

Plan Estratégico de la Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa Campo  
Lácteos

Lenis Janeth Redondo Medina

Shirley Field Carrasquilla

Loly Luz Sosa Pahuana

Fredys Caselles Carrillo

Anny Correa Visbal

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia “UNAD”

Escuela de Ciencias Administrativas, Contable, Económicas y de Negocios “ECACEN”

Administración de Empresas

Valledupar

2020

Plan Estratégico de la Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa Campo  
Lácteos

Lenis Janeth Redondo Medina

Shirley Field Carrasquilla

Loly Luz Sosa Pahuana

Fredys Caselles Carrillo

Anny Correa Visbal

Yolanda González

Directora

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia “UNAD”

Escuela de Ciencias Administrativas, Contable, Económicas y de Negocios “ECACEN”

Administración de Empresas

Valledupar

2020

---

 RESUMEN ANALITICO ESPECIALIZADO – RAE
 

---

## 1. INFORMACION GENERAL

Título	Plan Estratégico de la Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa Campo Lácteos
Autores	Lenis Janeth Redondo Medina, Shirley Field Carrasquilla, Loly Luz Sosa Pahuana, Fredys Caselles Carrillo, Anny Correa Visbal
Tipo de Documento	Trabajo de grado de diplomado
Director	Yolanda González
Año	2020
Palabras claves	Código de conducta, ética, gerencia estratégica, mapa estratégico, marco lógico, norma ISO 26000, responsabilidad social empresarial.

## 2. CONTENIDO

**Resumen**

Con el presente documento se pretende dar a conocer y enfatizar sobre la Responsabilidad Social Empresarial con el objetivo de indagar y conocer los diferentes conceptos, permitiendo un amplio conocimiento y un análisis desde la selección de la empresa Campo Lácteos y la aplicación del plan de acción y seguimiento, partiendo de la consolidación de cada uno de los análisis realizados y la respectiva toma de decisiones que permitirán

fortalecer la organización partiendo de los análisis desde el punto de vista orientado a la Responsabilidad Social Empresarial.

<b>Problema de Investigación</b>	Deficiencia en la implementación del programa de RSE en la empresa Campo lacteos.
<b>Metodología</b>	Investigación aplicada
<b>Principales Resultados</b>	Propuesta de mejoramiento que permitirán solucionar la deficiencia en la implementación de la RSE en la empresa Campo lácteos basados en la norma ISO 26000

Luego de realizar un análisis de la compañía se concluye que la empresa es responsable con la comunidad y con el medio ambiente, mas sin embargo aplicando las mejoras formuladas podrá mantenerse en el mercado y sobresalir aún más, ya que es líder en la región del cesar pero con poca participación a nivel nacional, si implementa lo solicitado podrá competir a nivel nacional y posicionarse en el mercado Lacteo.

#### **Conclusiones**

Con la creación del código de ética evitara que su información se divulgue y que todos sus colaboradores hablen un mismo idioma, se podrán cumplir los objetivos trazados con mayor facilidad y podrán mostrarse como una empresa con un alto nivel profesional éticamente responsable.

Arevalo, R. I., & Ortiz, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de la Información de la Información*, 3-7. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Bernal Cuenca, E., & Carnicer, P. d. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Empresa y Humanismo*, 43. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search-ebscohost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live>

#### **Referencias**

Diaz de la Cruz, C., & Fernandez, J. L. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 51. 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>

- Galicia, X. d. (2012). Plan estratégico gallego de responsabilidad social empresarial. 30. Recuperado de [http://www.gemcat.eu/wp-content/uploads/2018/03/Plan\\_Estrategico\\_Gallego\\_RSE\\_es.pdf](http://www.gemcat.eu/wp-content/uploads/2018/03/Plan_Estrategico_Gallego_RSE_es.pdf)
- 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*, 1-23. 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>
- Hax, A., & Majluf, N. (2014). Lecciones en estrategia : hacia una gestión de excelencia. *Asociación Brasileña de Normas Técnicas*, 65. 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://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)
- ISO 26000. (2010). 16. Recuperado de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- ISO 26000. (2010). Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Marulanda, N., & Rojas, M. D. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés. *Información Tecnológica*, 1-6. 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>
- Mendez, A. B., Rodríguez, M. d., & Cotez Alejandro, K. A. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (rse). *Análisis Económico*, 1-22. 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. C. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. 22. Recuperado de <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- Pelaez, J. D., Garcia, M., & Azuero, A. R. (2014). La relación estratégica entre gestión humana y la responsabilidad social empresarial: avances de una explicación en un caso colombiano. *Suma de Negocios*, 14. Recuperado de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2215910X14700163?token=EDB5595D4049BE3BC9CE9E9684A05894E22AECF991B149CACA247CA073CCEA946C555F0E98BE76470B546F25F074FFDB>
- Pige, B. (2012). La representación de la excelencia de las Empresas. *Administración y Organizaciones*, 1-19. 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, R. I., Lay, N. D., & Sukier, H. B. (2020). Gerencia estratégica para la gestión de personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica*, 1-7. 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>

- Responsabilidad Social Corporativa* . (2018). Obtenido de <https://responsabilidad-social-corporativa.com/principios-de-responsabilidad-social-segun-iso-26000/>
- Rodriguez, Y., Cabrera, J. A., & Barbaros, V. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folleto Gerenciales*, 11. 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>
- Roncancio, G. (26 de 11 de 2018). *¿Qué es un mapa estratégico en el Balanced Scorecard y como se hace?* Obtenido de <https://gestion.pensemos.com/que-es-un-mapa-estrategico-en-el-balanced-scorecard-y-como-se-hace>
- Sanchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Vision Gerencial*, 14. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

## Tabla de Contenido

Capítulo 1. Antecedentes .....	10
Introducción.....	10
Problema.....	10
Objetivos .....	11
Capítulo 2. Marcos Referenciales .....	12
Marco conceptual.....	12
Marco Teórico .....	13
Marco institucional .....	15
Marco Legal.....	16
Capítulo 3. Resultados .....	18
Diagnóstico.....	18
Análisis de la Entrevista.....	19
Matriz de marco lógico .....	21
Árbol de problema .....	21
Árbol de Objetivos.....	22
Mapa estratégico .....	22
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento.....	24
Plan de acción y de seguimiento.....	24

Conclusiones.....	6
Bibliografía .....	27
Anexo.....	29
	31



### **Lista de tablas**

Tabla 1. Plan de acción y de seguimiento - Económico Campo Lácteos .....	24
Tabla 2. Plan de acción y de seguimiento - Social Campo Lácteos .....	25
Tabla 3. Plan de acción y de seguimiento - Ambiental Campo Lácteos.....	26

