

Plan estratégico para la integración de la RSE en la compañía grupal Nutresa SA.

**Ingrid Liceth Gonzalez, Karelys Mailed Florez, María Elena Martínez, Marylin Paba
y Yaira Marie More**

Administración de Empresas

Escuela de ciencias administrativas contables económicas y de negocios. ECACEN,

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Nota del autor.

Ingrid Liceth Gonzalez, Karelys Mailed Florez, María Elena Martínez, Marylin Paba y Yaira Marie More, Escuela de ciencias administrativas contables económicas y de negocios. ECACEN, Universidad nacional abierta y a distancia UNAD – Cartagena – Colombia.

Este trabajo fue realizado con la asesoría y corrección del tutor Henry Hurtado, de la Escuela de ciencias administrativas contables económicas y de negocios. ECACEN, de la Universidad nacional abierta y a distancia UNAD

**Plan Estratégico Para La Integración De La RSE En La Compañía Grupa Nutresa
SA.**

Ingrid Liceth Gonzalez

Karelys Mailed Florez

María Elena Martínez

Marylin Paba

Yaira Marie More

Trabajo Para Optar Al Título De Administradora De Empresas

Asesor:

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia - UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas Contables Económicas Y De Negocios. ECACEN

**Diplomado De Profundización En Gerencia Estratégica Y Responsabilidad Social
Empresarial.**

Cartagena – Bolívar

Diciembre 2020

Tabla de Contenido

Lista de Tablas.....	5
Lista de Figuras.....	6
Lista de Anexos.....	7
Resumen Analítico Especializado.....	8
Título del Trabajo.....	13
Resumen	13
Palabras claves.....	13
Abstract.....	14
Keywords.....	15
Capítulo 1. Antecedentes.....	16
Introducción.....	16
Problema.....	17
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
Capítulo 2. Marcos Referenciales.....	19
Marco conceptual	19
Marco Teórico.....	22
Marco institucional	26
Marco Legal.....	30
Capítulo 3. Resultados.....	34
Diagnóstico.....	34
Matriz de marco lógico.....	42
Mapa estratégico.....	45

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento.....	46
Plan de acción y de seguimiento.....	46
Conclusiones.....	49
Referencias.....	51
Anexos.....	57

Lista de Tablas

Tabla 1. Plan de acción. Fuente: Autoría Propia.....	46
Tabla 2. Plan de seguimiento. Fuente: Autoría Propia.....	47

Lista de Figuras

Figura 1. Cuadro de valores grupo Nutresa.....	27
Figura 2. Objetivos estratégicos. Fuente: Grupo Nutresa.....	28
Figura 3. Estructura organizacional grupo Nutresa.	28
Figura 4. Estadísticas diagnóstico.....	34
Figura 5. Estadísticas diagnóstico.....	35
Figura 6. Estadísticas diagnóstico.	35
Figura 7. Estadísticas diagnóstico.....	36
Figura 8. Estadísticas diagnóstico.....	36
Figura 9. Estadísticas diagnóstico.....	37
Figura 10. Estadísticas diagnóstico.....	37
Figura 11. Estadísticas diagnóstico.....	38
Figura 12. Estadísticas diagnóstico.....	38
Figura 13. Estadísticas diagnóstico.....	39
Figura 14. Estadísticas diagnóstico.....	39
Figura 15. Estadísticas diagnóstico.....	39
Figura 16. Estadísticas diagnóstico.....	40
Figura 17. Estadísticas diagnóstico.....	40
Figura 18. Estadísticas diagnóstico.....	41
Figura 19 Árbol de problema.....	42
Figura 20 Árbol de Objetivos.....	42
Figura 21. Mapa de estrategias.....	45

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	57
Anexo B. Formato de Recolección de Información	57

Resumen Analítico Especializado

R. A. E

1. Información General

Título: Plan estratégico para la integración de la RSE en la compañía grupal Nutresa SA.

Autores: María Elena Martínez, Marylin Paba, Yaira Marie More, Ingrid Liceth González
Karelys Mailed Florez

Tipo de Documento: Trabajo de Grado de Diplomado

Director: Henry Hurtado

Año: 2020

Palabras Clave: Empresa, Ética, plan estratégico, gerencia, sostenibilidad, responsabilidad social, stakeholders.

2. Contenido

Resumen

En el desarrollo del presente proyecto, encontraremos cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera: Primero analizaremos los antecedentes de la empresa Grupo Nutresa S.A, en ella identificaremos los puntos débiles que están afectando las actividades la empresa y los objetivos que nos hemos planteado con el fin de dar solución a las mismas. En el segundo capítulo, llamado marcos referenciales, encontraremos datos de la empresa que nos permitirá conocer la misión, visión, objetivos, estructura organizacional, creencias, políticas y valores de la empresa, de la misma manera identificaremos teorías y políticas normativas que nos permitirá tomar decisiones confiables y efectivas, basadas en el estudio científico, la justicia y los factores que intervienen en la transparencia, la ética y la

responsabilidad las cuales consideramos relevantes si queremos fomentar una sociedad justa y socialmente responsable.

Así mismo en el capítulo tres determinaremos el problema principal de la empresa, el cual hemos identificado mediante la recolección de información y análisis de datos cuantitativo. Finalmente, en el capítulo cuatro encontraremos el plan de acción y seguimiento que hemos desarrollado con el fin de plantear estrategias oportunas y eficientes, que logren la excelencia empresarial, mediante programas que impulsen la aplicación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial en la compañía Grupo Nutresa S.A y anexo el código de ética que hemos diseñado con el fin de implementar políticas y patrones de conducta que permita establecer un entorno responsable y equitativo, basado en principios éticos.

Problema de Investigación:

El problema de investigación radica en la falta de apropiación, divulgación y aplicación de la ética responsable y la responsabilidad social empresarial en la compañía Grupo Nutresa, donde, mediante el análisis de datos, hemos podido identificar falencias en la socialización e inclusión de todos los trabajadores en los diferentes planes de trabajo de la compañía, especialmente en la definición del sistema de responsabilidad social empresarial que rige la empresa. Igualmente pudimos determinar que no existe un liderazgo comprometido que divulgue el concepto de RSE, por lo que, en la empresa hay opiniones divididas en cuanto a las condiciones de trabajo y el manejo y protección del medio ambiente.

Reconocemos que, a raíz de esto, la empresa se puede ver afectada internamente porque los empleados no se sienten valorados y por ende no están motivados ni comprometidos con la organización, por lo tanto, consideramos una amenaza que la empresa pierda

credibilidad, pues al no aplicar la RSE, la empresa se arriesga a degenerar su prestigio, posición y competitividad.

Así las cosas, decidimos investigar y proponer estrategias que permitan aplicar programas para la integración de la responsabilidad social empresarial en la compañía Grupo Nutresa, que brinde los medios para adaptar la empresa a este concepto y a las buenas prácticas que promuevan el desarrollo sostenible y convierta a la empresa en una compañía socialmente responsable.

Metodología:

El diseño que hemos implementado se basa en estudiar las características cualitativas, mediante la recolección de información, para desarrollar un análisis estadístico, que nos permita medir el comportamiento y el nivel de satisfacción del personal de la organización Grupo Nutresa en cuanto a la aplicación del concepto de RSE. Con los resultados de esta investigación, podremos tener una visión amplia de la situación, lo que nos permitirá evaluar las estrategias implementadas por la empresa y replantearlas para hacerlas más eficaces, este modelo, además, nos permitirá examinar el problema y proponer alternativas prácticas desde la dirección que puedan ser aplicables y accesibles a todos los colaboradores de la empresa.

El instrumento de medición que hemos adoptado para llevar a cabo nuestra investigación es la aplicación de encuestas a los colaboradores y a algunos clientes externos de la compañía, donde reunimos una muestra de 22 personas encuestadas, que se utilizaron como fuente primaria de investigación y con el cual nos basamos para plantear alternativas de solución a la empresa en cuestión.

Principales Resultados:

Mediante el análisis de resultados se pudo establecer que la empresa no cuenta con un programa que impulse la responsabilidad social, como consecuencia los colaboradores no identifican un comité de responsabilidad social empresarial, así mismo no se divulga de manera eficiente este término. pudimos establecer que este concepto solo se contempla en la junta directiva y no es socializado por todos los empleados.

De la misma manera notamos que un porcentaje de los empleados sienten vulnerados sus derechos, o, han identificado practicas injustas en la contratación y el acceso a las oportunidades, así mismo hay un grupo de empleados que manifiestan no contar con los implementos necesarios para llevar a cabo su trabajo y que en ocasiones, consideran no contar con prácticas decentes de trabajo.

También pudimos establecer en cuanto al medio ambiente, que la empresa no está haciendo uso adecuado de los residuos sólidos y de los recursos naturales, pues un porcentaje de los empleados manifiestan que la empresa no cuenta con un informe de registro de manejo de residuos sólidos.

Así mismo los empleados consideran importante que la empresa contribuya al desarrollo sostenible de su comunidad, lo que debe impulsar a los directivos actuar de manera oportuna en concordancia a los principios de la empresa.

Conclusión:

La presente actividad deja en evidencia la importancia de la aplicación de la responsabilidad social en las organizaciones, pues aporta mecanismos encaminados a las practicas justas y responsables, lo que le permite a las empresas ser mas rentables y competitivas, de la misma manera le permite a las empresas ser más confiables, aportar una imagen basada en la transparencia y a aportar al desarrollo sostenible de la comunidad y así impactar de forma positiva en su entorno.

Así mismo como estudiantes nos da la posibilidad de transformar nuestra sociedad a través de las organizaciones mediante la justicia, la ética y la responsabilidad social y a reconocer la importancia del capital humano que conforma la empresa y a recordar que cada uno de los miembros de los grupos de interés, juega un papel importante dentro de las organizaciones y que de cada uno de ellos depende la excelencia empresarial que influirá en todos los miembros del equipo de trabajo.

