

Industria de Alimentos el Cocinerito, Una Empresa Socialmente Responsable

Iván Alexis Soto Barona
Adriana María Medina Salazar
Bryan Alexis Certuche Serna
Claudia Liliana Portocarrero Castillo
Stephanie Paola Pérez Guzmán

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad empresarial

Cali-Valle

2021

Industria de alimentos el cocinerito, una empresa socialmente responsable

Iván Alexis Soto Barona

Adriana María Medina Salazar

Bryan Alexis Certuche Serna

Claudia Liliana Portocarrero Castillo

Stephanie Paola Pérez Guzmán

Tutor: Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad empresarial

Cali-Valle

2021

Tabla de Contenido

RESUMEN ANALITICO ESPECIALIZADO - RAE	7
Resumen	9
Abstract	10
Capítulo 1. Antecedentes	12
Introducción	12
Problema	14
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Capítulo 2. Marcos Referenciales	17
Marco conceptual	17
Marco Teórico.	19
Marco institucional.	26
Marco Legal.	30
Capítulo 3. Resultados	35
Diagnostico.	35
Matriz de marco lógico.	50
Mapa estratégico	52
Capítulo 4. Plan de mejoramiento	54
Plan de acción y de seguimiento.	54
Conclusiones	56
Referencias bibliográficas	57

Lista de Tablas

Tabla 1: Selección de empresa	26
Tabla 2: Marco institucional	27
Tabla 3: Tabla diseño de Instrumentos	35
Tabla 4: Tabulación de género y edad	38
Tabla 5: Tabulación profesión de los encuestados	38
Tabla 6: Tabulación ocupación de los encuestados	39
Tabla 7: Tabulación estrato de los encuestados	39
Tabla 8: Tabulación respuestas pregunta 1	39
Tabla 9: Tabulación respuestas pregunta 2	40
Tabla 10: Tabulación respuestas pregunta 3	41
Tabla 11: Tabulación respuestas pregunta 4	42
Tabla 12: Tabulación respuestas pregunta 5	44
Tabla 13: Tabulación respuestas pregunta 6	45
Tabla 14: Tabulación respuestas pregunta 7	46
Tabla 15: Tabulación respuestas pregunta 8	47
Tabla 16: Tabulación respuestas pregunta 9	48
Tabla 17: Tabulación respuestas pregunta 10	49
Tabla 18: Matriz de grupos de interés	52
Tabla 19: Plan de acción y seguimiento	54

Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico	19
Ilustración 2: Árbol de problemas El Cocinerito	51
Ilustración 3: Árbol de objetivos el Cocinerito	52
Ilustración 4: Mapa estratégico	54

Lista de graficas

Grafica 1: Gobernanza de la organización	39
Grafica 2: Derechos humanos	41
Grafica 3: Prácticas laborales.	42
Grafica 4: Prácticas laborales - Condiciones de vida	43
Grafica 5: Prácticas laborales - superación	44
Grafica 6: Practicas justas de operación	45
Grafica 7: Medio ambiente - Disposición	46
Grafica 8: Medio ambiente - Huella ecológica	47
Grafica 9: Asuntos de consumidor	48
Grafica 10: Participación activa y desarrollo de la comunidad	49

Lista de Anexos

Anexo A. Código de ética.	60
Anexo B. Formato de recolección de información	66

RESUMEN ANALITICO ESPECIALIZADO - RAE

INFORMACIÓN GENERAL DEL TEXTO

Título del documento	Industria de alimentos el Cocinerito, una empresa socialmente responsable.
Autores	Iván soto, Adriana Medina, Bryan Certuche, Claudia Portocarrero, Stephania Pérez
Fecha	Mayo de 2021
Palabras claves	Responsabilidad social, discapacidad, derechos humanos, ética.

DESCRIPCIÓN

Trabajo de opción de grado del Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad empresarial, enfocado en la industria de alimentos el Cocinerito, ubicada en municipio de Santander de Quilichao. En este se presenta una investigación sobre la situación actual de la organización, respecto a las materias fundamentales de la responsabilidad social conforme a la norma ISO 26000, propuestas de estrategias frente a dicho diagnóstico y la estructuración del seguimiento de las mismas.

FUENTES

- 1) Banamex (Programa de responsabilidad social)
 - 2) Argandoña (Teoría de los Stakeholders)
 - 3) Bernal (Ética)
 - 4) Díaz (Elementos de la RSE)
 - 5) Pérez Espinoza (RSE con enfoque social y ambiental)
 - 6) Llanes y Salvador (Convergencia de la Ética Pública)
 - 7) De la cruz y Fernández (Ética y RSE)
-

CONTENIDOS

El trabajo inicia con una introducción sobre la Responsabilidad Social y su valor en la gerencia estratégica, enfocado en la organización el Cocinerito. Posteriormente se presenta la identificación del problema el cual tiene énfasis en un aspecto clave de la materia derechos humanos y es la accesibilidad de los individuos en situación de discapacidad al ámbito laboral. Continuando se trazan los objetivos para el trabajo, que incide particularmente en comprender el marco de la RSE y su contribución en diferentes ámbitos estratégicos y empresariales de las empresas.

Para la elaboración de dicho trabajo, se parten de bases o marcos referenciales para el mismo. Se destaca su marco conceptual que toca temas como la ética, ética empresarial, pensamiento estratégico, desarrollo sostenible, entre otros términos. Su marco teórico que presenta la evolución en el tiempo del pensamiento estratégico, el marco institucional que

se centra en la organización el Cocinerito y el marco legal sustentado en la norma ISO 26000.

Una vez sustentadas las bases del trabajo, se exponen los resultados alcanzados después de ser aplicadas las encuestas estructuradas. Se resalta que la organización atiende a diferentes materias de la responsabilidad social a excepción de la dimensión derechos humanos, en donde la empresa no tiene dentro de sus políticas, la accesibilidad laboral a personas en situación de discapacidad. En ese orden de ideas y siguiendo el diagnóstico identificado, se establecen los problemas propios de la compañía, se plantean objetivos y se desarrollan estrategias.

Posterior a la planeación, se plantea un plan de acción y seguimiento a diferentes estrategias planteadas. Cabe resaltar que finalmente se encuentra en sus anexos la estructuración de la propuesta del código de ética para la compañía.

CONCEPTOS CENTRALES

Ética: Compromiso que tiene cada persona, en lo que respecta a las decisiones internas sin dañar a los demás.

Desarrollo sostenible: Encaminado al desarrollo que satisface las necesidades modernas, pero sin olvidar el porvenir de las nuevas generaciones.

Excelencia empresarial: Son los resultados de las buenas prácticas empresariales en sus diferentes aspectos, alcanzando los objetivos propuestos.

Grupos de interés: Son individuos que poseen influencia en la compañía, empleados, accionistas, proveedores, los cuales también se verían afectados o beneficiados dependiendo del funcionamiento de la empresa. Por este motivo es fundamental que la empresa genere confianza con este grupo para un buen desarrollo en la organización.

Sostenibilidad: Se refiere a la buena administración de los recursos naturales para perfeccionar la satisfacción de la población y no arriesgar de manera inadecuada la nueva humanidad.

CONCLUSIONES

El trabajo permite obtener una contextualización sobre RSE mediante la aplicación de conocimientos en la empresa el COCINERITO. En este se destacan las dimensiones de la RSE y las diferentes materias o aspectos que estas tocan. Cabe detallar que adicional a ello, se puede identificar el diseño del proceso de estructuración de un programa de responsabilidad social, con su debido planteamiento de estrategias y el seguimiento de las mismas.

AUTOR DE LA RAE

Iván soto, Adriana Medina, Bryan Certuche, Claudia Portocarrero, Stephania Pérez

Industria De Alimentos El Cocinerito, Una Empresa Socialmente Responsable.

Resumen

El siguiente estudio tuvo como finalidad comprender en el marco de la RSE, la incorporación laboral de individuos en condición de discapacidad en la empresa Industria de Alimentos el Cocinerito. Inspeccionar las murallas de entrada que pueda existir en la empresa el cocinerito, a nivel individual y social que limiten y reduzcan la incorporación de los individuos en condición de discapacidad. Trazar Indicadores apoyados en la normativa ISO 26000. El Cocinerito cuya localización se encuentra en el departamento del Cauca, ciudad de Santander. Se ha realizado un plan de responsabilidad empresarial manejando como base los impactos económicos, sociales y ambientales presentes en la empresa el Cocinerito, está una entidad constituida como una sociedad por acciones Simplificada, se identificó un problema donde las personas que padecen de discapacidad y su falta de inclusión a la vida laboral afecta emocionalmente su intelecto y su capacidad de adaptación y de desarrollo comunitario, Se ejecutó la técnica cuantitativa aplicable, utilizando la encuesta como dispositivo para identificar cual era el problema, fundamentado en una investigación de campo con ayuda documental. La encuesta se aplicó a todo el personal de la empresa conformada por treinta (30) empleados, la muestra fue seleccionada empleando el procedimiento de muestreo aleatorio simple, logrando una muestra de 15 personas. El método de recolección de la información fue la encuesta, las herramientas empleadas fueron: un cuestionario de diez preguntas (10). Para analizar los datos se emplearon gráficas circulares en tres dimensiones con el fin de visualizar los resultados logrados. Los indicadores sugeridos, porcentaje de Inclusión laboral, desarrollo organizacional, condiciones de vida del trabajador. Ayudan hacer el seguimiento de gestión de la Responsabilidad Social que genera la empresa, ofreciendo un nuevo instrumento de ayuda en la toma de decisiones. Vincular laboralmente a la

comunidad de su entorno, incluyendo personas en situación de discapacidad podrá vigorizar los programas de inclusión laboral y dar importancia a su real Guía de Responsabilidad Social.

Palabras claves: Responsabilidad social, Discapacidad, Derechos humanos, Inclusión laboral, Implementar, Estrategia

Abstract

The main purpose of the following study was to understand, within the framework of CSR, the labor incorporation of individuals with disabilities in the company Industria de Alimentos el Cocinerito. Inspect the entrance walls that the cook may exist in the company, at an individual and social level that limit and reduce the incorporation of individuals with disabilities. draw Indicators regulations by the ISO 26000. The Cocinerito The company is located in the Department of Cauca, Santander de Quilichao. A business responsibility plan has been carried out using as a basis the economic, social and environmental impacts present in the company El Cocinerito, is an entity constituted as a Simplified joint-stock company, a problem was identified where people who suffer from disabilities and their lack Inclusion in working life emotionally affects their intellect and their capacity for adaptation and community development. The applicable quantitative technique was executed, using the survey as a device to identify what the problem was, based on a field research with documentary help. The survey was applied to all the personnel of the company made up of thirty (30) employees, the sample was selected using the simple random sampling procedure, obtaining a sample of 15 people. The method collection information was the survey, the tools used were: a ten-question questionnaire (10). To analyze the data, circular graphs in three dimensions were used in order to visualize the results achieved. Suggested indicators, percentage of labor inclusion, organizational development, worker's living conditions. They help to monitor the management of Social Responsibility generated by the company, offering a new instrument to help decision-making. Working with the community in

your environment, including people with disabilities, can reinforce labor inclusion programs and give importance to your real Social Responsibility Guide.

Keywords: Social Responsibility, Disability, Human rights, Labor inclusion, Implement, Strategy

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

El propósito fundamental para realizar este trabajo es el de profundizar nuestros conocimientos en cuanto al tema de (RSE), teniendo en cuenta que es una parte fundamental en la gerencia y organización estratégica de las empresas. Se ha realizado un programa de responsabilidad empresarial manejando como base los impactos sociales, ambientales y económico, presentes en Industrias, el Cocinerito está constituida como una sociedad por acciones Simplificada, el objetivo de su creación es la elaboración de productos alimenticios con el propósito de garantizar una excelente calidad de vida de los empleados y sus familiares, del departamento de Santander de Quilichao. Esta Industria fue elegida ya que el grupo realizo un debate seleccionando la empresa más adecuada para aplicar el instrumento y el formato de recolección de información observando que es una Industria pequeña el cual es necesario mejorar en muchas áreas tanto de manera interna y externa, lo que nos interesó para trabajar en está creando estrategias y metodologías para el mejoramiento de las problemáticas que se presentan y mostrando así un interés por la RSE.