### **Lista de figuras**

Figura 1. Resultado de la Entrevista. Fuente; Elaboración Propia .....	18
Figuras 2. Árbol de Problemas Campo Lácteos Fuente; Elaboración Propia .....	21
Figuras 3. Árbol de Objetivos Campo Lácteos Fuente; Elaboración Propia .....	22
Figuras 4. Mapa Estratégico Campo Lácteos Fuente; Elaboración Propia .....	23

### **Lista de Anexos**

Anexo A. Enlace al Código de Ética .....	31
Anexo B. Formato de Recolección de Información .....	32

## **Plan Estratégico de la Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa**

### **Campo Lácteos**

#### **Resumen**

Con el presente documento se pretende dar a conocer y enfatizar sobre la responsabilidad social empresarial, el cual se ha venido desarrollando en el transcurso de las fases correspondientes al diplomado de profundización con el objetivo de indagar y conocer los diferentes conceptos, permitiendo un amplio conocimiento y un análisis desde la selección de la empresa Campo Lácteos y la aplicación del plan de acción y seguimiento, partiendo de la consolidación de cada uno de los análisis realizados y la respectiva toma de decisiones que permitirán fortalecer la organización partiendo de los análisis desde el punto de vista orientado a la responsabilidad social empresarial. La elección de la empresa Campo Lácteos fue de acuerdo al planteamiento y selección por parte de todos los integrantes del grupo con el objetivo de realizar un respectivo análisis de dicha empresa bajo los respectivos indicadores planteados en la norma ISO 26000. Realizando el respectivo análisis y evaluación de dicha organización, planteando el destino social y estratégico de la empresa a través del marco lógico y mapa estratégico, logrando el planteamiento significativo, aportando a la responsabilidad social de campo lácteos partiendo de la dimensión social, ambiental y económica de la empresa, aplicando indicadores y plan de acción con base a las acciones estratégicas y desarrollando el código de la ética de la empresa campo lácteos.

**Palabras clave:** Código de conducta, ética, gerencia estratégica, mapa estratégico, marco lógico, norma ISO 26000, responsabilidad social empresarial.

**Abstract**

This document is intended to publicize and emphasize corporate social responsibility, which has been developed in the course of the phases corresponding to the in-depth diploma with the aim of investigating and learning about the different concepts, allowing a wide knowledge and an analysis from the selection of the Campo Lácteos company and the application of the action and monitoring plan, based on the consolidation of each of the analyzes carried out and the respective decision-making that will allow strengthening the organization based on the analysis from the point of view oriented to corporate social responsibility. The choice of the company Campo Lácteos was according to the approach and selection by all the members of the group in order to carry out a respective analysis of said company under the respective indicators set out in the ISO 26000 standard. Carrying out the respective analysis and evaluation of said organization, proposing the social and strategic destiny of the company through the logical framework and strategic map, achieving the significant approach, contributing to the social responsibility of dairy field based on the social, environmental and economic dimension of the company, applying indicators and an action plan based on the strategic actions and developing the Code of Ethics of the dairy company.

**Keywords:** Code of conduct, ethics, strategic management, strategic map, logical framework, ISO 26000 standard, corporate social responsibility.

## **Capítulo 1. Antecedentes**

### **Introducción**

En el presente trabajo encontraremos la creación del plan estratégico y de responsabilidad social de la empresa Campos Lácteos, una empresa líder en el departamento del Cesar la cual se dedica a la transformación y venta de productos lácteos, desde sus inicios ha procurado la ayuda a la comunidad, contratando personal de su región y apoyando a las mujeres cabezas de familias, esto ha permitido que sea una empresa amada por la población ya que provee empleos y ayuda a sostener económicamente a la comunidad.

El plan que se encontrara a continuación parte desde la misión y visión que proyecta Campos Lácteos teniendo como base los principios éticos y normativos de la misma, se realiza un plan de mejora luego de nuestro instrumento aplicado (entrevista) que nos da como resultado la obtención de datos para crear el marco lógico y las estrategias que se implementaran siempre buscando el éxito de la compañía y mostrarnos como la empresa responsable que somos.

Por último, se propone un plan de mejora teniendo en cuenta los aspectos económico, social y ambiental para fortalecer a la compañía.

### **Problema**

Pérdida de credibilidad por la deficiente implementación de la RSE en la empresa Campo Lácteos.

Se observó que la empresa Campo Lácteos presenta un nivel bajo en la implementación de la Responsabilidad social, observando perdidas y poca credibilidad en el mercado, además de otros sub problemas que esta presenta, como disminución de ventas y poca variedad en sus

productos. Campo Lácteos debe trabajar más en la inclusión social para brindar beneficios óptimos a la comunidad en general.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar el plan de acción que permita recuperar la credibilidad y fortalecimiento e implementación de la gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial en la empresa Campo Lácteos. A partir de un diagnóstico con el uso de la norma ISO 26000 y la construcción de un marco lógico, mapa estratégico y código de ética.

### **Objetivos específicos**

Realizar un diagnóstico mediante entrevista a los empleados de la empresa Campo Lácteos para determinar el grado de cumplimiento en la responsabilidad social empresarial.

Determinar mediante el árbol de problema y de objetivos las falencias presentadas en la empresa Campo Lácteos y sus posibles soluciones para garantizar un programa sólido de RSE basado en la norma ISO 26000.

Crear el código de ética de la empresa Campo Lácteos mediante el recurso E-book como una guía de conducta y comportamiento general entre los trabajadores de la organización.

Determinar un plan de mejora y seguimiento basados en el marco lógico para la consolidación del plan estratégico de responsabilidad social de la empresa Campo Lácteos.

## Capítulo 2. Marcos Referenciales

### Marco conceptual

**Ética:** estudio de la conducta humana, expresada en conceptos como lo correcto y lo incorrecto del comportamiento y pensamiento de las personas con un libre albedrío en sus decisiones (Díaz de la Cruz & Fernández, 2016).

**Ética Empresarial:** es una rama de la ética aplicada. Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios (Díaz de la Cruz & Fernández, 2016).

**Pensamiento Estratégico:** Se refiere al enfoque que refleja el futuro, y que está dispuesto a crear soluciones ante los posibles problemas que pudiesen presentarse, siempre con el ideal de cumplir los objetivos y no exponer a la compañía (Gioffreda, 2019).