Referencias:

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

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

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de

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

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

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. Recuperado de

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>

Arroyo, J. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional De Administración*, 9(1), 87-103.

Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rori/v20n2/v20n2a11.pdf>

Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33.

Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000100003

Grupo Nutresa. (2019). Grupo Nutresa, Informe Integrado 2019. Recuperado de:

<http://informe2019.gruponutresa.com/>

Título

Plan estratégico para la integración de la RSE en la compañía grupa Nutresa SA.

Resumen

Mediante el presente proyecto pretendemos presentar un programa de inclusión que impulse la responsabilidad social en la compañía Grupo Nutresa S.A, a través del análisis de los antecedentes que interfieren en el funcionamiento óptimo de las actividades de la empresa y que impiden aplicar los principios de sostenibilidad que le permita a la empresa ser socialmente responsable en el ámbito económico, social y medio ambiental. De la misma manera, con el fin de contribuir a la eficiencia empresarial de la organización, hemos realizado un diagnostico detallado, donde mediante mecanismos de recolección de información, hemos obtenido datos que reflejan los puntos débiles de la empresa, los mismos nos permitirán establecer estrategias y alternativas que busquen mejorar la situación actual, para lograrlo hemos diseñado el Código de Ética, donde se da a conocer a los trabajadores las políticas de conducta que deben aplicar en la empresa a fin de

consolidar el clima organizacional y que la misma ofrezca un espacio que beneficie tanto a la empresa como a los actores de la misma.

Así mismo presentaremos el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial, con el que pretendemos presentar los objetivos, estrategias, plazos y costos, que brinde soluciones oportunas y confiables a la compañía Grupo Nutresa S.A. Lo anterior lo hemos realizado teniendo en cuenta los principios de Responsabilidad Social Empresarial, la Ética Empresarial y la Norma ISO 26000.

Palabras claves: Comunidad, estrategias, plan estratégico, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad.

Abstract

Through this project we intend to present a Corporate Social Responsibility Plan, applied to the company Grupo Nutresa SA, through the analysis of the antecedents that interfere in the optimal functioning of the company's activities and that prevent the application of the sustainability principles that allow the company to be socially responsible in the economic, social and environmental fields. In the same way, in order to contribute to the business efficiency of the organization, we have made a detailed diagnosis, where by means of information gathering mechanisms, we have obtained data that reflects the weaknesses of the company, they will allow us to establish strategies and alternatives that seek to improve the current situation, to achieve this we have designed the Code of Ethics, where the workers are made aware of the conduct policies that they must apply in the company in order to consolidate the organizational climate and that it offers a space that benefits both the company and its stakeholders.

Likewise, we will present the Strategic Plan for Corporate Social Responsibility, with which we intend to present the objectives, strategies, deadlines and costs, which provide

timely and reliable solutions to the company Grupo Nutresa S.A. We have done the above taking into account the principles of Corporate Social Responsibility, Business Ethics and the ISO 26000 Standard.

Keywords: community, strategies, strategic plan, Corporate social responsibility, sustainability.

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

La responsabilidad social empresarial ha tomado mucha importancia en los últimos tiempos debido a que este concepto va más allá de regirnos a las normas, es un término que viene aplicándose en las empresas con el fin de integrar procesos sociales, económicos y medio ambientales generados por las operaciones comerciales que desarrolla la empresa, a través de la responsabilidad social empresarial se establece la interrelación en diversos aspectos como los recursos naturales, colaboradores, inversionistas y el entorno, la cual tiene como propósito la satisfacción de las necesidades sociales y lograr un margen de utilidad favorable para la empresa . Los espacios en los cuales se desarrollan las organizaciones son filtrados por las dinámicas globales a nivel político, económico, social y ambiental, dedicándose a buscar soluciones a los múltiples problemas mundiales como la pobreza, la desigualdad social, el acceso a la educación y contaminación ambiental, integrando los lineamientos que logran favorecer los grupos de interés desde diferentes dimensiones.

En Colombia, la responsabilidad social empresarial tiene un fuerte impacto positivo, tanto en lo social como en lo económico, encaminándose hacia el respeto de los derechos fundamentales enfocándose en la construcción social, y la protección el medio ambiente

El Grupo Nutresa S.A se encuentra comprometida con un modelo de gestión económica que apunta con el desarrollo social, pensando en el beneficio de los actores y los grupos de interés, equilibrando sus procesos medioambientales a través de estrategias competitivas, mediante este trabajo se analiza el plan de responsabilidad social empresarial

lo cual permitirá definir las prioridades, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental enfocándose en generar beneficios a corto, mediano y largo plazo.

Problema

Con el estudio del grupo Nutresa y la aplicación de la responsabilidad social empresarial, se logró encontrar una pequeña problemática que afecta el actuar de esta organización, como lo es, la falta de programas que impulsen la responsabilidad social empresarial dentro del grupo Nutresa, con esta problemática se identificaron consecuencias que atacan de forma directa el rendimiento de la organización, tal como la poca participación en la gestión de políticas administrativas centradas en la RSE, y por consiguiente las deficientes políticas de RSE, por otro lado se halló que no existe el recurso suficiente para invertir en la RSE, al igual se presenta un perdida de reconocimiento a nivel empresarial, en esta organización se desconoce el impacto que tienen los programas que impulsan la RSE, y esto provoca que no se tenga compromiso con la socialización de la RSE.

Pero toda esta problemática trae su génesis desde el momento en el que la empresa no cuenta con una cultura organizacional que integre estratégicamente la RSE, al no canalizarse los recursos necesarios para la RSE, y no contar con una normativa que regule las acciones empresariales relacionadas con la RSE. En otras palabras, el grupo Nutresa no le dado el valor que realmente se merece la RSE, su integración a esta estrategia no ha sido totalizada y esa integración parcial solo ha dejado a la luz que “el grupo Nutresa cuenta con una inclusión parcial de programas que impulsen la RSE dentro la misma”.

Objetivos

General

- Identificar el Plan estratégico para la integración de la RSE en la compañía grupal Nutresa SA.

Específicos

- Identificar las debilidades de la organización en términos de Responsabilidad Social Empresarial, mediante el análisis de resultados.
- Establecer estrategias y objetivos que permitan solucionar la problemática existente en la organización.
- Diseñar el Código de Ética que permita establecer políticas conductuales a los empleados y directivos de la empresa.
- Conceptualizar la información del proyecto mediante la elaboración del marco lógico.
- Diseñar el Plan de Acción donde se establecerán las estrategias, objetivos, plazos y costos de las alternativas más viables para solucionar el problema de la organización.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco conceptual

Ética es la manera de determinar cómo deben actuar los miembros de una sociedad, mediante unos principios que ayudan a establecer lo que es bueno y rechazar lo que se considera como malo, como fuente de valores normativos que se orientan a conseguir conductas ejemplares, ciñéndose a lo legal con lo que difiere a lo moral que trasciende. Según Salazar Bondy Ética es la doctrina de la conducta moral, de los principios, de los ideales y de los deberes de las acciones morales.

Ética empresarial son aquellos patrones de conducta establecidos por una organización a fin de establecer un determinado ambiente basado en valores, que busca transmitir la imagen de la empresa mediante la cultura organizacional. Ortiz (1995:18) define la ética empresarial como un valor propio y esencial que debe prevalecer en la cultura organizacional de la empresa porque toda actividad que se lleva a cabo en la misma atrae consigo muchos factores que intervienen en el comportamiento humano, donde el honor de las personas debe orientar las decisiones de cualquier empresa y la certeza de que el equilibrio emocional y físico exige poner en práctica conductas humanas.

Pensamiento estratégico es el conjunto de ideas y acciones que realizamos de forma puntual y meditadas con el fin de lograr unos objetivos, para lograrlo se deben tener en cuenta todos los aspectos y campos que abarcan dichos objetivos. Sánchez (2007), plantea que es un proceso intuitivo que provee el enfoque necesario para futuros trabajos de planeación de la empresa. Los resultados de este pensamiento se incorporarán a la misión, visión, estrategia de la empresa.

Desarrollo social Es un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico, de acuerdo con James Midgley el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”.

Desarrollo sostenible satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1988), implica generar acciones tendientes a gestionar el componente ecológico, social y económico, por tanto, el crecimiento económico es necesario, para alcanzar un desarrollo humano

La excelencia empresarial nos lleva a realizar un cambio cultural en la organización, el cual nos demanda la utilización de herramientas, pero éstas requieren del apoyo humano para poder llegar a esa denominada excelencia, pues las herramientas por si solas no nos van a garantizar esa excelencia, si no tenemos alguien que timonee esa embarcación corremos el riesgo de naufragar.

Grupos de interés (Stakeholders) se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983). Es el público de interés para una empresa que permite su completo funcionamiento. Con público, me refiero a todas las personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y decisiones de una empresa como: empleados, proveedores, clientes, gobierno, entre otros.

Sostenibilidad Es el compromiso de las organizaciones con el medio, donde se logra medir el impacto de las labores de la organización en el medio, asegurándose que este no tenga afectaciones presentes ni futuras, y trabajando por los problemas sociales en pro de mitigarlos desde la organización. La comisión Brundtland en su publicación “Our Common Future” (New York: Oxford University Press, 1987, 1997) definió la sostenibilidad como “todo aquello que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Estrategia La estrategia es el conjunto de metas y pasos a dar para lograr ese objetivo final que la empresa se ha trazado. Alfred Chandler Jr: Define a la estrategia como la definición objetivos medibles, claros y sustentables en el largo plazo, así como sumar la dirección de las acciones hacia la eficiencia y la asignación de los recursos necesarios para llegar al objetivo propuesto.. Para él, la estructura sigue a la estrategia. Su interés estaba puesto en el estudio de la relación entre la forma que las empresas seguían en su crecimiento (sus estrategias) y el diseño de la organización (su estructura) planeado para poder ser administrada en su crecimiento.

