



TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario-Diplomado

**Modelo de responsabilidad social y honestidad para la empresa Lácteos Cordillera de
Nariño S.A.S del municipio de Guachucal Nariño**

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias Contables

Contaduría Pública

Yesika Viviana Galindres Calpa

Tutor María del Socorro Rivera Cobo

Opción de trabajo de grado seminario-diplomado

2024

Tabla de Contenidos

Resumen.....	2
Palabra clave.....	3
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	4
Metodología de búsqueda de la información	8
Sustentación teórica de la pregunta.....	9
Conclusiones.....	19
Referencias	21

Resumen

La responsabilidad social y la honestidad son fundamentales por que fomenta la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente , mejora la reputación y la imagen e incrementa la confianza la lealtad de los clientes empleados y proveedores lo que puede llevar a relaciones más duraderas y beneficiosas, también promueve la confianza a los consumidores, lo que es esencial para el éxito dela planta en cuanto a calidad en el producto, está en la transparencia en la etiquetación y publicidad es importante ya que se informa honestamente sobre ingredientes y procesos .

El objetivo de este estudio es proponer un modelo de responsabilidad social y honestidad para la empresa lácteos cordillera de Nariño S A S a partir de la confianza y la transparencia

Con el que se pretende practicas éticas y transparentes en la gestión empresarial e influir en la toma de decisiones.

Se desarrolla una metodología cualitativa, que está basada en el uso de base de datos académica para filtrar información relevante a través de palabras claves, permitiendo una revisión más detallada y estricta, de esta manera consolidando los aportes más significativos de la responsabilidad social.

Para la implementación del plan de responsabilidad social y honestidad para la empresa lácteos la cordillera es necesario que la empresa opere de manera ética y social mente responsable.

Académicamente, este trabajo aporta la importancia e implementación de la responsabilidad social que es fundamental para su viabilidad.

En el ámbito practico, disminuir el impacto negativo, tanto en la naturaleza como en la sociedad.

Palabras clave

Responsabilidad social, honestidad, transparencia, confianza, grupos de interés.

Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Cómo estructurar un modelo de responsabilidad social y honestidad para la empresa lácteos cordillera de Nariño que le permita aumentar la confianza e integridad con sus grupos de interés?

Antes de proceder a la pregunta propuesta, es fundamental conocer a Lácteos Cordillera de Nariño S A S, se encuentra ubicada en el departamento de Nariño municipio de Guachucal, creada en junio 19 de 2021 conformada con un equipo de trabajo cuatro personas que trabajan en el área de producción, cuenta con un administrador y su representante legal, esta empresa se dedica a la producción, elaboración y comercialización de productos lácteos de calidad. A pesar de que la empresa láctea lleva poco tiempo en el mercado, le ha permitido posicionarse de forma positiva y rentable en el municipio.

La calidad de los productos que se procesa va desde la revisión de la materia prima que es la leche, realizando pruebas de acidez, de grasa, peso, temperatura, agua, proteínas y sales minerales por medio de un analizador llamado ecomilk el cual es fundamental para certificar su pureza.

La responsabilidad social ha sido prioridad, para las empresas que desean garantizar la durabilidad y la sostenibilidad, a largo plazo en otras palabras, es la contribución de las compañías en el desarrollo sostenible.

En los años 50 y 60, se creía que la responsabilidad social y honestidad se enfocaba en un solo grupo de interés: los inversionistas, en las últimas décadas con las altas y bajas que la economía y la sociedad ha tenido que enfrentar. Los inversionistas y empresarios se percataron que tenían que adoptar un enfoque global que les permita comprender, y anticiparse a los cambios y tendencias de la sociedad por lo que la responsabilidad social agregó otros grupos de interés a la lista como son: los consumidores, colaboradores, accionistas, el medio ambiente y la comunidad.

La ISO26000 es un estándar internacional, que busca orientar a las empresas para desarrollar, implementar, establecer una estructura de gestión totalmente responsable a través de la toma de conciencia y reconocimiento de la expectativas, intereses e impactos de la actividad comercial.

