer la relación con los grupos de interés, garantizando canales de comunicación transparentes y participativos.

Integrar los principios de la RSE en la cultura organizacional, promoviendo una ética corporativa sólida entre los colaboradores y directivos.

Fase 1: Conceptualización de Estrategias de la Responsabilidad Social Empresarial

Línea de Tiempo

Link: <https://www.canva.com/design/DAGlm12->

[GzA/aZO8cL7y14WAHfePWtRZuQ/view?utm_content=DAGlm12-](https://www.canva.com/design/DAGlm12-GzA/aZO8cL7y14WAHfePWtRZuQ/view?utm_content=DAGlm12-)

[GzA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_content=DAGlm12-](https://www.canva.com/design/DAGlm12-GzA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_content=DAGlm12-)

[140b52](https://www.canva.com/design/DAGlm12-GzA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_content=DAGlm12-)

Figura 1

Línea de tiempo



Nota. Línea de tiempo sobre la evolución del pensamiento estratégico de las primeras tácticas a la gerencia estratégica moderna. Tomado de: *Canva*, elaboración propia actividad fase 1.

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

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una forma estratégica la cual une las prácticas éticas, sostenibles y responsables en los procesos de una organización. Su principal objetivo es generar un valor agregado a la organización, a la sociedad y al medio ambiente, en pro de la contribución al bienestar general.

La Responsabilidad Social Empresarial tiene como característica tener un enfoque a largo plazo, que supera las expectativas económicas actuales de la empresa e impulsa un desarrollo sostenible. También se caracteriza por su libre decisión y ética, puesto que las empresas toman estas prácticas de manera opcional, pero con un fuerte compromiso social. Uno de los principios fundamentales de la RSE es el Triple Impacto, el cual mide el rendimiento organizacional desde tres enfoques: económica, social y ambiental. Por último, la RSE debe ser parte total de la cultura organizacional, expresando los valores y principios que dirigen la empresa.

En la RSE se encuentran varios elementos claves alguno de ellos la ética y la transparencia, puesto que las empresas tienen que actuar con transparencia y ser honestas en sus informes y prácticas. Además, la consideración de los grupos de interés es vital, puesto que las decisiones deben considerar tanto a empleados como a clientes, proveedores, comunidades y otros involucrados relevantes. La sostenibilidad es otra base fundamental, ya que las acciones de

La RSE deben asegurar el bienestar de las futuras generaciones sin que se vean comprometidos los recursos naturales. El compromiso con la normativa legal también es fundamental, asegurando que las empresas cumplan con las regulaciones locales e

internacionales. Por último, la RSE debe tener un impacto social y ambiental positivo, generando beneficios tangibles para la sociedad y el entorno.

Las formas de Gestionar la RSE de manera efectiva requiere de una planificación estratégica para establecer unos objetivos medibles que evalúen el impacto de las acciones a lo largo del tiempo. Es necesario que las empresas integren la RSE en su cadena de valor, por lo cual deben asegurar que sus proveedores y socios comerciales también adopten prácticas responsables. La comunicación efectiva de las acciones y logros es muy importante, lo que incluye la publicación de informes anuales y el uso de plataformas digitales para mantener informados a los diferentes grupos interesados.

La Responsabilidad Social Empresarial, es una herramienta estratégica que mejora la reputación de la empresa y también contribuye al desarrollo sostenible del medio ambiente y la sociedad. La implementación de la gestión estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial permite a las empresas crear valor a largo plazo, fortalecer relaciones con sus grupos de interés y asegurar una mayor competitividad en un entorno cada vez más enfocado en la sostenibilidad.