Gerencia estratégica es el arte y ciencia de proponer, desarrollar y evaluar decisiones multidisciplinarias, alcanzando el objetivo empresarial, integrando la administración, marketing, finanzas, contabilidad, producción, investigación y desarrollo, y sistemas de información, logrando el éxito organizacional, Pearce y Robinson (2015) definen la gerencia estratégica como el conjunto de decisiones y acciones que resultan en la formulación e implementación de planes diseñados para lograr los objetivos de la organización a largo plazo y sostener una ventaja competitiva (Schermerhorn & Bachrach, 2015).

Marco Teórico

La Responsabilidad Social Empresarial entre el Marketing y la Filantropía

La responsabilidad social empresarial en los últimos años ha presentado un gran auge, sin embargo, desde el siglo XIX se tiene conocimiento de esta práctica en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de Economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables (Perdiguero, 2003).

Desde los años 90 muchas empresas en diferentes países empezaron a promover diversas acciones para la perfecta implementación de RSE, acciones como: campañas de protección al medio ambiente, presión de diferentes organismos internacionales entre otras que ayudaron mucho al avance de esta implementación, un ejemplo claro de esto fue el apoyo del banco mundial a través de la corporación financiera internacional cuando se dio el primer índice de sustentabilidad empresarial en Sao Paulo de Brasil en medio de una economía emergente, con base en esto muchos países decidieron copiar este modelo y crear su propio IPC sustentable con el objetivo de llamar la atención de muchos inversionistas que desean incluir dentro de sus actividades empresariales la responsabilidad social para así generar valor y mejores prácticas

Este concepto con bastante historia; toma importancia cuando los gerentes reconocen, aplican y actúan dando un alto valor al contexto empresarial, logrando un impacto positivo haciendo que las buenas prácticas se difundan en los diferentes ambientes con los que la empresa tiene vínculo, al mismo tiempo que cooperan con la competitividad y perdurabilidad de la empresa, sin embargo muchas empresas promueven las inversiones

sociales para ayudar a mejorar su imagen corporativa considerando a la RSE como una herramienta de marketing, para que los consumidores prefieran sus productos o servicios, aprovechan esta para generar ventajas y ser competitivos, porque el público opta por lo que ofrecen empresas con alto reconocimiento y reputación; por lo que estas mediante acciones superfluas poco planificadas que muchas veces son más dañinas que benéficas quieren visibilizarse, como cuando se realiza una inversión a la responsabilidad social en un programa o una organización que resulte ser ineficiente o ilegítima, también se da el caso de empresas que regularmente apoyan una organización de caridad local, pero que retira su patrocinio durante un período de dificultades financieras siendo insensible a las preocupaciones de la comunidad, como de igual manera se olvidan de mantener producciones más limpias, para minimizar su impacto al medio ambiente en el espacio donde desarrolla sus actividades de producción

Estas situaciones dejan en evidencia que la real intención de estas empresas es su propio beneficio, tomando la Responsabilidad Social como un mecanismo estratégico de marketing, para mejorar su imagen, pero olvidando un poco todo aquel impacto social que sus operaciones producen con el cumplimiento de sus metas, y siendo incongruente con la transformación social.

El termino Responsabilidad Social Empresarial se ha desdibujado, por las prácticas de múltiples empresas que han diseñado en un contexto fantasioso colectivo la relación de Responsabilidad social como equivalencia de ayudas benéficas a la comunidad, y que el concepto de RSE va más allá del marco de apoyo social, se debe más bien estimar como un ejercicio ético empresarial, confiable, transmisible y con mucho valor en la transición de

los efectos sociales desde las empresas, como actuar responsablemente y complementarias al proceder del estado, y en coincidencia con la consolidación de la sociedad.

Colombia es un país marcado por las crisis sociales con situaciones como el desplazamiento forzado por grupos al margen de la ley, violencia, daño ambiental, inseguridad alimentaria, desempleo y sumamos el cáncer social “la corrupción”, por lo que resulta interesante conocer que aportes hacen las empresas con RSE al país, en muchas ocasiones esos aportes son paños de agua tibia con acciones enmascaradas en ayudas temporales, sin un propósito integral que genere valor agregado al enfocarse como una actividad estratégica, con alta incidencia e impacto social y que corresponda en las soluciones de problemas socioeconómicos y ecológicos desde el ámbito organizacional.

Dentro de las características y factores determinantes de la RSE encontramos que las decisiones de las empresas buscan un equilibrio entre los intereses de la sociedad y stakeholders, aunque se han realizado investigaciones y se encuentra que su interés es para la comunidad académica y financiera, muchos se preguntan si las empresas generan un mejor desempeño por incluir prácticas de RSE o si más bien las empresas que tienen un buen desempeño tiene más recursos para implementar estas prácticas. Encontramos que las empresas colombianas no van más allá de lo estipulado en la ley, no miden los impactos que causan con su actividad en el medioambiente, en la sociedad y la economía. Por esta razón se debe corregir la manera en cómo se plantea RSE, como diferenciarlo de filantropía y caridad, la empresas intentan desconocer la diferencia entre una y la otra, adquirir su incentivo al alivio tributario, se esconden en una fachada de RSE para generar más ingresos, realizar actos altruistas aislados de política de resarcimiento y ayuda social responsable, lo hacen con la intención que no genere más gastos y de no ir más allá de sus

intereses, de sus utilidades o ganancias en estados financieros; por ejemplo vemos el caso presente de contaminación por parte de una empresa multinacional Carbonera en un sector extractivista de carbón con alto impacto social, por lo que gracias a esto y otros antecedentes hoy Colombia se ubica como el segundo país con mayor cantidad de conflictos ambientales reportados en el mapa de justicia ambiental, se demuestra el conflicto que existe en tanto a la aplicabilidad de la norma como en el impacto ocupacional, por lo que en casos como estos el estado colombiano debería tener y mantener la capacidad de controlar las empresas que se registran como RSE, verificando la aplicación de los beneficios, vigilando el impacto ambiental y violencia social, ejemplo de otras empresas donde la comunidad ha interpuesto tutelas por enfermedades graves y no emplear a mujeres por su género, entre otros.

En la actualidad la sociedad exige a las empresas una responsabilidad que va más allá de lo estrictamente jurídico. Pero al hablar de responsabilidad social empresarial conocemos que esta es voluntaria para la empresa, pues no se cuenta con una ley que respalde y exija el actuar con RSE, pero se resalta que la sociedad actual demanda que las organizaciones asuman un compromiso con el medio que los rodea y que no solo concentre sus esfuerzos en producir dinero en grandes cantidades, sino en que también, en el desarrollo de la comunidad que los rodea, integrar la RSE en la estrategia empresarial es un tema prioritario para la generación de un desarrollo sostenible, Jorge Etkin y Leonardo Schvarstein (1989) plantean que “el camino hacia la sostenibilidad implica profundos cambios. Siendo las empresas las formas asociativas y células básicas del modo social que hemos construido, ellas deben ser profundas dinamizadoras del cambio a nivel global”

La Organización Internacional del Trabajo, define la responsabilidad social de la empresa como la totalidad de los hechos que toman en serio las empresas para que su ejercicio no tenga consecuencias negativas en la sociedad y que reafirmen los principios y valores con los que gobiernan la empresa, tanto en sus procedimientos y el desarrollo de actividades internas, como en su trato con los demás actores. La Responsabilidad Social Empresarial es entendida en esencia por una determinación voluntaria, lo anteriormente descrito define a la Responsabilidad Social Empresarial como un patrón que dirige eficazmente el negocio y que toma en consideración las consecuencias provocadas por la empresa al ambiente, a la economía y a la sociedad, con el fin de desarrollar acciones que garanticen la sostenibilidad y que reintegre el respeto, los valores éticos y la preservación del medio ambiente. (Cajiga, 2009)

Bajo estas definiciones es de consideración que las empresas y el estado establezcan que la RSE es mucho más que una herramienta de Marketing o el impulso filantrópico, que no solo es cumplir con algunas normativas y leyes que demuestren sus buenas acciones enfocadas a mejorar las condiciones sociales, sino que este es el eje fundamental para tener una visión sustentable y no limitarse a generar valor para ellas mismas, pero si a buscar estrategias y sistemas de gestión empresariales que generen sostenibilidad, crecimiento integral y desarrollo en todos los aspectos para conseguir un nuevo equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales.

Marco institucional

Grupo Nutresa S. A. es la empresa líder en alimentos procesados en Colombia y uno de los jugadores más relevantes del sector en América Latina.

Fundada en 1920, opera a través de ocho unidades de negocio: Cárnicos, Galletas, Chocolates, Tres montes Lucchetti -TMLUC-, Cafés, Alimentos al Consumidor, Helados y Pastas.

Grupo Nutresa cuenta con un modelo de negocio diferenciado a partir de su gente: talentosa, innovadora, comprometida y responsable que aporta al desarrollo sostenible. De sus marcas, líderes, reconocidas y queridas, con red de distribución, una oferta diferenciada por canales y segmentos que hace ampliamente disponible el portafolio de productos en toda la región estratégica.

Misión

La misión de nuestra Empresa es la creciente creación de valor, logrando un destacado retorno de las inversiones, superior al costo del capital empleado. buscamos siempre mejorar la calidad de vida del consumidor y el progreso de nuestra gente, además de un crecimiento rentable con marcas líderes, servicio superior y una excelente distribución nacional e internacional, gestionamos nuestras actividades comprometidos con el desarrollo sostenible; con el mejor talento humano; innovación sobresaliente, y un comportamiento corporativo ejemplar.

Visión

Tiene como Visión para el 2020 convertirse en una compañía de consumo masivo altamente competitiva en el mercado alimenticio mediante marcas reconocidas, confiable, innovadoras, talento sobresaliente, comprometido y una distribución con calidad y cobertura

Valores



El grupo Nutresa es una organización basada en valores, la cual se destaca en su primera línea por la ética, el respeto, también se destaca por la innovación, alimentos confiables y vida

Figura 1. Cuadro de valores grupo Nutresa. Fuente: Grupo Nutresa.

saludable, el buen gobierno corporativo, la participación y gestión colaborativa, ciudadanía corporativa, productividad y competitividad y autonomía con coherencia estratégica. Es de resaltar que el grupo Nutresa es una empresa comprometida con sus clientes enfocada en garantizar un buen producto, que satisfaga las necesidades del cliente, en Nutresa el cliente es lo primero y sus colaboradores son pieza fundamental para llegar a sus clientes, por eso cada uno de sus colaboradores están ceñidos a los valores de esta organización.

