

**Propuesta para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial basados en
la ISO 26000 en la Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S**

Clara Inés Camero Sons

Claudia Tatiana Ramos Barragán

Daniel Guillermo Palacio Galvez

Wilson Fabián Acosta

Yudy Alexandra Romero

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Noviembre 2021

**Propuesta para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial basados en
la ISO 26000 en la Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S**

Clara Inés Camero Sons

Claudia Tatiana Ramos Barragán

Daniel Guillermo Palacio Galvez

Wilson Fabián Acosta

Yudy Alexandra Romero

Asesor

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Noviembre 2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Capítulo 1. Antecedentes	8
Introducción	9
Problema	9
Objetivos.....	10
Capítulo 2. Marcos Referenciales	11
Marco conceptual.....	11
Marco Teórico.....	13
Marco institucional	18
Marco Legal	20
Capítulo 3. Resultados	23
Diagnóstico	23
Matriz de Marco Lógico	23
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	30
Plan de Acción y de Seguimiento	30
Conclusiones.....	33
Referencias.....	35
Anexos	37

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica</i>	30
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social</i>	31
Tabla 3. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental</i>	32

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Árbol de problemas para la empresa PABEM S.A.S</i>	26
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos para la empresa PABEM S.A.S</i>	28
Figura 3. <i>Mapa Estratégico para la empresa PABEM S.A.S</i>	29

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética.....	37
Anexo B. Formato de Recolección de Información.....	37

Resumen Analítico Especializado

Título	
Autores	Clara Inés Camero Sons, Claudia Tatiana Ramos Barragán, Daniel Guillermo Palacio Galvez, Wilson Fabián Acosta, Yudy Alexandra Romero.
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Henry Hurtado
Año	2021
Palabras clave	Desarrollo, empresa, ética, responsabilidad, sostenibilidad.
Resumen	En este documento se evidencia el desarrollo de la propuesta para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial basados en la ISO 26000 en la Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S demostrada con el progreso de fase a fase.
Problema de investigación	La organización PABEM no presenta un plan que clasifique y establezca actividades de Responsabilidad Social directamente relacionadas con su impacto comercial en el entorno, además de no implementar programas de conservación y cuidado del medio ambiente.
Metodología	Se realizó una investigación cualitativa.
Principales resultados	Identificar oportunidades de mejora, establecer actividades que proporcionen seguridad y ampliación del conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial basados en la ISO 26000.
Conclusiones	En el desarrollo de la actividad se logró evidenciar por medio del diagnóstico realizado la situación actual de la organización Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S en cuanto a la promoción y la aplicación de actividades relacionadas con la ejecución pertinente de la Responsabilidad Social Empresarial, permitiendo así plasmar acciones pertinentes para fortalecer los procesos de acuerdo con la ISO 26000. La RSE, permite a las compañías ejecutar programas que abarquen las espacios social, económica y ambiental en busca de la mejora continua, el bienestar de la sociedad, así mismo el de sus colaboradores. Se identificaron falencias, posibles causas y consecuencias, además de contribuir con la formulación de estrategias encaminadas a mitigar las faltas presentadas e incorporar soluciones oportunas.
Referencias	Pg 35-36.

Resumen

En este documento se evidencia el desarrollo de la propuesta para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial basados en la ISO 26000 en la Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S demostrada con el progreso de fase a fase. En el primer capítulo se puede encontrar conjunto con la fase inicial la identificación de los antecedentes que consta del planteamiento del problema central, objetivo general y específicos, en el siguiente capítulo se encuentra el mapa conceptual con los respectivos términos de reconocimiento de la ética empresarial, de esta forma se complementa con el marco teórico que facilita la comprensión de las características de la RSE y sus respectivas formas de gestión, continuamente se seleccionó la empresa basados en las propuestas por cada estudiante, donde se identifica plenamente la organización reconociendo su razón social, además de la misión, visión, valores y estructura organizacional. En el desarrollo de los resultados se comprueban por medio del diagnóstico realizado a la organización seleccionada aplicando la herramienta de recolección de datos requerida y así construir el árbol de problemas, objetivos y las respectivas estrategias a implementar por medio del plan de mejora, finalmente obtener la propuesta adecuada para la organización PABEM S.A.S.

Palabras Clave: Desarrollo, empresa, ética, responsabilidad, sostenibilidad.

Abstract

This document shows the development of the proposal for the implementation of Corporate Social Responsibility based on ISO 26000 in the “Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S.” demonstrated with the progress from phase to phase. In the first chapter can be found together with the initial phase the identification of the background consisting of the central problem statement, general and specific objective, in the next chapter is the conceptual map with the respective terms of recognition of business ethics, thus complemented by the theoretical framework that facilitates the understanding of the characteristics of CSR and their respective forms of management, continuously selected the company based on the proposals by each student, where the organization is fully identified by recognizing its corporate name, in addition to the mission, vision, values and organizational structure. In the development of the results are verified through the diagnosis made to the selected organization by applying the required data collection tool and thus build the tree of problems, objectives and the respective strategies to be implemented through the improvement plan, finally obtaining the appropriate proposal for the organization PABEM S.A.S.

Keywords: Development, company, ethics, responsibility, sustainability.

Capítulo 1. Antecedentes

La responsabilidad social empresarial (RSE), puede contemplarse como una adición paulatina y voluntaria al progreso social, económico y ambiental por parte de las organizaciones, y progresivamente con el objetivo de mejorar su competitividad y reconocimiento.

La responsabilidad social corporativa trasciende la adopción de la normatividad, siempre procurando dar su estricto cumplimiento. De esta manera, la reglamentación laboral y las normas vinculadas con el medio ambiente es el punto inicial para la responsabilidad ambiental. La aplicación de estas reglas básicas no corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las normas que cualquier organización debe cumplir por el hecho de ejercer su actividad.