Posteriormente se elaboró el código de conducta, el cual permite resolver conflictos y prevenirlos, también, registra valores y estándares éticos de la compañía. Estas guías nos apoyan a elaborar y constituir el tipo de normas de las conductas teniendo en cuenta la RSE, este comportamiento debe ser asumido por todos los integrantes de la empresa. También se identificaron grupos de interés o stakeholders, teniendo en cuenta los principales actores responsables de contribuir a mejorar o corregir fallas por la que está pasando la empresa en lo relacionado con lo económico, social o ambiental, de estos grupos y su buen desempeño dependerá el triunfo o el fracaso de la empresa.

Finalmente culminamos con el plan mejora de responsabilidad social empresarial, con este plan se busca mostrar el aporte activo y voluntario para el progreso social, ambiental y económico por parte de la compañía. Al integrar en esta Industria un plan de RSE es necesario implementarlo en todas las áreas, y grupos de interés de esta, además de tener la responsabilidad de dirigir los cambios imprescindibles en el sistema de gestión. Lo cual es esencial proyectar un plan viable y analizarlo detalladamente que se adapte a las necesidades y anhelos de la compañía.

Problema

Desde la promulgación de las Leyes de amparo 361 de 1997, Ley 1346 de 2009 y la Ley 1618 de 2013 además de los artículos consagrados en la Constitución Política de Colombia 13,42,47,54 y 68 donde dan especial protección a los individuos en condición de discapacidad, el problema de Colombia no es de Leyes, el inconveniente que tienen las personas con discapacidad es la implementación de las leyes de amparo y la falta de conocimiento en algunos sectores públicos y privados sobre las leyes de amparo, especialmente de las entidades encargadas de salvaguardar y protección especial como son la Defensoría del Pueblo, Procuraduría General de la Nación y las Personerías de cada región.

Colombia es un País no diseñado para ayudar, formar a los individuos en condición de discapacidad, las oportunidades laborales son escasas a pesar de los beneficios que el estado otorga, la sensibilización y la inclusión no deben ser de papel, por que pasa habría que investigar y poder mitigar este impacto.

En desarrollo con lo ordenado por la Ley 1618 de 2013 y en el CONPES 166/2013, y con el adrede de divulgar, suscitar los principios y derechos básicos en la ocupación para la incorporación de los individuos con discapacidad en la fuerza laboral, se viene realizando estas actividades: a). Concientizar a las organizaciones sobre la incorporación laboral de los individuos con discapacidad y b). Procedimiento de coordinación de los derechos y garantías de los individuos con discapacidad, la conformación y funcionamiento del Consejo para la incorporación de la discapacidad. Ahí radica la problemática las leyes son letras muerta su implementación ha sido nula.

Las personas que padecen de discapacidad, su falta de inclusión afecta emocionalmente su intelecto y su capacidad de adaptación y de desarrollo comunitario, superar estos obstáculos

generan un crecimiento en el autoestima generando cumplimiento de retos generando los potenciales y un cambio de actitud frente a la vida.

Objetivo general

Comprender en el marco de la RSE, la incorporación laboral de individuos en condición de discapacidad en la empresa Industria de Alimentos el Cocinerito, para contribuir en todo lo concerniente a lo visto en el transcurso del diplomado.

Objetivos específicos

- ✓ Caracterizar los procesos de inclusión que se lleva a cabo en la empresa el cocinerito.
- ✓ Construir un mapa de problemas
- ✓ Construir un cuadro de stakeholders
- ✓ Transformar el árbol del problema en un árbol de objetivos.
- ✓ Inspeccionar las murallas de entrada que pueda existir en la empresa el cocinerito, a nivel individual y social que limiten y reduzcan la incorporación de los individuos en condición de discapacidad.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco conceptual

Ética: Compromiso que tiene cada persona, en lo que respecta a las decisiones internas sin dañar a los demás.

Ética empresarial: La ética empresarial se define como aquel comportamiento moral que refleja determinada organización, ante su sociedad. (Calvo, 2014). Particularmente dicho actuar está influenciado por la necesidad de refrendar una buena imagen.

Pensamiento estratégico: El pensamiento estratégico hace énfasis en aquella planeación desarrollada ante posibles desafíos futuros, bien estos sean escenarios previsibles o imprevisibles (Román, 2010)

Desarrollo social: El desarrollo social se puede definir como aquellas ayudas de las condiciones básicas de vida de las personas que conforman determinada sociedad (Uribe, 2004).

Desarrollo sostenible: Encaminado a satisfacer obligaciones actuales, pero sin olvidar el mañana de la nueva humanidad.

Excelencia empresarial: Son los resultados de las buenas prácticas empresariales en sus diferentes aspectos, alcanzando los objetivos propuestos.

Grupos de interés: Son las personas que poseen influencia en la compañía, empleados, accionistas, proveedores, los cuales también se verían afectados o beneficiados dependiendo del funcionamiento de la empresa. Por este motivo es significativo que la compañía genere confianza con este grupo para un buen desarrollo en la organización.

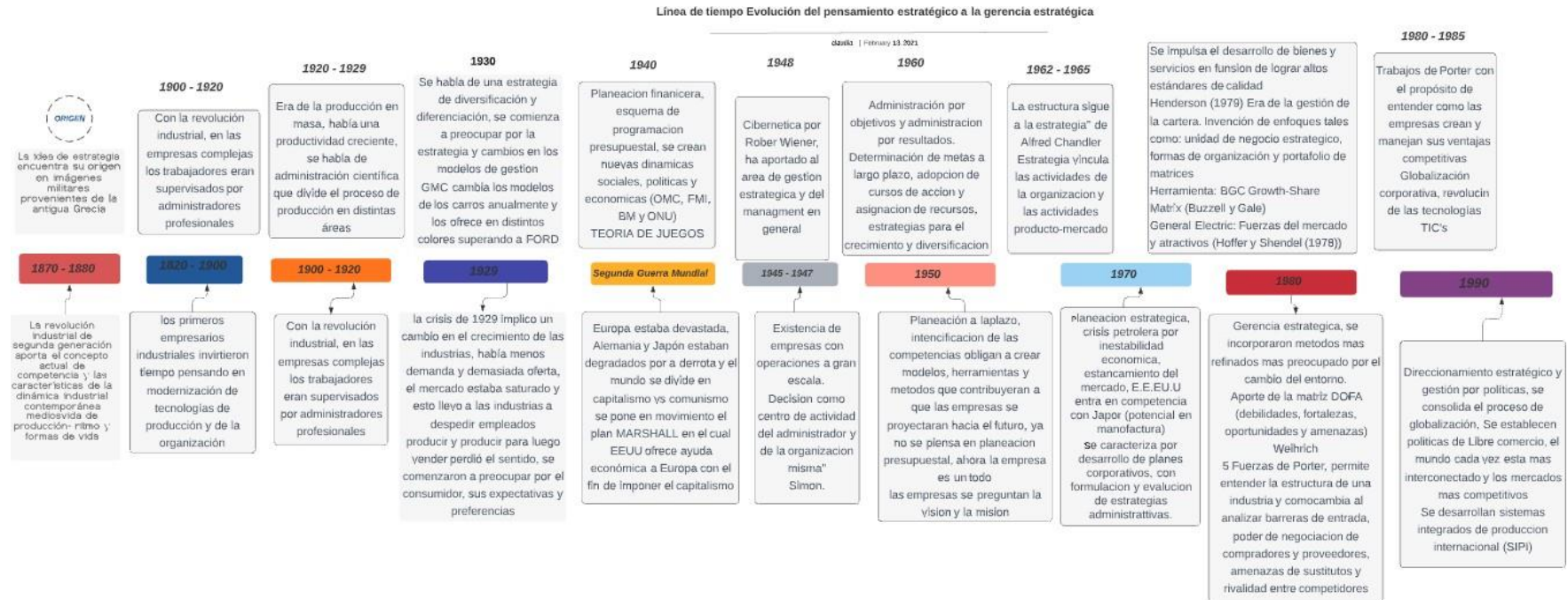
Sostenibilidad: Se refiere a la buena administración de los recursos naturales para perfeccionar la satisfacción de la población y no arriesgar de manera inadecuada la nueva humanidad.

Estrategia: La estrategia es el estudio de un determinado entorno, para posteriormente aprovechar los recursos disponibles, en aras de la creación de valor. (Román, 2010)

Gerencia estratégica: La gerencia estratégica hace énfasis en la acción de generar cambios a través de la conjugación de estrategias, en aras de optimizar u obtener resultados positivos de determinada gestión (Gonzales, Salazar, Ortiz & Verdugo, 2019)

Marco Teórico.

Ilustración 1: Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico



Enlace para visualizar la línea de tiempo: <https://lucid.app/documents/view/11c545da-f8b0-4dbe-92de-b8c03c9ee7ab>

Responsabilidad Social Empresarial. Una predilección que vino para quedarse.

Los constantes movimientos de la economía global, que se evidencia con una lata competencia entre las compañías por abarcar una parte del mercado, las impulsan a indagar a cerca de los mecanismos que tengan la facultad para avalarlo. Actualmente la serie de conjuntos de interés enlazados con las empresas son persistentes y acreditados y solicitan de las mismas mayor compromiso con la problemática social y ambiental actual.

Este deber ser y responsabilidad con la compañía, que usualmente se convierte en una correlación mutua, encuentra en la RSE una manera de gratificación. En Colombia experiencias comprometidas con la sociedad no tienen ese grado de importancia que se necesita y se ejerce en otras instancias. Incluso, logrando alterar las labores humanitarias.

El significado de Responsabilidad Social de la Empresa puede ser considerado a partir de otras perspectivas económicas, sociales y políticas, abarca una cadena de extensiones que logran consideradas bajo múltiples representaciones indeterminadas según el lugar y el tipo de economía considerada.

Ciertamente cabe señalar que, a partir de las numerosas direcciones de servicio de la compañía, el arquetipo independiente se estableció a partir de los años 80 y 90 del siglo XX un patrón en el cual la prioridad de los dueños estaba concentrada en el rendimiento en una perspectiva transitoria de un reducido periodo, relacionando en único propósito de la RSE. El aumento de la rentabilidad según (Friedman, 1970). Las contrariedades de la hipótesis, en las difíciles innovaciones sociales y económicas que han ido incrementando en los últimos periodos (métodos de universal, innovaciones tecnológicas, acrecentamiento competitivo, aumento de regalías, del dominio de asociaciones, retroceso y discusión social), han contribuido a una implementación de un tipo diverso, no justamente concreto, in embargo es cada día más rudimentario. Este se caracteriza por algunos aspectos interrelacionados: una vigilancia total que repercuten

principalmente en el triunfo de la empresa (repercutiendo en toda la organización y, por consiguiente, logrando una gran inquietud equivalente a una sostenibilidad económica de su estructura, a largo plazo (Moreno, 2004; Martínez y Martínez, 2016; Vergara y Ortiz, 2016)

La RSE se dirige. En una duradera correlación de la humanidad en algunos grados. Esta transformación que relaciona a todos sus stakeholders y debe integrando una fracción de la programación estratégica de las organizaciones que la despliegan. Para las compañías que no lo hagan será adverso, puesto que la misma sociedad se encargará de exigir después el no haber realizado las implementaciones pertinentes, probablemente con desfavorables resultados hacia su estabilidad. Justamente Solano (2005), manifiesta que “la sostenibilidad de los negocios está directamente relacionada con un buen manejo del entorno, lo reafirma el hecho de que los mercados de capitales en el mundo premian o castigan, según corresponda, el manejo del medio en el que se desarrolla la empresa”.

La RSE es un proceso que involucra el ejercicio particular para adquirir objetivos sociales comunes, por ello es ineludible que cualesquiera los conjuntos de interés se metan, encaminados hacia una tarea afín y con parámetros específicos.

En los posteriores decenios ha salido una encantadora meditación a cerca de la función principal de las organizaciones y su compromiso en el progreso de un guía de administración cimentado en valores que cambien y ayuden en el progreso social económico y ambiental sostenible (Escuela Economía Social, 2012), con esto se origina beneficios incrementado los temas de expresión artística de RSE (Argandoña, 2011).