Fase 2: Comprensión de la Relación de la Responsabilidad Social Empresarial y su

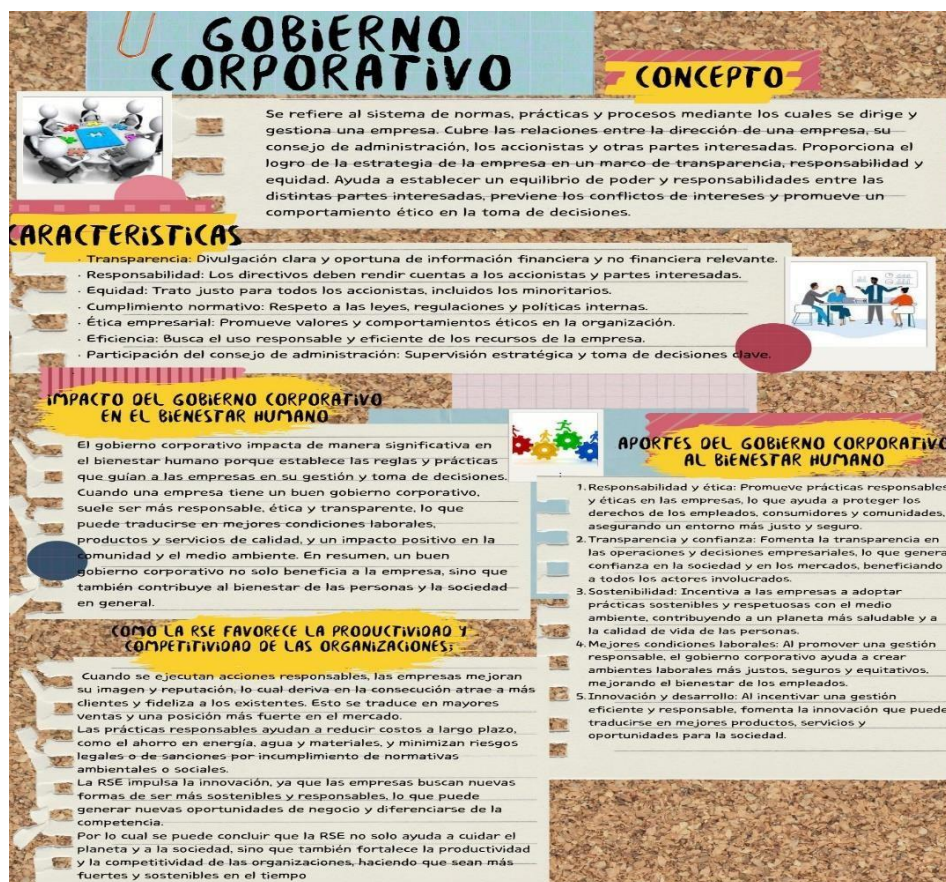
Gestión

Infografía

Link: https://www.canva.com/design/DAGlspDt65M/KV7sDJZbbFBexRFvXluyfw/e/dit?utm_content=DAGlspDt65M&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Figura 3

Gobierno Corporativo



Nota. Infografía sobre el gobierno corporativo. Tomado de: *Canva*, elaboración hecha en la fase

Ensayo Sobre la Producción Limpia y el Consumo Sostenible Desde la Perspectiva de la Relación con la Gestión Organizacional

En la actualidad, frente a la creciente preocupación por los impactos ambientales y sociales de las actividades humanas, se ha vuelto prioritario promover modelos de producción y consumo responsables. En este contexto, la producción limpia se entiende como un conjunto de prácticas y tecnologías orientadas a reducir o eliminar la generación de residuos y emisiones contaminantes, optimizando el uso de recursos y fomentando la eficiencia operativa. Esta estrategia no solo protege el medio ambiente, sino que también puede traer consigo beneficios económicos, una mayor competitividad y una mejor imagen corporativa.

La producción limpia y el consumo sostenible, aunque se enfocan en diferentes esferas, están profundamente interconectados y son fundamentales para alcanzar el desarrollo sostenible. La gestión organizacional juega un papel esencial al integrar estos enfoques, permitiendo la adopción de prácticas que reduzcan el impacto ambiental y promuevan un consumo más consciente.

El consumo sostenible implica el uso racional de bienes y servicios que satisfacen necesidades actuales sin comprometer los recursos de las generaciones futuras. Este enfoque contempla factores sociales, económicos y ambientales, promoviendo decisiones de compra informadas por parte de los consumidores. Al incrementarse la demanda de productos sostenibles, las empresas se ven impulsadas a adoptar procesos de producción más responsables, generando un ciclo virtuoso entre oferta y demanda.

Por su parte, la producción limpia se orienta a prevenir y reducir los impactos negativos derivados de las actividades productivas, priorizando el uso eficiente de energía y materias

primas, así como la sustitución de sustancias peligrosas. Esta estrategia permite a las organizaciones mejorar su desempeño ambiental y reducir costos operativos, al tiempo que fortalece su reputación institucional.

La implementación de prácticas sostenibles exige transformaciones profundas en la cultura organizacional, así como un liderazgo comprometido, participación del personal, e innovación en productos y procesos. La adopción de sistemas de gestión ambiental como la norma ISO 14001, y el enfoque de economía circular, basado en la reutilización, reciclaje y reducción de residuos, son herramientas clave para avanzar en esta dirección.

Además, medir y monitorear indicadores ambientales y sociales resulta crucial para evaluar el impacto y mejorar continuamente las estrategias adoptadas. No obstante, las empresas enfrentan desafíos como la falta de recursos, resistencia al cambio o limitaciones en la cadena de suministro. Aun así, estas dificultades pueden convertirse en oportunidades para impulsar la innovación y fortalecer las capacidades organizacionales.

En definitiva, la producción limpia y el consumo sostenible son componentes esenciales de una gestión empresarial orientada al desarrollo sostenible. Al integrarse en la estrategia corporativa, contribuyen a la protección ambiental, mejoran la eficiencia operativa, fortalecen la reputación empresarial y aumentan la competitividad en un mercado cada vez más consciente.

Fase 3: Demostración de Planificación

Tabla 1

Justificación de la selección del instrumento

Puntos Para Evaluar / Empresa	Crepes & Waffles	Gloria Colombia SAS	Justificación
Posibilidad de acceso para aplicar el instrumento	3	3	Según la puntuación obtenida y las justificaciones presentadas, grupalmente hemos decidío escoger trabajar con la empresa Crepes & Waffles puesto que esta cuenta con 208 locales en Colombia, incluyendo 172 restaurantes y 138 heladerías, su enfoque se centra en la calidad, la fidelización del cliente, la motivación interna y la administración de recursos. Su descripción institucional enfatiza la innovación, el mejoramiento continuo y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para generar valor y satisfacción tanto en sus clientes internos como externos y utiliza matrices de evaluación, que evalúe el desempeño de la empresa en cada uno de los temas centrales.
La empresa posee un direccionamiento estratégico y una descripción que se pueda usar en le marco institucional solicitado en el trabajo	4	3	
Facilidad para evaluar las materias fundamentales de la ISO 26000	3	2	
Total	10	8	

Nota. Esta tabla muestra la justificación del por que se escoge la empresa Crepes & Waffles.
Elaboración propia

Aplicación del Instrumento

Instrumento de Recolección

Recolectar información cualitativa sobre el grado de aplicación de las materias fundamentales de la Norma ISO 26000 en una organización.