En años recientes la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado un movimiento sin precedentes dando a insinuar que es un concepto actual de las organizaciones modernas, pero en realidad es que no es algo reciente en la historia de la humanidad, sus inicios se remontan a finales de los años cincuenta desencadenada de los conflictos globales de la época donde los grupos aseguraban que a razón del trabajo con algunas entidades podían sostener y ayudar con sistemas político económicos éticamente controversiales.

Es así, como la incidencia de las empresas con su entorno requieren la necesidad de ser analizadas no por lo que producen, sino por lo que le recompensan a la población, es por esta causa que la ética y los valores inician a ser manejados en las salas universitarias originando deliberaciones académicas donde se discute la finalidad de la organización en términos de compensación social y se definen las normas que otorgan las adecuadas prácticas comerciales.

Introducción

A partir de una necesidad identificada en el mercado de las bebidas azucaradas se presenta un producto natural, sin azúcar con beneficios nutricionales para los consumidores es por esta razón que nace la empresa PABEM S.A.S, organización con más de 10 años de trayectoria brindando alternativas saludables a la población Colombiana, en el siguiente trabajo se ejecutó inicialmente un análisis exhaustivo de la empresa PABEM S.A.S obteniendo como resultado un diagnóstico sobre el cuál se inició un serie procesos investigativos para determinar la mejor manera de aprovechar sus actividades comerciales e incursionar con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial basados en la Norma ISO 26000.

Problema

La organización PABEM no presenta un plan que clasifique y establezca actividades de Responsabilidad Social directamente relacionadas con su impacto social en el entorno, además de no implementar programas de conservación y cuidado del medio ambiente que conllevan a presentar falencias en los procesos, intervenir en nuevas oportunidades de establecer alianzas o que incurren en riesgos representativos.

Objetivos

Objetivo General

- Implementar y difundir adecuadamente las respectivas actividades que corresponden a la responsabilidad social y empresarial en la organización **productora de alimentos y bebidas el Mangostino PABEM S.A.S.**

Objetivos Específicos

1. Promover la aplicación de actividades que conlleven a buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.
2. Ejecutar programas de RSE que sean realizados por la totalidad del talento humano en la organización.
3. Asignación de responsabilidades sociales y ambientales a cada área de la empresa
4. Fortalecer las relaciones internas entre directivos y colaboradores con el fin de obtener actividades armónicas y productivas.
5. Verificar la eficacia de las actividades en el plan de mejoramiento designado.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Los marcos referenciales son textos que facilitan la comprensión e identificación de anteriores estudios, regulaciones, procesos relacionados con el trabajo de investigación a tratar o de hipótesis que se asemejan a la problemática hallada.

Marco conceptual

El marco conceptual es el conjunto de las percepciones de distintos autores que se encuentran relacionados con el tema a tratar con las respectivas ideas, descripciones que afianzan los conocimientos por expertos de acuerdo con sus metodologías.

Ética.

Ética, permite identificar aquellas directrices que se manejan en el ámbito social, empresarial y organizacional que permiten el buen funcionamiento de la sociedad, a su vez de las acciones buenas o malas, la toma de decisiones dentro de la misma. Como lo indica (DIAZ DE LA CRUZ & FERNANDEZ, 2016) es la guía en el comportamiento humano que determina los fundamentos de la moral, los valores y principios, el carácter frente a distintas situaciones en la vida cotidiana

Ética Empresarial.

Se estipula que la ética profesional establece cómo debe actuar un profesional en una situación explícita. Se puede señalar las carreras que son de nivel alto o superior, esto se debe a que las personas enfrentan en su vida, distintas situaciones, donde la ética profesional debería verse reflejada en nuestra forma de actuar frente a la situación.

Pensamiento Estratégico.

Para un administrador, gerente o líder sus estrategias son una fuente de soluciones y lineamientos indispensables dentro de la organización, es por ello que el autor dice que la mente

de los estrategias es el resultado de un trabajo riguroso, constante y dedicado, ya que este debe siempre pensar a futuro, tener un plan de acción y es dado a una serie de circunstancias sociales que involucran acciones minuciosas para obtener un resultado importante.

Desarrollo Social.

El desarrollo social permite que la comunicación entre organizaciones y grupos interesados en dar soluciones a sus necesidades o problemas identificados, obtengan oportunidades de complementarse, de interactuar y fortalecer dichas falencias generando impactos positivos incrementando capacidades, confianza y visión en beneficio de los involucrados.

Desarrollo Sostenible.

Se puede indicar que el desarrollo sostenible es la búsqueda de aquellas capacidades, cualidades, ventajas competitivas que permitan a determinado tiempo ser afianzadas, mejoradas y complementadas para evolucionar en el proceso de crecimiento bien sea para una región, interesados o en toda la sociedad.

Excelencia Empresarial.

Después de investigar sobre esta definición, puedo opinar que la excelencia empresarial es una serie de distintos conceptos y fines que se encuentran destinadas a conseguir la máxima eficacia en la gestión para obtener los mejores resultados. La excelencia exige nuevas instrucciones y destrezas, para esto es necesario que las personas tengan la mente abierta a nuevas formas, posibilidades de pensar e interactuar.

Grupos de Interés.

Los grupos de interés son un conjunto de personas que se reúnen a concertar sobre situaciones o acciones de interés mutuo, los autores dicen que un stakeholder puede beneficiar o

perjudicar la compañía, esto se debe a que las personas pueden actuar para bien o para mal de acuerdo a las decisiones que tome la empresa y la manera en que son interpretadas por el mismo, ya que estos permiten el funcionamiento total de la empresa, estos pueden ser propietarios, accionistas, trabajadores, proveedores, competencia, clientes, entre otros.