Este enfoque de la RSE, es respaldado por sucesión de canjes, se ha logrado desde un espacio de exploración en las organizaciones donde pretenden compensar las aspiraciones de los colaboradores, consumidores, accionistas, abastecedores, con la misión de averiguar el progreso económico continuo y el perfeccionamiento de la disposición en los conjuntos de interés, a la vez

que se menguan las consecuencias nocivas que inducen a ciertas conductas de la compañía (Arcas y Briones, 2009). Se ha originado una alteración de ejemplo, enfocado en un concepto Socioeconómico de la compañía, ya que la compañía se estima como método directo y es definido por el ámbito, y los conjuntos de interés conducen a transformación de pensamiento en las conductas (De la Cuesta, 2005; Vargas y Vaca, 2005; Simancas y Ledesma, 2017).

El predominio que manejan las organizaciones sobre la humanidad, logra ser un mecanismo perfecto en el progreso, donde el estímulo en los requisitos por la libertad y avance social; igualmente logra ser provocaciones, por su talento en renovar la tradición e identidades, por medio de la corrupción política, inmovilización social y destrucción del medio ambiente. (Francés, 2016).

Por ese motivo, se hace indispensable tomar conciencia hacia el contexto de las actividades comerciales, para encaminar las actividades organizacionales que conduzcan a la riqueza común y la obediencia por los derechos ciudadanos, que se materialicen en medidas estratégicas y políticas corporativas para el desarrollo de la sociedad; se trata de responsabilidades con valores, principios y compromiso, para que las empresas no consideren que la RSE resolverá todas sus dificultades.

De igual manera debe evitarse la banalización de la gestión, aporta Guédez (2014), ya que se le acredita cualquier acción ligera. Se debe procurar la utilización de modelos, estándares, variables e indicadores dentro del contexto, puesto que algunas empresas se enfocan en indagar o investigar información y datos para presentar y fundamentar un estado de la situación financiera y no alinean sus esfuerzos para determinar escenarios auténticos y concretos. El desempeño de esto, en concordancia con Vives (2014), las compañías como comienzo de su gestión, deben incorporar la exclusión, disminución, aplacamiento de marcas. Tramitando así todo lo relacionado a los impactos perceptibles, pasados, en un presente y en un futuro, para así aportar utilidad y generar desarrollo en países en aras de crecimiento.

El resultado, de suscitar un trámite positivo, fuerte de iniciación de las RSE, es significativo tener presente “el pacto entre los negocios y la sociedad” la cual tenga los principios del desarrollo incluyente, económico, sostenible respetuoso con valores humanos. (María Elba Comeneras León, 2013).

Tener la categorización de organización socialmente responsable se ha transformado en una condición fundamental para concursar lealmente en otros mercados. Ejemplo: El mercado mundial requiere que se ejecuten, practiquen y veneren explícitos esquemas en elemento social y ambiental, todos los días aparecen más regularizaciones sobre este asunto y lograr alcanzar las legitimaciones es un procedimiento de mucha exigencia. Una efectiva estrategia de compromiso social necesitará de la plena disposición que tenga la compañía para con su entorno, a su vez la responsabilidad social asiente lograr legalidad y aprobación.

Para considerarse como una empresa socialmente responsable primero debe trabajar adherida y de manera congruente y consecuente a valores que dentro de sus metas organizacionales abarca ayuda necesidades sociales, económicas y ambientales con el fin de desarrollar una posición competitiva y su valor agregado, la compañía debe presentar bienes o servicios que aseguren las necesidades de los consumidores, debe prevalecer la ética en todas las determinaciones que se tomen en la compañía.

En Colombia vivimos el modelo de Milton Friedman, que dice “El verdadero deber social de la empresa es obtener las máximas utilidades en un mercado abierto, correcto y competitivo, produciendo riqueza y trabajo para todos de la manera más eficiente posible”.

La organización debe comportarse de manera respetuosa y atenta en los distintos niveles en la cadena de producción, debe cumplir la legislación en materia medio ambiental entre otros y lo principal y fundamental es que incida positivamente en la comunidad.

No existe un techo para que la empresa logre maximizar ganancias, mientras se logre cumplir con el compromiso social, se genere seguridad y empleo. Es allí cuando comenzamos a diferenciar lo ético con lo legal, saber la disimilitud entre lo que es justo y lo que es obligatorio. Las personas toman la decisión si son éticos o si decide ser legal, al tomar la decisión de ser legal se obtiene metas a corto plazo, por el contrario, si decide ser ético se alcanzan metas a largo plazo, pero subsiste como persona en valores, es la decisión de cada persona el camino a seguir.

La ética es personal y no plural, no se puede distribuir la ética, esta es esencia de cada ser. EL distintivo de la compañía refuerza las tareas en responsabilidad social empresarial, es importante compartir un mensaje constructivo a la sociedad.

semejante también referir con decisiones comunitarias en las que no sobresalgan las descripciones establecidas de propiedad, que ayuden a legítimas necesidades comunitarias y de igual manera produzcan entornos de sostenibilidad en aspectos donde la guía presentada es fácil, se plantea la responsabilidad social y su crecimiento como la consecuencia de una secuencia de interrelaciones en red donde implica representantes en diversos rangos, los cuales, dependiendo de su importancia y papel desempeñado alteraran las políticas públicas, la inversión extranjera directa, la dinámica, la fluidez y efectividad de la red misma. El plan será ordenar los representantes implicados, decidir su papel, su capacidad individual y común.

La responsabilidad social empresarial ocasiona un pacto superior a largo plazo en las presentes y nuevas organizaciones, el fortalecer el poder de empoderamiento de los colaboradores, lo que nos permite incrementar la productividad, y tener un personal permanente y por consecuencia los costos del proceso de selección se reduzcan con un rendimiento en la calidad y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL con esto la complacencia de los clientes. También, el mejoramiento o progreso del nombre y posicionamiento de la compañía que coopera a conservar clientes y la entrada a nuevos mercados, se aumenta el sostén de las partes interesadas,

lo cual ayuda el flujo de procedimientos y la seguridad. El beneficio de los recursos, accediendo el ahorro de voluminosas adiciones de dinero, las planificaciones para las nuevas inversiones y lograr que rindan los recursos. Todo esto socorre a la disminución de los gastos, el desarrollo de la productividad y el alcance de los objetivos organizacionales.

Marco institucional.

La empresa seleccionada fue la denominada industria de alimentos “EL COCINERITO”, puesto que esta cumple con los criterios de acceso para aplicar los instrumentos, posee un direccionamiento estratégico para ampliar el marco institucional y además existe la probabilidad de evaluar las materias fundamentales de la ISO 26000. En seguida se enseña la siguiente tabla que denota la puntuación de la organización el Cocinerito frente a las demás propuestas:

Tabla 1: Selección de empresa

Empresa	Posibilidades de acceso a aplicar los instrumentos (1-5)	Posee un direccionamiento estratégico y una descripción, que puede ser incluida en el marco institucional del trabajo (1-5)	Posibilidad de evaluar las materias fundamentales del ISO 26000 (1-5)	Sumatoria total
Proyectos Industriales LTDA - PROYEIND.	1	3	2	6
Industrias de Alimentos el Cocinerito	2	3	2	7
LACTEOS SAN JOAQUIN RJ S.A.S.,	1	3	1	5
Incubadora Santander	1	3	1	5
Servientrega	1	2	1	4

Fuente: Autoría propia

Cabe detallar que la industria de alimentos “EL COCINERITO” es una pequeña empresa, lo que facilitaría la indagación referente a la RSE, pues en muchas ocasiones son este tipo de

organizaciones las que necesitan un impulso para la implementación en este tipo de acciones. Adicionalmente es conveniente mencionar que el compañero Iván Alexis Soto ha trabajado durante su carrera en esta empresa, razón por la cual se facilita la adquisición de información.

Tabla 2: Marco institucional

Nombre de la empresa	“Industria de Alimentos EL COCINERITO”
Sector	Industrial
Ubicación	Santander de Quilichao
Misión	Desarrollar productos alimenticios de alta calidad y uso práctico que permitan experimentar en los consumidores nacionales e internacionales nuevas sensaciones de sabor en las comidas, brindando diversas alternativas que generen satisfacción a sus sentidos.
Visión	Ser la compañía número uno en la fabricación de especias, condimentos y mezclas en polvo para la industria alimentaria, brindando productos y servicios de alta calidad.
Valores	<p>Los valores son el componente que enmarca nuestra gestión, estableciendo una cultura propia y verdadera.</p> <p>Unidad: trabajamos en equipo, siempre abiertos a las opiniones de los otros, demostrando con ejemplo la calidad de nuestra cultura organizacional.</p> <p>Integridad: Responsabilidad, honradez, honestidad y transparencia en el proceder afianzado en nuestros colaboradores la confianza.</p> <p>Humildad: Escuchamos, aceptamos nuestras propias limitaciones y errores y trabajamos en equipo para vencerlos.</p>

Servicio: trabajamos para ofrecer atención adecuada y de calidad para servir a quien forma parte y nos invitan a su mesa.

Pasión: nuestra compañía contagia de este valor a sus colaboradores para trabajar con fuerza y ser capaz de superar sus metas

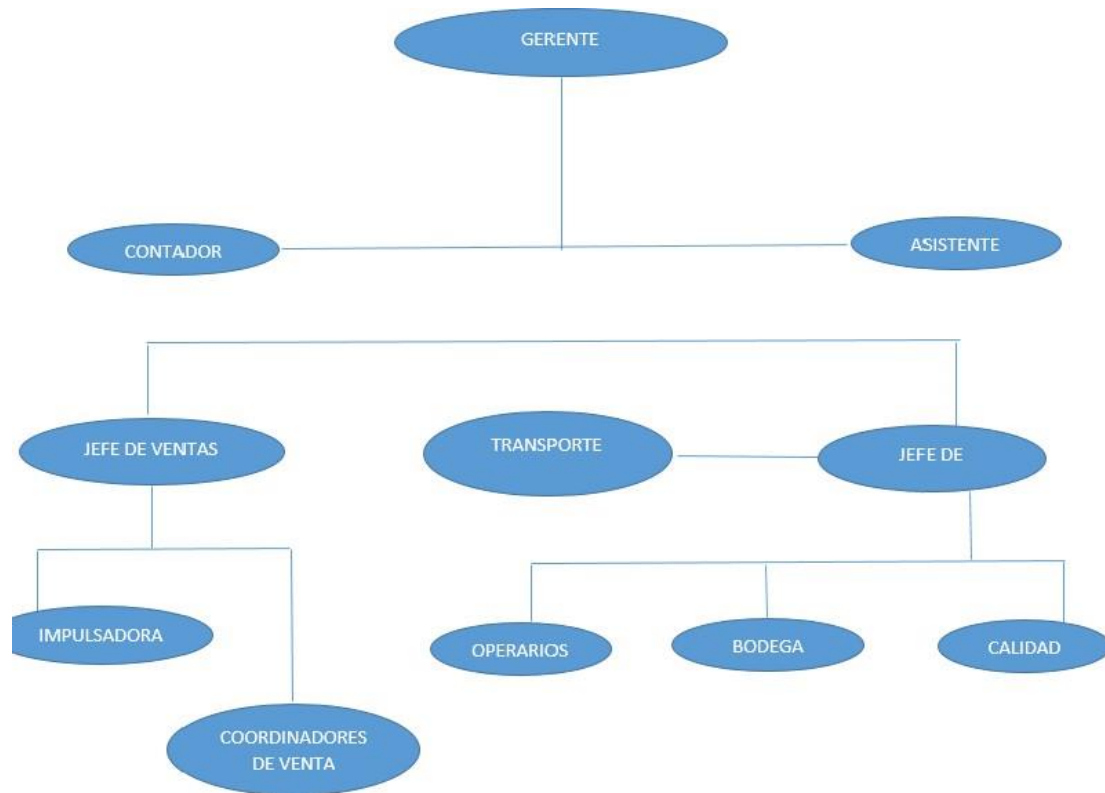
Política de Calidad e Inocuidad

Ofrecer productos al consumidor de excelente calidad e inocuidad a lo largo de la cadena productiva y comercial, garantizando la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los estándares nacionales e internacionales basados en el compromiso de la organización y la mejora continua de nuestros procesos.