**Desarrollo Social:** Proceso mediante el cual el sector público y/o privado, busca igualar las condiciones económicas y sociales de la población de un país (Arevalo & Ortiz, 2019).

**Desarrollo Sostenible:** Está asociado al aumento de bienestar individual y colectivo (Arevalo & Ortiz, 2019).

**Excelencia Empresarial:** es el desempeño que ejerce una empresa, cuando ha logrado obtener un nivel de reconocimiento en el mercado competente (Pige, 2012).

**Grupo de Interés:** Se refiere a todas aquellas personas que pertenecen a una empresa u organización que tienen los mismos objetivos y que a su vez pudiesen verse o no afectados por el actuar de la compañía, pueden ser internos o externos, estos podrían levantar una acción en

contra de la empresa si sienten que son afectados de manera directa o indirecta (Marulanda & Rojas , 2019).

**Sostenibilidad:** desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social (Bernal Cuenca & Carnicer, 2010).

**Estrategia:** ideas que se emplean para lograr atraer los intereses de los clientes, para obtener buenos resultados (Hax & Majluf, 2014).

**Gerencia Estratégica:** es direccionar y planificar los conceptos que ayudan a la toma de decisiones (Ramirez, Lay, & Sukier, 2020).

### **Marco Teórico**

Hablar de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) hace referencia a tener un compromiso moral con las empresas para el perfeccionamiento económico, social, ambiental, con motivo de ser más emprendedor e incrementar su valor y obtener un efecto positivo. La RSE es concebida como la integración de los aspectos sociales y financieros dentro de la compañía, mostrándose transparente y brindando valor agregado, un plus, que aún hoy otras organizaciones se abstienen de modificar su sistema de gestión y de incluir otros procesos con fines sociales que al final solo traerán un buen desarrollo que mejoraría la imagen de la empresa, acercándonos a los clientes y como empresa solidarizarnos con las problemáticas de la comunidad que permite ser una compañía de inclusión que no solo se preocupa por sus intereses si no que de igual manera se preocupa por el bienestar social y ambiental en la comunidad (Mendez, Rodriguez, & Cotez Alejandro, 2019).

Se trata de conformar cambios en la estructura, para adquirir un diferenciador en el mercado objetivo, de la cual, se tienen responsabilidades éticas, como el respeto y los derechos humanos hacia los trabajadores, esto ayuda a prestar un buen servicio a la sociedad. De tal manera la RSE representa ciertas características que tiene un estándar de beneficios, que estimulan a la conducta ética de las personas en una organización, aprender a adaptarse a la sociedad, obtener beneficios y compromisos con una empresa. Sin duda alguna la RSE es considerada como el compromiso sensato y consecuente al cumplir de manera integral la finalidad de la organización a nivel interno y externo, considerando cada una de las expectativas económicas, ambientales y sociales de cada uno de sus participantes, mostrando un respeto por las personas fomentando los valores éticos, el medio ambiente y la comunidad, cooperando con la construcción del bien (Rodriguez, Cabrera, & Barbaros, 2018).

La Medición del RSE se maneja por medio de informes efectuados por las entidades que lo realizan, valiéndose de informativos vinculados con ellos, por lo que ocasiona competencia en el desempeño del entorno interno y externo de la empresa. Además, se dice que la responsabilidad social es un enfoque estratégico y que aporta innumerables ventajas y nos diferencia entre las otras empresas del mercado que se dediquen a la misma actividad económica (Pelaez, Garcia, & Azuero, 2014).

La RSE está vinculada con el avance y creciente aceptación intelectual de la comprensión sobre el desarrollo sostenible, con el enfoque de grupos participantes se propone un futuro más complejo sobre la gestión empresarial, ya que se incorpora un fundamento de respeto y equilibrio entre los intereses y expectativas. La responsabilidad social como elemento eficaz para perfeccionar el nivel rentable de la empresa, tiene como finalidad promover la ética en los negocios, para crear un buen ambiente laboral (Galicia, 2012).



Sin disyuntiva alguna la RSE es fundamental, ya que estimula el inicio de un voluntariado que motive acciones como las que ya hemos mencionado, además promueve la ética al momento de hacer negocio, pero también un ambiente laboral respetuoso, participación con la comunidad y mejoramiento del medio ambiente. Las empresas deben reconocer el papel en el desarrollo de una decisión para impulsar, promover y dar a conocer hechos de responsabilidad social, pero sin coacción de marcos normativos, de igual manera la variedad es una existencia en nuestro círculo y debe ser entendida por todas las empresas como una oportunidad (Galicia, 2012).

### **Marco institucional**

Campo lacteos es una empresa con más de 20 años de creación, ubicada en el municipios de Astrea Cesar, la planta láctea se encuentra consolidada en el área de transformación de la materia prima en producto terminado, pionero y líder de la región en ventas de sus productos de buena calidad, sus propietarios se encuentran ubicados en dicho municipio donde nació la idea de contribuir al desarrollo del municipio gracias a Campo Lacteos.

**Sector de la economía en la que se ubica:** Se ubica en el sector secundario o industrial de la economía colombiana, al ser productora de alimentos a base de lácteos, este sector se encarga mediante procesos industriales de transformar la materia prima la cual es obtenida del primer sector de la economía.

**Misión:** Establecer la empresa campo lácteos como una empresa pionera en la región, en la producción y exportación del producto, a los principales mercados mayoristas del país, donde a conocer su calidad y presentación a las familias colombianas.

**Visión:** Posesionar esta empresa para el 2023, con una de las empresas certificadas por las normas de calidad del producto para llegar a exponer nuestro producto a mercados internacionales y dar a conocer procedencia, calidad con exponemos nuestro servicio.

### **Valores**

Compartimos los valores de:

Dignidad del trabajo.

Honestidad.

Respeto.

Profesionalidad.

Tolerancia.

Respeto al medio ambiente.

Vocación de servicio al cliente.

Entusiasmo

### **Marco Legal**

Hablar de la ISO 26000 en Campo Lácteos es abordar en lo más profundo esta norma que compromete y regula esta empresa u organización, la responsabilidad social implica en la contribución al desarrollo sostenible. El cual tiene como finalidad impulsar a las organizaciones a mirar más allá del reglamento legal, recordar el acatamiento de la ley como un deber primordial para cualquier empresa, ya que es una parte fundamental de la responsabilidad social (ISO 26000, 2010).