Sostenibilidad.

La sostenibilidad es la parte más complicada en cualquier área, por ejemplo, laboral, sentimental o económica, asegurar el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar de los integrantes es un reto para todas las organizaciones que debe ser llevado con cautela, ética empresarial y estrategias solidas sea para mantenerlo o para mejorarlo.

Estrategia.

Según las investigaciones que realice, puedo concluir que la Estrategia es definir cómo la organización va a diferenciarse del resto de sus competidores, aportando un valor que se perciba como superior por parte de los públicos a los que sirve.

Gerencia Estratégica.

Después de realizar la línea de tiempo podemos concluir que la gerencia estratégica es una herramienta muy importante para gestionar cambios, definir estrategias y objetivos en la organización, tomando decisiones fundamentales para el logro de los intereses generales, por otro lado, permite identificar a un líder proactivo que piensa, actúa y se propone metas para el futuro y el bienestar de una organización.

Marco Teórico

Hasta hace poco tiempo era considerado que el único papel de las entidades era generar solamente utilidades para los accionistas y dueños de las empresas, pero se ha generado

conciencia en la RSE para influir positivamente en el entorno donde presta sus servicios, además de los empleados y comunidad.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un tema importante para la implementación en los distintos sectores, porque se determina teniendo en cuenta distintos aspectos como el tamaño, el desempeño financiero, y el nivel de endeudamiento, no solo estos factores entran en análisis sino también los diferentes grupos y entidades de interés social, que influyen a que las entidades hagan posibles las inversiones en aspectos sociales y así influir positivamente en el campo ambiental, económico y social. Teniendo en cuenta esto se plantea la siguiente duda.

¿Por qué es tan importante la implementación de la responsabilidad social empresarial en las entidades y qué aspectos impactan positivamente en la implantación?

La responsabilidad social empresarial se basa en 4 líneas o ámbitos que influyen a la correcta gestión y gobernabilidad, son: ética y gobernabilidad, calidad de vida en la empresa, vinculación y compromiso social, cuidado y preservación del medio ambiente (Calderón, 2013). Son aspectos importantes puesto que la ética influye a la hora de la gobernabilidad de las entidades, además contribuyen positivamente a disminuir los fraudes y delitos fiscales, en el campo de la calidad de vida se atribuye a la necesidad del bienestar de los empleados y la comunidad en donde se presta los servicios, esto es posible con la inyección de recursos y presupuestos para la mejora de la calidad de servicios y sobre todo la creación de nuevos empleos; no hay que dejar a un lado la preservación del medio ambiente en el sector que se enfoca la entidad.

La responsabilidad social empresarial tiene sus características y la empresa debe saber negociar y manejar esta estrategia, para ser competitivo, influyente, sostenible y crear valor. El

origen etimológico de responsabilidad, “está compuesto por dos palabras: Respuesta y habilidad, podemos inferir que la Responsabilidad Social es la habilidad para responder a la sociedad” desde las empresas en este caso. (Méndez, FB, 2007).

Es muy importante conocer las características de las RSE, sus beneficios y que elementos se caracterizan al momento de aplicarla, dentro de sus características se tiene el enfoque es visión integral, en la cual se analizan varios factores como lo son el factor económico, factor social y factor ambiental, a la hora de tomar decisiones dentro de las organizaciones la RSE busca integrar los factores anteriormente mencionados para que exista un equilibrio entre estos y beneficios.

“Las inversiones responsables han experimentado un gran crecimiento” (Mendez Sáenz, Rodriguez Garcia, & Cortez, 2018) como se citó en (Renneboog et al., 2008; Ziegler y Schroder 2010). Y durante estos últimos años su importancia ha ido escalonando en el sector empresarial tomado un enfoque de mejoramiento del mercado en su entorno, fomentando quizás un interés real por la sociedad, uno de los objetivos es que las empresas buscan es integrar de manera satisfactoria su marca o buscar ventajas frente a otras empresas.

Aunque hace medio siglo se indicaba que la organización debe plasmar como principal objetivo la maximización del capital de los accionistas (Mendez Sáenz, Rodriguez Garcia, & Cortez, 2018) como se citó en (Friedman 1962). En realidad sea por una u otra razón las compañías están más interesadas en el presente por actuar de manera responsable en el ámbito social y medioambiental; las organizaciones han modificado su modelo y enfoque frente a la población, desde un solo objetivo de crear riqueza a ser un agente de transformación y cambio en su área de influencia, “el lograr una relación positiva con los consumidores a través de productos

de calidad y buen servicio genera un mayor compromiso por parte de estos lo que se ve reflejado en un incremento en ventas” (Mendez Sáenz, Rodríguez García, & Cortez, 2018) como se citó en (Heydari et al., 2011 y Mishira & Suar, 2010). En el mismo contexto se analiza la implementación de nuevas tecnologías que potencian la aplicación de las buenas prácticas de la RSE, esta inclusión tecnológica por parte de las compañías se postula como estrategia del área de producción incrementando su competitividad y reconocimiento.

Por otro lado, el participar y gestionar el bienestar de los empleados disminuye los niveles de estrés, en busca de una mayor satisfacción y compromiso por parte de estos logrando una disminución en la rotación de personal y ausentismo (Mendez Sáenz, Rodríguez García, & Cortez, 2018) como se citó en (Zhang, 2010 y Jalil et al., 2010). Hay empresas que otorgan donaciones creando este tipo de prácticas que al final se aprecian como inversiones a corto, mediano y largo plazo, la RSE y su influencia está determinada por el tamaño de las organizaciones, el riesgo de su actividad y la rentabilidad, factores que actúan como indicadores en el inicio de actividades sociales, así a mayor tamaño más recursos, a mayor riesgo menos implementación y con una buena rentabilidad mayor cobertura de programas en grupos de interés.