Objetivos de calidad

- Determinar políticas y estrategias que nos permitan llegar a satisfacer el mercado con calidad e inocuidad en los productos.
- Controlar que los estándares de calidad se apliquen permanentemente en todos los procesos.
- Aplicar en cada una de las etapas del proceso la política de calidad de forma coherente para obtener resultados satisfactorios.
- Alcanzar beneficios utilitarios que permitan el bienestar de los actores del proceso como: socios, empleados, cliente, y comunidad con la entrega de productos inocuos y servicio con calidad.
- Reconocer la importancia de los productos inocuos dentro de los procesos.

Estructura Organizacional



Fuente: Autoría propia

Marco Legal.

Hoy en día, y a diferencia del siglo pasado, las empresas, organizaciones y compañías están realizando mejoras sustanciales dentro de las estrategias corporativas que no solamente benefician política o económicamente a la empresa, sino que se enfocan en mejorar las condiciones de todas y cada una de las personas involucradas dentro de ella. Este es un cambio extremadamente importante, ya que se trata de involucrarse organizacionalmente en la generación de impactos positivos en el entorno social, cultural y medioambiental de las personas, es decir que los resultados son netamente sociales. Por tal motivo, la Responsabilidad Social Empresarial es una parte fundamental en la organización, es por ello que se cataloga como una forma nueva de hacer empresa.

Las normas ISO son estándares internacionales que pretenden mejorar no solo la gestión en los procesos internos de las empresas, sino regular los impactos que generan el crecimiento de las tareas propias de las compañías. ISO es el organismo encargado de generar estos estándares y su nombre significa literalmente Organización Internacional de Normalización. Ahora bien, estas normas abarcan ámbitos de calidad, medioambientales, salud en el trabajo, etc. Sin embargo, para delimitar el objetivo del presente ensayo, hablare del valor de la Responsabilidad Social empresarial y para ello se abordará específicamente la Norma ISO 26.000.

Según esto, se puede demostrar que no solo es en las estrategias organizacionales de la compañía sino también en la ejecución de un sistema integrado de gestión donde se puede integrar y tener en cuenta la Norma ISO 26.000 que concreta específicamente el tema de Responsabilidad Social Empresarial. (Asturias, 2017)

Antes de continuar, se hace menester aclarar que el objetivo empresarial de cualquier organización es obtener márgenes de utilidad que permitan beneficiar directamente a la empresa. Por esto la Responsabilidad Social Empresarial no es aun de obligatorio cumplimiento, pero sí

significa un aspecto importante en cuestiones de ética empresarial. Por ejemplo, la Comisión Europea en un comunicado relativo a la responsabilidad social de las empresas (2002) determina la Responsabilidad Social empresarial: “Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y ecológicas en sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores”.

Ahora bien, una vez la empresa decide aplicar la RSE como estrategia organizacional para impactar de manera positiva a todos los involucrados en el desarrollo de sus actividades, se comienza a velar por el impacto social en el que la empresa pueda contribuir para asegurar la calidad de vida de los individuos haciendo que su objetivo principal cambie, siendo este ahora maximizar su contribución al desarrollo sostenible. Por tanto, las personas que se ven beneficiadas de este impacto son aquellas que están involucradas directamente con la empresa o comunidades que se encuentran dentro del entorno organizacional o aquellas a las que los esfuerzos sociales de la empresa van dirigidos.

Por otro lado, cabe aclarar que los involucrados que se ven beneficiados en la RSE no solamente son los dueños ni sus clientes directos, sino también cualquier persona que tenga que ver con la empresa de una manera u otra. Para ejemplificar más específicamente todos los *stakeholders* beneficiados se menciona a Castellanos (2016) quien resalta que deben ser “...los diferentes grupos de interés o *stakeholders* que tenga la pyme como el dueño, empleados, proveedores, clientes, comunidades, autoridades, medio ambiente”

En concreto, “La ISO 26000 propone la integración de la Responsabilidad Social a la empresa por medio del sistema integrado de gestión: Ser, Hacer y Lograr de la empresa.” (Asturias, 2017) Es decir, el Ser de la empresa se trata de la creación del *branding* de la compañía, por medio del cual se puedan establecer políticas y una cultura organizacional basada en la generación de impactos positivos dentro y fuera de la empresa. Por otro lado, el Hacer se

basa en la rendición de cuentas, pues por medio de ellas se pone en evidencia el compromiso que tiene la empresa con sus *stakeholders*, mientras que el lograr busca evaluar los procesos y actividades que ejecuta la empresa de tal manera que se pueda identificar los impactos generados.

En cuanto a su ámbito de aplicación, la Norma ISO 26.000 puede tenerse en cuenta dentro de la organización al momento de crear o renovar principios y prácticas que tengan que ver con la RSE o promover un comportamiento socialmente responsable, entre otros. Ahora bien, estas normas cuentan con unos principios que guían las buenas prácticas de responsabilidad social. Estos principios son 7, primero se encuentra la rendición de cuentas, que como mencionábamos anteriormente la empresa muestra a sus *stakeholders* aspectos sociales, ambientales y financieros y sus impactos. Luego, se encuentra la transparencia, en donde la empresa evalúa estos impactos fundamentados en el tercer principio, el cual es el comportamiento ético.

En ese sentido, se comienza a ver involucrado en cada principio la ética y las buenas practicas que se deben tener en cuenta dentro de la empresa, dándole inicio al cuarto principio, el cual se basa en el respeto a las partes interesadas, a la ley, como quinto principio, a las partes involucradas como el sexto y finalmente la consideración a los derechos humanos como el séptimo y último principio. (Asturias, 2017)

Ciertamente, la implementación y estandarización de buenas prácticas no es una tarea fácil de realizar dentro de una organización, sin embargo, se pueden presentar algunos pasos para implementar un sistema de gestión de RSE, tomando un ejemplo de la norma GTC 180 la cual esta consensuada con la ISO 26000, en donde primero, se debe realizar el reconocimiento, priorización y diálogo con las partes interesadas. Posteriormente se realiza el diagnóstico interno y externo el cual debe ser estratégico y operacional. Luego, se crea el plan de acción estratégico y operacional. Acto seguido se realiza el plan de comunicaciones internas y externas. A partir de lo anterior, se ejecuta el plan de acción y el plan de comunicaciones. Ahora sí se realiza la gestión

del cambio, la documentación y se realiza un seguimiento a los resultados esperados y se miden las consecuencias. Por último, se realiza la revisión por parte de la dirección. (Asturias, 2017)

En consecuencia, la implementación de la Norma ISO 26.000 dentro de la empresa se basa en el desarrollo sostenible y todos los pasos anteriores se realizan con el fin de participar activamente como empresa y de igual manera como comunidad en aras de un desarrollo progresivo que traiga como resultado impactos positivos a todos los involucrados.

En resumen, una empresa contribuye a mejorar el bienestar dentro de una comunidad, renovando la calidad de vida de la población por medio de estrategias corporativas que deben tener objetivos puntuales y aspectos claros al momento de su planeación. Para ello se tienen en cuenta los principios básicos que aportan la Norma ISO 26.000 y los pasos necesarios para su correcto diseño, implementación, seguimiento y evaluación.

Finalmente, es importante tener en cuenta que al momento de realizar la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa, aplicando la Norma ISO 26.000 se debe tener en cuenta que el objetivo primordial es generar impactos sociales verdaderos y positivos, no solamente que sea un método para hacer mejor la imagen de la compañía o un modo para obtener beneficios de ley, pues “si en algo hay que progresar en materia de RSE en América Latina, no es tanto el comportamiento interno de la empresa, ni tan siquiera en la relación que está tenga con los grupos de interés afectados por ella, sino en materia del impacto real, social y ambiental de la sostenibilidad” (Escudero y García, 2014)

En conclusión, para que una organización participe de manera activa en la relación que tiene con su entorno, es importante que se implemente el dialogo, la comunicación y sobre todo que haya participación de las partes involucradas en aras de obtener beneficios mutuos que mejoren la comodidad y la calidad de vida de cada *stakeholder*. Es importante que la sociedad deje de considerar a la empresa como un núcleo imperante de poder y egoísmo, en donde los

beneficios solamente se ven identificados para sí misma. Por ello la Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación a las estrategias organizacionales reflejan que la comunidad es también importante y que considera a la comunidad como una prioridad. A pesar de que la totalidad de las actuaciones de la compañía van orientadas hacia los grupos de interés, es importante que estos también puedan participar subjetivamente a través del dialogo, en donde se muestre su posición al respecto y se tengan en cuenta cada una de las necesidades que manejan, de esa forma se logra que las participaciones de la comunidad familiaricen a la empresa con sus necesidades.

Capítulo 3. Resultados

Diagnostico.

Tabla 3: Tabla diseño de Instrumentos

Materia fundamental o variables	Indicadores que demuestran el cumplimiento de la materia fundamental	Preguntas	Instrumento y población objeto de estudio
Gobernanza de la organización	Desempeño Organizacional	¿Cree usted que los empleados de la empresa el cocinerito aplican el código de ética? Muy de acuerdo____ De acuerdo____ Indiferente____ En desacuerdo____ Muy en desacuerdo____	Encuestas - Empleados
Derechos humanos	Porcentaje de Inclusión laboral	¿Para usted la organización brinda oportunidades laborales a personas en situación de discapacidad? Siempre_____ Generalmente_____ Ocasionalmente_____ Casi nunca_____ Nunca_____	Encuesta - Gerente de recursos humanos, empleados.
Prácticas laborales	Condiciones de vida del trabajador.	¿La empresa garantiza en su trabajo, todos elementos de protección para el desarrollo de su jornada laboral?	Encuesta - Gerente de recursos humanos, empleados.

Muy de acuerdo____
 De acuerdo____
 Indiferente____
 En desacuerdo____
 Muy en
 desacuerdo____

¿Siente que sus
 opiniones son
 tenidas en cuenta
 por su jefe
 inmediato?

Siempre_____
 Generalmente_____
 Ocasionalmente_____
 Casi nunca_____
 Nunca_____

¿La Industria de
 alimentos el
 cocinerito le ha
 permitido a usted
 superarse como
 persona, ayudándole
 a cumplir sus metas?

Muy de acuerdo____
 De acuerdo____
 Indiferente____
 En desacuerdo____
 Muy en
 desacuerdo____

Medio ambiente

Huella ecológica

¿Considera usted
 que La organización
 desarrolla la debida
 disposición de los
 residuos sólidos?

Encuestas -
 Empleados

Muy de acuerdo____
 De acuerdo____
 Indiferente____
 En desacuerdo____
 Muy en
 desacuerdo____

		<p>¿La organización participa en jornadas de recuperación y embellecimiento de su ecosistema ambiental?</p> <p>Siempre _____ Generalmente _____ Ocasionalmente _____ Casi nunca _____ Nunca _____</p>	
Practicas justa de operación	Practicas anticorrupción	<p>¿Considera usted que la organización le ha incentivado o motivado a denunciar hechos de soborno o corrupción que se puedan presentar?</p> <p>Siempre _____ Generalmente _____ Ocasionalmente _____ Casi nunca _____ Nunca _____</p>	Encuestas - Empleados, proveedores, socios, clientes.
Asuntos de consumidor	Porcentajes de quejas y reclamos resueltos	<p>¿Cree usted que la organización analiza y/o gestiona las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias hechas por sus clientes?</p> <p>Muy de acuerdo _____ De acuerdo _____ Indiferente _____ En desacuerdo _____ Muy en desacuerdo _____</p>	Encuesta y observación- clientes, empleados.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Participación comunitaria	<p>¿Considera usted la empresa apoya las actividades culturales y/o _____</p>	Encuesta – Comunidad, empleados.

deportivas que
desarrolla la
comunidad de su
entorno?