Esta norma tiene algunos aprovechamientos, por ejemplo, las organizaciones o empresas debe ser sensatos sin importar su tamaño, actividad o su ubicación geográfica, es el progreso de las actividades que alterara de manera positiva o negativa en el marco donde se desarrolle, este es el fin principal de esta norma, Por lo que, se consigue una mejora y un crecimiento en la ventaja competitiva (ISO 26000, 2010).

En la responsabilidad social se encuentran algunos principios básicos que ayudan al avance de esta norma, como la rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes involucradas, principio de legalidad, normas internacionales de comportamiento, y derechos humanos. Cada uno de estos principios enfoca una teoría que debe ser empleada para obtener buenos y favorables resultados (Responsabilidad Social Corporativa , 2018).

En el momento que una empresa examine los Principios y Fundamentos de la responsabilidad social, nombrando a la norma ISO 26000 y guiar de modo general en este artículo, se podría decir que dispone de una orientación sobre como situar en práctica su responsabilidad social (ISO 26000, 2010).

### Capítulo 3. Resultados

#### Diagnóstico

En el mapa conceptual de la figura 1 se ilustra la dinámica usada para realizar la entrevista al personal de Campo Lácteos. Se logró contactar con 4 empleados a los cuales se les realizó un conjunto de preguntas diferentes, teniendo en cuenta las 7 materias fundamentales que componen la norma ISO 26000. En total son cuatro entrevistas y cada entrevista nos da respuesta a cada interrogante planteado para la actividad.

#### Entrevista

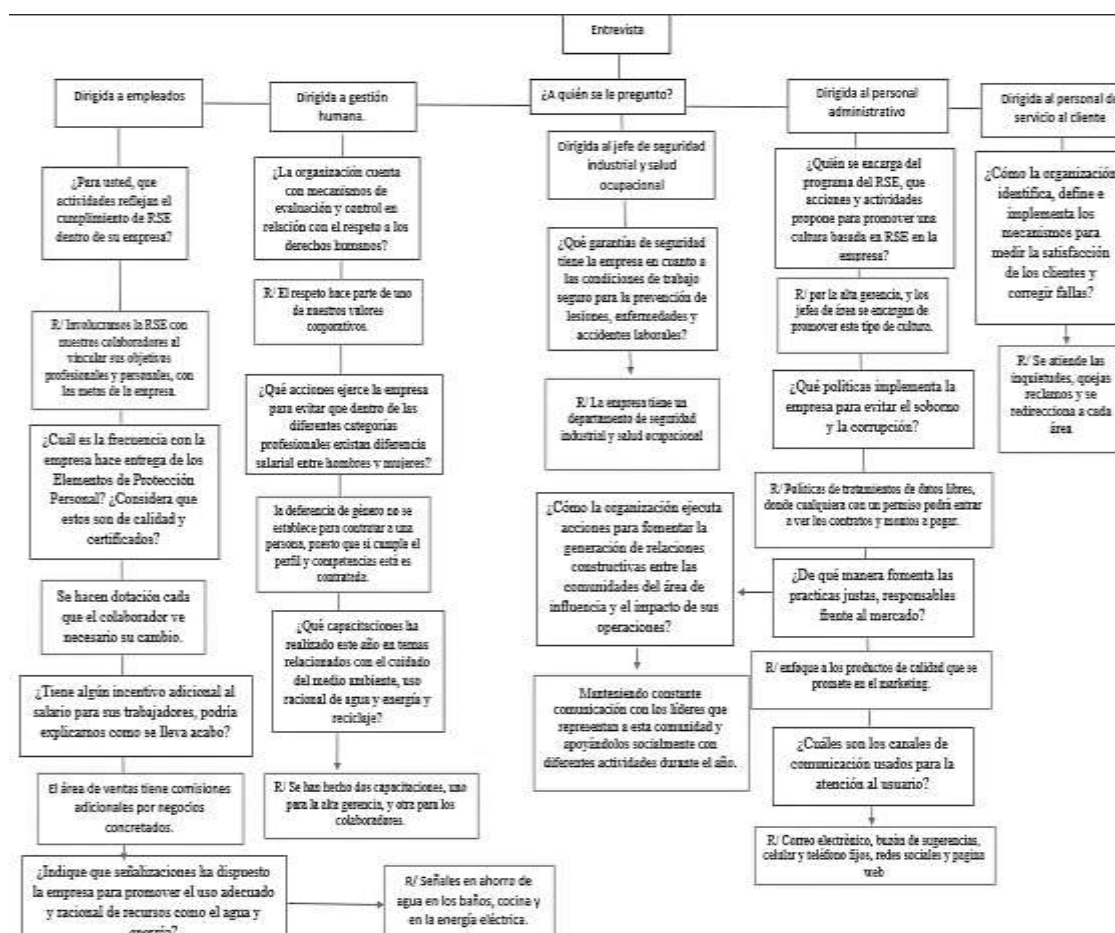


Figura 1. Resultado de la Entrevista. Fuente: Elaboración Propia

## **Análisis de la Entrevista**

De acuerdo a la entrevista realizada dentro de la empresa Campos Lácteos en las distintas áreas de la empresa como el área de recursos humanos, área operativa, área administrativa y SISO, se logra identificar que dentro de Campo Lácteos se cumple la RSE con sus colaboradores al vincular sus objetivos profesionales y personales debido a que sus empleados son motivados en sus expectativas productivas, el cual cada trabajador tendrá sus respectivas bonificaciones, en cuanto a sus mecanismos de evaluación y control en relación con el respeto a los derechos humanos se logra evidenciar que el respeto hace parte de uno de los valores corporativos, por ende, cualquier falta detectada respecto a los derechos humanos se considerará una falta y se realizarán las acciones disciplinarias correspondientes, ya que en campos lácteos bajo ningún término se tolerará el incumplimiento por parte de los trabajadores, por ende sus perfiles son establecidos por cargo y son tomados en cuenta al momento de contratar, la diferencia de género no impide al momento de contratar ya que si cumple con su perfil solicitado no se tendrá inconvenientes para su contratación, no existen restricciones algunas.

La empresa tiene un departamento de seguridad industrial y salud ocupacional, el cual tiene personal encargado de dar indicaciones e inducción a las personas que ingresan a la empresa para que cumplan con los protocolos de seguridad establecidos por la compañía y se hace entrega de su dotación para la protección y seguridad del trabajador. Se ha podido observar que dentro de campos lácteos existe un incentivo de comisiones adicional al salario por ventas realizadas. Además se evidencio que dentro de campos lácteos programa de RSE lo aplica la alta gerencia, y los jefes de cada área el cual se encargan de promover la cultura de RSE dentro de esta organización, en cuanto a cuidado del medio ambiente, uso racional de agua, energía y reciclaje se logra identificar que se han realizado dos capacitaciones, uno para la alta gerencia

donde se capacita sobre la innovación y el buen uso de los recursos en beneficio del medio ambiente disponiendo de señalización sobre la importancia del ahorro de agua en los baños, cocina, mientras que se evidenció señalización para la energía eléctrica.