Las empresas con mayor desempeño financiero muestran mayor RSE, es un resultado semejante a las conclusiones de (WaWaddock y Graves, (1997) y Stanwick y Stanwick, (1998) y se explica con la teoría de holgura de recursos que propone que a mayores recursos en las empresas mayor posibilidad de invertir en prácticas sociales.

Porter, M. y Kramer, M (2002), atendiendo al fundamento de la teoría instrumental, consideran unos principios de la responsabilidad Social Empresarial, la propuesta se concreta en tres puntos principales: “En primer lugar, se propone reemplazar el concepto de creación de

valor por otro a nuestro criterio más acorde con el significado literal de las palabras como es la creación de riqueza; en segundo lugar el trabajo propone la distinción metodológica entre relaciones empresa y sociedad que se producen en el dominio del mercado, de otras que ocurren en el dominio del no mercado, como alternativa a la distinción entre beneficio económico y bienestar social de Porter y Kramer; finalmente el trabajo otorga a la palabra “compartir” un significado de valor o principio moral, por el cual se reivindica la participación y el equilibrio en las relaciones entre grupos de interés dentro de la empresa, como un fin en sí mismo y no como una respuesta a las presiones externas”.

La RSE se ha vuelto una actividad estratégica que han permitido a las empresas tener un valor agregado, lo cual ayuda a incrementar sus ventas, pues hoy en día los clientes se están preocupando por los impactos que genera la producción de ciertos productos de consumo masivo entre otros. Cuando las empresas aplican la RSE se obtiene un sin número de beneficios, como la fidelidad de los clientes, la confianza para creación de nuevas alianzas con grandes empresas, aumento en la productividad y rentabilidad, mejora de la cultura organización, compromiso de los empleados, reconocimiento de la marca, posicionamiento en el mercado entre otros.

Es muy importante que las empresas empiecen aplicar la RSE, ya que esta trae muchos beneficios tanto para ellos como para los agentes tanto internos como externos que la rodea, si las organizaciones entendieran la importancia que trae la aplicación de esta, serían países altamente rentables, sostenibles y amigables con el medio, que es un tema que cada vez más preocupa a la comunidad en general.

Gracias a la RSE, surge la idea de que el desarrollo puede ser un continuo mejoramiento de la sociedad y de los individuos que la conforman. Pero lograr un desarrollo es una tarea muy

complicada, ya que en muchos países en vía de desarrollo como lo es el colombiano. Donde normalmente se habla más de crecimiento económico, pero no se habla de desarrollo. Para tenerlo en otro contexto, cuando se habla de crecimiento económico, se debe pensar también en la capacidad de las personas que la conforman y en brindarles nuevas oportunidades.

Marco institucional

Descripción de la Empresa “PRODUCTORA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EL MANGOSTINO PABEM S.A.S”

Sector

Pertenece al sector secundario por la fabricación, es una empresa industrial; pero también pertenece al sector terciario por la comercialización de su producto.

Ubicación

San Sebastián de Mariquita- Tolima en la Calle 5 Número 10-10.

Misión

PABEM SAS es una empresa que se crea como una oportunidad en el mercado y que se basa por los siguientes preceptos:

Ofrecer a sus clientes productos de excelente calidad, con un óptimo servicio, generando valor agregado continuo y creando relaciones sostenibles en el tiempo.

Comprometerse con el desarrollo espiritual, personal, familiar, Académico, financiero y laboral de cada una de las personas que tienen participación en la cadena de valor de la empresa, empleados, proveedores, clientes, socios y colaboradores en general.

Contribuir al desarrollo económico del Departamento del Tolima generando empleo y riqueza.

Lograr un desarrollo sostenible, alineando nuestros procesos industriales con la preservación del medio ambiente.

Visión

PABEM SAS en el año de 2022 se consolidará como una de las empresas más importantes de alimentos en la región del Tolima, y en otros departamentos del país, generando desarrollo para sus funcionarios, clientes, socios y proveedores.

Aportando decididamente al crecimiento económico de la empresa y al desarrollo social del país, mediante generación de empleo a través de la producción, Distribución y Venta de productos de excelente calidad y comprometidos con el desarrollo sostenible. Con procesos altamente efectivos utilizando la tecnología, la innovación y el conocimiento como aliados importantes.

Valores

PABEM como empresa tiene valores muy importantes los cuales sus colaboradores mantienen con eficiencia.

En esta compañía la cultura organizacional es indispensable para mantener el trato digno y ejemplar entre compañeros, el respeto, la confianza y la integridad son fundamentales para el trabajo en equipo, para nuestros compañeros, clientes y proveedores.

VALORES:

- Honestidad, Ética profesional y Responsabilidad Social.
- Devoción por la satisfacción del cliente.
- Devoción permanente por la innovación y la excelencia.
- Compromiso con el desarrollo de la región y el país.

- Desarrollo personal, familiar, laboral y profesional de nuestros colaboradores.
- Búsqueda permanente de un excelente ambiente laboral basado en el respeto.
- Compromiso con el desarrollo sostenible del planeta.

Estructura Organizacional

Yudy Alexandra
Romero

PRODUCTORA DE BEBIDAS Y ALIMENTOS EL MANGOSTINO PABEM S. A. S

Diagrama organizacional



Marco Legal

De acuerdo con la constitución (1991) de Colombia, en su artículo 55 hace referencia al derecho de mediar las relaciones laborales, a través de métodos de soluciones asertivas, en relación con los conflictos en el área de trabajo.