Siempre _____
Generalmente _____
Ocasionalmente _____
Casi nunca _____
Nunca _____

Fuente: Autoría propia

Tabulación de las encuestas

Caracterización sociodemográfica

Tabla 4: Tabulación de género y edad

Genero	Casos	Edad	%	% Acumulado
Masculino	9	23 a	60%	60%
		41		100%
Femenino	6	32 a	40%	
		52		
Total	15		100%	

Fuente: Autoría propia

Tabla 5: Tabulación profesión de los encuestados

Profesión	Sexo	Casos	%	% Acumulado
Conductor	M	2	13%	13%
Trabajador	M	6	40%	53%
Estudiante	M	1	7%	60%
Ingeniero Industrial	M	1	7%	67%
Auxiliar Contable	F	2	13%	80%
Auxiliar de Nomina	F	1	7%	87%
Aux seguridad y salud en el trabajo	F	1	7%	93%
Contadora	F	1	7%	100%
Total		15	100%	

Fuente: Autoría propia

Tabla 6: Tabulación ocupación de los encuestados

Ocupación	Sexo	Casos	%	% Acumulado
Conductor	M	2	13%	13%
Empleados	M	6	40%	53%
Auxiliar de logística	M	1	7%	60%
Jefe de planta	M	2	13%	73%
Auxiliar Contable	F	2	13%	87%
Auxiliar de Nomina	F	1	7%	93%
Aux seguridad y salud en el trabajo	F	1	7%	100%
Total		15	100%	

Fuente: Autoría propia**Tabla 7: Tabulación estrato de los encuestados**

ESTRATO	Casos	%	% Acumulado
1	2	13%	13%
2	7	47%	60%
3	4	27%	87%
4	2	13%	100%
5	0	0%	100%
Total	15	100%	

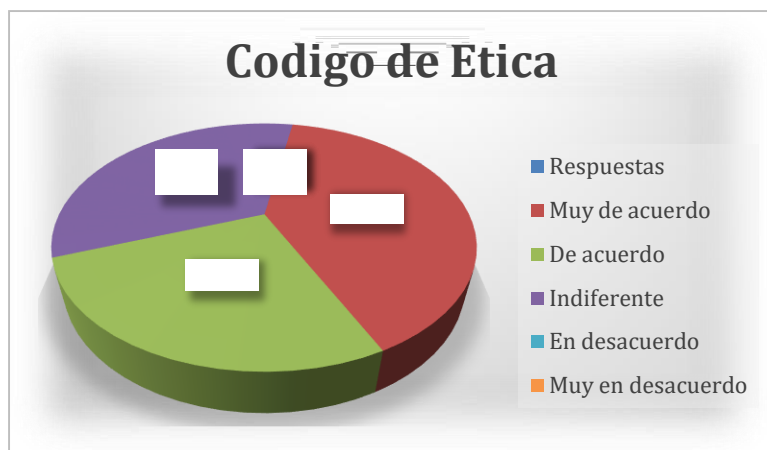
Fuente: Autoría propia**Tabulación del instrumento u encuesta.**

1. ¿Cree usted que los empleados de la empresa el cocinerito, aplican el código de ética?

Tabla 8: Tabulación respuestas pregunta 1

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	6	40%	40%
De acuerdo	4	27%	67%
Indiferente	5	33%	100%
En desacuerdo	0	0%	100%
Muy en desacuerdo	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 1: Gobernanza de la organización

Fuente: Autoría propia

Interpretación: Del gráfico analizamos que una gran parte de colaboradores representado por un 40% están muy de acuerdo con la aplicación del código de ética dentro de la empresa, se encuentra un 27% de los encuestados con una anotación de acuerdo. Por otra parte, un porcentaje representativo del 33% de los encuestados manifiesta que es indiferente, en el cual se debe trabajar para encontrar la causa de su indiferencia frente al código de ética de la empresa

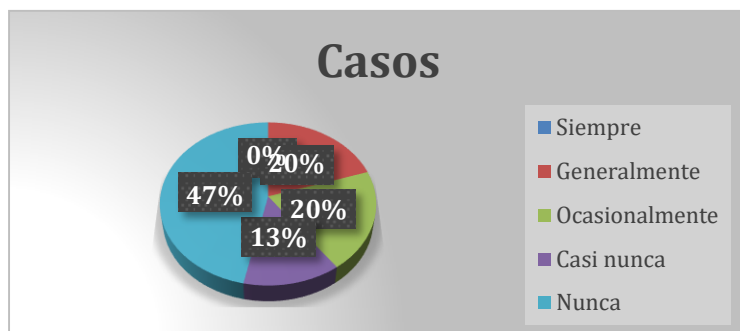
2. ¿Para usted la organización brinda oportunidades laborales a personas en situación de discapacidad?

Tabla 9: Tabulación respuestas pregunta 2

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Siempre	0	0%	0%
Generalmente	3	20%	20%
Ocasionalment e	3	20%	40%
Casi nunca	2	13%	53%
Nunca	7	47%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 2: Derechos humanos



Fuente: Autoría propia

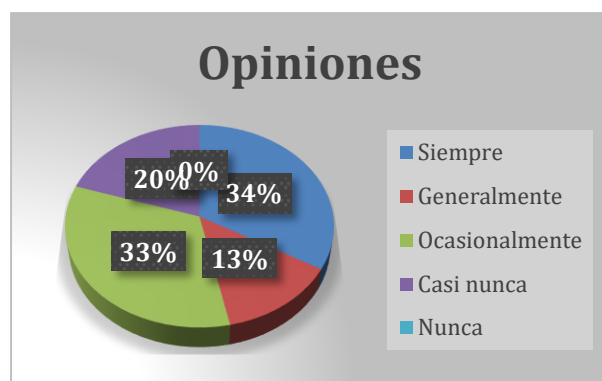
Interpretación: del gráfico se analiza que la mayoría de los colaboradores representado por un 47% confirman que la empresa da oportunidad laboral a personas discapacitadas y tan solo el 13% dicen que casi nunca, es más por conocimiento en el momento se encuentra en la empresa laborando una persona en condición de discapacidad.

3. ¿Siente que sus opiniones son tenidas en cuenta por su jefe inmediato?

Tabla 10: Tabulación respuestas pregunta 3

Respuestas	Casos	%	% Acumulad o
Siempre	5	34%	34%
Generalmente	2	13%	47%
Ocasionalment e	5	33%	80%
Casi nunca	3	20%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 3: Prácticas laborales.

Fuente: Autoría propia

Interpretación: la percepción del total de 15 encuestados muestra una alta tendencia a no tener en cuenta las opiniones del personal, considerando 33% que ocasionalmente son tenidas en cuenta y casi nunca el 20% solo el 34% (5 empleados) consideran que sus opiniones siempre son tenidas en cuenta y el 13% generalmente. Se debe entrar a revisar la causa de no tener en cuenta la opinión del 53% de los encuestados, las opiniones tenidas en cuenta en su mayor caso son por los empleados de mayor antigüedad.

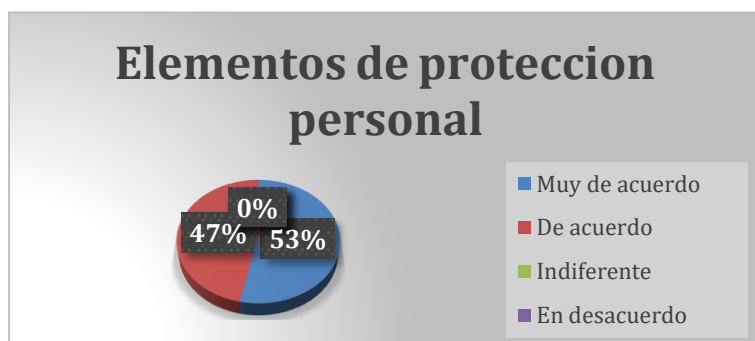
- 4 ¿La empresa garantiza en su trabajo, todos elementos de protección para el desarrollo de su jornada laboral?

Tabla 11: Tabulación respuestas pregunta 4

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	53%	53%
De acuerdo	7	47%	100%
Indiferente	0	0%	100%
En desacuerdo	0	0%	100%
Muy en desacuerdo	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 4: Prácticas laborales - Condiciones de vida



Fuente: Autoría propia

Interpretación: del gráfico analizamos que una mayor parte de colaboradores representado por un 53% (8 empleados) y 47% (7 empleados), aseguran que la empresa les provee todos sus elementos de protección personal para ejercer sus diferentes funciones.

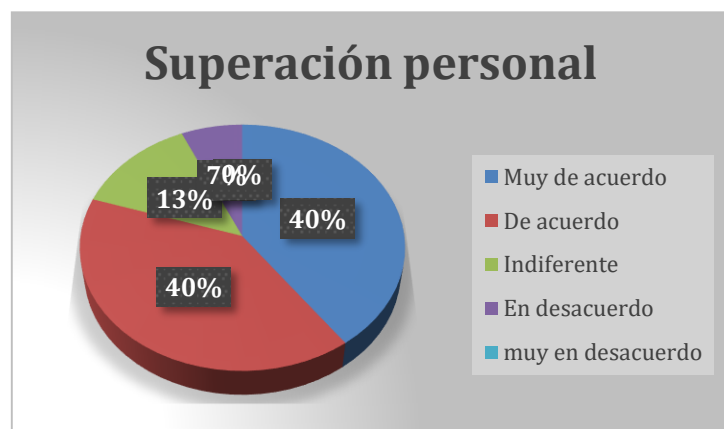
5. ¿La Industria de alimentos el cocinerito le ha permitido a usted superarse como persona, ayudándole a cumplir sus metas?

Tabla 12: Tabulación respuestas pregunta 5

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	6	40%	40%
De acuerdo	6	40%	80%
Indiferente	2	13%	93%
En desacuerdo	1	7%	100%
Muy en desacuerdo	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 5: Prácticas laborales - superación



Fuente: Autoría propia

Interpretación: del gráfico se analiza que la mayor parte de colaboradores representado por un 80% sienten que la empresa les ha permitido superarse y cumplir sus metas, un 13% le es indiferente, mientras el 7% está en desacuerdo.

6. ¿Considera usted que la organización le ha incentivado o motivado a denunciar hechos de soborno o corrupción que se puedan presentar?

Tabla 13: Tabulación respuestas pregunta 6

Respuestas	Casos	%	% Acumulad o
Siempre	5	34%	34%
Generalmente	5	33%	67%
Ocasionalment e	3	20%	87%
Casi nunca	2	13%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 6: Practicas justas de operación



Fuente: Autoría propia

Interpretación: la percepción del total de encuestados muestra un alto porcentaje 67% a la motivación de denunciar los diferentes hechos de corrupción que se puedan presentar dentro de la empresa, tan solo el 13% dice no estar motivado.

7 ¿Considera usted que la organización desarrolla la debida disposición de los residuos sólidos?

Tabla 14: Tabulación respuestas pregunta 7

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	12	80%	80%
De acuerdo	2	13%	93%
Indiferente	1	7%	100%
En desacuerdo	0	0%	100%
Muy en desacuerdo	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 7: Medio ambiente - Disposición



Fuente: Autoría propia

Interpretación: del grafico podemos observar que la alta tendencia a la correcta disposición de los residuos sólidos, con un porcentaje del 93%, tan solo el 7% muestra su indiferencia al tema, hay que tener en cuenta que la empresa busca la capacitación continua de sus empleados.

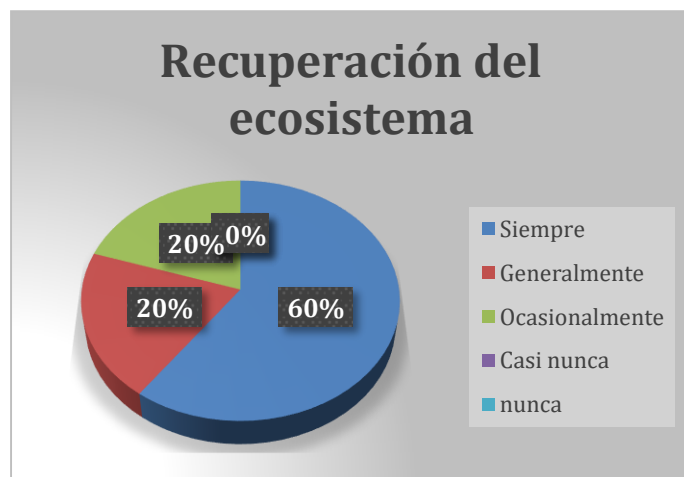
8. ¿La organización participa en jornadas de recuperación y embellecimiento de su ecosistema ambiental?