Para estructurar el modelo de responsabilidad social y honestidad de Lácteos la Cordillera de Nariño S.A.S se considera lo siguiente.

Misión: Promover el comportamiento socialmente responsable, generar metas de negocio con expectativas sociales velando por que el compromiso y los objetivos de la empresa se conduzcan de forma ética, y de esta forma contribuir al crecimiento económico sostenible.

Visión: asegura la sostenibilidad financiera de la empresa a largo plazo y reinvertir para mejorar la satisfacción de todos los grupos de interés, colaboradores, clientes, proveedores y el resto de la sociedad en general.

Políticas y procedimientos: en pocas palabras se da a conocer lo que está prohibido y lo que se puede hacer, y lo que debe hacerse en determinados escenarios tanto directivos como empleados son los responsables del éxito de las políticas y procedimientos.

Liderazgo y compromiso: el punto de partida es el director de la empresa y su continuo perfeccionamiento para que pueda dirigir a las personas que están bajo su mando. Llegando a motivarlos

Comunicación y transparencia: Esta implica una comunicación amplia y sincera por encima de sus procedimientos, de las políticas y el impacto en la sociedad y el medio ambiente la transparencia es muy importante en la responsabilidad social porque genera confianza y mitiga riesgos.

Participación y colaboración: Incluye a los trabajadores y a los grupos de interés en la toma de decisiones y en la implementación de prácticas responsables.

Monitoreo y evaluación: el monitoreo: se hace al tipo de programas que están ejecución y también se la hace a la planificación estratégica de lo contrario no se sabría lo que se está logrando o si se está realizando o no.

Capacitación y educación: capacita y educa a los trabajadores en responsabilidad social como por ejemplo en el sentido de pertenencia, prácticas de limpieza durante el proceso, pruebas de calidad de la materia prima, capacita en la transparencia, etiquetación y publicidad informando honestamente acerca de ingredientes y procesos

Rendición de cuentas.es la capacidad de la empresa de acostumbrarse de dar información sobre los impactos sociales, económicos y ambientales de su operación no solo positivos sino

también negativos y por supuesto asumir la responsabilidad, generar las medidas correctivas para mejorarlos o evitarlos.

Mejora continua: Revisa y actualiza el modelo regular mente para asegurar su efectividad

Certificados y reconocimientos: son importantes porque motiva y mejora la responsabilidad social de lácteos cordillera de Nariño, ya que proporciona una evaluación externa de las prácticas de la empresa y les permite demostrar cuanto están comprometidos. El hecho de haber obtenido el certificado no hace a la empresa socialmente responsable por lo general la empresa debe seguir trabajando en su desempeño, mejorando sus prácticas, estableciendo metas y objetivos de esta forma perfeccionando continuamente su conducta social y ambiental.

Metodología de búsqueda de la información

Para la investigación y recopilación de la información sobre responsabilidad social y honestidad se utilizaron varios buscadores entre ellos se destacan LinkedIn, faster capital.com, assanet.com, welcome.atlasgov.com, youtube.com, safety culture.com estas páginas proporcionaron el acceso a artículos clave que fundamentaron la pregunta orientadora a la búsqueda asegurando una estructura adecuada para el estudio de la Empresa Lácteos Cordillera de Nariño.

Estrategia de búsqueda de la información

Se realizó la búsqueda inicial con google Chrome, utilizando las palabras clave, responsabilidad social, honestidad, transparencia, confianza, plan. Esto permitió tener una idea más clara del tema donde se identificó conceptos relacionados con la pregunta orientadora.

Se consultaron fuentes documentales Ley 1474 de 2011 l Estatuto Anticorrupción, Guía ISO26000Responsabilidad social normas de aseguramientoAA1000 Global Reportan- initiative, Guía pacto mundial Guía técnica colombiana180 ICONTEC. Esto permitió obtener información normativa sobre responsabilidad social y honestidad.