Por otra parte, tenemos el capítulo 5 en su Artículo 95 deberes y obligaciones, se establece que, como ciudadanos del estado colombiano, se debe proteger los recursos culturales, naturales y conservar el medio ambiente y por último en su Artículo 333, donde e indica que:

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley”

“La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.” (CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991, 1991)

La Norma ISO 26000, busca que las empresas sean sostenibles de una forma responsable integrando las materias fundamentales que hacen parte de esta norma, por otra parte, con la aplicación de la norma, no solo se busca el beneficio de las empresas sino también el beneficio de la comunidad y del medio ambiente. (Iso.org)

De esta manera nace la Responsabilidad Social Empresarial, La RSE se enfoca en los principios y valores buscando la realización de trabajos basados en la transparencia, cooperación con la comunidad y medio ambiente; la RSE busca cambiar la idea trabajo que aún tiene muchas empresas, cabe aclarar que la aplicación de esta es voluntaria, pero es muy rentable y también contribuye positivamente en el desarrollo eficaz y eficiente dentro de las organizaciones y aporta a la economía de un país, para esto abarcaremos 7 materias fundamentales que hacen parte de la Norma ISO26000.

1. **Gobernanza de la Organización:** las empresas son parte fundamental de estos cambios, es por eso por lo que siempre deben estar presentes en cada decisión que se tomen ya que estas deben estar basadas en los lineamientos de la Normas ISO26000 y Políticas internas de la empresa.
2. **Derechos Humanos:** se busca la igualdad, flexibilidad hacia los colaboradores, jornadas laborales de acuerdo con las necesidades de la organización, remuneración equitativa,

- buscando métodos asertivos de solución de conflictos internos, es muy importante conocer la normativa internacional de derechos humanos.
3. **Prácticas Laborales:** las condiciones en las que se encuentran los empleados deben ser las necesarias para que puedan desarrollar sus actividades, incluyendo los elementos de protección personal, los procesos de contratación se deben realizar de acuerdo con las normas establecidas en el país.
 4. **Medio Ambiente:** todas las empresas deben buscar prácticas de trabajo amigables con el medio ambiente, buscando alternativas que permitan reducir impactos negativos en los recursos naturales del país.
 5. **Prácticas Justas de Operación:** dentro de toda organización debe primar la transparencia, honestidad, responsabilidad con todas las personas que hacen parte de la organización, como lo son los empleados, clientes, proveedores, directivos, entre otros.
 6. **Asuntos de Consumidores:** se busca que las empresas tomen más conciencia de como hacen los procesos de producción, teniendo en cuenta que los consumidores hoy en día son más conscientes de que tanto perjudican los productos que ellos consumen al medio ambiente.
 7. **Participación y desarrollo de la comunidad:** no solo se busca cambios internos de la empresa, sino también involucrar a la comunidad que rodea la organización, promoviendo practicas sostenibles y que todos puedan ser partícipes de ella.

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Para la realización del diagnóstico a la empresa PABEM S.A.S, se procedió a seleccionar el instrumento de recolección de información, para este caso se tomó el que más se ajustara a las necesidades, siendo este la Encuesta, para la elaboración de las preguntas se determinaron que las preguntas a realizar debían estar enfocadas en la obtención de información relevante para nuestro proyecto y obtener los resultados esperados, Donde se recopiló la información necesaria para realizar los análisis e interpretación de los resultados obtenidos, para finalmente tomar decisiones encaminadas en el mejoramiento de la empresa.

Esta encuesta fue aplicada a los colaboradores de la empresa de forma presencial teniendo en cuenta todos los protocolos de Bioseguridad.

Matriz de Marco Lógico

Es el que proporciona un orden lógico de las actividades que se deben ejecutar durante la realización del proyecto y su planificación por medio de objetivos, identificando inicialmente los Stakeholders y sus intereses, reconocer la problemática hallada, para proceder a plantear las posibles soluciones.

Stakeholders



En PABEM S.A.S se identifican los directivos o accionistas que corresponden a ser los dueños de la empresa y se encuentran al pendiente de la organización. A su vez los colaboradores son los activos más importantes que conserva la empresa en cuanto a calidad del servicio, ejecución oportuna de valores corporativos y personas íntegras que conforman el equipo de trabajo.

Los proveedores se encargan del suministro de los bienes e insumos primordiales para la prestación del servicio, que finalmente los clientes disfrutan y catalogan de acuerdo con sus necesidades.