En la entrevista se logra identificar que la empresa campos lácteos las políticas que ha implementado dentro de la empresa para evitar el soborno y la corrupción es el tratamiento de datos libres, donde cualquier con el permiso podrá entrar y ver los contratos, montos a pagar.

En cuanto a las prácticas justas, responsables frente al mercado fomenta directamente a la alta gerencia donde el enfoque es que los productos cumplan con los estándares de calidad en el marketing y a un precio justo, a su vez cuenta con canales de comunicación para la atención al usuario o atención al cliente como correo electrónico, buzón de sugerencias, teléfono fijo, página web y sus respectivas redes sociales. La empresa atiende las inquietudes, quejas, reclamos y direcciona a cada área para dar solución a cada inconveniente presentado en pro de brindar un mejor servicio.

Por otro lado se puede evidenciar que la empresa campos lácteos reconoce la comunidad ubicada en su área de influencia y mantiene diálogos sociales y apoya con kits de meriendas a un grupo de niños en edad escolar, las acciones ejecutadas para fomentar la generación de relaciones constructivas entre las comunidades del área de influencia y el impacto de sus operaciones a través de constante comunicación con los líderes que representan a esta comunidad y apoyándolos socialmente con diferentes actividades durante el año a través de concursos con pequeños con juegos de barrio como el yoyo, la coca, las canicas.

## Matriz de marco lógico

Permite representar o contextualizar la evaluación o ejecución del proyecto el cual se encuentra centrada en la orientación de los objetivos, facilitando la comunicación entre las partes involucradas en el proyecto, sirviendo como ayuda para analizar y presentar de una mejor manera los diferentes aspectos del proyecto, sirviendo como guía dentro de su ejecución (Sanchez, 2007).

## Árbol de problema

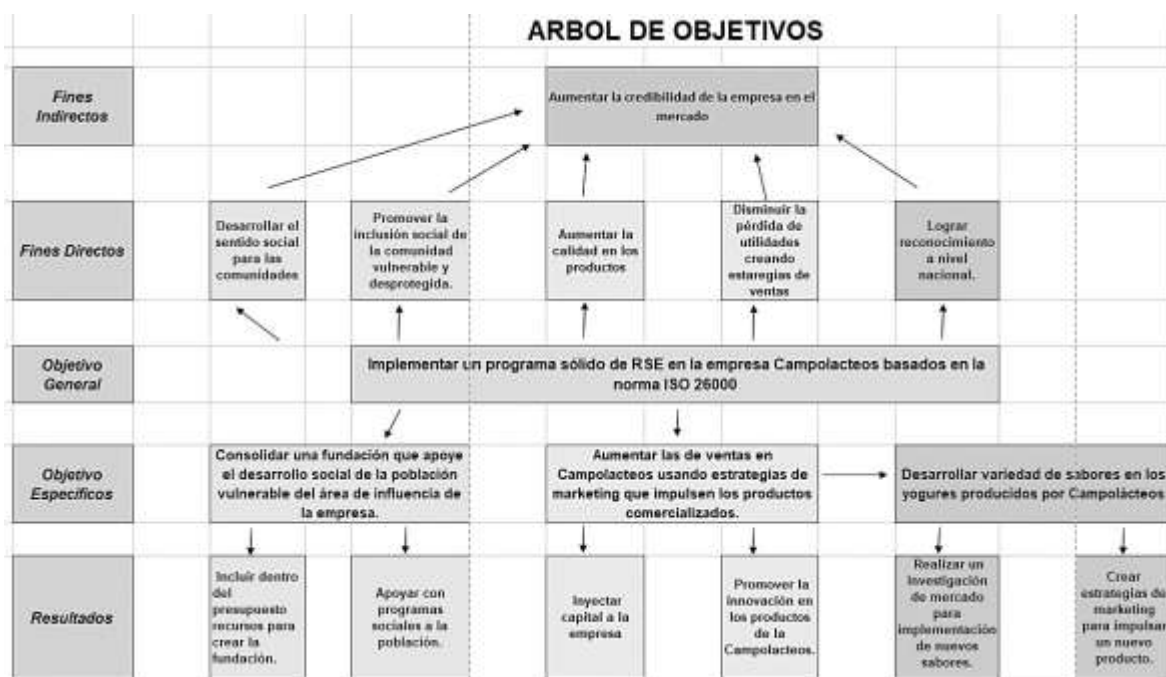
Técnica empleada que permite identificar la situación negativa de la empresa el cual se identifica las dificultades o el problema que tiene la empresa campo lacteos la cual permite analizar y definir la causa – efecto dentro del problema el cual permite plantear una solución al problema presentado (Muñoz, 2009)



Figuras 2. *Árbol de Problemas Campo Lácteos Fuente: Elaboración Propia*

## Árbol de Objetivos

A través del siguiente árbol de objetivos se permite definir los distintos criterios de evaluación de cada una de las soluciones que se dan al problema de la empresa Campo Lacteos, permitiendo conocer cómo se alcanza la estrategia y se crea el valor agregado dentro de la organización a través de los distintos objetivos (Muñoz, 2009).