Tabla 15: Tabulación respuestas pregunta 8

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Siempre	9	60%	60%
Generalmente	3	20%	80%
Ocasionalmente	3	20%	100%
Casi nunca	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 8: Medio ambiente - Huella ecológica



Fuente: Autoría propia

Interpretación: del gráfico se observa que el 100% de los empleados aseguran que la compañía participa en la realización de jornadas para recuperar el ecosistema.

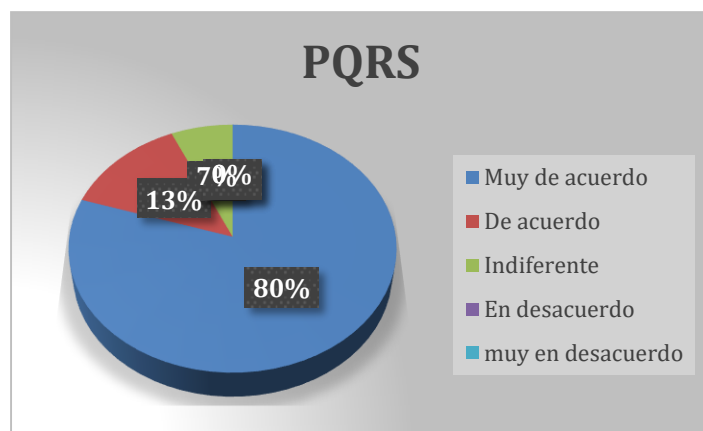
9. ¿Cree usted que la organización analiza y/o gestiona las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias hechas por sus clientes?

Tabla 16: Tabulación respuestas pregunta 9

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	12	80%	80%
De acuerdo	2	13%	93%
Indiferente	1	7%	100%
En desacuerdo	0	0%	100%
Muy en desacuerdo	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 9: Asuntos de consumidor



Interpretación: del gráfico podemos observar una alta tendencia con el 93% (14 empleados) la atención de las PQRS, por otra parte, tan solo el 7% muestra su indiferencia al tema.

10 ¿Considera usted la empresa apoya las actividades culturales y/o deportivas que desarrolla la comunidad de su entorno?

Tabla 17: Tabulación respuestas pregunta 10

Respuestas	Casos	%	% Acumulado
Siempre	9	60%	60%
Generalmente	3	20%	80%
Ocasionalment e	3	20%	100%
Casi nunca	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	15	100%	

Fuente: Autoría propia

Grafica 10: Participación activa y desarrollo de la comunidad

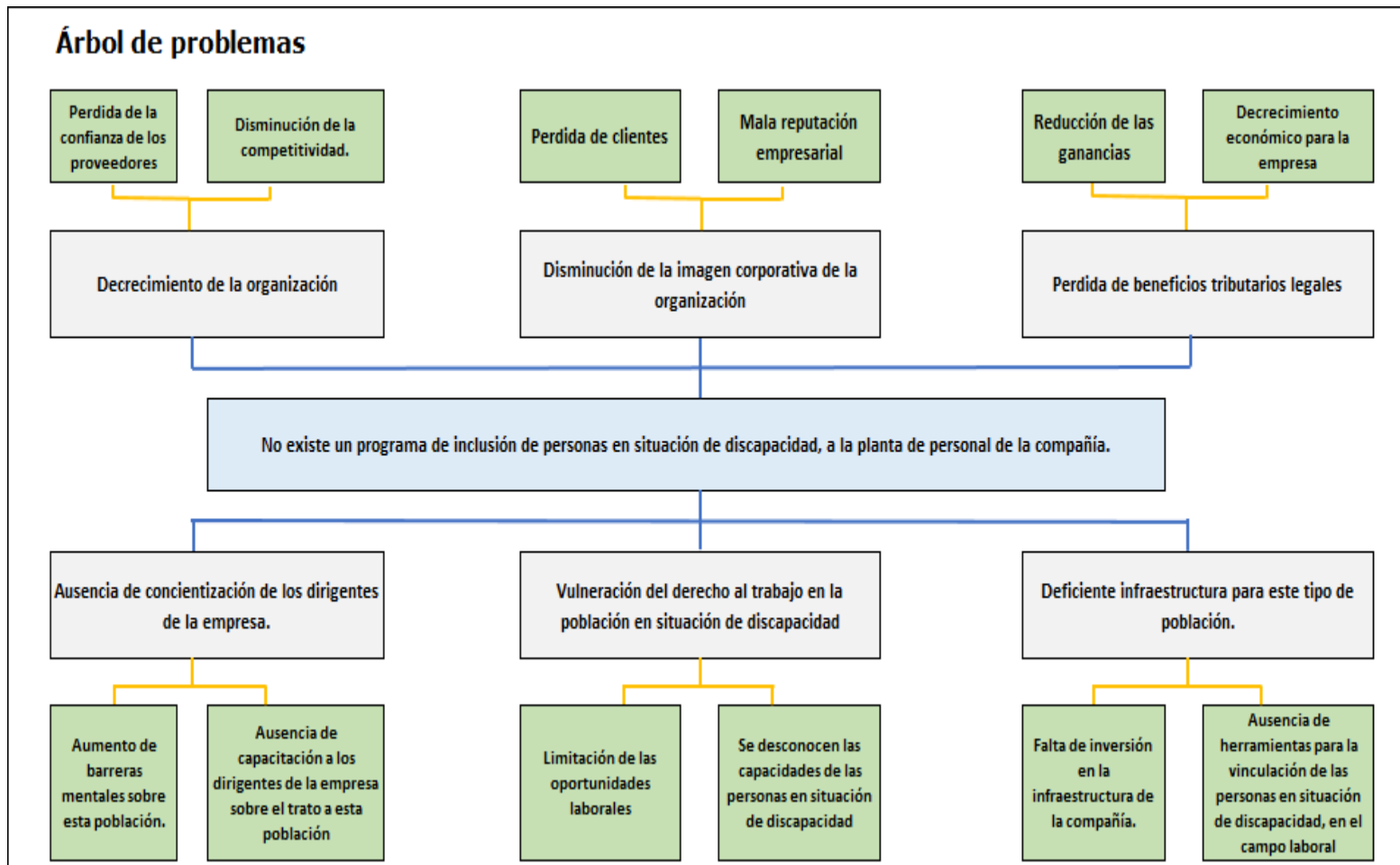


Fuente: Autoría propia

Interpretación: la percepción del total de encuestados muestra un porcentaje 100% el cual considera que la empresa desarrolla diferentes actividades culturales y deportivas.

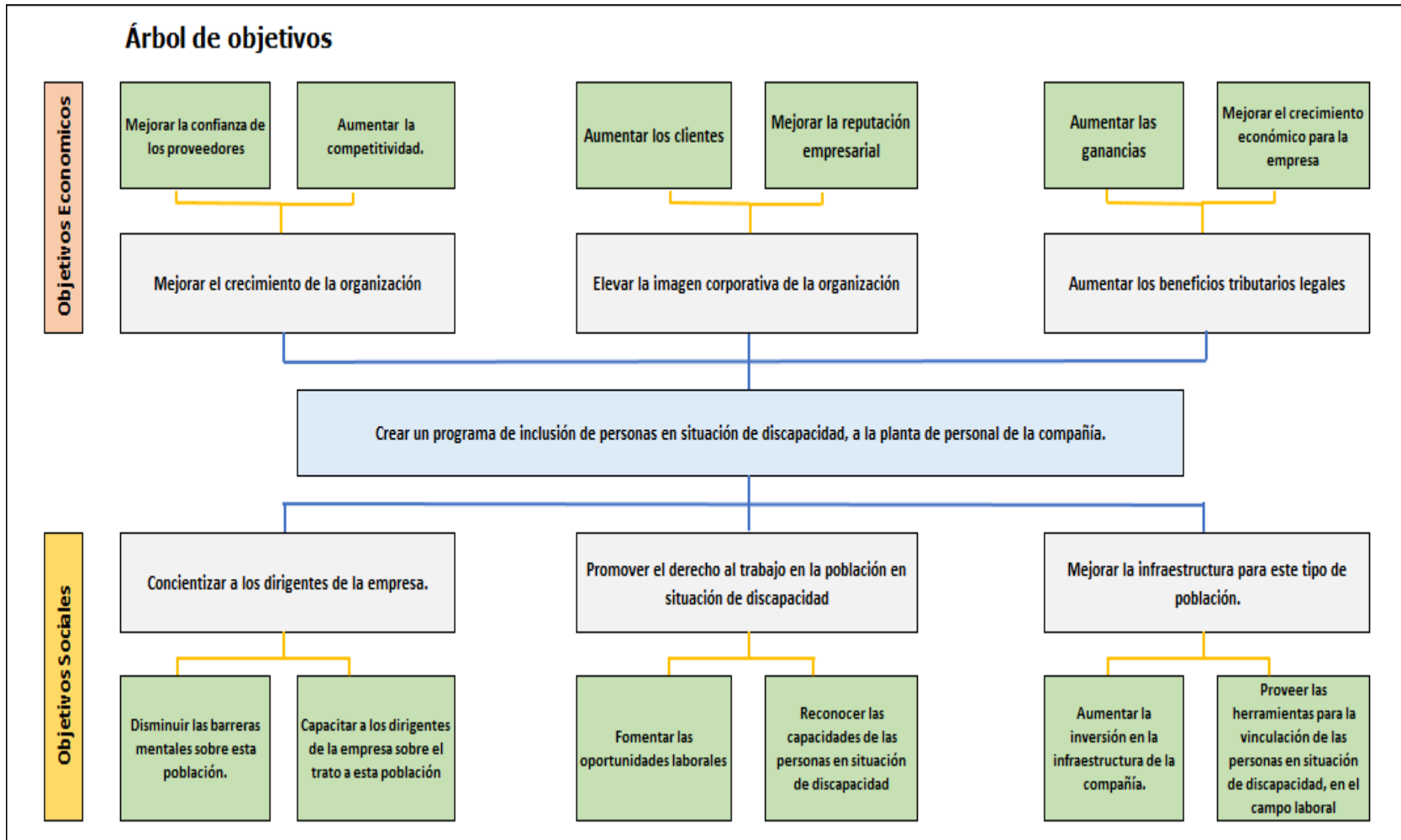
Matriz de marco lógico.