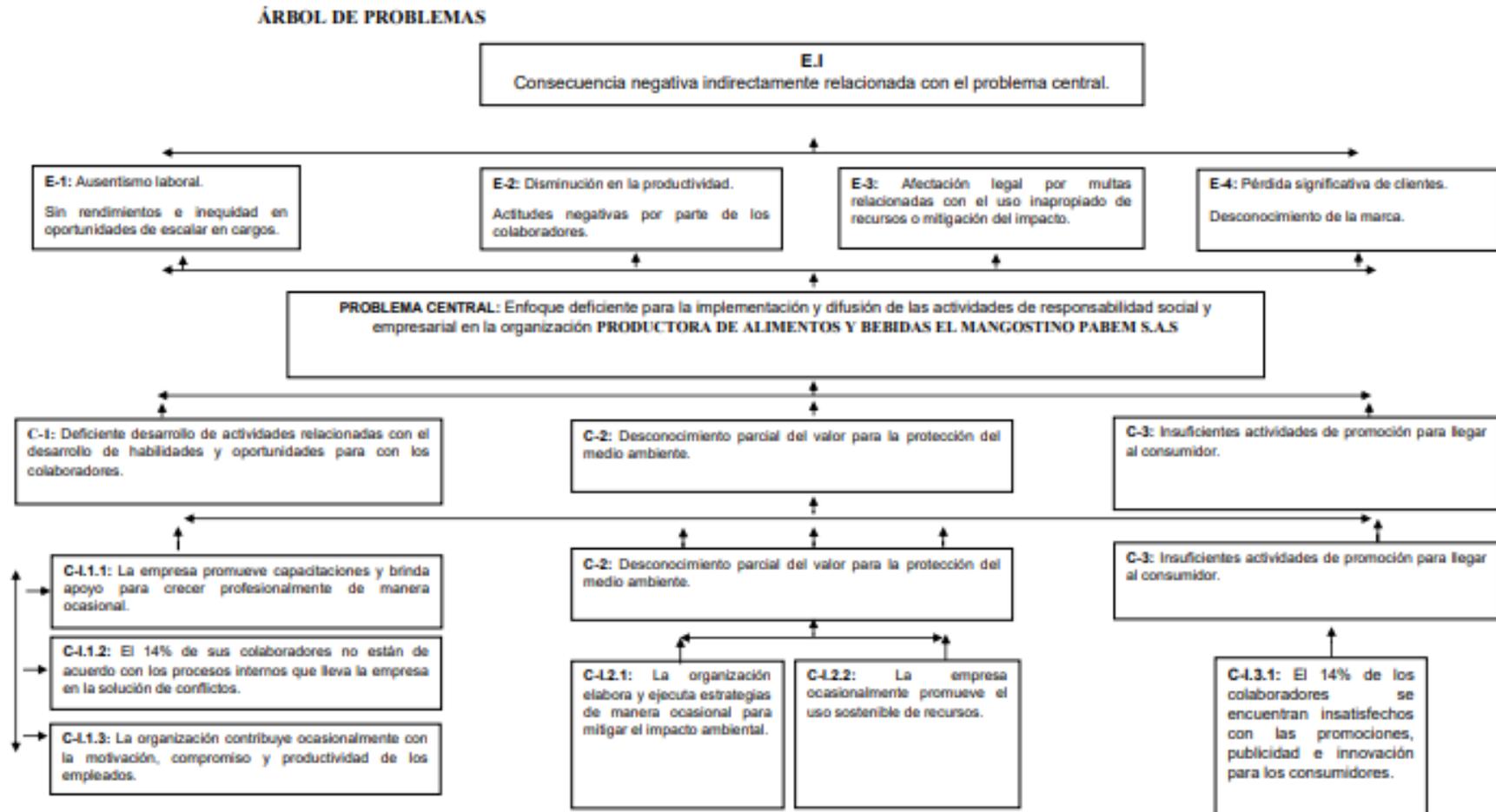
Árbol del Problema

Nos permite identificar los problemas por los que está pasando la empresa, conllevando a la detallar los efectos y sus posibles causas que dan origen a estas situaciones que afectan la empresa.

En la figura 1, la empresa PABEM S.A.S se logró identificar la falta de enfoque para la implementación y difusión de actividades de Responsabilidad Social Empresarial. Lo que ha generado una serie de situaciones que han incurrido en la baja productividad de la empresa, ausentismo laboral, reducción de los clientes, poco conocimiento por parte de los empleados en los procedimientos que se deben ejercer dentro de la organización.

Gracias a la realización del árbol de problemas se pueden conocer situaciones que se pueden mejorar en un tiempo determinado con el fin de aumentar la rentabilidad de la organización.

Figura 1.
Árbol de problemas para la empresa PABEM S.A.S



Nota. Se plantean las posibles causas de problemas que afectan la empresa y retrasan su máximo desarrollo, para luego proceder a determinar las estrategias a implementar.