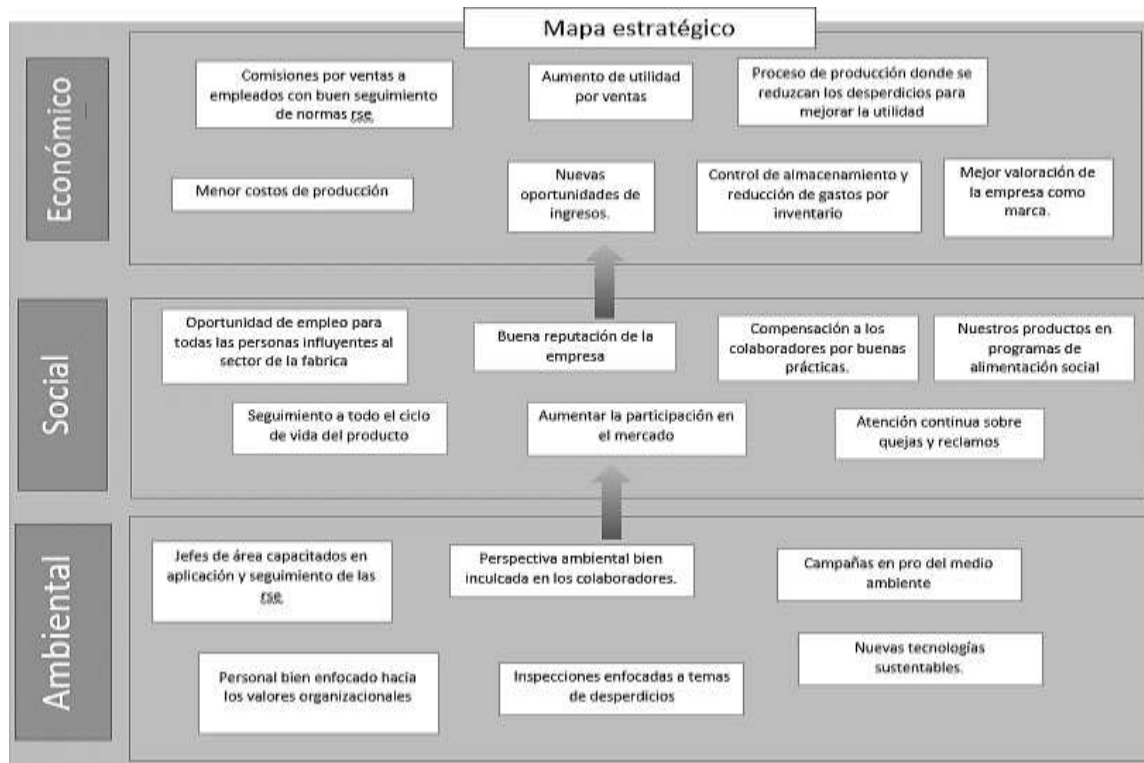


Figuras 3. *Árbol de Objetivos Campo Lácteos Fuente: Elaboración Propia*

## Mapa estratégico

Permite realizar una completa representación de manera visual a través de las distintas estrategias que permiten crear valor agregado a la organización mediante el planteamiento del análisis causa – efecto a través de sus objetivos planteados en la organización (Roncancio, 2018).





Figuras 4. Mapa Estratégico Campo Lácteos Fuente: Elaboración Propia

## Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

### Plan de acción y de seguimiento

El plan de acción permite tomar decisiones que ayudan a tomar medidas frente a las dificultades que presentan la empresa, el cual se puede construir a través de las fortalezas y debilidades encontradas dentro de la organización, a su vez permite medir el cumplimiento de los objetivos.

Tabla 1.

*Plan de acción y de seguimiento - Económico Campo Lácteos*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
<b>Económica</b>	Disminuir en un 50% los gastos de producción y comercialización dentro de la empresa campo lácteos con el fin de mantener la eficiencia y competitividad dentro de la organización.	Actividades de capacitación, en temas de producción comercialización servicio al cliente y calidad.	Anual	\$5.000.000	$[1 - (\text{Gasto de producción presente año} / \text{Gasto de producción año anterior}) \times 100]$
	Aumentar los ingresos en un 10% con respecto al año anterior.	Aplicación de las herramientas para aumentar los ingresos y disminuir los gastos de producción.	Anual	\$ 4.825.000	$[(\text{Ingresos del presente año} / \text{Ingresos del año anterior}) - 1] \times 100$

*Fuente: Elaboración Propia*

Se garantiza el factor económico de la empresa Campo Lácteos a través de los porcentajes puntualmente para disminuir los gastos de producción a través de actividades de capacitación y aumentar los ingresos a través de la aplicación de las herramientas implementadas dentro de la organización.

Tabla 2.

*Plan de acción y de seguimiento - Social Campo Lácteos*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
	Capacitar el 100% de los empleados en el uso de herramientas digitales adquiridas por la empresa para mejorar su producción.	Socialización de las ventajas en la aplicación de las herramientas digitales en la empresa.	Anual	\$20.000.000	[(# de empleados capacitados en las nuevas herramientas digitales/#total de empleados)x100]
<b>Social</b>	Seleccionar a través de convocatorias a 12 proveedores que cumplan con las respectivas normas de calidad requeridas dentro de la empresa.	Socialización de las respectivas normas de calidad requeridas dentro de la empresa a los proveedores.	Cada 6 meses	\$8.000.000	# de proveedores seleccionados que cumplan con las normas de calidad requeridas.

*Fuente: Elaboración Propia*

El aporte social se basa en el buen liderazgo ya que permite la eficiencia dentro de la empresa a través de las capacitaciones de los empleados que permiten el rendimiento de la organización y facilita la respectiva selección de los proveedores que se requieran dentro de Campo Lácteos de acuerdo a la RSE.

Tabla 3.

*Plan de acción y de seguimiento - Ambiental Campo Lácteos*

<b>Dimensión</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
	Disminuir en un 20% el gasto de energía de acuerdo al año anterior con el fin de contribuir con el medio ambiente.	Implementar nuevas tecnologías que faciliten el ahorro de energía.	Anual	\$12.000.000	[1-(gasto de energía del presente año/gasto de energía año anterior)x100]
<b>Ambiental</b>	Disminuir la contaminación en un 10% respecto al año anterior.	Instalar un área de captación de agua y filtro de purificación con el fin de disminuir la contaminación ambiental.	Anual	\$6.000.000	[1-(contaminación ambiental del presente año/contaminación ambiental del año anterior)x100]

*Fuente: Elaboración Propia*

Contribuir de manera positiva con el medio ambiente es una responsabilidad social empresarial a través de la disminución de la contaminación, creando alternativas de mitigación como es la disminución de los gastos de energía en un porcentaje significativo, a través de la instalación de áreas de captación del agua contaminada con el fin de garantizar un medio ambiente limpio.

## Conclusiones

Luego de realizar un análisis de la compañía se concluye que la empresa es responsable con la comunidad y con el medio ambiente, mas sin embargo aplicando las mejoras formuladas podrá mantenerse en el mercado y sobresalir aún más, ya que es líder en la región del cesar pero con poca participación a nivel nacional, si implementa lo solicitado podrá competir a nivel nacional y posicionarse en el mercado Lácteos. se logra afianzar los temas del para qué y por qué son valiosos los distintos marcos en una empresa, el desarrollo y la importancia que a cada uno se les da, además la manera que aportan para ser un complemento esencial, que ayuda a prevenir errores y definir conceptos basados en los estudios previos realizados.