Datos Generales del Entrevistado

- Nombre: _____
- Cargo: _____
- Departamento/Área: _____
- Fecha: _____

Preguntas:

¿La organización cuenta con políticas claras que promuevan la transparencia en la toma de decisiones? (Sí/No)

¿Existen procedimientos internos para garantizar el respeto a los derechos humanos en todas las operaciones de la organización? (Sí/No)

¿La empresa cuenta con políticas que promuevan la igualdad de oportunidades entre los empleados? (Sí/No)

¿Se realizan evaluaciones periódicas sobre las condiciones laborales para garantizar el bienestar de los trabajadores? (Sí/No)

¿La organización aplica prácticas de gestión ambiental para minimizar su impacto ecológico? (Sí/No)

¿Se utilizan fuentes de energía renovable en los procesos productivos? (Sí/No)

¿La empresa tiene un código de ética que prohíba prácticas de corrupción y soborno?

(Sí/No)

¿La organización proporciona información clara y veraz sobre sus productos o servicios?

(Sí/No)

¿Se establecen mecanismos efectivos para recibir y atender quejas de los consumidores?

(Sí/No)

¿La empresa participa activamente en programas que promuevan el desarrollo de la comunidad local? (Sí/No)

Tabla 2*Resultado de la aplicación del instrumento*

Nombre	Área	Cargo	Fecha	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Andrea Parra	Compras	Analista de Compras	19/05/25	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No
Kely Johana Torres Troncoso	Logística	Analista de Inventarios	19/05/25	No	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	Si
Karen Daniela Martin	I+D	Jefe de I+D	19/05/25	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Jheison Fabian Castro Castiblanco	Comercial	Analista de Mercadeo	19/05/25	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Diego Andres Caicedo	Tecnología	Auxiliar de Tecnología	19/05/25	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Juan Pablo Giraldo Robayo	Ventas	Auxiliar de Tienda	19/05/25	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	No
Carlos David Parra Gonzales	Ventas	Auxiliar de Ventas	20/05/25	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No
José David Lopez	Ventas	Cajero	20/05/25	Si	No	Si	No	Si	No	<u>Si</u>	Si	Si	Si

Nota. Esta tabla muestra el resultado de la aplicación del instrumento realizado. Elaboración propia

Interpretación de los Resultados

Con base a los resultados de la entrevista (instrumento de recolección de información), se puede evidenciar que la empresa Crepes & Waffles, si aplica la norma ISO 26000 en sus procesos, si bien hace falta hacer ajustes en alguna de las materias de esta como en hacer evaluaciones periódicas sobre las condiciones laborales para garantizar el bienestar de los trabajadores, para que así los colaboradores puedan expresar sus puntos de vista y se vea un mejor manejo sobre el bienestar de estos.

Por otro lado, en cuanto a las otras materias, en el aspecto de las políticas sobre la toma de decisiones, no es que no haya si no que no son muy públicas y a la mitad de las personas encuetadas no las conocen, es mas de hacerlas más visibles.

En general esta es una empresa que se conoce a nivel nacional e internacional y se caracteriza por su valor humano, por destacar en el mercado y con base a los resultados obtenidos es importante resalta que aplica las materias de la norma ISO 26000 de forma adecuada, aunque hay que hacer algunos ajustes internos para lograr una satisfacción del 100%

Marco Institucional

Nombre de la Empresa

Crepes & Waffles

Reseña Histórica. Crepes & Waffles, una de las cadenas de restaurantes más conocidos en Colombia, tiene sus raíces en la pequeña crepería abierta en Bogotá el 13 de abril de 1980 por Beatriz Fernández y su esposo Eduardo Macía. La idea original fue servir crepes de forma rústica y francesa, con un ambiente joven e informal. Con el tiempo, la empresa ha evolucionado,

incorporando waffles y expandiendo su presencia a nivel nacional e internacional, manteniendo su compromiso con la calidad y la filosofía de "Arte-Sano con amor y alegría"

Actualmente La empresa mantiene su compromiso con la calidad de sus ingredientes y preparaciones, utilizando productos autóctonos y promoviendo la regeneración de los ecosistemas. Actualmente la empresa ha implementado un modelo de gestión humana y de responsabilidad social, enfocándose en el desarrollo personal y laboral de sus empleados. Crepes & Waffles se mantiene reinventando con la creación de nuevos platos y combinaciones, sin perder su identidad inicial. A la fecha cuenta con con 208 locales en Colombia, incluyendo 172 restaurantes y 138 heladerías, su enfoque se centra en la calidad, la fidelización del cliente, la motivación interna y la administración de recursos. Su descripción institucional enfatiza la innovación, el mejoramiento continuo y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para generar valor y satisfacción tanto en sus clientes internos como externos.

Sector

Es la gastronomía, específicamente el expendio a la mesa de comidas preparadas. Esto incluye la preparación y venta de crepes, waffles, y otros productos alimenticios. Además, la empresa también se dedica a la elaboración de productos lácteos.

Ubicación: Colombia

Misión

“La empresa se compromete a brindar experiencias gastronómicas únicas, donde la calidad de los ingredientes y la creatividad en la preparación se fusionan para deleitar a sus

clientes. Crepes y Waffles busca ser un referente de innovación culinaria, ofreciendo un menú variado que satisface todos los gustos y preferencias”.

Servir "Arte-Sano": Crepes & Waffles se enfoca en ofrecer alimentos frescos, seguros y saludables, combinando la tradición culinaria con la innovación.

Amor y Alegría. La empresa busca infundir un sentimiento de alegría y cariño en cada experiencia, desde el servicio hasta la presentación de los platos.