Ilustración 2: Árbol de problemas El Cocinerito



Fuente: Autoría propia

Ilustración 3: Árbol de objetivos el Cocinerito



Fuente: Autoría propia

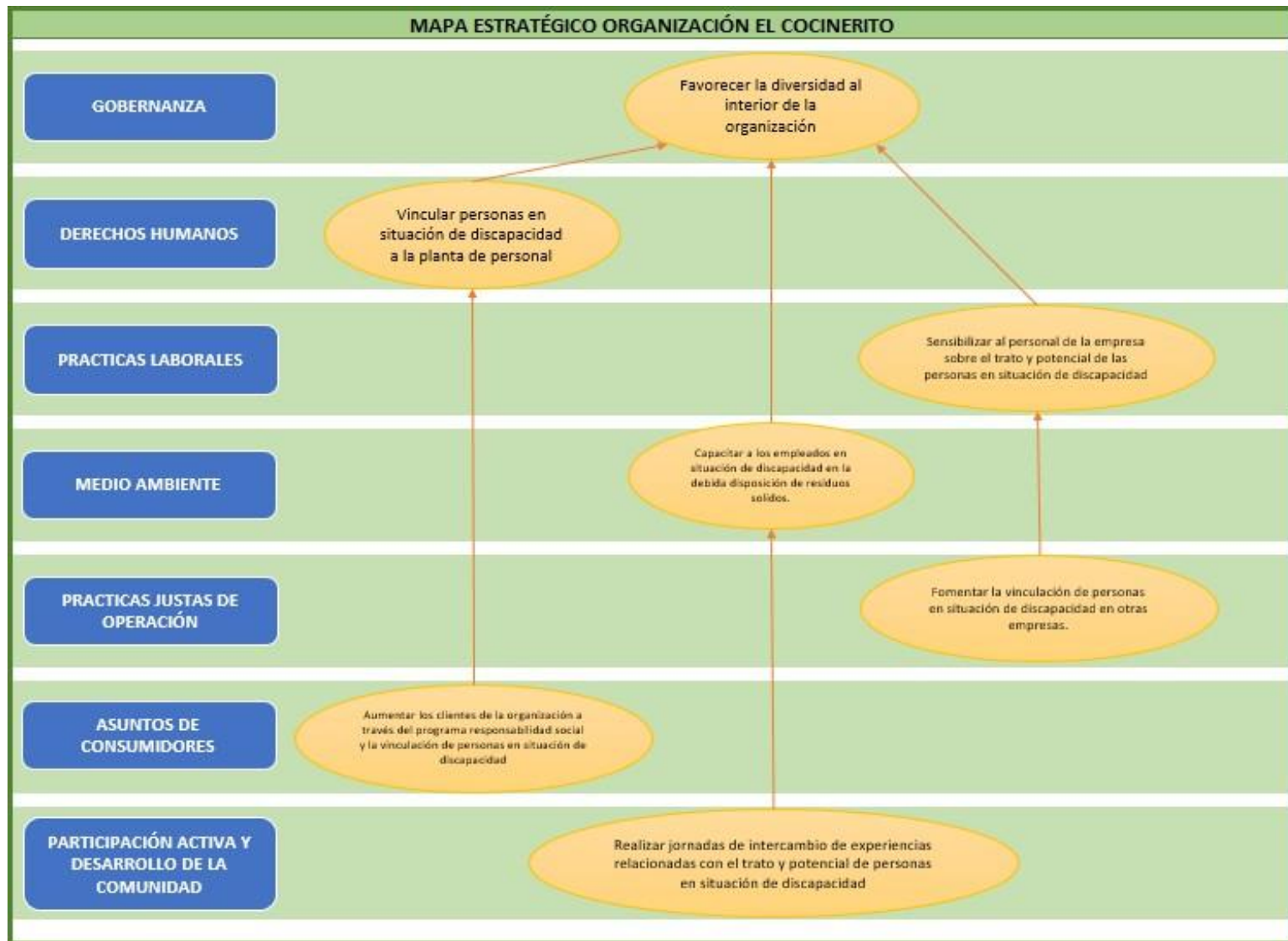
Mapa estratégico

Tabla 18: Matriz de grupos de interés

MATRIZ DE GRUPOS DE INTERES INDUSTRIA DE ALIMENTOS EL COCINERITO		
GRUPO DE INTERES O SKATEHOLDER	INTERES O EXPECTIVA	ESTRATEGIA
Comunidad	Vinculación de la empresa con su entorno social, ambiental y económico.	<p>Participar y apoyar las jornadas sociales y ambientales lideradas por la comunidad, como es el caso de eventos deportivos, culturales y actividades de sostenimiento medio ambiental.</p> <p>Vincular laboralmente a la comunidad de su entorno, incluyendo personas en situación de discapacidad.</p>
Clientes	Respuesta oportuna de las PQRS y cumplimiento oportuno de los productos y servicios ofertados.	Atender las solicitudes de los clientes, en un tiempo previamente establecido.
Empleados	Bienestar laboral con asignación salarial justa, incentivos y/o estímulos por las labores realizadas y contribución de la empresa con el desarrollo personal y profesional.	<p>Fortalecer los programas de bienestar empresarial.</p> <p>Generar un programa de estímulos y reconocimiento para los empleados.</p> <p>Establecer alianzas con diversas entidades, que generen aportes significativos en el crecimiento personal de los colaboradores.</p>
Proveedores	Cumplimiento de los contratos o condiciones pactadas.	Afianzar los vínculos con los abastecedores, cumpliendo a cabalidad los términos pactados contractualmente

Fuente: Autoría propia

Ilustración 4: Mapa estratégico



Fuente: Autoría propia

Capítulo 4. Plan de mejoramiento

Plan de acción y de seguimiento.

Con el fin de forjar los planes de sostenibilidad ambiental y defensa del medio al ambiente es recomendable poner en marcha un proyecto de mejora contribuyendo con un aporte económico con la intención de ejecutar modificaciones considerables en la infraestructura, en compañía del área de Talento Humano , El COCINERITO se enfoca en fortalecer sus diferentes áreas con el objetivo de que el medio ambiente no se deteriore , también se busca ser más competitivos y lograr un posicionamiento en el mercado.

Tabla 19: Plan de acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Incrementar los ingresos y mejorar el posicionamiento en el sector industrial.	Que los productos sean de calidad Invertir en nuevas tecnologías (plataformas digitales)	6 meses	\$10.000.000	% Porcentaje de crecimiento de ventas mensuales, y el crecimiento de nuevos clientes trimestrales.
Social	Mejor el área de talento Humano	Igualdad de oportunidades Capacitaciones	4 meses	15.000.000	Porcentaje de colaboradores que corresponde a grupos de exclusión (Discapacitados) Número y Porcentaje de colaboradores sobre el total de la nómina que

Ambiental	Control al medio ambiente	<p>Optimizar recursos naturales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Reciclaje <p>Trabajar con panel solar</p>	1 año	\$17.000.000	participan en las capacitaciones. Cantidad total de remanente por tipos, finalidad y procedimiento de tratamiento (Peso y Volumen).
-----------	---------------------------	---	-------	--------------	---

Fuente: Autoría propia

Conclusiones

Con el desarrollo de esta actividad hemos logrado una mejor contextualización sobre RSE mediante la aplicación de nuestros conocimientos en la empresa seleccionada EL COCINERITO la cual fue nuestra propuesta al inicio del curso visionándolos en el Ámbito Social y sus problemáticas definidas, forjando la información de resultados prácticos y formando notablemente nuestra formación personal y profesional.

Logramos una mejor apropiación sobre la importancia de las herramientas que nos da la implementación de RSE, enfocándonos dentro de una organización, convirtiéndonos en excelentes administradores de los recursos, optimizando nuestro pensamiento, llevando a cabo los objetivos propuestos, generando ideas innovadoras para el futuro nuestra carrera profesional y como personas, obteniendo una visión eficaz en cada momento de nuestras vidas

Referencias bibliográficas

- Aguirre, A., Castillo, A. M. Y Tous, D. (1991). Administración de empresas. Málaga: Ed. Edinford. p.40.
- Argandoña, A. (1998). La teoría de los stakeholders y el bien común. Documento de Investigación. No. 355. Universidad de Navarra, Barcelona. España.
- Banamex (2008). Fomento Social Banamex: Programa de Responsabilidad Social con Consejeros Banamex. Consultada el 3 de marzo de 2009 en: www.banamex.com
- Bestratén, M.I. y Pujol, L. 2004. Responsabilidad social de las empresas (I y II). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, Centro Nacional de Condiciones de Trabajo [www.mtas.es/inst./ntp/ntp_643.htm].
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. Revista Empresa y Humanismo, 2, 79. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search-ebsohost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live>
- Congreso internacional de contaduría, administración e informática (2015). Cómo gestionar la responsabilidad social empresarial desde las pymes en Colombia. Recuperado de: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/12.01.pdf>
- Diaz. 2014. «Elementos de la RSE». Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado 21 de febrero de 2021 (<https://yazminsanchezdiaz.wordpress.com/elementos-de-la-rse/>).
- 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>

García-Marzá, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial. Recuperado el 21 de 03 de 2014, de <http://www.revistaveritas.cl/wpcontent/uploads/2007/09/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-DE-LA-EMPRESA.pdf>

Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 6(1), 1–28. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132100014&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pérez Espinoza, J.M., Espinoza Carrión, C. & Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea], 8 (3). pp. 169 - 178. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>

Rodríguez, R., Dopico, A. & Gonzales, E. (S.f). La responsabilidad social empresarial. Un acercamiento a la realidad empresarial de Galicia. 309-324.

Vargas-Chaves, I & Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. Jurídicas, 2, 42. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.61c76f17644f498cba5f59d3917aefb9&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Anexos

Anexo A. Código de ética.

Código de Ética para la Empresa Industria de Alimentos EL COCINERITO

INTRODUCCIÓN

A través del siguiente código de ética de industrias de alimentos el COCINERITO, se busca promover los valores éticos en el personal del Cocinerito, a partir de los cuales puedan desarrollar un comportamiento responsable y eficaz en el ejercicio de sus funciones, que contribuyan al beneficio del trabajador, a nivel interpersonal e inter-organizacional, así como de nuestras partes interesadas (clientes, proveedores, contratistas, otros). Establecer las bases de una cultura organizacional en el trabajo, orientada hacia el compromiso institucional, con predominio de la comunicación, creatividad, solidaridad, trabajo en equipo y apertura al cambio, generando un adecuado clima laboral. Establecer estímulos e incentivos para el personal del Cocinerito para el cumplimiento de los principios, deberes y obligaciones establecidas en el presente Código de Ética; así como mecanismos de protección a favor del personal que denuncie el incumplimiento de las disposiciones del presente Código de Ética, satisfacer la expectativa de los clientes y trabajadores de los productos y servicios otorgados por EL COCINERITO, toda vez que son ellos quienes establecen el estándar de conducta de sus trabajadores. Propender a la probidad del personal, previniendo que se presenten conflictos de intereses y/o se incurra en actos de corrupción.

¿Quiénes deben cumplir este código de ética?

Todos los colaboradores, miembros de junta directiva, contratistas y proveedores sin distinción de cargo.

CONFIDENCIALIDAD EMPRESARIAL

El personal del COCINERITO debe guardar reserva respecto de hechos o informaciones de los que tenga conocimiento con motivo o en ocasión del ejercicio de sus funciones y labores, se refiere a cualquier información técnica, comercial, contable, financiera, empleados, socios. Así mismo, el personal debe ser diligente en el manejo de la información que conoce, debe promover y preservar el prestigio de la organización.

Como un valor o ideal común que pertenece a todos por ser parte de ella, evitar revelar los hechos, datos, procedimiento y documentación confidencial de acuerdo a las directrices emanadas de la Gerencia General, salvo a efecto de cumplir sus responsabilidades legales o administrativas. Esta obligación subsiste aún después de cesar en sus funciones. Evitar el mal uso de información privilegiada, obtenida como consecuencia del desempeño propio del cargo o función que realiza en dependencias del COCINERITO. El personal del COCINERITO no podrá sacar provecho o beneficio económico alguno por el uso de la información a la que tenga acceso en cumplimiento de sus funciones, salvo que se trate de información de dominio público o propio de su competencia. También se entenderá como mal uso de información privilegiada el acceder a

la información que el COCINERITO produzca y que no sea requerida por su función o cargo que desempeña.

CONFLICTO DE INTERÉS

Todo Colaborador Directo o Temporal, Proveedor, Contratista, Inversionista, Accionista y/o Cliente del COCINERITO, tiene el deber de informar de inmediato cualquier situación que pueda ser considerada como un potencial o real conflicto de intereses y no debe esperar a que esta información sea solicitada.

No se debe hacer uso de nuestra posición laboral para tener beneficios indebidos.

"Existe un conflicto de intereses cuando el Colaborador Directo o Temporal, Proveedor, Contratista, Inversionista, Accionista y/o Cliente, directa o indirectamente tiene un interés personal que puede interferir con sus decisiones y actuaciones dentro de las funciones que desarrolla, o los servicios que presta para la empresa, o en el desarrollo del negocio".

De antemano agradecemos su compromiso con el COCINERITO.

CONDUCTA INTERNA

Colaboración

Todos los colaboradores del COCINERITO, deberán trabajar bajo una cultura de colaboración y apegados al Estilo COCINERITO, la cual busca resolver problemas de manera conjunta, con gente comprometida, innovadora y alineada a procesos.