Al realizar el diagnóstico de la empresa campos lácteos se pudo generar un plan de acción y mejoras que permite crear un programa de capacitación para los empleados en los puntos más críticos de la compañía, como son mejoras en la producción, comercialización y servicio al cliente, en el aspecto social se propone mejorar los aspectos de contratación, como que los aspirantes estén bien capacitados de acuerdo a sus funciones a realizar, la inclusión es un tema vital y traerá como resultado proyección humana de la empresa, para finalizar en el plano económico se deberá reducir los costos de producción para poder aumentar las utilidades y poder proyectar nuevos servicios y productos, si todo esto se ejecuta y se vigilan los resultados, podremos obtener el éxito y mejora en el RSE de Campos Lácteos.

Se concluye que de acuerdo a la entrevista realizada en las distintas áreas se logró identificar que dentro de Campo Lácteos se está estableciendo la RSE en donde los trabajadores se le incentivan y se obtiene muchos valores y sentido de pertenencia.

Se pudo evaluar e identificar los problemas presentados permitiendo mejoras para lograr la finalidad propuesta.

El árbol de problemas permite tener una idea de la complejidad del problema. (Causas y efectos). Priorizar y seleccionar el aspecto del problema a investigar. (No puede abarcarse todo lo relacionado al problema en una sola investigación).

Con la creación del código de ética evitara que su información se divulgue y que todos sus colaboradores hablen un mismo idioma, se podrán cumplir los objetivos trazados con mayor facilidad y podrán mostrarse como una empresa con un alto nivel profesional éticamente responsable

## Referencias Bibliográficas

- Arevalo, R. I., & Ortiz, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de la Información de la Información*, 3-7. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bernal Cuenca, E., & Carnicer, P. d. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Empresa y Humanismo*, 43. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live>
- Diaz de la Cruz, C., & Fernandez, J. L. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 51. 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>
- Galicia, X. d. (2012). Plan estratégico gallego de responsabilidad social empresarial. 30. Recuperado de [http://www.gemcat.eu/wp-content/uploads/2018/03/Plan\\_Estrategico\\_Gallego\\_RSE\\_es.pdf](http://www.gemcat.eu/wp-content/uploads/2018/03/Plan_Estrategico_Gallego_RSE_es.pdf)
- 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*, 1-23. 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>
- Hax, A., & Majluf, N. (2014). Lecciones en estrategia : hacia una gestión de excelencia. *Asociación Brasileña de Normas Técnicas*, 65. 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://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)
- ISO 26000. (2010). 16. Recuperado de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- ISO 26000. (2010). Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Marulanda, N., & Rojas , M. D. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés. *Información Tecnológica*, 1-6. 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>
- Mendez, A. B., Rodriguez, M. d., & Cotez Alejandro, K. A. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (rse). *Análisis Económico*, 1-22. 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. C. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. 22. Recuperado de <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- Pelaez, J. D., Garcia, M., & Azuero, A. R. (2014). La relación estratégica entre gestión humana y la responsabilidad social empresarial: avances de una explicación en un caso colombiano. *Suma de Negocios*, 14. Recuperado de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2215910X14700163?token=E5B5595D4049BE3BC9CE9E9684A05894E22AECF991B149CACA247CA073CCEA946C555F0E98BE76470B546F25F074FFDB>
- Pige , B. (2012). La representación de la excelencia de las Empresas. *Administracion y Organizaciones*, 1-19. 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>
- Ramirez, R. I., Lay, N. D., & Sukier, H. B. (2020). Gerencia estratégica para la gestión de personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica*, 1-7. 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>
- Responsabilidad Social Corporativa* . (2018). Obtenido de <https://responsabilidad-social-corporativa.com/principios-de-responsabilidad-social-segun-iso-26000/>
- Rodriguez, Y., Cabrera, J. A., & Barbaros, V. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 11. 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>
- Roncancio, G. (26 de 11 de 2018). *¿Qué es un mapa estratégico en el Balanced Scorecard y como se hace?* Obtenido de <https://gestion.pensemos.com/que-es-un-mapa-estrategico-en-el-balanced-scorecard-y-como-se-hace>
- Sanchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Vision Gerencial*, 14. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>



**Anexo**

Anexo A. Enlace al Código de Ética

[https://editor-  
storage.reedsy.com/books/5fc5318d7ad874723843674f/exports/success/adf3405f-3a6d-4d66-  
a2e4-55c30a7e752f/202011301837-consolidado-codigo-de-etica.zip](https://editor-storage.reedsy.com/books/5fc5318d7ad874723843674f/exports/success/adf3405f-3a6d-4d66-a2e4-55c30a7e752f/202011301837-consolidado-codigo-de-etica.zip)

## Anexo B. Formato de Recolección de Información

### **Instrumentos de diagnóstico**

Entrevista a personal de la empresa Campo Lácteos

**Entrevistador:** Loly Sosa P. Estudiante del programa de Administración de Empresas.

### **Entrevistados:**

- Claudia González, Analista de RRHH.
- Andrés Muñoz Herazo, empleado área operativa.
- Ferney Rodríguez, SISO
- Ana De la Hoz, personal administrativo.

### **Entrevista sobre RSE en la empresa Campo Lácteos**

❖ **Objetivo:** Con el fin de mostrar el conocimiento que tienen los empleados sobre la RSE y también el de conocer como se está implementado la RSE en la empresa, se realiza la siguiente encuesta al personal administrativo de la compañía; tomando como base las 7 materias fundamentales de la cual habla la norma ISO 26000.

❖ **Tema:** Norma ISO 26000. Basada en las 7 materias Fundamental que la conforman y sus asuntos.

❖ **Encargados:** Estudiantes de diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial, Grupo: 10100814.

❖ **Alcance:** Identificar la manera como la empresa está aplicando la norma ISO 26000.

- **Gobernanza de la organización: la empresa toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos.**

1. ¿Para usted, que actividades reflejan el cumplimiento de RSE dentro de su empresa? **(Dirigida a empleados)**

R/ Involucramos la RSE con nuestros colaboradores al vincular sus objetivos profesionales y personales, con las metas de la empresa ósea, la empresa si se cumplen las expectativas productivas, el colaborador tendrá bonificaciones de alguna manera. Igualmente la veo reflejada cuando la empresa realiza campañas sobre cuidado del medio ambiente y prevención de la contaminación ambiental.