Objetivos Estratégicos

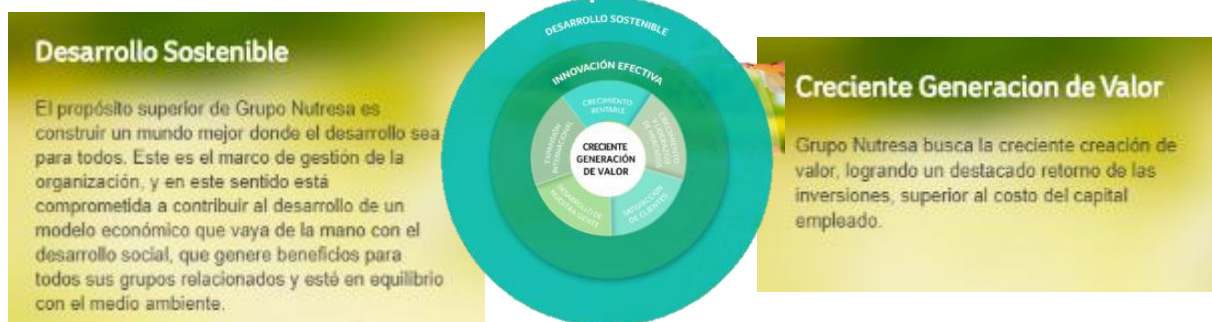




Figura 2. Objetivos estratégicos. Fuente: Grupo Nutresa.

Estructura Organizacional

El grupo Nutresa dentro su estructura organizacional cuenta con su grupo de accionistas, una junta directiva que consta de 8 miembros, 1 presidente, 1 vicepresidente de



finanzas corporativas y uno de secretario general, por otra parte, se cuenta con el presidente de los negocios y de las empresas de servicios compartidos, de los que se despliega negocio cárnico, negocio galletas, negocio chocolates, negocio café, negocio pastas, negocio helados, TMLUC, alimentos al consumidor, comercial Nutresa y servicios

Nutresa.

Figura 3. Estructura organizacional grupo Nutresa. Fuente: Grupo Nutresa.

Dentro de esta organización también se cuenta con comités de presidencia de los 10 negocios, distribuidos de la siguiente manera: en la parte de los cárnicos, galletas, chocolates, TMLUC y café se cuenta con 8 miembros dentro de cada comité, para el caso de las pastas 9 miembros, en el negocio de los helados 6 miembros, para alimentos al

consumidor y comercial Nutresa se cuenta con 7 miembros dentro de cada comité y finalmente en el comité de servicios Nutresa se cuenta con 12 miembros.

Dentro de la estructura organizacional de esta empresa también se cuenta con directores, jefes, coordinadores, alistas, operarios de planta y otros.

Marco Legal

La responsabilidad social empresarial ha tomado gran auge en las últimas décadas, su evolución y aplicación ha dejado en evidencia la efectividad cuando una empresa sin importar su tamaño, localización, activos o incluso su antigüedad en el mercado, decide aplicar estos principios en su organización. De la misma manera está ofrece una garantía que le permite a la empresa ser más competitiva y confiable en el mercado, pues el entorno que rodea la empresa logra visibilizar el compromiso y responsabilidad de la empresa con sus grupos de interés, y no solamente con quienes componen la empresa como lo son sus colaboradores, directivos, socios o proveedores, sino también ese gran grupo de espectadores que observan, vigilan y están al pendiente de las actividades de la empresa: los clientes externos, a quienes la empresa le debe “su razón de ser”. Ahora bien, para aplicar los principios de Responsabilidad Social Empresarial de manera eficiente se ha creado la Norma ISO 2600.

Si bien, la palabra Norma suele parecer una imposición o regla, que requiere esfuerzo e inversiones para su aplicación, la Norma ISO 26000 publicada en el año 2010, no fue creada para tal fin, pues está, no establece requisitos o normas de certificación, como sí lo es la norma ISO 9001 de 2008 o la norma ISO 14001 de 2004; más bien, esta norma, la Norma ISO 26000, preparada por el ISO/TBM (grupo de trabajo sobre la responsabilidad social) contiene guías voluntarias para aplicar la responsabilidad social empresarial de forma eficiente y por supuesto con resultados positivos para la empresa. cabe resaltar que la

norma es aplicable a todo tipo de empresas, ya sea para empresas u organizaciones públicas y privadas, y su objetivo fundamental es contribuir al desarrollo sostenible. Ahora, para garantizar ese tan anhelado “desarrollo sostenible”, la Norma hace hincapié, en dos practicas fundamentales, el primero es el reconocimiento de la Responsabilidad Social empresarial y segundo es la identificación e involucramiento de las partes interesadas, esto con el fin de lograr articular la empresa con la aplicación de la norma, y que la misma logre adaptarse a los nuevos cambios que conlleva desarrollar e implementar estos principios en la empresa. Por otro lado, la norma resalta seis materias fundamentales para la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la empresa, estas están estrechamente relacionada con la gobernanza de la organización, dentro de las cuales se resaltan: Las Prácticas Laborales, las cuales pretenden ofrecer a los empleados condiciones favorables en el lugar de trabajo, ofrecer un plan de salud y seguridad social que garantice el bienestar físico y emocional de los trabajadores y una formación educativa que les permita desarrollar capacidades efectivas en el lugar de trabajo.

Derechos humanos, que buscan evitar situaciones que pongan en peligro la integridad de las personas en términos de derechos humanos, por otro lado, permite buscar iniciativas para erradicar la discriminación, evitar la complicidad y actuar bajo los principios éticos fundamentales en el lugar de trabajo, entre otras.

Medio ambiente, el cual pretenden desarrollar y promover la sostenibilidad dentro de las organizaciones, proteger al medio ambiente y la biodiversidad, también compromete a la empresa a hacer uso adecuado de los recursos naturales y a evitar la contaminación ambiental.

Prácticas justas de operación, con estas, la norma pretende fomentar una competencia justa y promueve la RSE en la cadena de valor, así mismo busca erradicar la corrupción y promueve la participación responsable en políticas.

Asuntos de los consumidores, mediante su aplicación se impulsa al consumo responsable, a la protección y buen manejo de la información de los consumidores, a proteger la salud y la seguridad de los consumidores y a brindar apoyo y un excelente servicio a los mismos, entre otros.

Participación y desarrollo de la comunidad, esta última motiva a la empresa a interesarse por su comunidad, ha promover fuentes de empleo, generar ingresos, impulsar la participación de la comunidad en la educación y a la cultura. Estas materias fundamentales están basadas en la transparencia, el respeto a los derechos humanos, el respeto a la legalidad y al comportamiento ético y responsable, así mismo se busca materializar la norma en la organización y que la misma logre reflejar un comportamiento socialmente responsable de la empresa en su comunidad a aumentar la credibilidad de la empresa.

De la misma manera, la norma le da a conocer a la empresa las prácticas que se deben implementar para integrar la responsabilidad social dentro de la empresa, para esto la norma sugiere entender la importancia de la responsabilidad social dentro de la organización, con el fin de sensibilizar y resaltar las contribuciones de la norma en el mejoramiento de las condiciones de trabajo, mantener la socialización del tema, para que la empresa no pierda el norte y sus integrantes puedan reconocer los campos de aplicación de la norma, relacionar las características de la organización con la responsabilidad social empresarial, con el fin de afianzar y fortalecer los principios de la norma en el área que más lo requiera, aumentar la confiabilidad en materia de responsabilidad empresarial, a fin de

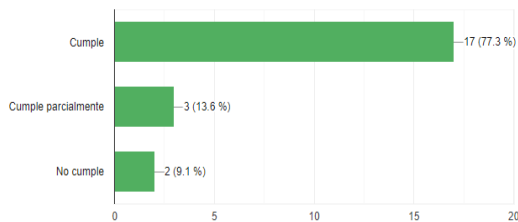
aumentar la competitividad y proyectar una imagen transparente y responsable en el entorno, tener una iniciativa intencional y voluntaria para la responsabilidad social empresarial, esto se requiere para que la empresa, por medio de sus directivos se sientan motivados y no obligados al aplicar la norma, reconociendo que está busca consolidar la empresa y hacerla sustentable en el largo plazo. Finalmente, la norma sugiere revisar y aplicar procesos de mejora en todas las acciones y prácticas de la organización en materia de responsabilidad social empresarial, estas con el fin de tomar medidas preventivas y correctivas a fin de minimizar riesgos en la aplicación de la norma y por supuesto pueda ofrecer los resultados esperados. Las materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial, las practicas fundamentales de la responsabilidad social empresarial buscan encaminar la empresa hacia la aplicación y puesta en marcha de la Norma ISO 26000, y presenta guías muy concretas que, de seguir minuciosamente nos permitirá mediante las organizaciones crear espacios óptimos y seguros para todos en términos económicos, medioambientales y sociales, además de eso nos permitirá crear empresas sólidas, comprometidas, responsables y lo más importante contribuir al desarrollo sostenible.