Resultados de la búsqueda.

La búsqueda de información permitió identificar una gran cantidad de herramientas significativas para investigación se encontraron artículos académicos que analizan la importancia de la responsabilidad social, también se encontró información normativa y de responsabilidad en materia con responsabilidad social y gestión ambiental.

En resumen, la búsqueda de la información utilizada permitió obtener una información amplia y fue utilizada para desarrollar el marco teórico del informe final. Identifica partes a mejorar y formular recomendaciones para fortalecer la cultura de la responsabilidad social, ambiental.

Sustentación teórica de la pregunta.

Marco conceptual:

La responsabilidad social: Es el compromiso que tiene las organizaciones, empresas y entidades con el bienestar y el desarrollo sostenible de la sociedad y el medio ambiente.

Honestidad: Es la cualidad de ser transparente y sincero en todas las interacciones, y es fundamental para generar confianza, respeto y credibilidad.

Transparencia: Se refiere a la calidad de ser claro y comprensible en las acciones y decisiones.

Confianza: Es la creencia y fe en la integridad, honestidad que se tiene creyendo que actuara de forma correcta.

Grupos de interés: son un elemento fundamental de la relación de las empresas con su entorno de actividad y están estrechamente vinculados con su capacidad para conseguir sus objetivos económicos y sobrevivir en el largo plazo.

Marco legal regulatorio en Colombia.

Constitución política de 1991 artículo 8 Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la nación.

Ley 99 de 1993 Esta norma dio vida al ministerio de medio ambiente le confirió dos propósitos fundamentales: Impulsar una relación de respeto y armonía del hombre con la naturaleza asegurando el desarrollo sostenible (Rodríguez 1998).

Dicha ley incorpora en su artículo tercero el concepto de desarrollo sostenible, que conduzca al crecimiento económico a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables ni deteriorar el medio ambiente (Ley 99)

Decreto ley 2811 de 1974 Promulga el código nacional de los recursos naturales renovables y no renovables y de protección del medio ambiente. Bajo el principio de que el ambiente es patrimonio común, el estado y los particulares deben participar en su preservación.

Normas internacionales de responsabilidad social

Norma ISO 26000 Proporciona una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con la responsabilidad social, y los métodos para implementar los principios de responsabilidad social en las actividades diarias en una organización, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de los grupos de interés. (ISO/WD 26000)

Norma de aseguramiento AA1000. Objetivo y función Objetivo: “evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias.

GTC 180 Guía técnica colombiana 180 INCOTEC a norma establece los lineamientos que permitan una gestión socialmente responsable de tal forma que alcance una nueva frontera de beneficios para las organizaciones contemporáneas Objetivo y función Permite la ejecución de estrategias y acciones que apuntan al desarrollo del objetivo planteado en materia de desarrollo social vs productividad y competitividad

Global Reportan- iniciativa

GRI ha elaborado un marco que aporta directrices sobre la elaboración de memorias de RSE, incluyendo los impactos económicos, sociales y ambientales de una empresa su Objetivo y función: Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales que ponen énfasis en la materialidad lo que implica reflejar los impactos significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés.

Guía pacto mundial: El Pacto Mundial busca facilitar un marco de trabajo contextual para fomentar y difundir la innovación, las soluciones creativas y las mejores prácticas entre los participantes.

Después de conocer artículos, marcos legales y normas podemos decir que la responsabilidad social y honestidad en la empresa lácteos cordillera de Nariño del Municipio de Guachucal si aplica en especial para los grupos de interés como son los proveedores a ellos se les realiza su pago oportuno y el precio del producto se mantiene estable y en sus trabajadores tienen sus días de descanso correspondientes cuentan con su uniforme y tapabocas de un solo uso esto se hace por salud y bienestar del trabajador dos días en el mes con sus clientes ofrecen un producto de calidad, también se trabaja en la parte de innovación del producto y su empaque anteriormente su etiquetación se realizaba con etiquetas desplegable que se adhería al empaque pero esto generaba un costo adicional por lo que les sugirieron que sus etiquetas con su logo y respectiva información debía ir ya rotulada desde la bolsa de esta manera reducir el costo

De esta manera los procesos que vive la empresa están en mejora continua.