Fuente. Elaboración propia

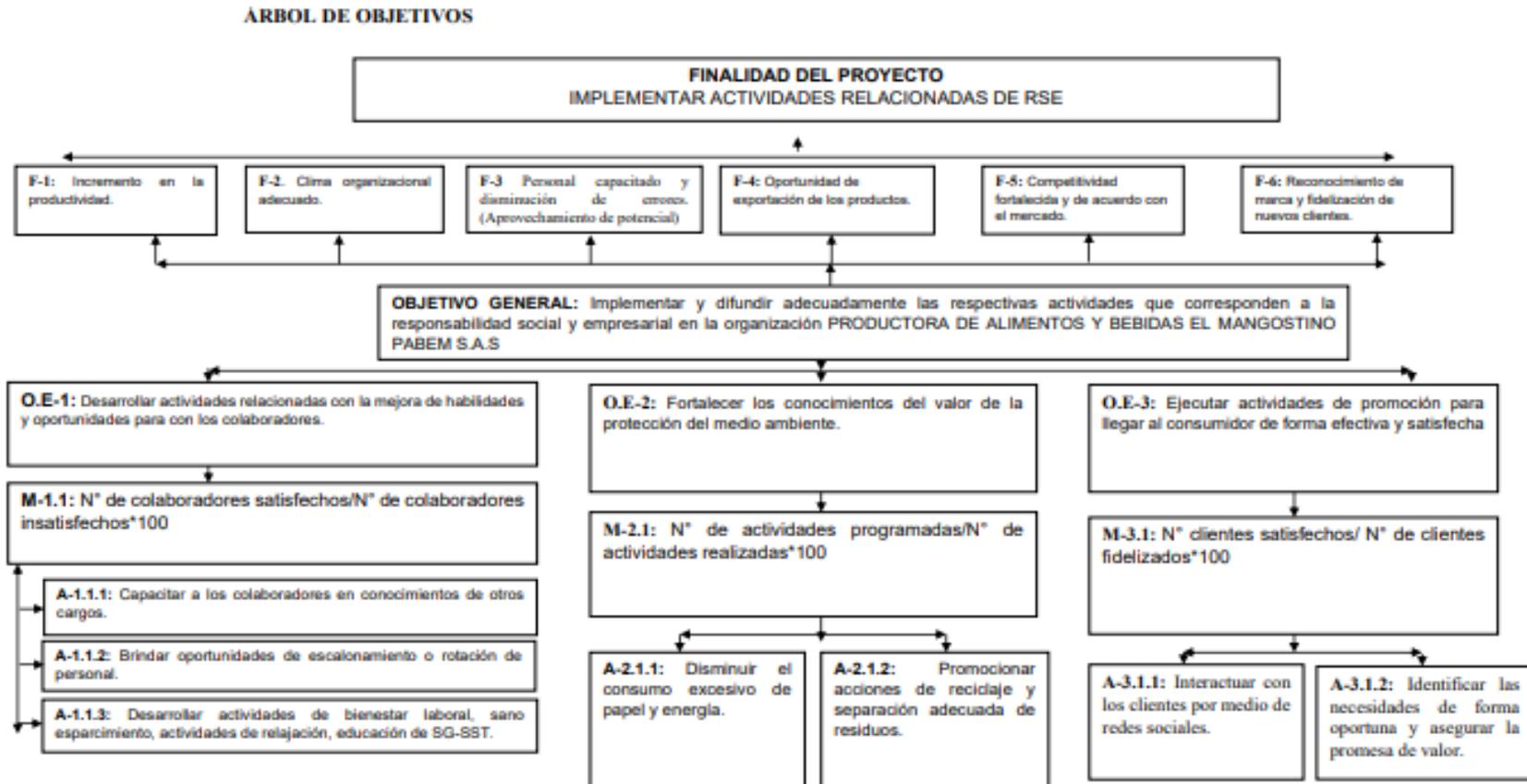
Árbol de Objetivos

Se utiliza con el propósito de plasmar las hacia donde debemos para dar solución a situación o problemas que afectan la organización; a través de la transformación de aspectos negativos en positivos y que estos puedan ejecutarse.

En la Figura 2, se establece como objetivo central implementar y difundir adecuadamente las respectivas actividades que corresponden a la Responsabilidad Social y Empresarial en la organización Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S, por medio de las diferentes estrategias establecidas para que desarrollo con el fin de dar cumplimiento con los objetivos.

Como primera medida se establecieron el desarrollo de actividades encaminadas a mejora de las habilidades laborales, fortalecer los conocimientos, entre otros aspectos relevantes, por otra parte, se busca incrementar la productividad, mejorar el clima laboral, aumentar actividades de capacitación de personal, reconocimiento de la marca y posicionamiento en el mercado.

Figura 2.
Árbol de Objetivos para la empresa PABEM S.A.S



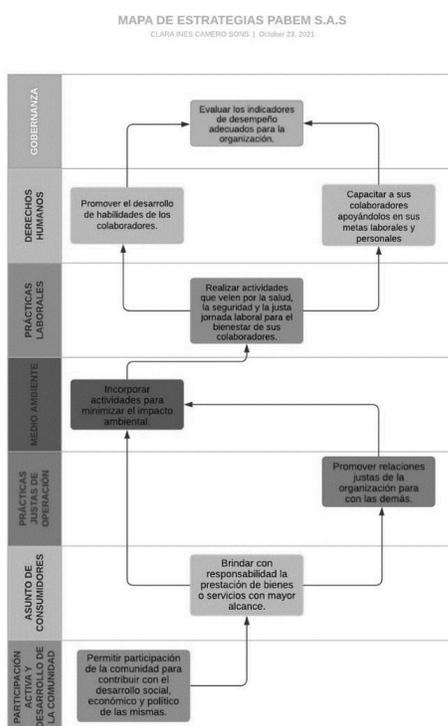
Nota. Se plantean las estrategias para impulsar y fortalecer las actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial.

Fuente. Elaboración propia.

Mapa Estratégico

Se comprende como mapa estratégico el conjunto de objetivos que se plantean dentro de una organización basados en distintos pilares que se identifican para ser fortalecidos y a su vez se establecen acciones de mejora. Para el caso de PABEM S.A.S, los pilares contemplados son: Gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación y desarrollo de la comunidad, a su vez se pretende establecer actividades, acciones de mejora en beneficio de la sociedad y sus colaboradores basados en la toma de decisiones oportunas que eviten el desarrollo de procesos erróneos.

Figura 3.
Mapa Estratégico para la empresa PABEM S.A.S



Nota. Se determinan las estrategias a aplicar en cada materia fundamental que hace parte de la Norma ISO2600.

Fuente. Elaboración propia.

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

El Plan de Mejora resulta luego de haber realizado una serie de procesos, seguimientos y análisis del comportamiento de la empresa tanto internos como externos, para después poder determinar cuáles deben ser las acciones que tomar para mitigar ciertos aspectos que se consideren negativos dentro de la organización y que puedan llegar a afectar su buen desempeño.

Plan de Acción y de Seguimiento

El plan de acción es el conjunto de estrategias que se deben aplicar una vez se determinen cuáles son las fallas que se deben reducir y el Plan de Seguimiento busca monitorear detalladamente los resultados que se van obteniendo luego de haber aplicado las estrategias que la empresa diseñó.

Se busca incrementar las ventas, a través de la captación de nuevos clientes por medio de las diferentes estrategias del marketing. (Ver Tabla 1)

Tabla 1.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Económica

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Planear y ejecutar actividades de promoción para llegar al consumidor de forma efectiva y satisfecha.	- Realizar promociones atractivas, para interactuar con los clientes por medio de redes sociales. - Establecer alianzas estratégicas con supermercados, sitios de comida, o establecimientos sociales.	12 meses	\$6.000.000	Nº clientes satisfechos/ Nº de clientes fidelizados*100.