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Para iniciar nuestro proceso de recolección de la información para determinar el estudio y aplicación de la norma ISO 26000, hemos seleccionado la empresa Nutresa, con una muestra de 22 encuestados, la cual incluye clientes internos, externos y altos funcionarios de la organización, mediante el cual hemos podido determinar que:

1- ¿La empresa cuenta con un comité de Responsabilidad Social Empresarial?
22 respuestas



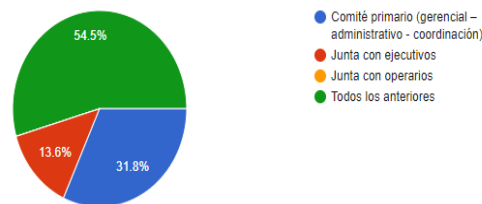
Entre la población encuestada se encontró que el 77.3% reconoce que la empresa cuenta con un comité de Responsabilidad Social empresaria, mientras que el 13,6% manifestó que la empresa contaba

Figura 4. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

parcialmente con este comité y el 9,1% manifestó que la empresa no cumple con un comité de RSE. Esto nos indica que alrededor del 22,7% de la población no identifica un comité, individuo u organización que aplique la responsabilidad social dentro de la organización. aunque en su mayoría las personas reconocen que este sistema se está aplicando en la empresa, existe una población importante que no lo identifica y que puede afectar la aplicación de este concepto en la empresa, ya que es de suma importancia que tanto los empleados, como los directivos de la empresa estén al tanto de todos los asuntos de la empresa porque de esta manera los proyectos u objetivos de la organización relacionados con el compromiso social de su comunidad tendrán mayor impacto, aceptación, dinamismo y eficiencia.

Por otro lado, podemos observar que el 54,5% de los encuestados, manifestaron que el

2- ¿En qué espacios divulga el concepto de Responsabilidad Social Empresarial?
22 respuestas

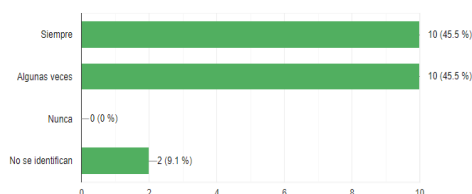


concepto de Responsabilidad Social Empresarial se divulga en todas las áreas y dependencias de la empresa, mientras que el 31,8% contestó que este concepto solo se

Figura 5. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

da a conocer en el comité primario de la empresa, es decir la gerencia, administración y dirección, así mismo el 13,6% de los encuestados contestó que la RSE se socializa en la junta con los ejecutivos de la empresa, esto nos refleja el déficit de capacitación, socialización y acceso a la información entre los operarios y empleados de menor rango en la empresa, cabe resaltar que aunque son los altos funcionarios de la empresa los encargados de liderar proyectos encaminados hacia el compromiso y aplicación de la responsabilidad social empresarial, son los empleados de menor rango quienes tienen contacto directo con los clientes de la empresa, por lo tanto son ellos quienes reflejan la cultura organizacional de la empresa, de ahí la importancia de contar con un liderazgo capacitado y comprometido que motive y de participación a todos los miembros de la organización.

3- ¿Toma sus decisiones basadas en la responsabilidad primordial de respetar los derechos humanos de los compañeros de trabajo?
22 respuestas

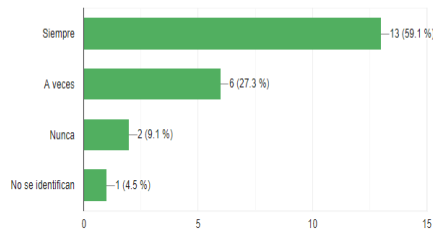


En términos de Derechos Humanos notamos que tan solo el 45,5% de los encuestados considera que la empresa toma decisiones basadas en el respeto de los derechos humanos

Figura 6. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

De los trabajadores, mientras que otro 45,5% considera que algunas veces se toman estas decisiones y un 9,1% reconoció que no se identifican estas decisiones basadas en el respeto de los derechos humanos de los trabajadores.

4- ¿Posee mecanismos para evaluar la manera en que las instrucciones existentes y futuras afectarían a los derechos humanos de los empleados?
22 respuestas

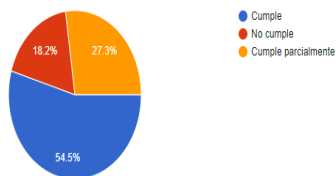


De la misma manera el 59,1% de los encuestados manifestó que la empresa cuenta con los mecanismos adecuados para evaluar la manera en que las instrucciones afectan los derechos humanos de los empleados, otro

Figura 7. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

27,3% manifestó que a veces, un 9,1% manifestó que nunca y el 4,5% restante manifiesta que no se idéntica, lo anterior deja en evidencia las debilidades y situaciones de riesgo que posee la empresa para el cumplimiento de los derechos económicos, sociales y culturales,

5- ¿En el proceso de selección de personal se exceptúa las prácticas discriminatorias?
22 respuestas



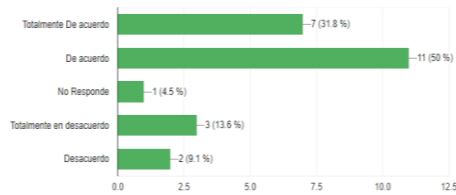
así como los principios y derechos fundamentales en el trabajo. Esto también se ve reflejado en los procesos de selección de la empresa donde tan solo un 54,5% contesto que

Figura 8. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

la empresa exceptúa las prácticas discriminatorias al momento de elegir el personal, un 27,3% manifestó que la empresa cumple parcialmente y un 18,2% manifiesta que la empresa no cumple con estos procesos, lo que indica que por lo menos un 43,5% de los trabajadores han padecido alguna clase de discriminación Al momento de ser contratados de ser contratados.

6- ¿Las políticas de la empresa brindar condiciones de trabajo decentes y que cumplan con lo establecido por la ley?

22 respuestas



En lo que respecta a las prácticas

laborales, notamos que el 31.8% se siente satisfecho con las condiciones de trabajo que ofrece la empresa, pues la consideran condiciones decentes de trabajo, frente a un

Figura 9. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

9.1% que se encuentra en desacuerdo y un 4,5% que decidió no responder a esta pregunta, por lo tanto, podemos determinar que el 27,2% de los

empleados no consideran que se les esté brindando las condiciones dignas e integra para desempeñar su trabajo. Así mismo se

pudo establecer que el 77,3% de los

empleados dicen contar con las

herramientas y equipos necesarios para

desempeñar sus funciones y tan solo un

7- ¿Entregan las herramientas y equipo necesarios para que el empleado desarrolle su trabajo?

22 respuestas

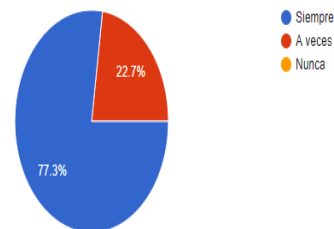


Figura 10. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

22,7% manifiesto que a veces, lo que resulta un indicador relativamente positivo para la

empresa porque indica una buena coordinación y compromiso con los empleados, sin

embargo, la empresa debe velar por que el 100% de los empleados se sientas satisfechos

con las prácticas laborales implementadas por la empresa, de esta manera se aumentaría el

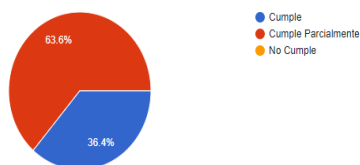
sentido de pertenencia con la empresa, lo que incrementaría la responsabilidad y

compromiso de los empleados, cuando estos se sienten satisfechos la empresa consigue

verdadera productividad y excelencia empresarial.

En lo relacionado con el compromiso de la empresa con el medio ambiente, observamos que un 36,4, 6% afirma que la empresa cuenta con un área encargada de temas relacionados con el medio ambiente y un 63,6% considera que la empresa cumple

8- ¿Existe un área, individuo o departamento encargado de temas medio ambientales?
22 respuestas



parcialmente, es decir que la empresa aún no posee un organismo definido que se encarga de tomar decisiones y gestionar de forma correcta los recursos naturales, de esta manera

Figura 11. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

la empresa no refleja su compromiso con la comunidad al desarrollo sostenible, tema que ha logrado gran relevancia en los últimos años debido al deterioro del medio ambiente producto de prácticas humanas, especialmente por prácticas industriales. Así mismo se observa que 63, 6% de los encuestados afirman que la empresa cumple con los informes y registros para el adecuado manejo de residuos sólidos, mientras que el 22,7% afirma que la empresa cumple parcialmente y un 13,6

manifiesta que la empresa no cumple, notamos que el manejo de residuos es de suma importancia no solo por el buen manejo y preservación de los recursos naturales, sino

9- ¿Lleva la medida, el registro, informe, reducción de fuentes de contaminación y manejo de residuos que genera su actividad?
22 respuestas

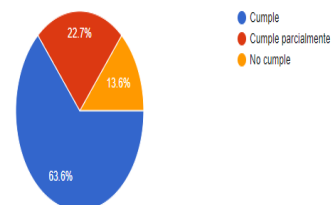
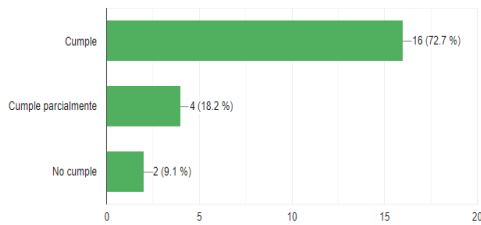


Figura 12. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

también porque estos residuos pueden afectar la salud de los empleados y los clientes, también pueden generar enfermedades graves y proliferación de insectos, esto puede agravar la salud de los empleados y perjudicar los procesos de la empresa, en ese sentido la empresa debe hacer énfasis en la prevención de la contaminación, el uso sostenible de los recursos y la protección del medio ambiente.

Con respecto a las practicas justas de operación, podemos observar que el 72,7% manifestó estar de acuerdo con que la empresa concientiza a los trabajadores y proveedores respecto a la corrupción y las medidas de cómo combatirlas, mientras que el 18,2%

10- ¿Concientiza a sus empleados y proveedores respecto a la corrupción y medidas de cómo combatirla?
22 respuestas



contesto que la empresa cumple parcialmente y el 9,1% afirmo que la empresa no cumple, por otro lado, el 81,8 % considera importante que tanto los trabajadores como los proveedores participen en campañas de

Figura 13. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

información de la cultura, valores y principios de la empresa, mientras que el 18,2% respondió que no sabe o no responde. Es de vital importancia para la empresa darles participación a todos los miembros y empoderar a los empleados, proveedores y directivos a fin de promover la

11- ¿Considera que es importante incluir a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa?
22 respuestas

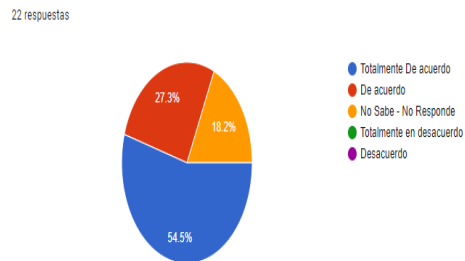
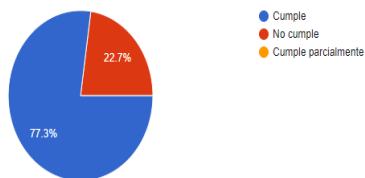


Figura 14. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia.

responsabilidad social dentro de la empresa y fomentar un política responsable, justa y equitativa, y aunque la empresa se destaca con un gran porcentaje por promover estas

12- ¿Se promueve la cultura de compras sostenibles con su esfera de influencia en los consumidores?
22 respuestas



políticas es recomendable que se diseñen y ejecuten proyectos que cumplan cabalmente con estas prácticas mediante la inclusión y participación de todos los trabajadores. Entre

la población encuestada se encontró que la mayor parte está de acuerdo con que la empresa promueve una cultura de compras sostenibles y resalta las características ecológicas y el

impacto positivo del producto, un 77,3% considera que la empresa promueve las compras sostenibles, frente a un 22,7% que considera que la empresa no cumple. **Figura 15.**

Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia

De la misma manera al 91% de los encuestados le parece relevante que la empresa resalte las características ecológicas y el impacto positivo que pueden los productos y/o servicios ofrecidos, esto nos muestra el interés de los encuestados en

13- ¿Le parece relevante que al momento de la venta se resalten las características ecológicas y el impacto positivo que tiene su producto o servicio?

22 respuestas

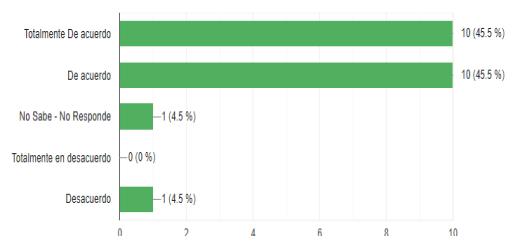


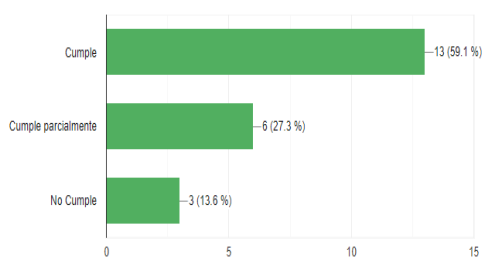
Figura 16. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia

dar a conocer los atributos que ofrece la empresa con respecto al consumo sostenible y a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores.

Por último, en nuestro proceso de recolección de información nos centramos en la participación y desarrollo sostenible de la comunidad. El 59,1% de la población manifestó

14- ¿La empresa participa en la identificación y diagnóstico de problemas de su comunidad inmediata?

22 respuestas



que la empresa participa activamente en la identificación y diagnóstico de problemas de la comunidad, mientras que un 27,3% manifestó que está cumple parcialmente y un 13,6% indicó que la empresa no cumple en

Figura 17. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia

la participación de la identificación de problemas en su comunidad, así mismo 77,3% de los encuestados considera que la empresa debe contribuir al desarrollo de la comunidad y un 22,7% plantea que no debe hacerlo.

15- ¿Considera que la empresa debe contribuir con el desarrollo de la comunidad?
22 respuestas

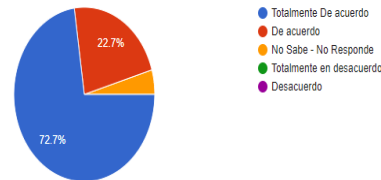


Figura 18. Estadísticas diagnóstico. Fuente: Autoría propia

Si bien la norma ISO 26000 no es un requisito y más bien contiene guías voluntarias para la empresa y su toma de decisiones, es importante definir políticas que afinen a la empresa hacia el compromiso social, ya que de esta manera la empresa logra mayor productividad y competitividad.

En ese sentido para empresa Nutresa es necesario implementar medidas correctivas, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos la empresa presenta déficit en la toma de decisiones y gestión en todos los procesos; aunque en algunos aspectos haya logrado alcanzar un porcentaje por encima del 50% la empresa debe mejorar a fin de lograr un desarrollo sostenible y responsable, que identifique e involucre a las partes interesadas, reconozca la importancia de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa y oriente a la empresa y a todos los empleados a desarrollar políticas que promuevan la justicia y el desarrollo social a fin de ser más productiva y eficiente.

Por lo anterior se recomienda a la empresa Nutresa:

- Comprender la importancia de la responsabilidad social empresarial.
- Socializar con todos los trabajadores y directivos el concepto y aplicación de RSE
- Gestionar y aplicar las materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial.
- Tener iniciativa para la implementación de la responsabilidad social empresarial

- Revisar y mejorar las acciones y prácticas de la organización en materia de Responsabilidad social empresarial.
- Aumentar la credibilidad en materia de responsabilidad social empresarial.

Matriz de marco lógico

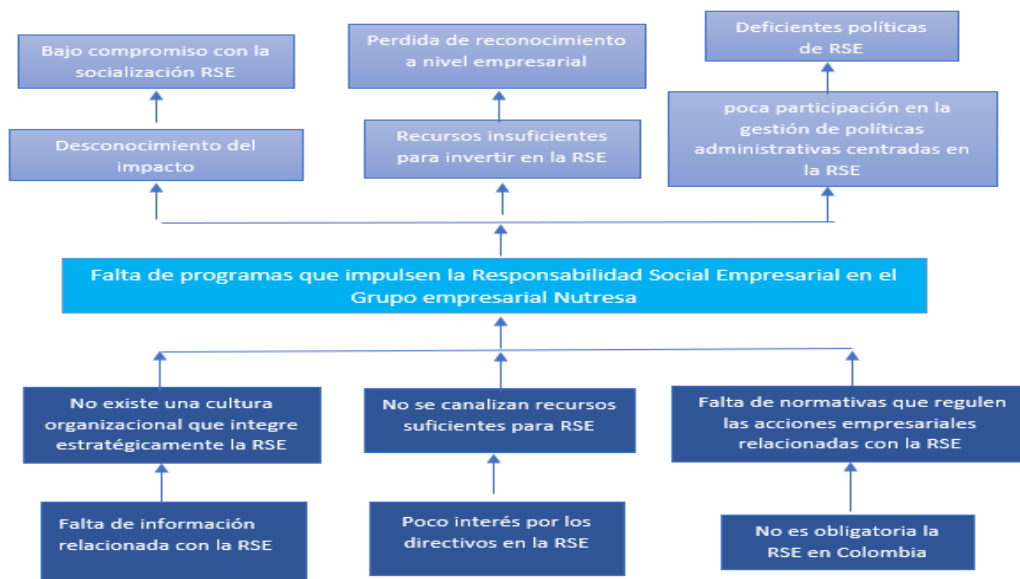


Figura 19 Árbol de problema. Fuente: Autoría propia.

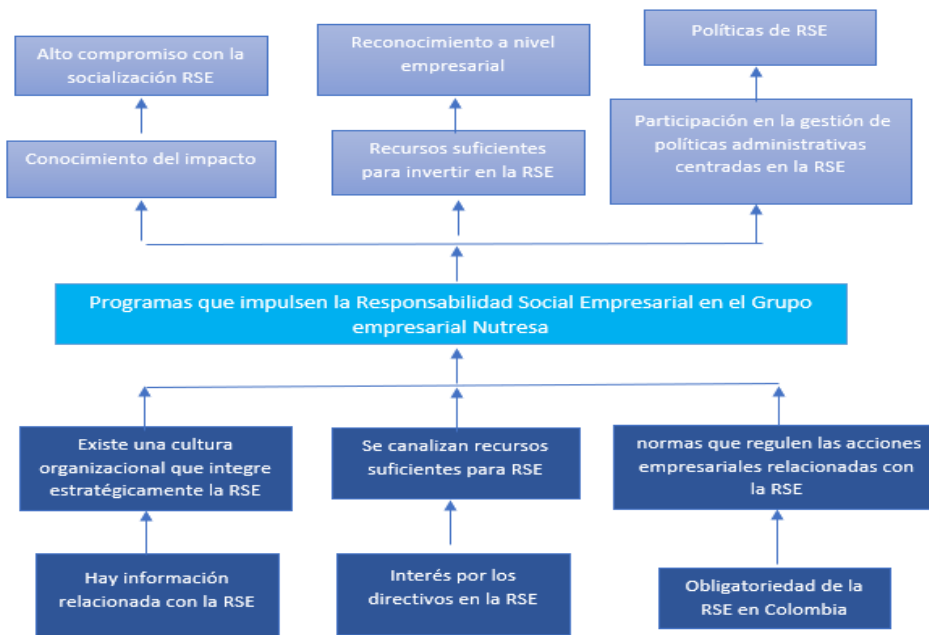


Figura 20 Árbol de objetivos Fuente: Autoría Propia.

Es de conocer que las empresas Responsables Socialmente activas son aquellas que tienen su corazón en el entorno, las empresas de hoy ya no pueden simplemente perseguir un objetivo de mayor rentabilidad siendo indolentes y poco consideradas. Esta causa involucra todo un sin número de personas ya sean internas o externas con vínculos en la empresa que empiecen a hacer caso desarrollando actividades desde el lugar donde se encuentren aportando al mismo fin común dentro de la comunidad y componer un bien colectivo.

- Partimos de las causas en el interior de la empresa Grupo Empresarial Nutresa donde vemos que se debe encontrar una perspectiva más difundida para todos los empleados, en la cual se conozcan e identifiquen con asertividad los programas que se implementan por parte de la empresa y cuáles son sus aportes para ser llamada una empresa con Responsabilidad Social Empresarial, en el cual exista una cultura organizacional que integre estratégicamente la RSE, donde se conozca la contribución que hace la empresa activa y voluntariamente al desarrollo empresarial, bienestar social y público.
- Donde no se están canalizando recursos suficientes para RSE, los directivos deberán mostrar interés por la aplicación, organización, sentido de pertenencia y desarrollo del programa. Estos involucran empleados, entrega de comunicación sobre las actividades realizadas o a realizar, se generan espacios de lluvias de idea y participación.
- Con la falta de normativas que regulen las acciones empresariales, si es cierto en Colombia no es obligatoria la RSE encontramos empresas que proyectan imagen de honestidad, confianza y enfoque, más allá de un simple cumplimiento son consistentes en hacer más cosas que lo dicho por la legislación actual, sin embargo

para esto también deben contar con una capacidad de invertir en RSE, sus salud financiera, esto ayudara a la empresa de igual o mayor modo en su nombre, marca y producto, va creando un valor adicional para sus consumidores delante de la competencia y el su mercado.

- Desconocimiento del impacto, contribuye a la calidad de vida dentro de la empresa, a generar más empleos con pagos y trabajos justos, darle constantemente una forma a su trabajo, capacitarlos. Involucrar al personal y clientes a la evolución armónica de la empresa. Respetar, priorizar y evitar el impacto al medio ambiente, al ecosistema en cada parte del proceso de la operación, producción, comercialización, cumpliendo entre otras con normas ambientales, dar seguimiento a los valores para que estos lo hagan voluntaria y permanentemente como un todo.

- Tenemos la poca participación en la gestión de políticas administrativas centradas en RSE, como punto a desarrollar con inclusión de los equipos de liderazgos, haciendo públicos los valores de la empresa, desempeño con base a su código de ética, promover, extender el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, proveedores, contratistas, etc.). Desde una dirección administrativa se relacionan las necesidades sociales del entorno en que opera la empresa, invertir en el talento, recursos en el desarrollo de las comunidades, colaboración en su solución, adecuada supervisión, trato digno a los empleados, todo lo anterior trae consigo la mejoría notable en su clima organizacional y calidad laboral.

Mapa estratégico

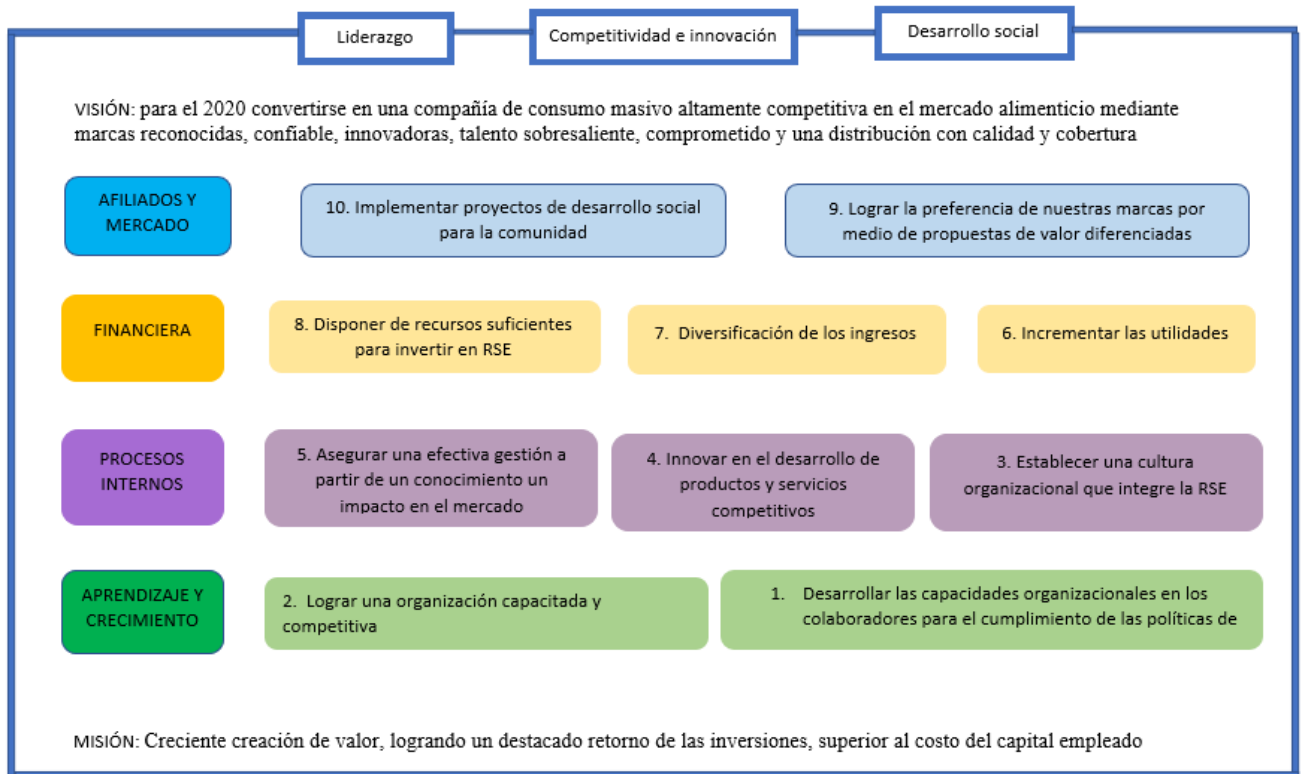


Figura 21. Mapa de estrategias Fuente: Autoría Propia.

En la figura 21, podemos observar el mapa estratégico que se desarrollo para el grupo Nutresa donde este mapa nos ofrece una visión o un conjunto de acciones que se deben realizar dentro de la empresa a nivel empresarial, gracias al mapa estratégico podemos tener mayor efectividad y mayor estrategia corporativa. Esta herramienta nos orienta como debemos representar visualmente la totalidad de las estrategias que tiene la organización y no ayuda a tener una buena planificación, evaluación, optimización y reestructuración en la empresa.

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento

Dimensiones	Objetivos estratégicos	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Impulsar el aumento de la rentabilidad y la innovación	Venta de nuevos productos Optimizar los procesos para aumentar la rentabilidad.	Anual	\$50.000.000	[(Productos nuevos vendidos / Productos nuevos elaborados) x100] [(Procesos nuevos / Productos antiguos) x100]
Social	Construir una mejor sociedad Sensibilizar todas las áreas de la empresa sobre la aplicabilidad de la RSE.	Proyectos de capacitación para los colaboradores sobre la RSE. Realizar campañas de socialización del impacto social y la importancia del compromiso de los directivos.	Anual	\$35.000.000	[(Proyectos de capacitación realizados / proyectos de capacitación programados) x 100] [(campañas de socialización realizadas / campañas de socialización programadas) x 100]
Ambiental	Reducir el consumo de energía en un 20% con respecto al año anterior. Implementar el uso materiales biodegradables en los empaques.	Implementación de tecnologías de ahorro	Anual	\$20.000.000	[1-(Gasto de agua del año actual / Gasto de agua del año anterior) x100] [(Materiales nuevos/ materiales antiguos)x100]

Tabla 1. Plan de acción. Fuente: Autoría Propia.

Dimensiones	Objetivos estratégicos	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador	Seguimiento
Económica	Impulsar el aumento de la rentabilidad y la innovación	Venta de nuevos productos Optimizar los procesos para aumentar la rentabilidad.	Anual	\$50.000.000	[(Productos nuevos vendidos / Productos nuevos elaborados) x100] [(Procesos nuevos /	Se realizará seguimiento mensual a las ventas de productos nuevos, si en 6 meses no se cumple con el 70% de productos elaborados vendidos se ajustará la estrategia, de la misma manera si no se cumple con el 75% de la

					Productos antiguos) x100]	mejoría de los procesos se mejora la estrategia.
Social	Construir una mejor sociedad Sensibilizar todas las áreas de la empresa sobre la aplicabilidad de la RSE.	Proyectos de capacitación para los colaboradores sobre la RSE. Realizar campañas de socialización del impacto social y la importancia del compromiso de los directivos.	Anual	\$35.000.000	[(Proyectos de capacitación realizados / proyectos de capacitación programados) x 100] [(campañas de socialización realizadas / campañas de socialización programadas) x 100]	Se analizarán los avances bimensuales con cumplimiento del 80% de las capacitaciones y campañas programadas, si no hay cumplimiento se implementaran cambios a la estrategia
Ambiental	Reducir el consumo de agua en un 20% con respecto al año anterior Implementar el uso materiales biodegradables en los empaques.	Implementación de tecnologías de ahorro	Anual	\$20.000.000	[1-(Gasto de agua del año actual / Gasto de agua del año anterior) x100]	Se revisará mensualmente el consumo de agua, si el consumo es mayor al 1,67% se informará al proveedor para ajustar la estrategia De igual manera se revisará mensualmente el uso de materiales biodegradables, se debe aumentar su uso en un 10%, si no se cumple se debe ajustar la estrategia.

Tabla 2. Plan de seguimiento. Fuente: Autoría Propia.

- En la dimensión Económica se plantea el objetivo estratégico de Impulsar el aumento de la rentabilidad y la innovación, enfocándose en esfuerzos que generen una propuesta de valor, a través de la estrategia de venta de nuevos productos con procesos innovadores centrándose en los consumidores, clientes y compradores durante 12 meses con una inversión de \$50.000.000, a través del análisis del indicador (Productos nuevos vendidos / Productos nuevos elaborados) x100, se hará seguimiento mensual, si en 6 meses no se cumple con el 70% de productos nuevos elaborados vendidos se ajustará la estrategia, en esta dimensión también se busca Optimizar los procesos para aumentar la

rentabilidad, esto con un indicador de un 75%, el cual si no se cumple se reajusta la estrategia.

- La Dimensión social se enfoca en un objetivo estratégico como construir una mejor sociedad a través de la estrategia de proyectos de capacitación a los empleados sobre la RSE fomentando la conciencia por el efecto social que genera la actuación de la empresa, durante 12 meses con una inversión de \$35.000.000, mediante el indicador de $(\text{Proyectos de capacitación realizados} / \text{proyectos de capacitación programados}) \times 100$, se analiza el seguimiento con los avances bimensuales con cumplimiento del 80% de las capacitaciones programadas, si no hay cumplimiento se implementaran cambios a la estrategia
- En la dimensión ambiental el objetivo estratégico es reducir el consumo de agua en un 20% con respecto al año anterior, mediante la ecoeficiencia durante la cadena de suministro por la gestión integral de la utilización del agua, con la estrategia de implementación de programas de tecnologías de ahorro en un periodo de 12 meses con inversión económica de 12 meses por un monto de \$20.000.000, a través del indicador de $(\text{Gasto de agua del año actual} / \text{Gasto de agua del año anterior}) \times 100$, con un seguimiento mensualmente el consumo de agua, si el consumo es mayor al 1,67% se informará al proveedor para ajustar la estrategia, De se busca implementar el uso de materiales biodegradables para el empaque de los productos, realizando un chequeo mensualmente del uso de estos materiales, buscando lograr un aumento en su uso de un 10%, teniendo como plan de preventivo reestructurar la estrategia si no se cumple al es.

Conclusiones

Mediante el estudio y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, pudimos determinar que este término abarca mucho más que establecer patrones de conducta o impulsar normas éticas y morales, en su lugar, la RSE es aplicado con el fin de integrar los factores económicos, sociales y ambientales para maximizar el aporte de las empresas al desarrollo sostenible, a su vez que interfiere en el aumento de la rentabilidad, credibilidad y mejora en las prácticas en materia de Responsabilidad Social.

Mediante el presente proyecto y con la expectativa de aplicar el concepto de Responsabilidad social en las organizaciones, seleccionamos a la empresa Grupo Nutresa, con el fin evaluar el modelo por el cual se rige en términos de Responsabilidad Social, consideramos los antecedentes de la compañía, haciendo énfasis en las actividades más representativas para la empresa, como lo es su actividad económica y el impacto que ejerce sobre la economía, sus grupos de interés y en el medio ambiente, por lo cual pudimos establecer que la compañía carece de programas que impulsen la responsabilidad social, puesto que es un término que no se socializa eficientemente con todos los empleados de la empresa, de esta manera al no ser socializado, existen brechas en la aplicación del término, por lo que no hay compromisos específicos y contundentes que le permita a los empleados relacionar sus actividades con el compromiso social de la empresa y a los directivos desarrollar objetivos y programas que permita revisar y mejorar las acciones y prácticas para aplicar la Responsabilidad Social en la compañía.

En ese sentido al momento de establecer objetivos y diseñar el plan de acción para mejorar la situación problema de la empresa, nos regimos por las normas aplicables a la compañía con el fin de ceñirnos por el marco legal y por los principios de equidad, justicia y ética empresarial, por lo cual nos basamos en la norma ISO 26000 como puente para el

reconocimiento de la responsabilidad social y la identificación e involucramiento de los grupos de interés en todas las actividades de la empresa en términos de RSE. así mismo tuvimos en cuenta la misión, visión, objetivos y valores de la empresa a fin de relacionar y hacer accesible cada estrategia en la organización y garantizar la aplicabilidad de Responsabilidad Social para solucionar el problema identificado.

De este modo identificamos el problema central de la empresa, planteamos objetivos y diseñamos un mapa estratégico, teniendo en cuenta el estudio, evaluación y aplicación de la responsabilidad social, el cual busca transformar la organización en una empresa altamente competitiva, confiable e innovadora con alto compromiso social y una distribución de calidad y cobertura. De la misma manera, el plan de acción y seguimiento que hemos diseñado refleja estrategias encaminadas a impulsar la responsabilidad social empresarial en tres campos: económico, social y ambiental, con el fin de integrar adecuadamente el concepto de RSE en la empresa, así mismo, el plan es enfático, pues sostiene y resalta la importancia de las actividades desarrolladas con todos los empleados de la empresa, con el fin de garantizar el éxito del plan de acción y por ende de la organización.

De la misma manera se diseñaron estrategias medibles, realizables y sustentables en el largo plazo con el fin de fortalecer la organización y garantizar un desarrollo sostenible, el cual es el objetivo principal del presente proyecto. Finalmente reconocemos la importancia de la Responsabilidad Social en las organizaciones, pues al aplicar este término, además de mejorar la imagen corporativa de la empresa, se lograr una mayor rentabilidad y un mayor compromiso con nuestro entorno

Referencias Bibliográficas

- Bermudez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=132586094&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=102859522&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Cajiga, J. F. (2009). El concepto de responsabilidad social empresarial. Cemefi. Recuperado de; https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. *Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE)*, 13(4), 18–32. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114010442&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Díaz, L (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor. Recuperado de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>

- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- García, O. (2016). Fundamentos teóricos de la planeación estratégica. [Formato de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/9476>
- 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. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140905579&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- González, Y., Manzano, O. y Torres, M. (2018). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia, [S.l.], p. 53 – 76 . Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3138>
- González, Y., Manzano, O & 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. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- Hax, A & Majluf, N. (2014). *Lecciones en estrategia: hacia una gestión de excelencia*. Ediciones UC. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login>.

[aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1)

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

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

Marulanda, N., & 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. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137284752&lang=es&site=eds-live&scope=site>

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

Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.AF49E844&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>
- Ortegón, G., Castrillón, O & 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., Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Perdiguero, T (2003). Metodología del Observatorio de Responsabilidad Social de las Empresas. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado de: <http://portal.ugt.org/claridad/numero10/tomas.pdf>
- Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. CIRIEC - España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 137–178. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140495890&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administracion y Organizaciones*, 15(29), 61–78. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ramírez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. “Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile.” *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.[fecha de Consulta 2 de Marzo de 2020]. ISSN: 1317-8822. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Schvarstein J. (1989). *Identidad De Las Organizaciones: Invariancia Y Cambio*. Barcelona:

Editorial Paidós, Recuperado de: <https://pdfslide.tips/documents/etkinschvarstein-identidad-de-las-organizacionespdf.html>

Valenzuela, L., Jara, M, & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344. Recuperado


de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329

Anexos

Anexo A. E Book de Ética para la Empresa grupo Nutresa.

<https://editorstorage.reedsy.com/books/5fb59bbc7ad8747238cdc389/exports/success/17d644fa-d7b0-42fd-a7c9-30d27c93c989/202011290212-codigo-de-etica-grupo-nutresa-sa.zip>

Anexo B. Formato diagnóstico para la empresa grupo Nutresa.



Diagnostico del grupo Nutresa.

Instrumento de recolección de información basado en la ISO 26000.

Gobernanza de la organización

Descripción (opcional)

1- ¿La empresa cuenta con un comité de Responsabilidad Social Empresarial? *

Cumple

Cumple parcialmente

No cumple

2- ¿En qué espacios divulga el concepto de Responsabilidad Social Empresarial? *

Comité primario (gerencial – administrativo - coordinación)

Junta con ejecutivos

Junta con operarios

Todos los anteriores

Derechos humanos

Descripción (opcional)

3- ¿Toma sus decisiones basadas en la responsabilidad primordial de respetar los derechos humanos de los compañeros de trabajo? *

- Siempre
- Algunas veces
- Nunca
- No se identifican

4- ¿Posee mecanismos para evaluar la manera en que las instrucciones existentes y futuras afectarían a los derechos humanos de los empleados? *

- Siempre
- A veces
- Nunca
- No se identifican

5- ¿En el proceso de selección de personal se exceptúa las prácticas discriminatorias? *

- Cumple
- No cumple
- Cumple parcialmente

Prácticas laborales

Descripción (opcional)

6- ¿Las políticas de la empresa brindar condiciones de trabajo decentes y que cumplan con lo establecido por la ley? *

- Totalmente De acuerdo
- De acuerdo
- No Responde
- Totalmente en desacuerdo
- Desacuerdo

7- ¿Entregan las herramientas y equipo necesarios para que el empleado desarrolle su trabajo? *

- Siempre
- A veces
- Nunca

Medio ambiente

8- ¿Existe un área, individuo o departamento encargado de temas medio ambientales? *

- Cumple
- Cumple Parcialmente
- No Cumple

9- ¿Lleva la medida, el registro, informe, reducción de fuentes de contaminación y manejo de residuos que genera su actividad? *

- Cumple
- Cumple parcialmente
- No cumple

Practicas justas de operación

10- ¿Concientiza a sus empleados y proveedores respecto a la corrupción y medidas de cómo combatirla? *

- Cumple
- Cumple parcialmente
- No cumple

11- ¿Considera que es importante incluir a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa? *

- Totalmente De acuerdo
- De acuerdo
- No Sabe - No Responde
- Totalmente en desacuerdo
- Desacuerdo

Asuntos de consumidores

12- ¿Se promueve la cultura de compras sostenibles con su esfera de influencia en los consumidores? *

- Cumple
- No cumple
- Cumple parcialmente

13- ¿Le parece relevante que al momento de la venta se resalten las características ecológicas y el impacto positivo que tiene su producto o servicio? *

- Totalmente De acuerdo
- De acuerdo
- No Sabe - No Responde
- Totalmente en desacuerdo
- Desacuerdo

Participación y desarrollo de la comunidad

14- ¿La empresa participa en la identificación y diagnóstico de problemas de su comunidad inmediata? *

- Cumple
- Cumple parcialmente
- No Cumple

15- ¿Considera que la empresa debe contribuir con el desarrollo de la comunidad? *

- Totalmente De acuerdo
- De acuerdo
- No Sabe - No Responde
- Totalmente en desacuerdo
- Desacuerdo