La responsabilidad social y honestidad para empresa lácteos la cordillera de Nariño SAS la incorporo voluntaria mente donde integra actividades de mercadeo, su función es añadir valor a sus bienes y servicios

En la actualidad, es cada vez más importante que las empresas se comprometan con la responsabilidad social y la honestidad en todas sus operaciones. Esto es especialmente relevante en industrias como la de la producción de alimentos, donde la confianza del consumidor.

La responsabilidad social y la honestidad son dos valores fundamentales que deben regir el accionar de cualquier empresa, independientemente de su tamaño o sector en el que se desenvuelve. En el caso de una planta procesadora de productos Lácteos cordillera de Nariño SAS estos valores cobran una importancia aún mayor, dado que se trata de una industria que tiene un impacto directo en la salud y el bienestar de los consumidores.

En primer lugar, la responsabilidad social implica que la empresa asuma un compromiso con la sociedad y el medio ambiente, más allá de la generación de beneficios económicos. En el caso la planta procesadora de lácteos, esto se traduce en garantizar la calidad e inocuidad de los productos, respetar las normativas ambientales y promover prácticas sostenibles en toda la cadena de producción.

Sin embargo, también han surgido preocupaciones sobre la calidad y la seguridad de los productos lácteos, especialmente en lo que respecta a la integridad de los ingredientes y la transparencia en las prácticas de producción. En respuesta a estas preocupaciones, muchas

empresas lácteas han comenzado a enfocarse en la implementación de políticas de responsabilidad social y honestidad en sus operaciones.

En el campo de la responsabilidad social y la honestidad en las plantas lácteas, hay varias personas influyentes que han contribuido significativamente al desarrollo y la implementación de buenas prácticas. Uno de ellos es Miguel Ángel Santamaría, CEO de una reconocida planta láctea en España, que ha sido un defensor de la transparencia en la cadena de suministro y la trazabilidad de los productos lácteos.

Otro personaje relevante es Laura Gutiérrez, directora de calidad de una planta láctea en México, que ha liderado la implementación de prácticas sostenibles y responsables en la producción de lácteos. Su enfoque en la trazabilidad y la calidad ha sido fundamental para mejorar la reputación de la empresa y aumentar la confianza de los consumidores.

Desde una perspectiva negativa, la implementación de políticas de responsabilidad social y honestidad puede implicar costos adicionales para la empresa, ya sea en términos de inversión en tecnología y capacitación, o en la contratación de personal especializado. Además, puede implicar cambios en la cultura organizacional, lo que puede generar resistencia por parte de algunos empleados.

En cuanto a los posibles desarrollos futuros, es probable que la implementación de la responsabilidad social y la honestidad siga siendo una tendencia creciente en la industria alimentaria. A medida que los consumidores se vuelven más conscientes de la procedencia y la

calidad de los alimentos que consumen, las empresas lácteas tendrán que adaptarse para mantener su relevancia en el mercado.

Contextualización de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la honestidad son pilares fundamentales para el éxito de cualquier empresa en Colombia, y a nivel mundial. En un contexto donde la sociedad demanda cada vez más transparencia y compromiso social de las organizaciones, estas prácticas se han vuelto indispensables para construir una reputación sólida, fortalecer los vínculos con los stakeholders y contribuir al desarrollo sostenible del país.

Contexto socioeconómico: Colombia ha enfrentado diversos desafíos históricos, como la desigualdad, la pobreza y el conflicto armado. La RSE se convierte en una herramienta para abordar estas problemáticas y generar un impacto positivo en las comunidades.

Legislación y normatividad: Aunque la legislación colombiana sobre RSE aún está en desarrollo, existe una creciente conciencia sobre la importancia de estas prácticas y se están implementando diversas iniciativas para promoverlas.