- **Derechos humanos: la empresa realiza labores para avanzar en temas de derechos humanos y evitar la violación de estos derechos fundamentales. (Discriminación y grupos vulnerables).**

2. ¿La organización cuenta con mecanismos de evaluación y control en relación con el respeto a los derechos humanos? **(Dirigida a Gestión Humana)**

R/ El respeto hace parte de uno de nuestros valores corporativos, por ende, cualquier falta detectada respecto a estos derechos que son fundamentales se considerará una falta y se realizarán las acciones disciplinarias correspondientes, bajo ningún término se tolerará el incumplimiento por parte de nuestros trabajadores.

3. ¿Qué acciones ejerce la empresa para evitar que dentro de las diferentes categorías profesionales existan diferencia salarial entre hombres y mujeres? **(Dirigida a Gestión Humana).**

R/ La empresa tiene perfiles establecidos por cargo y tiene en cuenta esto al momento de contratar, la deferencia de género no se establece para contratar a una persona, puesto que si cumple el perfil y competencias está es contratada.

- **Prácticas laborales: la empresa define la conexión entre empresa y empleados. (Trabajo y relaciones laborales), velando por el bienestar y salud de los miembros de la empresa. (Salud y seguridad ocupacional).**

4. ¿Qué garantías de seguridad tiene la empresa en cuanto a las condiciones de trabajo seguro para la prevención de lesiones, enfermedades y accidentes laborales? **(Dirigida al jefe de seguridad industrial y salud ocupacional)**

R/ La empresa tiene un departamento de seguridad industrial y salud ocupacional, el cual tiene personal encargado de dar indicaciones e inducción a las personas que ingresan a la empresa para que cumplan con los protocolos de seguridad establecidos por la compañía.

5. ¿Cuál es la frecuencia con la empresa hace entrega de los Elementos de Protección Personal? ¿Considera que estos son de calidad y certificados? Si tu respuesta es negativa indícanos ¿por qué? **(Dirigida a empleados)**

R/ Los elementos de protección de un solo uso, se hacen dotación cada que el colaborador ve necesario su cambio. Y si cumplen con la mejor calidad. Por otro lado, la dotación de overoles, gafas se hacen cada 4 meses para que estos no sufran desgaste.

6. ¿Tiene algún incentivo adicional al salario para sus trabajadores, podría explicarnos como se lleva acabo? **(Dirigida a empleados)**

R/ El área de ventas tiene comisiones adicionales por negocios concretados.

- **Medio ambiente: la empresa muestra el uso sostenible de los recursos y las acciones ejerce para prevenir la contaminación.**

7. ¿Quién se encarga del programa del RSE, que acciones y actividades propone para promover una cultura basada en RSE en la empresa? **(Dirigida a personal administrativo)**

R/ El programa de RSE lo aplica la alta gerencia, y los jefes de cada área se encargan de promover este tipo de cultura.

8. ¿Qué capacitaciones ha realizado este año en temas relacionados con el cuidado del medio ambiente, uso racional de agua y energía y reciclaje? **(Dirigida a Gestión Humana)**

R/ Se han hecho dos capacitaciones, uno para la alta gerencia donde se les enseña a innovar para hacer mejora de los procesos de producción, y la otra para los colaboradores donde se les enseña a ser conscientes del desperdicio de recursos.

9. ¿Indique que señalizaciones ha dispuesto la empresa para promover el uso adecuado y racional de recursos como el agua y energía? **(Dirigida a empleados)**

R/ Señales de ahorro de agua en los baños, cocina, para la energía eléctrica no he visto avisos ni señalizaciones.

- **Prácticas justas de operación: la empresa toma medidas para prevenir la corrupción.**

10. ¿Qué políticas implementa la empresa para evitar el soborno y la corrupción? **(Dirigida a personal administrativo)**

R/ Políticas de tratamiento de datos libres, donde cualquier con el permiso podrá entrar y ver los contratos, montos a pagar.

11. ¿De qué manera fomenta las practicas justas, responsables frente al mercado?

**(Dirigida a personal administrativo)**

R/ Se fomenta directamente a la alta gerencia donde el enfoque es que los productos tengan la calidad, que prometen en el marketing, al precio accesible.

Evitando competencia desleal.

- **Asuntos de consumidores: la empresa define los servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias.**

12. ¿Cuáles son los canales de comunicación usados para la atención al usuario?

**(Dirigida a personal administrativo)**

R/ Contamos con correo electrónico, buzón de sugerencias, celular, teléfonos fijos. Redes sociales y pagina web.

**13. ¿Cómo la organización identifica, define e implementa los mecanismos para medir la satisfacción de los clientes y corregir fallas? (Dirigida a personal administrativo)**

R/ La empresa atiende las inquietudes, quejas, reclamos y direcciona a cada área para dar solución a cada inconveniente detectado.

Se hace un seguimiento del cliente, donde se toman datos personales, como el correo, teléfono, y luego de manera no invasiva se pregunta por su opinión respecto al producto.

Atendiendo las peticiones, quejas y reclamos, y dándole el respectivo manejo y solución.

- **Participación activa y asuntos de la comunidad: La empresa Muestra la relación estrecha entre la empresa y la comunidad asumiendo temas de: educación y cultura, generación de riqueza e ingresos.**

14. ¿Teniendo en cuenta la comunidad ubicada en su área de influencia, como la empresa contribuye con el desarrollo social de esta? **(Dirigida a personal administrativo)**

R/ La empresa reconoce la comunidad ubicada en su área de influencia y mantiene diálogos sociales y apoya con meriendas a un grupo de niños en edad escolar.

15. ¿la empresa apoya fundaciones o cuenta con una fundación que apoye algún tema social o de medioambiente con esta comunidad? **(Dirigida a personal administrativo)**

R/ La empresa no cuenta con una fundación, pero tiene un programa de ayuda a niños en edad escolar a los cuales le brinda diariamente meriendas con productos propios.

16. ¿Cómo la organización ejecuta acciones para fomentar la generación de relaciones constructivas entre las comunidades del área de influencia y el impacto de sus operaciones? **(Dirigida a personal administrativo)**

R/ Manteniendo constante comunicación con los líderes que representan a esta comunidad y apoyándolos socialmente con diferentes actividades durante el año.

Tenemos un evento que se hace una vez por semestre donde nuestros colaboradores interactúan de forma dinámica con empresas aledañas y la comunidad enseguida. Sea un partido de futbol, comidas comunitarias, o concursos pequeños con juegos de barrio como el yoyo, la coca, las canicas.