Nota. Se establecen los objetivos estratégicos para ser desarrollados de acuerdo los parámetros construidos.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2 se establecen los objetivos con sus respectivas estrategias en caminada al plan de acción en la dimensión Social, buscando el mejoramiento continuo de los colaboradores de la organización.

Tabla 2.
Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Social

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Social	- Desarrollar actividades relacionadas con la mejora de habilidades y oportunidades para con los colaboradores. - Permitir participación de la comunidad para contribuir con el desarrollo social, económico y político de las mismas.	Proporcionar a los colaboradores información suficiente acerca del producto. Aprovechar las alianzas o convenios realizados para tomar espacios de información acerca del producto con la comunidad y los beneficios de este.	6 meses.	\$3.000.000	N° de personas citadas a capacitaciones/N° de personas capacitadas.

Nota. Se establecen los objetivos estratégicos para ser desarrollados de acuerdo los parámetros construidos.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3 se establecieron los objetivos de la dimensión ambiental con el fin de crear conciencia de la importancia de cuidar el medio ambiente y buscar alternativas amigables que contribuyan a su conservación.

Tabla 3.

Plan de Acción y de Seguimiento para la Dimensión Ambiental

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Ambiental	Fortalecer los conocimientos del valor de la protección del medio ambiente.	- Disminuir el consumo excesivo de papel y energía. Promocionar acciones de reciclaje y separación adecuada de residuos.	Mensual.	\$1.000.000	Cantidad de recursos ejecutados/Cantidad de recursos asignados

Nota. Se establecen los objetivos estratégicos para ser desarrollados de acuerdo los parámetros construidos.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

- En el desarrollo de la actividad se logró evidenciar por medio del diagnóstico realizado la situación actual de la organización Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S en cuanto a la promoción y la aplicación de actividades relacionadas con la ejecución pertinente de la Responsabilidad Social Empresarial, permitiendo así plasmar acciones pertinentes para fortalecer los procesos de acuerdo con la ISO 26000.

- La Responsabilidad Social Empresarial, permite a las organizaciones ejecutar programas que abarquen las dimensiones social, económica y ambiental en busca de la mejora continua, el bienestar de la sociedad, así mismo el de sus colaboradores. Se identificaron falencias, posibles causas y consecuencias, además de contribuir con la formulación de estrategias encaminadas a mitigar las faltas presentadas e incorporar soluciones oportunas.

- Se debe escalar a carácter obligatorio el adquirir responsabilidades sociales en cada área de la organización en función del cumplimiento de las normas para contribuir así con el desarrollo efectivo de cada una de las actividades que componen los procesos más importantes dentro de la empresa, de la mano de las herramientas como lo es el manual de funciones, manual de procesos y procedimientos y el código de ética.

- Entendemos la importancia de conocer los diferentes aspectos de la RSE en la compañía, teniendo en cuenta las relaciones internas y externas de la misma, su mercado y el ambiente que lo rodea, que conllevan a innumerables pasos los cuales cada uno de ellos son importantes, adicional, apreciar que un buen clima organizacional es pilar fundamental para tener equipos de trabajo apropiados y productivos, de lo contrario se deberá trabajar y realizar

actividades para generar un cambio y poder de manera apropiada optimizar la productividad y la eficiencia de PABEM SAS y así lograr los objetivos propuestos de la misma.

- Finalmente, el plan de mejoramiento que se realizó es un conjunto de estrategias que buscan incrementar las ventas, los objetivos éticos, ambientales y la producción amigable para la compañía y su sociedad, con el fin de captar el mercado, generando una marca reconocida y desarrollar un excelente clima laboral junto con los empleados, proveedores, clientes, socios y colaboradores en general. Uno de los objetivos más destacados es cuidar el medio ambiente y buscar alternativas amigables que contribuyan a su conservación por ello se encamino un plan para la implementación de la Responsabilidad Social y Empresarial en la organización Productora de Alimentos y Bebidas el Mangostino PABEM S.A.S muy influyente y alcanzable, comprometiendo todas las áreas a estas estrategias y permitiendo la inclusión y transformación de pensamientos y producción.

Referencias

- Arévalo-Martínez, R.-I., y Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11.
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 13(2), 77-120
- Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.
- Constitución política de Colombia 1991. (1991). Del régimen económico y de la hacienda pública. En del régimen económico y de la hacienda pública (pág. 115). Bogotá.
- De la Cruz, C y 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.
- Duque, Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*. 29(52), 196-206.
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18.
- Gioffreda, C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: la negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes *del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52.
- González Castro, Y., Manzano Durán, O., y Torres Zamudio, M. (2019). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 53 - 76.
- González, Y., Manzano, O y Torres, M. (2019). Capítulo 3: *Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 77 - 119. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>
- Llanes, M y Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28.

- Marulanda, N., y Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.
- Medina, M y Moreno, C (2009). *Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.* Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Norma ISO (2010). ISO 26000. *Responsabilidad Social Visión general del proyecto*. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L y Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2). 72-90.
- Ortegon, G., Castrillon, O y Ruiz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.,
- Ramírez, I, Nelson, L, y Harold, S. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica* 31 (1): 133–40.
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.
- Vargas-Chaves, I y 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.

Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética

<https://editor.reedsy.com/book/L5IvSNI2QJahDNcXFkEP0Q/c/YaGI-RRHGiqrigYY/codigo-de-etica-productora-de-alimentos-y-bebidas->

Anexo B. Formato de Recolección de Información



ENCUESTA PABEM
S.A.S.xlsx



ENCUESTAS
APLICADAS PABEM S