Precios Razonables. Mantienen la accesibilidad de sus productos, haciendo que la experiencia sea asequible para una amplia gama de clientes.

Transformación de la Comida. Más allá de un simple plato, Crepes & Waffles busca crear una experiencia gastronómica que nutre tanto el cuerpo como el alma, cautivando los paladares y conquistando corazones.

Innovación y Mejoramiento Continuo. La empresa promueve la innovación constante, adaptándose a las necesidades del mercado creando nuevas opciones para sorprender a sus clientes.

“Además de su enfoque en la excelencia gastronómica, la misión de Crepes y Waffles incluye un fuerte componente social. La empresa se compromete a contribuir al bienestar de la sociedad a través de prácticas sostenibles, apoyo a comunidades locales y la promoción de valores éticos en el ámbito empresarial.”

Visión

“Se proyecta hacia el futuro con la aspiración de ser reconocida como una marca líder a nivel mundial en el segmento de crepes y waffles. La empresa busca expandir su presencia global, llevando consigo la esencia de su cocina única y el compromiso social que la distingue.”

“Crepes y Waffles visualiza un mundo donde cada cliente, al degustar sus platillos, experimenta una conexión especial con la marca. La visión incluye ser una opción gastronómica de preferencia, no solo por la calidad de la comida, sino también por la calidez del servicio y el impacto positivo que genera en la comunidad.”

Valores

Los valores corporativos de Crepes & Waffles se centran en la calidad humana, el servicio al cliente, la responsabilidad social y el trabajo en equipo. Se enfocan en valores como la honestidad, el respeto, la amistad, la inclusión laboral y el bienestar de sus empleados, al mismo tiempo que buscan despertar admiración en cada cliente a través de su enfoque en la "ArteSano".

Valores Clave

Innovación y Mejoramiento Continuo. Crepes & Waffles busca constantemente mejorar sus productos y procesos, incorporando nuevas tecnologías y tendencias gastronómicas.

Calidad y frescura: Priorizan la calidad de sus ingredientes, utilizando productos frescos y de origen, y manteniendo altos estándares de higiene.

Satisfacción del Cliente. Se esfuerzan por ofrecer una experiencia gastronómica única, adaptándose a las necesidades y preferencias de sus clientes.

Triple Impacto. Se preocupan por el impacto de sus operaciones en la economía, la sociedad y el medio ambiente.

Pasión por la Gastronomía. Consideran la gastronomía como un arte que puede inspirar alegría y generar experiencias memorables. Ejemplos de cómo Crepes & Waffles aplica estos valores:

Desarrollo de nuevos productos: Constante innovación en su menú, creando nuevas crepes y waffles con ingredientes y sabores diferentes.

Atención al Cliente. Personal amable y atento que busca satisfacer las necesidades de cada cliente.

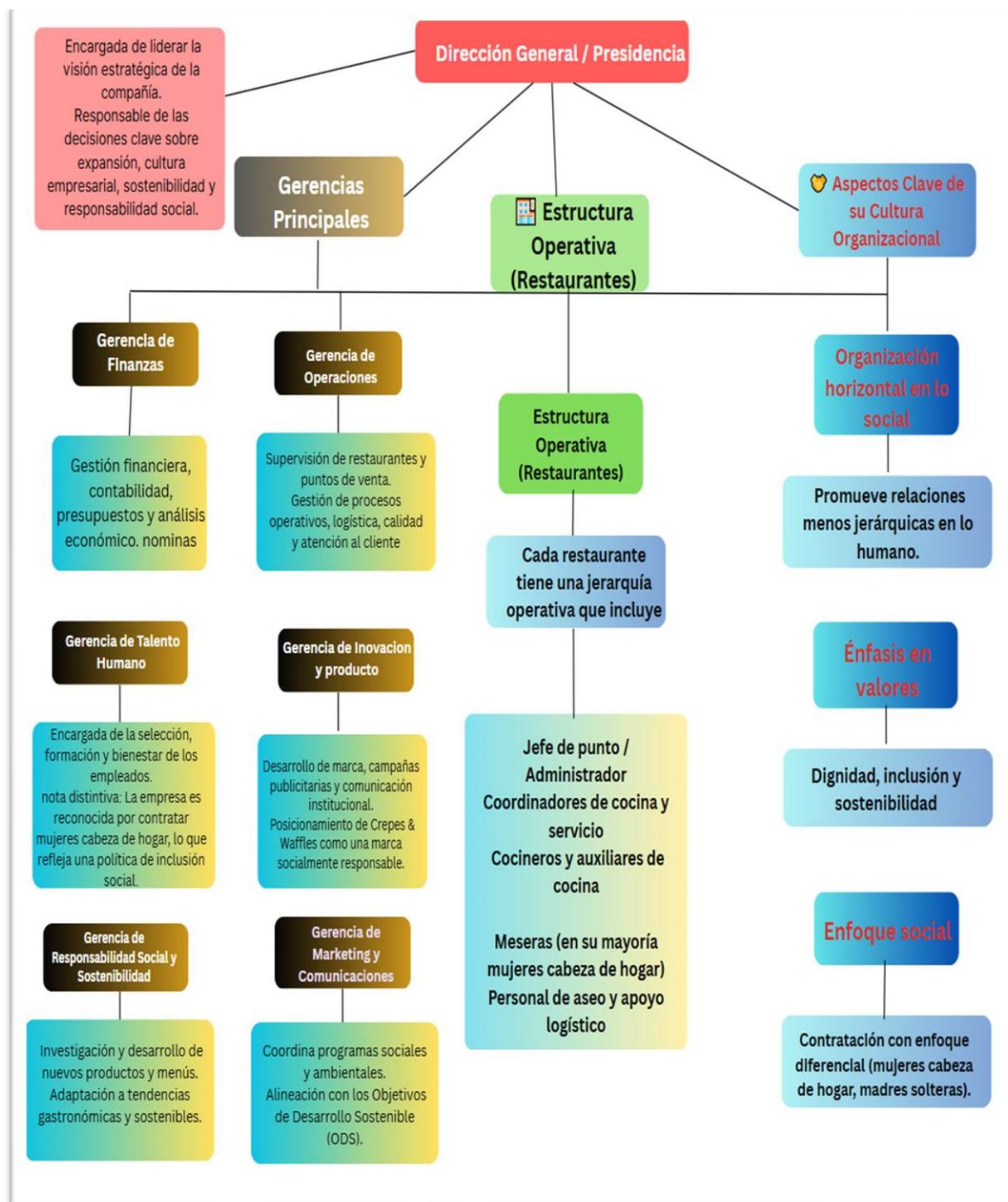
Iniciativas de Sostenibilidad. Mejora continua de sus procesos para reducir el impacto ambiental y apoyar a las comunidades locales.