Demanda de los consumidores: los consumidores colombianos son cada vez más conscientes y exigentes. Prefieren productos y servicios de empresas que demuestren un compromiso social y ambiental.

Atracción y retención de talento: las nuevas generaciones de profesionales valoran empresas que comparten sus valores y que ofrecen oportunidades para desarrollarse en un entorno ético y responsable.

Fortalecimiento de la marca: una empresa socialmente responsable y honesta construye una marca más fuerte y duradera, lo que se traduce en mayor confianza y lealtad por parte de los clientes.

¿Por qué es tan importante en el sector lácteo colombiano?

Cadena productiva compleja: la producción de lácteos involucra a pequeños productores, cooperativas y grandes empresas. La RSE permite construir relaciones más justas y equitativas a lo largo de toda la cadena, desde el campo hasta el consumidor final.

Impacto ambiental: la producción de lácteos puede generar impactos ambientales significativos, como la contaminación de fuentes hídricas y la deforestación. La RSE impulsa la adopción de prácticas sostenibles que minimicen estos impactos.

Seguridad alimentaria: los consumidores colombianos son cada vez más conscientes de la importancia de consumir alimentos seguros y saludables. La honestidad en la producción y etiquetado de los productos lácteos es fundamental para generar confianza en los consumidores.

Bienestar animal: el maltrato animal en las granjas lecheras genera un gran rechazo en la sociedad. La RSE promueve el bienestar animal y el uso de prácticas de producción más humanitarias.

Desarrollo rural: muchas empresas lácteas operan en zonas rurales de Colombia, donde la producción lechera es una fuente importante de ingresos. La RSE puede contribuir al desarrollo de estas comunidades a través de programas de capacitación, inversión social y generación de empleo.

Beneficios específicos para una empresa láctea colombiana:

Fortalecimiento de la marca: una empresa láctea que demuestra su compromiso con la RSE y la honestidad construye una marca más sólida y diferenciada.

Mayor lealtad de los clientes: los consumidores están dispuestos a pagar más por productos de empresas que comparten sus valores.

Acceso a nuevos mercados: la RSE puede abrir puertas a nuevos mercados, especialmente aquellos que valoran los productos sostenibles y éticos.

Mejora de la reputación: una buena reputación atrae a los mejores talentos y facilita el acceso a financiamiento.

Reducción de riesgos: la transparencia y la ética ayudan a prevenir crisis y escándalos.

Ejemplos de prácticas de RSE en el sector lácteo colombiano:

Producción orgánica: opción cada vez más demandada por los consumidores que buscan productos libres de químicos y más saludables.

Bienestar animal: certificaciones que garantizan el buen trato a los animales y condiciones de vida adecuadas.

Prácticas agrícolas sostenibles: uso de fertilizantes orgánicos, rotación de cultivos y protección de los suelos.

Apoyo a las comunidades locales: inversión en proyectos sociales, desarrollo de proveedores locales y promoción del consumo de productos locales.

Transparencia en la cadena de suministro: información detallada sobre los orígenes de la leche y los procesos de producción.

En resumen, la responsabilidad social y la honestidad son elementos clave para el éxito a largo plazo de una empresa láctea en Colombia. Al adoptar prácticas sostenibles y éticas .

Conclusiones

La responsabilidad social y la honestidad son esenciales para las empresas, especialmente en la industria láctea, donde la confianza del consumidor y la calidad de los productos son fundamentales para garantizar la salud y el bienestar de la sociedad. Adoptar estos valores no solo responde a las expectativas del mercado, sino que también contribuye a un desarrollo sostenible y ético en el sector.

Al implementar políticas de responsabilidad social y honestidad puede implicar costos adicionales para las empresas, pero es probable que siga siendo una tendencia creciente en la industria alimentaria. Las empresas lácteas deberán adaptarse a medida que los consumidores se vuelvan más conscientes de la procedencia y calidad de los alimentos que consumen.