Innovación

En el COCINERITO desde nuestro origen, nos hemos caracterizado por ser una empresa en crecimiento constante, basada en la innovación y la confianza que el consumidor deposita en nuestra marca. Todas las actividades que realices deberán estar alineadas a alguna estrategia o iniciativa mismas que suman a la innovación de nuestras soluciones y de nuestra propia empresa.

Utilización de Recursos para Beneficio Personal

Las herramientas de trabajo, maquinaria, equipo, software, papelería (activos) que el COCINERITO les proporciona a los colaboradores para el desempeño de sus labores, deberán utilizarse sólo para las actividades designadas a cada persona. El mal uso personal de estos elementos es una falta o violación al Código.

Honestidad y Confianza

Debemos desarrollar todas nuestras relaciones con integridad, ética y responsabilidad. Ser honestos en nuestra forma de hacer nuestro trabajo y en la relación con los compañeros de trabajo, clientes y proveedores.

Protegemos confiablemente la información que nos han suministrado de la compañía, clientes, proveedores, empleados y socios.

Salud, Seguridad y Ambiente de Trabajo

En el COCINERITO estamos comprometidos a proveer un ambiente laboral seguro y saludable, controlando los peligros y los riesgos para nuestros colaboradores, su entorno y el medio

ambiente a través de una cultura de prevención integrada en nuestras decisiones y operaciones, cumpliendo con los requerimientos legales aplicables en cada una de nuestras unidades operativas.

El Cuerpo Directivo lidera este esfuerzo que se gestiona en todos los niveles de la organización, en donde cada uno de los integrantes somos responsables tanto de nuestra seguridad, como la de nuestros compañeros.

En todas nuestras operaciones, la higiene, la seguridad y el ambiente son tan importantes como la calidad, la productividad y el costo, lo que nos compromete a mejorar continuamente los estándares, la cultura y el desempeño en temas de higiene, seguridad y ambiente.

Empleados y contratistas están en la obligación de detener trabajos que se realicen de forma insegura.

Los contratistas deben comprometerse con la salud, seguridad y ambiente de trabajo.

FAVORES COMERCIALES

1. Los empleados deben abstenerse de ofrecer o aceptar dinero, presentes, comidas, entretenimientos, o cualquier otro beneficio, si dicho comportamiento puede comprometer la ética comercial o crear la impresión de que constituye una influencia inadecuada respecto de la correspondiente relación comercial con proveedores o clientes.
2. Como parte de las actividades comerciales de las marcas, productos o servicios que se ofrecen o se reciben, los empleados pueden aceptar u ofrecer presentes (regalos, comidas, entretenimientos, viajes o cualquier otro beneficio promocional) de clientes o proveedores, siempre y cuando se encuentren permitidos en la legislación aplicable y su valor sea simbólico o modesto. En todo caso, el trabajador debe poner en conocimiento de esta situación al jefe inmediato y a la respectiva área legal o de cumplimiento para confirmar si la actividad es procedente.
3. Las invitaciones a eventos, visitas o actividades en general que implican viajes nacionales o internacionales pagados por terceros clientes o proveedores (activos o prospectos), no están permitidos. Sin embargo, si dicha invitación hace parte de un proceso de capacitación, de formación, o demostración, la aceptación a dicha invitación debe ser revisada y autorizada previamente: si es viaje nacional, por la Vicepresidencia respectiva; si es internacional, por la Presidencia.
4. Los empleados deben abstenerse de utilizar su cargo o posición dentro de la compañía para obtener un beneficio particular con relación a pagos, descuentos, viajes o alojamiento u otros, por parte de clientes o proveedores con los cuales exista una relación comercial activa o que este en proceso de negociación. Salvo aquellos beneficios corporativos que la empresa haya acordado previamente con el cliente o proveedor para sus empleados en general.

5. La invitación a clientes o proveedores para participar con material promocional, obsequios u otros, sólo es posible si corresponde a eventos corporativos administrados por la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.

CONTRAVENCIONES

Los procedimientos corporativos y las reglas de comportamiento que rigen el actuar de los colaboradores del COCINERITO se fundamentan en el cumplimiento de la Constitución, las leyes, decretos y actos administrativos emitidos por las autoridades, entes de vigilancia y control, a nivel nacional. Es obligación de los empleados del COCINERITO conocer y cumplir las normas y procedimientos establecidos en este Código y aquellos que sean aplicables a sus actuaciones relacionadas con sus funciones, así como el actuar dentro de los límites y alcances de sus facultades.

NEGOCIACIONES

Las negociaciones deben buscar siempre la excelencia, éstos deberán contar con los niveles de especialización y eficiencia acordes a las competencias de precios y calidad requeridas por el COCINERITO. A la vez, se deben acordar compensaciones económicas razonables y cumplir fielmente las obligaciones que hemos asumido con nuestros proveedores, en cuanto a nuestros clientes buscar en las negociaciones el punto de equilibrio donde el COCINERITO ofrezca precios competitivos y productos de excelente calidad.

En ningún caso están permitidos pagos para obtener beneficios e influir en la toma de decisiones.

USO DE LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

La información confidencial es aquella información que no es de conocimiento público o que aún no lo es. La misma incluye secretos comerciales, planes de negocios, comercialización y servicios, puntos de vista del consumidor, ideas de ingeniería y fabricación, recetas de productos, diseños, bases de datos, registros, información sobre sueldos y cualquier otra información financiera o de otra índole no publicada. El éxito constante del COCINERITO depende del uso de su información confidencial y de su no divulgación a terceros. A menos que así lo exija la ley o lo autorice la Dirección de la empresa, los empleados no revelarán la información confidencial ni permitirán su divulgación. Esta obligación subsiste una vez extinguida la relación laboral. Además, los empleados deben utilizar sus mejores esfuerzos a fin de impedir la revelación no intencional de la información teniendo especial cuidado al guardar o transmitir la información confidencial. El COCINERITO respeta el hecho de que los terceros tengan un interés similar en proteger su información confidencial. En caso de que terceros tales como socios de una alianza comercial (joint venture), proveedores o clientes compartan información confidencial con El COCINERITO, dicha información recibirá el mismo cuidado que recibe la información confidencial del COCINERITO. En este mismo sentido, los empleados protegerán la información confidencial que hayan obtenido durante sus empleos anteriores.

COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS

Para la industria de alimentos el Cocinerito es muy importante establecer diversos canales de comunicación con todos nuestros clientes, proveedores, colaboradores, accionistas, aliados y demás actores correspondientes, con el objetivo de escucharlos y así generar lazos estrechos de confianza. En aras de esta intención, la organización dispone diferentes medios como lo son las redes sociales, el correo electrónico, buzón de sugerencias y líneas telefónicas, los cuales serán gestionados por personal profesional e idóneo perteneciente al departamento de comunicaciones corporativas.

Es importante aclarar que la industria de alimentos el cocinerito se abstendrá de responder correos electrónicos o mensajes en redes sociales, de carácter injurioso, ofensivo, soez o relacionados. Dicho esto, se recomienda a que todas las comunicaciones que se establezcan con esta compañía, sean referidas de manera profesional y con el mayor respeto posible.

Para los colaboradores internos de la industria de alimentos el Cocinerito, se recomienda se haga el uso responsable de las redes sociales, en especial en situaciones que acarreen interrelación directa con la compañía. Para ello es importante dejar claridad que las publicaciones o expresiones manifestadas a través de estos medios, son a título personal y no representan la posición de la empresa.

Cabe aclarar que las comunicaciones oficiales serán emitidas únicamente por los portavoces oficiales y autorizados que dispone industria de alimentos el cocinerito para su fin. Ningún colaborador diferente a los acreditados deberá salir a dar declaraciones de interés público que puedan perjudicar la reputación o que afecten las diferentes relaciones estratégicas que tiene la empresa.

CULTURA, SOCIAL Y RELIGIÓN

Cultural: Industrias el COCINERITO inicia y forja la práctica de la cultura a través de diferentes actividades y cursos Educativos implementados para la población afiliada y la comunidad en general, conservando tradiciones culturales e históricas del País.

Social: EL COCINERITO, trabaja para mantener un enfoque basado en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Religión: Industria el COCINERITO, promulga los principios de libertad de culto, referenciado en la constitución política nacional del artículo 19 “Se garantiza la libertad de cultos. Toda persona tiene derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva. Todas las confesiones religiosas e iglesias son igualmente libres ante la ley.”

MARCO NORMATIVO

Se debe actuar con integridad en todas las actividades que se organicen a nombre de la compañía.

Establecer relaciones íntegras con los representantes de las entidades oficiales para crear lazos desinteresados.

Realizar los trámites ante las entidades gubernamentales cumpliendo todos los requisitos de ley.

Responsabilidad de que los alimentos que se produzcan, almacenen, vendan o se transportan dentro de la empresa sean seguros.

Transparencia se informarán inmediatamente a las autoridades competentes si se tiene razones para que los alimentos que estén bajo nuestra responsabilidad no son seguros.

Se trabajará y se cooperará con las autoridades en las acciones que se hagan dentro de nuestra empresa para reducir riesgos.

Se someterá a control el proceso de la elaboración de nuestros productos para ver qué riesgo se generan en su proceso.

Se retirarán inmediatamente del mercado todos los alimentos si se tiene razones para creer que no son seguros.

La empresa se compromete a no comercializar alimentos que no sean seguros para el consumo.

Se debe cumplir estrictamente con todas las leyes, regulaciones y normas aplicables a los servicios que prestamos dentro de la empresa.

Link de acceso: https://drive.google.com/file/d/1W4-mJczfGN3YxzvBm5AkBVB_XVAtObVF/view?usp=sharing

Anexo B. Formato de recolección de información

Se realizó la técnica cuantitativa aplicable, manejando la encuesta como mecanismo. A continuación se muestra el modelo de encuesta aplicado.

ENCUESTA INDUSTRIA DE ALIMENTOS EL COCINERITO

Caracterización demográfica.

Edad: _____

Profesión: _____

Ocupación: _____

Género: Masculino _____ Femenino _____

Estrato: _____

1. ¿Cree usted que los empleados de la empresa el cocinerito aplica el código de ética?

Muy de acuerdo ___ De acuerdo ___ Indiferente ___ En desacuerdo ___ Muy en
desacuerdo ___

2. ¿Para usted la organización brinda oportunidades laborales a personas en situación de discapacidad?

Siempre ___ Generalmente ___ Ocasionalmente ___ Casi nunca ___ Nunca ___

3. ¿Siente que sus opiniones son tenidas en cuenta por su jefe inmediato?

Siempre ___ Generalmente ___ Ocasionalmente ___ Casi nunca ___ Nunca ___

4. ¿La empresa garantiza en su trabajo, todos elementos de protección para el desarrollo de su jornada laboral?

Muy de acuerdo____ De acuerdo____ Indiferente____ En desacuerdo____ Muy en desacuerdo____

- 5. ¿La Industria de alimentos el cocinerito le ha permitido a usted superarse como persona, ayudándole a cumplir sus metas?**

Muy de acuerdo____ De acuerdo____ Indiferente____ En desacuerdo____ Muy en desacuerdo____

- 6. ¿Considera usted que la organización le ha incentivado o motivado a denunciar hechos de soborno o corrupción que se puedan presentar?**

Siempre ____ Generalmente ____ Ocasionalmente ____ Casi nunca ____ Nunca ____

- 7. ¿Considera usted que La organización desarrolla la debida disposición de los residuos sólidos?**

Muy de acuerdo____ De acuerdo____ Indiferente____ En desacuerdo____ Muy en desacuerdo____

- 8. ¿La organización participa en jornadas de recuperación y embellecimiento de su ecosistema ambiental?**

Siempre ____ Generalmente ____ Ocasionalmente ____ Casi nunca ____ Nunca ____

- 9. ¿Cree usted que la organización analiza y/o gestiona las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias hechas por sus clientes?**

Muy de acuerdo____ De acuerdo____ Indiferente____ En desacuerdo____ Muy en
desacuerdo____

**10. ¿Considera usted la empresa apoya las actividades culturales y/o deportivas que
desarrolla la comunidad de su entorno?**

Siempre ____ Generalmente____ Ocasionalmente____ Casi nunca____ Nunca____