Cultura de Empresa. Promueven una cultura de trabajo donde la pasión por la gastronomía y la satisfacción del cliente son fundamentales.

Estructura Organizacional Crepes & Waffles

Figura 4

Estructura organizacional



Nota. Estructura organizacional de Crepes & Waffles. Elaboración propia según el conocimiento de la empresa.

Fase 4: Determinación de Aplicación ISO

Crepes & Waffles ha sido reconocida por su enfoque social, especialmente en la contratación de mujeres cabeza de hogar. Sin embargo, al analizar su orientación con la ISO 26000, puede encontrarse retos y áreas de mejora en aspectos como:

- Comunicación y transparencia
- Participación de stakeholders
- Medición de impactos
- Gobernanza y toma de decisiones éticas
- Sostenibilidad ambiental

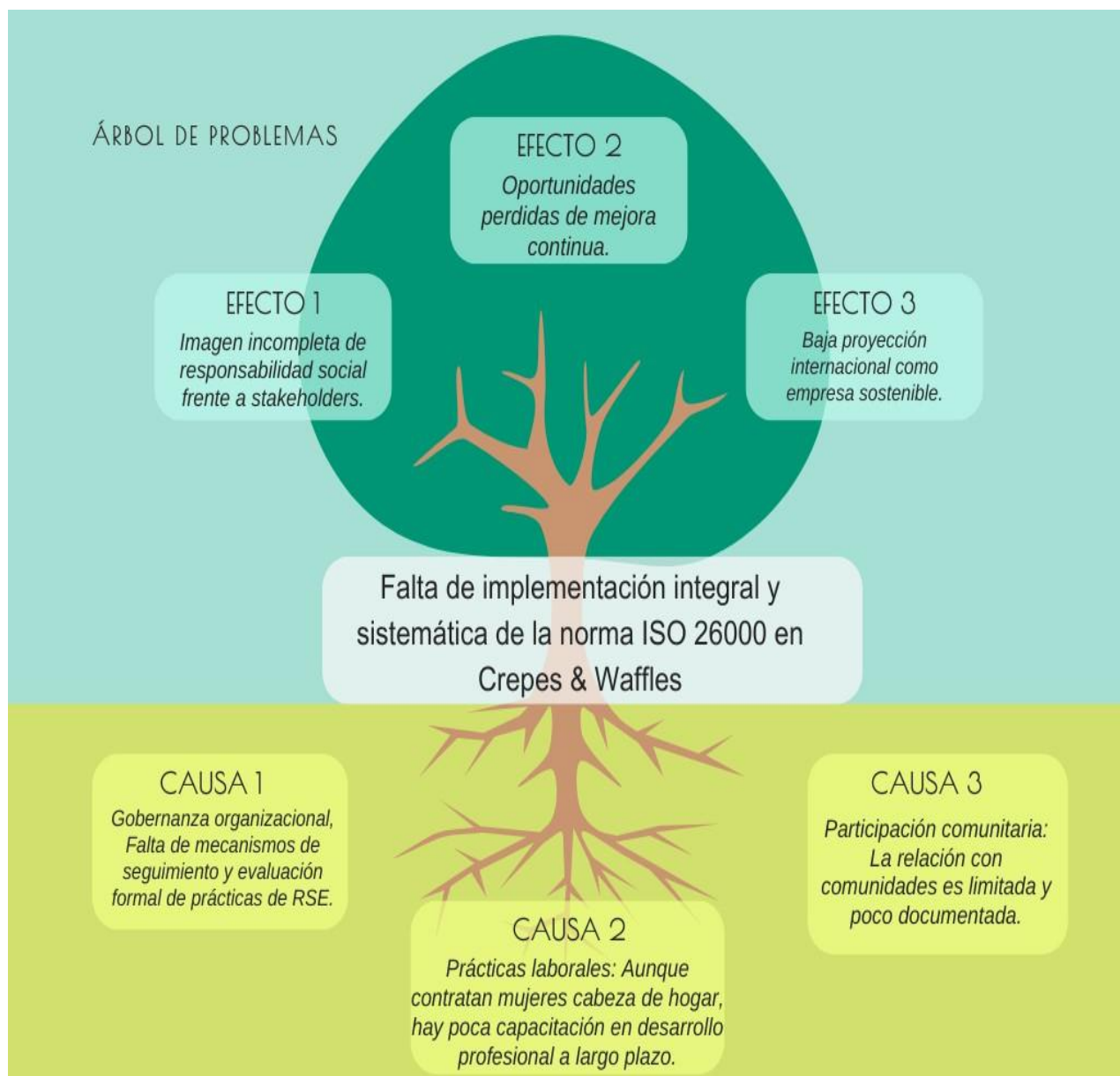
Problema Central Identificado

Falta de una implementación estructurada, integrada y medible de la Responsabilidad Social Empresarial según la norma ISO 26000.

Árbol de Problemas

Figura 5

Árbol de problemas



Nota. Árbol de problemas, causas y efectos. Tomado de: *Canva*, elaboración propia actividad

fase 4

Cuadro de Stakeholders Clave

Tabla 3

Stakeholder

Stakeholder	Interés/Impacto en la organización	Nivel de influencia	Nivel de afectación
Empleadas (madres cabeza de hogar)	Beneficiarias directas de políticas sociales. Esperan condiciones laborales justas y sostenibles.	Medio	Alto
Clientes	Valoran el impacto social y ético de la marca.	Alto	Medio
Proveedores locales	Afectados por políticas de compras responsables o sostenibles.	Medio	Medio
Alta dirección / Junta	Tomadores de decisiones clave. Su compromiso define el rumbo.	Alto	Bajo
Comunidad local	Puede beneficiarse o verse afectada por operaciones locales.	Bajo	Medio

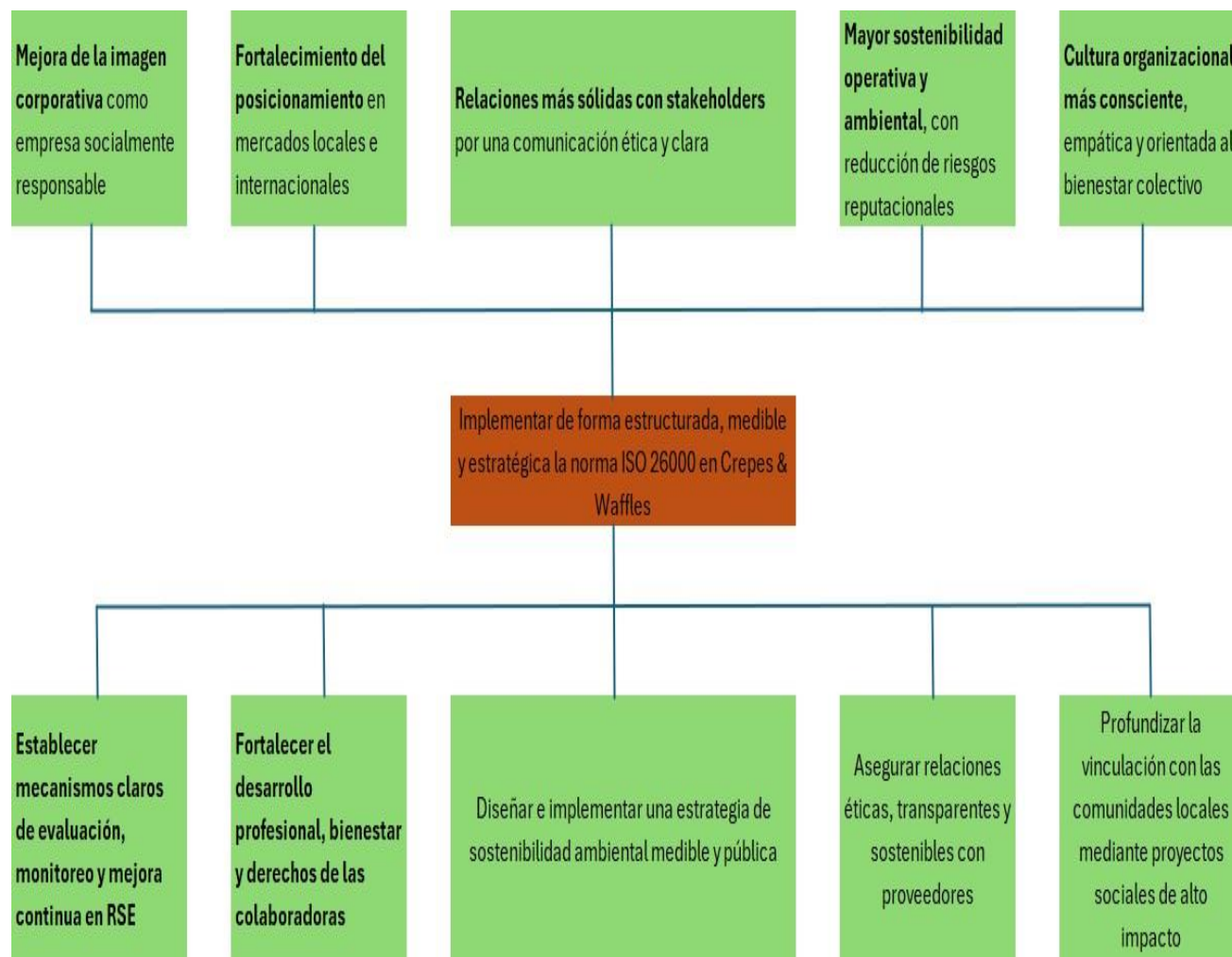
ONGs / Sociedad civil	Pueden evaluar e influenciar la imagen y prácticas sociales.	Medio	Bajo
Inversionistas / bancos	Interesados en la sostenibilidad y riesgo reputacional.	Alto	Bajo
Gobierno / Reguladores	Interesados en el cumplimiento de normas laborales y ambientales.	Medio	Bajo
Medios de comunicación	Pueden amplificar prácticas positivas o controversias.	Medio	Bajo

Nota. Esta tabla muestra los stakeholders claves en el proceso. Elaboración propia

Árbol de Objetivos

Figura 6

Árbol de objetivos



Nota. Árbol de objetivos según el problema central del árbol de problemas. Tomado de: *Trabajo fase 4*, elaboración propia.

Mapa de Estrategias y Plan de Acción

Se encuentra dividido por las 7 áreas fundamentales de la responsabilidad social fundamentales de la ISO 26000 donde permite una implementación más clara, estructurada y alineada con los principios de la norma.

Gobernanza Organizacional

Tabla 4

Área fundamental 1

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Crear un Comité de Responsabilidad Social y Ética	Alta dirección	Corto plazo (3 meses)	Comité conformado y activo
Integrar principios éticos en políticas y decisiones estratégicas	Dirección general	Mediano plazo	Manual de ética actualizado y difundido
Establecer mecanismos de rendición de cuentas y control interno	Comité de ética	Mediano plazo	Publicación anual de reporte de sostenibilidad

Nota. Esta tabla muestra la primera área fundamental, gobernanza organizacional. Elaboración propia

Derechos Humanos

Tabla 5

Área fundamental 2

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Realizar un diagnóstico de riesgos de vulneración de derechos	Área legal / RSE	Corto plazo	Informe de riesgos elaborado
Capacitar al personal en temas de derechos humanos	RR.HH. / RSE	Mediano plazo	% de empleados capacitados
Crear canal de denuncias accesible y confidencial	Comité de ética	Corto plazo	Canal implementado y registrado

Nota. Esta tabla muestra el área fundamental 2 sobre los derechos humanos. Elaboración propia

Prácticas Laborales

Tabla 6

Área fundamental 3

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Fortalecer programas de bienestar para mujeres cabeza de hogar	RR.HH. / Dirección social	Mediano plazo	Nº de beneficiarias activas
Revisar y actualizar condiciones laborales conforme a normas OIT	RR.HH. / Jurídica	Corto plazo	Políticas laborales actualizadas
Establecer una política de igualdad y diversidad	RR.HH.	Corto plazo	Política publicada y aplicada

Nota. Esta tabla muestra el área fundamental 3 sobre prácticas laborales. Elaboración propia

Medio Ambiente

Tabla 7

Área fundamental 4

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Medir la huella ambiental (agua, carbono, residuos)	Área de sostenibilidad	Mediano plazo	Informe de huella ambiental
Establecer metas de reducción de residuos y eficiencia energética	Operaciones / Ambiental	Mediano-largo plazo	% reducción anual en residuos y consumo energético
Promover proveedores sostenibles (productos locales, orgánicos)	Compras / Sostenibilidad	Mediano plazo	% proveedores con criterios sostenibles

Nota. Esta tabla muestra el área fundamental 4 sobre el medio ambiente. Elaboración propia

Prácticas Justas de Operación

Tabla 8

Área fundamental 5

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Implementar un código de conducta para proveedores y franquicias	Jurídica / Compras	Corto plazo	Código firmado por el 100% de proveedores
Garantizar competencia leal y cumplimiento de normas	Dirección general	Permanente	Auditorías legales realizadas
Fomentar la transparencia en contrataciones y compras	Compras / Auditoría	Mediano plazo	Procedimientos documentados y publicados

Nota. Esta tabla muestra el área fundamental 8 sobre prácticas justas de operación. Elaboración propia

Asuntos de Consumidores

Tabla 9

Área fundamental 6

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Informar de manera clara sobre ingredientes, trazabilidad y origen	Marketing / Calidad	Corto plazo	% de productos con información completa
Promover prácticas saludables y sostenibles en el menú	Chef corporativo / Sostenibilidad	Mediano plazo	% opciones sostenibles y saludables
Establecer canal para recibir retroalimentación de clientes	Servicio al cliente	Corto plazo	Nivel de satisfacción reportado

Nota. Esta tabla muestra el área fundamental 7 sobre el asunto de consumidores. Elaboración propia

Asuntos de Consumidores

Tabla 10

Área fundamental 7

Acción	Responsable	Plazo	Indicador
Fortalecer alianzas con comunidades rurales y artesanas	Sostenibilidad / Compras	Mediano plazo	Nº alianzas vigentes
Impulsar programas de educación o capacitación comunitaria	Fundación / RSE	Mediano plazo	Nº beneficiarios por año
Invertir en proyectos comunitarios con impacto medible	Dirección general / Fundación	Largo plazo	% de inversión social sobre ingresos

Nota. Esta tabla muestra el área fundamental 7 sobre el fortalecimiento de alianzas. Elaboración propia

Fase 5: Formulación de Plan Estratégico

Tabla 11

Plan estratégico

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Gobernanza organizacional	Fortalecer la estructura ética y transparente en la organización	Crear Comité de RSE y Ética; integrar principios éticos en decisiones estratégicas	Corto - Mediano plazo	Comité activo; manual ético actualizado; informe de sostenibilidad anual
Derechos humanos	Garantizar el respeto a los DD.HH. en todas las operaciones	Diagnóstico de riesgos, capacitación al personal y canal de denuncias confidencial	Corto - Mediano plazo	% empleados capacitados; informe de riesgos; canal de denuncias funcional
Prácticas laborales	Promover condiciones laborales equitativas y bienestar de los colaboradores	Actualizar políticas laborales; fortalecer programas para mujeres cabeza de hogar	Corto - Mediano plazo	Políticas laborales vigentes; número de beneficiarias activas; política de igualdad publicada
Medio ambiente	“Reducir el impacto ambiental de las operaciones”	Medir huella ambiental; metas de reducción de residuos y eficiencia energética; proveedores sostenibles	Mediano - Largo plazo	Informe ambiental; % de reducción anual; % de proveedores sostenibles
Prácticas justas de operación	Asegurar operaciones justas, éticas y transparentes	Código de conducta para proveedores; competencia leal; compras transparentes	Corto - Mediano plazo	% proveedores firmantes; auditorías realizadas; procesos documentados

Asuntos de consumidores	Brindar información clara y promover consumo saludable y responsable	Etiquetado de productos; opciones sostenibles en menú; canal de retroalimentación	Corto - Mediano plazo	% productos con trazabilidad; % opciones saludables; nivel de satisfacción
Participación y desarrollo comunitario	Impulsar el desarrollo sostenible de comunidades	Alianzas con productores; inversión social; programas educativos comunitarios	Mediano - Largo plazo	Número de alianzas; número de beneficiarios; % inversión social sobre ingresos

Nota. Esta tabla muestra la formulación del plan estratégico a implementar. Elaboración propia

Conclusiones

A través del análisis visual y argumentativo realizado en este trabajo, se demuestra que los principios de sostenibilidad y responsabilidad deben integrarse integralmente en la gestión organizacional. El gobierno corporativo proporciona las estructuras éticas y de supervisión necesarias para una gestión transparente y equitativa, mientras que la producción más limpia y el consumo sostenible ofrecen formas operativas concretas de reducir los impactos y generar valor compartido. Lejos de ser discursos teóricos, estos enfoques constituyen herramientas prácticas y estratégicas que permiten a las organizaciones responder a los desafíos globales con responsabilidad, eficiencia y compromiso humano. Por lo tanto, avanzar hacia una gestión organizacional más consciente no es solo un acto de responsabilidad, sino una condición esencial para la supervivencia y legitimidad de las empresas en el futuro próximo.

La aplicación del instrumento permitió recolectar datos relevantes y confiables sobre las variables previamente establecidas. Los resultados obtenidos evidencian que el instrumento fue pertinente y válido para el contexto institucional donde se aplicó.

A partir del análisis de los resultados, se identificaron diversas fortalezas dentro del marco institucional, tales como el compromiso del personal, la participación de los beneficiarios y la coherencia en los procesos administrativos. No obstante, también se detectaron áreas de mejora, especialmente en los procesos de comunicación interna y la gestión de recursos.

La interpretación de los datos permitió comprender cómo ciertos factores están afectando directamente el cumplimiento de los objetivos institucionales. Se evidencia la necesidad de implementar estrategias más efectivas para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción de los usuarios.

El diagnóstico revela que Crepes & Waffles presenta avances significativos en varias materias fundamentales de la ISO 26000, especialmente en prácticas laborales, participación comunitaria y asuntos de los consumidores. Sin embargo, existen oportunidades de mejora en áreas como gobernanza organizacional, gestión ambiental y formalización de derechos humanos.

La empresa demuestra un alto compromiso social a través de su modelo de inclusión laboral y apoyo a comunidades vulnerables. No obstante, muchas de estas acciones no se encuentran sistematizadas ni alineadas formalmente con los principios y orientaciones de la ISO 26000.

Para consolidar una cultura organizacional verdaderamente sostenible, es necesario que Crepes & Waffles integre de manera transversal las materias de la ISO 26000 en su planificación estratégica, políticas internas y procesos operativos.

Las acciones desarrolladas por la empresa han contribuido al fortalecimiento de relaciones positivas con empleados, clientes y comunidades. Sin embargo, es fundamental establecer mecanismos de seguimiento y evaluación del impacto para garantizar su efectividad y sostenibilidad a largo plazo.

A partir del diagnóstico, se concluye que existe un gran potencial para que Crepes & Waffles articule sus prácticas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ampliando así su alcance e impacto a nivel nacional e internacional.

Referencias Bibliográficas

- Belda Hériz, I. (2018). Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible . Editorial Tébar Flores, 16-66. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/51998?page=16>
- Chiavenato, I. (2020). Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. McGraw-Hill. P.p 20 – 23 <https://www-ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/?il=9350&pg=20>
- De Paula, L. B. (2021, noviembre 22). La gestión ambiental y la producción más limpia son relevantes para el desempeño de las organizaciones. Centrum Think - La plataforma de investigación de Centrum PUCP. <https://centrumthink.pucp.edu.pe/articulosdedivulgacioncientifica/la-gestion-ambiental-y-la-produccion-mas-limpia-son-relevantes-para-el-desempeno-de-las-organizaciones/>
- Hoof, B. V. (2008). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental, 17-63. Universidad de los Andes. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/40312>
- Moran, M. (2015, enero 14). Consumo y producción sostenibles. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Ortiz de Mendivil Llano, E. (2012). El consumo sostenible como perspectiva innovadora . B – EUMED, 7-72. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/34505?page=7>
- Producción y Consumo Sostenible -. (2021, junio 6). Gov.co. https://www.minambiente.gov.co/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/produccion-y-consumo-sostenible/?utm_source=chatgpt.com

United Nations. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://sdgs.un.org/es/2030agenda>

Vargas-Hernández, J. G. (2015). Responsabilidad social empresarial: una revisión conceptual. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(4), 75-90