La empresa láctea Cordillera de Nariño SAS se preocupa por la salud y bienestar de sus trabajadores y clientes, ofreciendo productos de calidad y trabajando en la innovación de los mismos. Además, ha incorporado la responsabilidad social y la honestidad en sus operaciones, lo que ha llevado a una mejora continua en sus procesos y a agregar valor a sus productos. Es importante que las empresas, especialmente en la industria alimentaria, se comprometan con estos valores para ganarse la confianza de los consumidores y contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

La responsabilidad social es el compromiso de las organizaciones con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente, la honestidad y transparencia son fundamentales para generar confianza, y los grupos de interés son importantes en la relación de las empresas con su entorno.

En Colombia, existen leyes como la Constitución de 1991 y la Ley 99 de 1993 que promueven el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente, y normas internacionales como la ISO 26000 y la AA1000 que guían a las organizaciones en la responsabilidad social.

La ISO26000 es un estándar internacional que guía a las empresas en ser responsables en sus prácticas comerciales. Lácteos la Cordillera de Nariño S.A.S tiene una misión y visión centradas en la responsabilidad social, con políticas y procedimientos claros, liderazgo comprometido, comunicación transparente, participación y colaboración, monitoreo y evaluación, capacitación y educación, rendición de cuentas, mejora continua y obtención de certificados y reconocimientos. Todo esto para ser socialmente responsables y contribuir al crecimiento económico sostenible.

La responsabilidad social y la honestidad son fundamentales para promover la sostenibilidad, cuidar del medio ambiente, mejorar la reputación y la imagen de la empresa, aumentar la confianza y la lealtad de clientes, empleados y proveedores, lo que puede llevar a relaciones duraderas y beneficiosas. Además, promueve la confianza de los consumidores, esencial para el éxito en la calidad del producto.

Referencias

- Fastercapital(4 de junio 2024) *El papel de la transparencia en la responsabilidad social corporativa*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/El-papel-de-la-transparencia-en-la-responsabilidad-social-corporativa.html#Introducci-n-a-la-Responsabilidad-Social-Empresarial-RSC>.
- J.Felipe Cajiga(12de enero 2023) *Entendiendo el valor de los sellos, certificados y reconocimientos de Responsabilidad Social (RSE)*.. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/entendiendo-el-valor-de-los-sellos-certificados-y-rse-j-felipe>.
- Jaime Gonzalez-Mazip (febrero 2018) universidad politécnica de Madrid. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/324413057_Los_Grupos_de_Interes_y_su_imp_ortancia_en_la_propuesta_de_valor_de_las_empresas.
- María Victoria Coppini (29 de julio 2022) *La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial*.. Obtenido de <https://welcome.atlasgov.com/es/blog/esg/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>.
- Red de Arboles. (18 de Agosto de 2020).*Marco legal de la responsabilidad social empresarial en colombia*. Obtenido de <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/447/1/Marco-legal-de-la-responsabilidad-social-.-empresarial-en-colombia#:~:text=El%20concepto%20de%20RSE%20en,educaci%C3%B3n%2C%20sal>
- / Safety culture(8 de febrero 2024)¿*Por qué son importantes las políticas de una empresa en el lugar de trabajo?* Obtenido de <https://safetyculture.com/es/temas/politica-de-una-empresa/>.
- Universidad del a Guajira (2020-2021) *Normatividad y Responsabilidades en materia de Responsabilidad Social Empresarial y Gestión Ambiental*,Obtenido de <https://www.studocu.com/co/document/servicio-nacional-de-aprendizaje/finanzas/normatividad-y-responsabilidades-en-materia-de-responsabilidad-social-empresarial-y-gestion-ambiental/16354391>.
- Zendesk (8 feb 2024) Promover el comportamiento socialmente responsable de la organización, Obtenido de https://www.google.com/search?q=MISION+Y+VISION+PARA+UN+PLAN+DE+RESPONSABILIDAD+SOCIAL&oq=mision+y+vision&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCAgAEEUYJ.